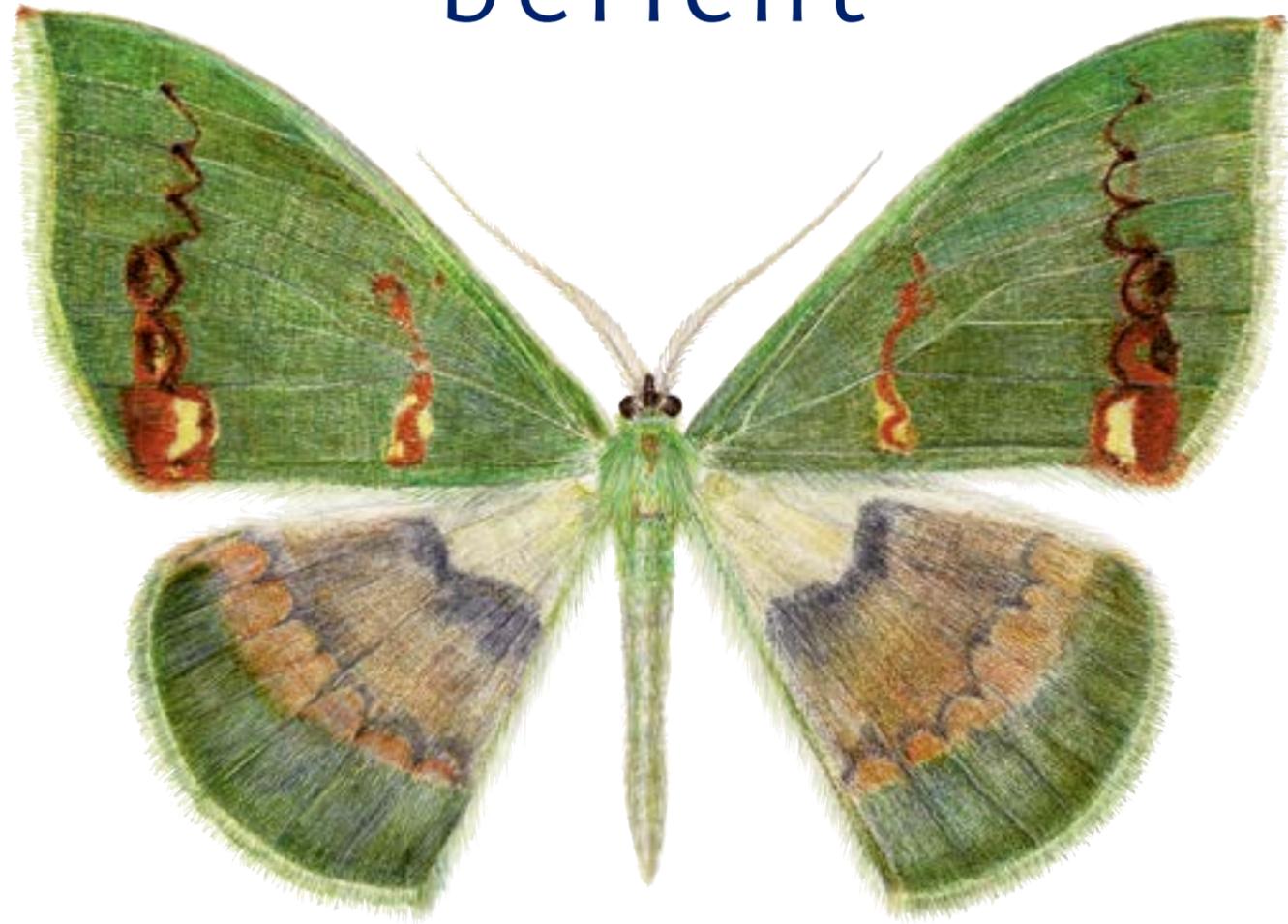


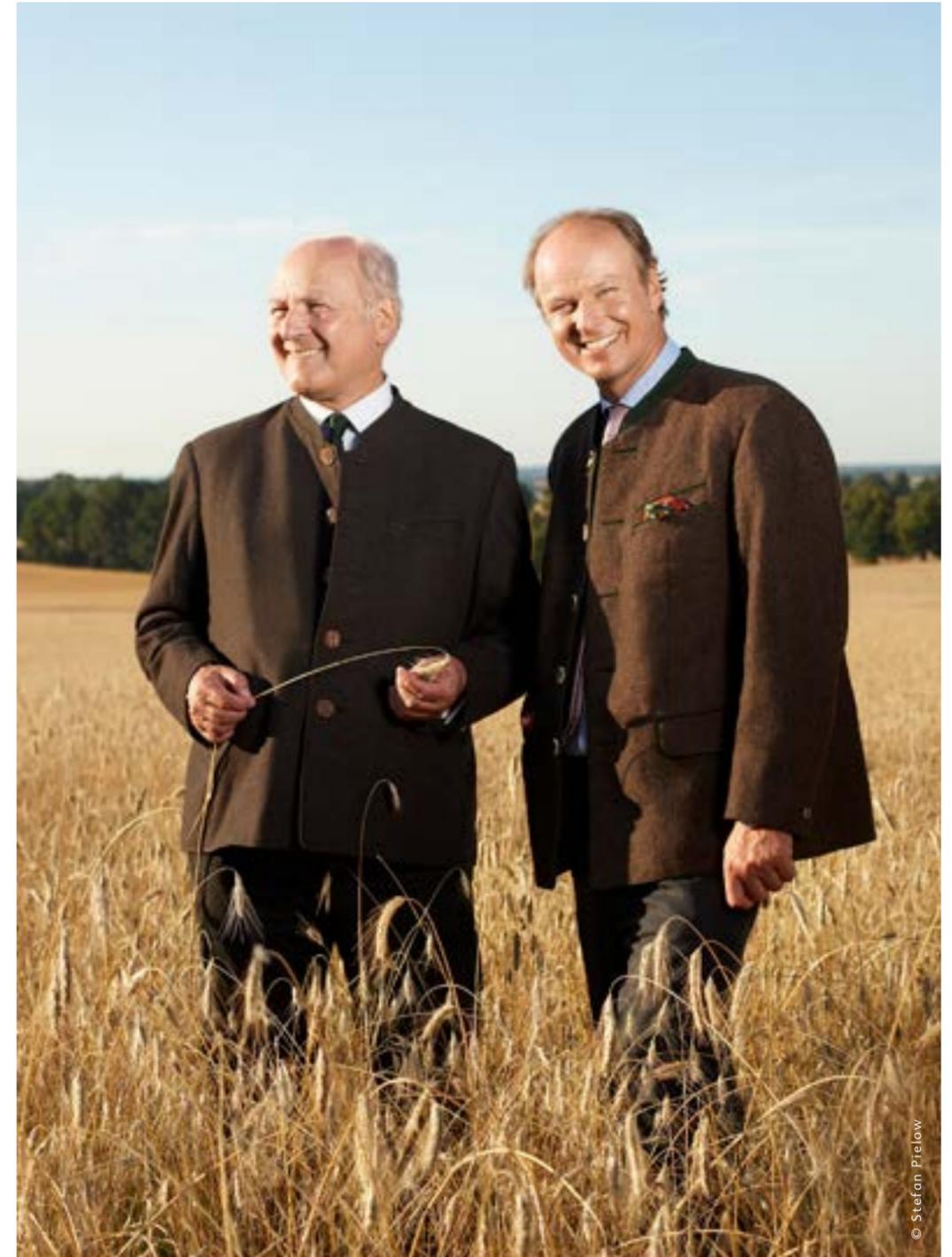


Das Beste aus der Natur. Das Beste für die Natur.

Nachhaltigkeits- bericht



HiPP Deutschland
2018

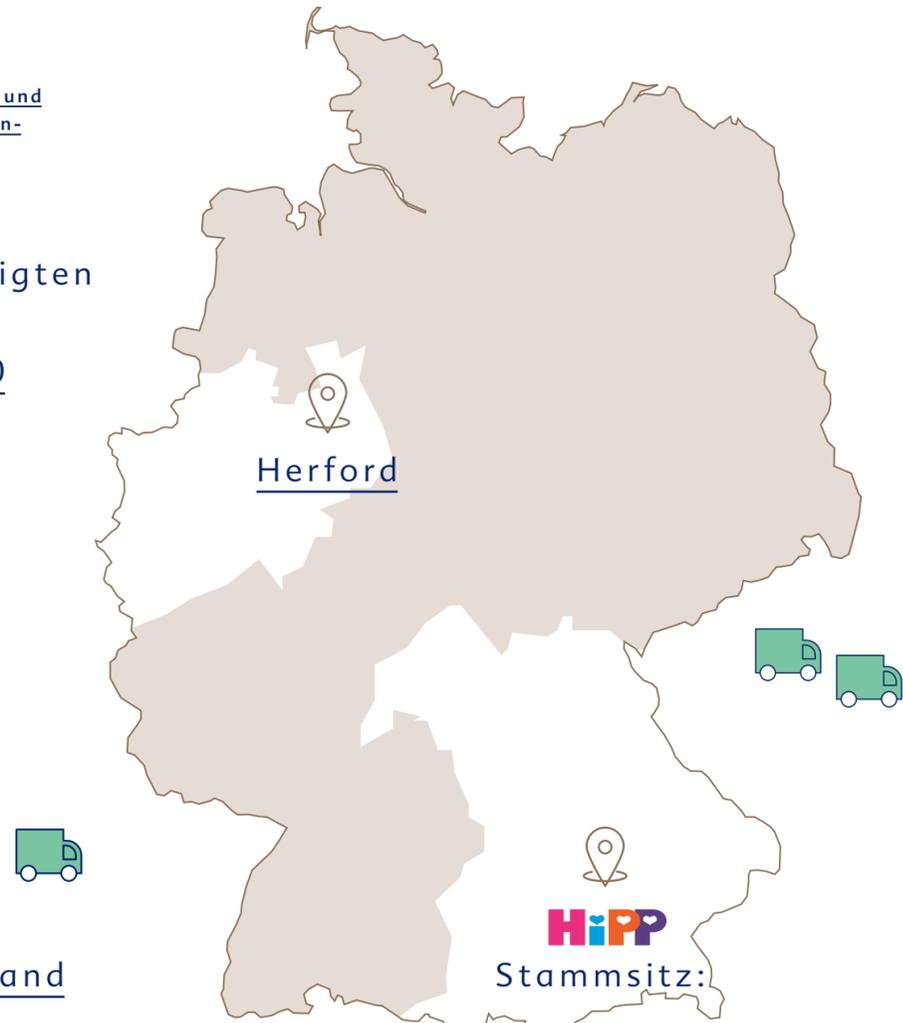


© Stefan Pielow

Geschäftsführende Gesellschafter
**Prof. Dr. Claus Hipp,
Paulus Hipp**

Gesellschafter
**Stefan Hipp,
Sebastian Hipp und
weitere Familien-
mitglieder**

Zahl der Beschäftigten weltweit
ca. 3.500



Produktionsstätten
Deutschland
Kroatien
Österreich
Russland
Schweiz
Ukraine
Ungarn

3

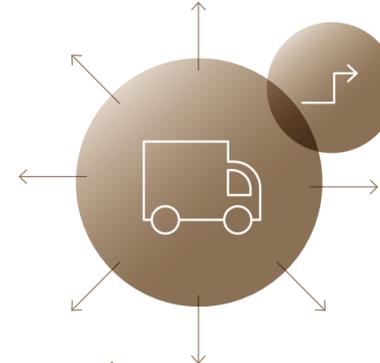
Stammsitz:
**Pfaffenhofen
an der Ilm,**

Deutschland



Unternehmensphilosophie

Herstellung von
Produkten in
Spitzenqualität
und im Einklang
mit der Natur

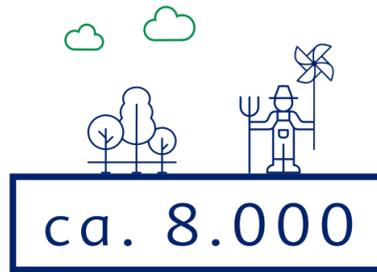


Logistik von morgen

HiPP erhebt derzeit Daten zu sämtlichen Logistikprozessen. Erfasst werden beispielsweise Daten zu Warenbewegungen und Verbräuchen. Im nächsten Schritt identifiziert HiPP mögliche Handlungsfelder und leitet daraus Maßnahmen ab mit dem Ziel, den durch Lagerhaltung und Transport verursachten CO₂-Ausstoß deutlich zu verringern.

CO₂ ist eines der sechs wichtigsten Treibhausgase, die die Entwicklung des Klimas auf der Erde beeinflussen. Am Standort Pfaffenhofen produziert HiPP durch den Einsatz erneuerbarer Energien und den Kauf von CO₂-Zertifikaten mit einer CO₂-neutralen Energiebilanz.

Ausgewählte Absatzmärkte
**Deutschland, Baltikum,
Benelux, Bulgarien, Frankreich,
Großbritannien, Italien, Kroatien,
Österreich, Polen, Russland,
Schweiz, Skandinavien, Südafrika,
Türkei, Ukraine, Ungarn, weitere
ost- und südosteuropäische
Länder sowie China, Vietnam
und weitere asiatische Länder.**



Biobauern produzieren
für HiPP

Produktbereiche (Artikel Deutschland)
Säuglingsmilchnahrungen / Breie / Tees / Müeslis / Riegel – 79
Beikost / Getränke – 202
Babysanft Babypflege / Mamasanft – 35
Säfte / Tees für Schwangere und Stillende – 3
Trink- und Sondennahrung – 17
insgesamt 336

Kundenstruktur

Klassischer Lebensmittel-Einzelhandel
und Drogeriemärkte, Apotheken sowie
Onlinehandel

4

Rhodochlora claushippi –
Der Grünspanner ist das
Wappentier für alle Nachhaltigkeitsaktivitäten der
HiPP Gruppe
Aquarell von
Ruth Kühbänder



Vorwort

Als führender Hersteller von Babynahrung fühlt sich HiPP besonders für die kommenden Generationen verantwortlich. Aus diesem Grund hat umweltbewusstes und nachhaltiges Handeln bei HiPP Tradition. Seit über sechzig Jahren setzt sich unsere Familie dafür ein, die Natur zu schützen, verantwortungsvoll mit ihren wertvollen Ressourcen umzugehen und die biologische Vielfalt zu erhalten. Gleichzeitig übernehmen wir Verantwortung für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ihre Familien und unsere Lieferanten. Damit wir auch morgen noch nachhaltig handeln können, betrachten wir auch die ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit. Wir möchten das sensible Gleichgewicht von Natur, Mensch und Wirtschaft langfristig bewahren.

Mit dem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht schlagen wir sprichwörtlich ein neues Kapitel auf. Erstmals orientiert sich der Bericht am Kriterienkatalog des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) und damit an einem europaweit gültigen Standard. Seit Anfang 2018 sind mehrere hundert Unternehmen in Deutschland verpflichtet, ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten einem Berichtsstandard gemäß zu veröffentlichen. HiPP zählt nicht zu den berichtspflichtigen Unternehmen. Dennoch haben wir uns bewusst entschieden, unserer Vorreiterrolle in Bezug auf Nachhaltigkeit gerecht zu werden, indem wir die Vorgaben des DNK freiwillig erfüllen.

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht beinhaltet im Wesentlichen die Aktivitäten der deutschen Standorte in Pfaffenhofen und Herford. Der Firmengründungsort und der neueste Standort von HiPP bilden die Klammer um alles, was in der HiPP Gruppe geschieht, um die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens als Gesamtes voranzutreiben.

Die Ziele, die wir uns im Nachhaltigkeitsbericht stecken, sollen unser Ansporn für die tägliche Arbeit sein und zugleich jeden Leser motivieren, selbst so nachhaltig wie möglich zu handeln.

Nur gemeinsam können wir die Welt für nachfolgende Generationen lebens- und liebenswert erhalten.

Claus Hipp *Stefan Hipp*
Ihr Prof. Dr. Claus Hipp und Stefan Hipp

Unternehmensprofil

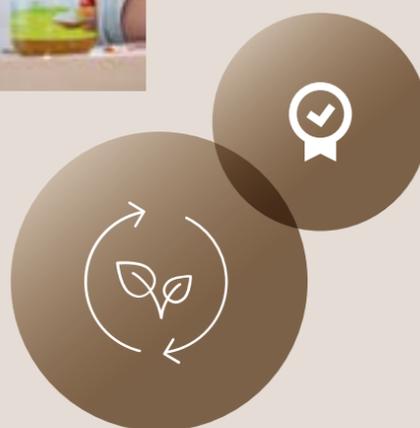
[Von den Anfängen in Pfaffenhofen zum Standort in Herford](#)

- [Historie 08](#)
- [Die HiPP Nachhaltigkeitsleitlinien 12](#)
- [Unternehmensethik 14](#)
- [Anspruchsgruppen und Wesentlichkeit 16](#)
- [Investition in die Zukunft 18](#)



© Bo Lelewel

→ 08



© Jean Schablin

→ 20

HiPP Produkte

[Viele kleine Schritte zur HiPP Spitzenqualität](#)

- [Die HiPP Wertschöpfungskette 20](#)
- [Ausmisten für den Klimaschutz 22](#)
- [Z bis A: vom Zwieback zum Apfelschnitz 24](#)
- [Sicherheit beginnt auf dem Feld 26](#)
- [Innen bio, außen nachhaltig 28](#)

Nachhaltigkeit umgesetzt

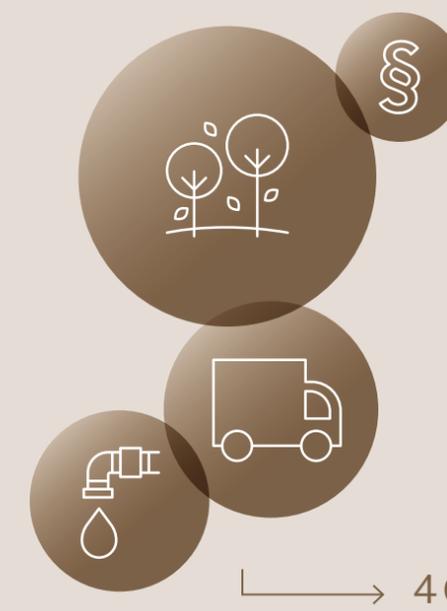
[Blick in den Unternehmensalltag](#)

- [Gruppenweite Verpflichtung zu Nachhaltigkeit 31](#)
- [HiPP als Arbeitgeber 32](#)
- [Ab heute bin ich HiPP 33](#)
- [Ökologischer Landbau und Nachhaltigkeit 34](#)
- [Tierisch gut 36](#)
- [Stakeholder-Dialog Eltern 38](#)
- [Artenvielfalt für alle 40](#)
- [Zweckbau im Holzkleid 42](#)
- [Wir fördern Vielfalt 43](#)
- [Regional aktiv 44](#)

→ 30



© Heiko Wunderlich



→ 46

Globale Sicht, Rückschau und Ausblick

[Zahlen und Daten zur nachhaltigen Entwicklung von HiPP](#)

- [Die Ziele für nachhaltige Entwicklung bei HiPP 46](#)
- [Rückblick soziale Kennzahlen 48](#)
- [Wertstoffe in Herford und Pfaffenhofen 50](#)
- [Was am Ende übrig bleibt 51](#)
- [Nachhaltigkeitsmanagement und -programm 52](#)

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir darauf, gleichzeitig männliche und weibliche Sprachformen zu verwenden.



© HiPP

Unternehmensgründer
Georg Hipp senior

Der Ursprung des Unternehmens: Konditorei HiPP am Hauptplatz in Pfaffenhofen.



© HiPP

1899

Ursprung einer großen Idee

Gegen Ende des vorletzten Jahrhunderts ist Joseph Hipp (1867 – 1926), der aus Günzburg an der Donau stammt, in einer Konditorei und Wachszieherei in Pfaffenhofen tätig, die er später übernimmt.

Joseph Hipp heiratet 1897 die Pfaffenhofenerin Maria Ostermayer und beide legen damit den Grundstein für eine kinderreiche Familie. Nach der Geburt einer Tochter im Jahre 1898 folgen 1899 Zwillinge, deren Ernährung schwierig ist. Da Maria Hipp Probleme beim Stillen hat, ist ihr Mann gefordert, für die Ernährung zu sorgen.

Als ideenreicher Konditor fällt ihm dies nicht schwer: Er backt Zwieback und stellt Mehl daraus her. Mit dem Zwieback-Mehl reichert er die Milch an, die dadurch besser sättigt. Die Zwillinge überleben und gedeihen gut, genauso wie die fünf nachfolgenden Kinder.



Mit Kinder-Zwieback-Mehl wurde HiPP schon Anfang des letzten Jahrhunderts zur Marke

Das erste Produkt

Der Erfolg des Kinder-Zwieback-Mehls ihres Mannes, das Maria Hipp natürlich auch im Laden verkauft, spricht sich herum, und Joseph Hipp beliefert zu Beginn des letzten Jahrhunderts bereits einige Konditorkollegen. So entwickelt sich die Konditorei ganz nebenbei zu einer kleinen Manufaktur für J. Hipp's Kinder-Zwieback-Mehl, das schließlich jahrzehntelang in der bekannten gelb-schwarzen Packung verkauft wird.

Einer seiner Söhne, Georg Hipp senior (1905 – 1967), kümmert sich ganz besonders um das Kinder-Zwieback-Mehl. Er verkauft es als 16-Jähriger in München von Tür zu Tür. Bald wird der elterliche Betrieb zu klein für die nachgefragte Menge an Zwieback.

Unternehmensgründung

1932 gliedert Georg Hipp senior den Zwieback-Bereich aus und gründet eine eigene Firma in Pfaffenhofen. Das Kinder-Zwieback-Mehl bietet HiPP bis in die 1970er Jahre hinein auf dem deutschen Markt an.

Mitte des 20. Jahrhunderts entschließt sich Georg Hipp senior, nach amerikanischem Vorbild industriell gefertigte Beikost in Dosen herzustellen. Im Dezember 1957 kommen vier Artikel auf den Markt: zwei Gemüse- und zwei Menü-Sorten.



Ehrensberger Hof

© Thilo Härdtlein

1959 produzierte HiPP das erste Gläschen, das bis heute Symbol der Marke HiPP ist.

Zunächst stellte HiPP Beikost in Dosen her.



1959

Die erste Beikost im Glas

Schon 1959 stellt das Unternehmen von der Dose auf die viel praktischere und hygienischere Glasverpackung um. Die Palette der HiPP Produkte wächst stetig, von Säften über Junior-Kost bis zu Fleischzubereitungen, von Kinder-Desserts bis zu Kinder-Menüs.

Zeitgleich mit der ersten industriellen Erzeugung von Babynahrung beginnt Georg Hipp senior 1956 mit dem Anbau von Obst und Gemüse auf naturbelassenen Böden und ohne Chemie. Überzeugt von der Idee des Schweizer Dr. Hans Müller, Begründer des organisch-biologischen Landbaus, ist sein Ziel, gesunde und wohlschmeckende Babynahrung aus Bio-Rohstoffen zu produzieren.

Einen großen Anteil daran hat Anny Hipp-Metzner, die Ehefrau von Firmengründer Georg Hipp senior.



Claus und Stefan Hipp

© Stefan Pielow

1967

Das Unternehmen in nächster Generation

Nach dem Tod des Firmengründers übernehmen seine Söhne Claus und Georg die Unternehmensführung. Der jüngere Bruder Paulus folgt später nach. Gemeinsam bauen sie den ökologischen Gedanken Schritt für Schritt aus.

Als Pionier des biologischen Landbaus fährt Claus Hipp selbst von Landwirt zu Landwirt und leistet mühevollen Überzeugungsarbeit. Nach und nach kann er die Bauern für seine Idee gewinnen und ein Netz von Bio-Vertragslandwirten aufbauen.

Heute ist HiPP einer der größten Verarbeiter biologisch erzeugter Rohstoffe weltweit.

1967

... beginnt HiPP auf dem Gelände der ehemaligen Theresienthaler Kammgarnspinnerei im österreichischen Gmunden, **Babynahrung** zu produzieren.



1969

... entwickelt der Künstler Frank A. Gianninoto das HiPP Logo, basierend auf Farben, die junge Mütter besonders ansprechen. Erstmals setzt HiPP das bunte Logo – damals noch mit kleineren Herzen – auf einer Fleischzubereitung ein.

1990

... kommt mit **HIPPon** die erste Milchnahrung von HiPP auf den Markt.

... verwendet HiPP erstmals das eigene **Bio-Siegel**

lange bevor ein staatliches oder EU-weites Siegel verfügbar ist.

1991

Claus Hipp spricht erstmals den legendären Werbeslogan



„Dafür stehe ich mit meinem Namen.“

1994

HiPP gründet gemeinsam mit den Firmen Neumarkter Lammsbräu und Ludwig Stocker Hofpfisterei den **Arbeitskreis ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL)** – heute Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller.

... wird das Werk in **Glina, Kroatien – ehemals Vivera (seit 2.1.2017 HiPP Croatia) – Teil der HiPP Gruppe**. In Glina stellt HiPP Getreide- und Trockenprodukte her.



© Roland Erbacher

... **startet HiPP das Bananenprojekt in Costa Rica**. Langfristige Verträge garantieren den Kleinbauern vor Ort ein sicheres Einkommen. Gleichzeitig bewahrt HiPP durch den Bio-Anbau vor Ort natürlichen Lebensraum für Pflanzen und Tiere.

... führt HiPP am Standort in Pfaffenhofen **als erster Lebensmittelhersteller und dritter Betrieb überhaupt**

das europaweit gültige Eco-Management und Audit-Scheme (EMAS) ein.

... startet das **HiPP Werk im ungarischen Hanságliget** mit der Produktion.

2001

1996

1995



2009

... eröffnet **HiPP das Werk im russischen Mamonowo (bei Kaliningrad)**. Die dortige Produktion ist ausschließlich für den osteuropäischen Markt bestimmt.

2010

... **Der Ehrensberger Hof – im Unternehmen auch kurz E-Hof genannt – erfüllt nun als „Musterhof für biologische Vielfalt“** eine wichtige Rolle in der Erforschung biodiversitätsfördernder Maßnahmen.



© Thilo Händlein

2011

... **Stefan Hipp tritt gemeinsam mit seinem Vater in der Werbung auf.**

2014

... **stellt im Juli der Produktionsstandort Gmunden komplett auf Quetschbeutel und Schalenmenüs um**. Den letzten Gläscentransport verabschiedet die ganze Belegschaft.



... **eröffnet das neue HiPP Parkhaus in Pfaffenhofen**. Mit seiner außergewöhnlichen Fassadengestaltung setzt es Maßstäbe in Bezug auf nachhaltiges Bauen.

... sind erstmals alle Produktionsstandorte gemäß EMAS und EMAS^{plus} validiert.

... nimmt am Standort Pfaffenhofen das **HiPP Naturkinderhaus als Tagesstätte für Krippen- und Kleinkinder** der HiPP Belegschaft seinen Betrieb auf.

... **übernimmt Stefan Hipp** mit dem Slogan **„Dafür steht der Name Hipp“** das persönliche Statement am Ende der Fernseh- und Radiowerbung.

... erweitert HiPP sein Sortiment um **Bio-Kindergerichte für Krippe und Kindergarten**.

... startet HiPP in Costa Rica die **„Müllsammelaktion zum Schutz von Umwelt und Meeren“**.

Seitdem sammeln Mitarbeiter vor Ort an zwei Tagen pro Woche Plastikmüll, der dann recycelt wird.

2018

2017

2015

Die HiPP Nachhaltigkeitsleitlinien

Verbindliche Grundlage des täglichen Handelns im Unternehmen

Die nachhaltige Herstellung und der Vertrieb zukunftsfähiger Produkte sind für HiPP als internationalen Baby-nahrungshersteller ein besonderes Anliegen.

Deshalb setzt HiPP auf die Verwendung von biologisch angebauten Rohstoffen und den Ausbau des Sortimentes mit Bio-Produkten. Die Verknüpfung von ökologischem und ökonomischem Handeln sowie sozialer Verantwortung erfolgt sowohl im Hinblick auf eine verbindliche Ethik als auch zur Entwicklung einer internationalen und generationsübergreifenden Unternehmensstrategie.

Diese Leitlinien von HiPP sind die verbindliche Grundlage für die Definition aller Nachhaltigkeitsziele und gelten für alle Mitarbeiter in der Unternehmensgruppe. Prozesse, Maßnahmen und Projekte sollen auf diese Leitlinien ausgerichtet werden.

HiPP und die Umwelt

HiPP engagiert sich dafür, stets das Gleichgewicht zwischen Natur und Mensch anzustreben. Im Mittelpunkt steht die Erhaltung der Lebensgrundlagen durch den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen. Über die Einhaltung aller relevanten Gesetze und Regelungen hinaus setzt HiPP sich selbstverpflichtend weitergehende Ziele. In diesem Sinne werden das betriebliche Umweltmanagement durch geeignete Maßnahmen kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert sowie zugleich negative Auswirkungen des unternehmerischen Handelns auf die Umwelt reduziert. Dafür wurden gruppenweite Richtlinien etabliert, die stetig weiterentwickelt werden. Unter anderem zählt dazu ein hoher ökologischer Standard durch die Erfüllung international gültiger Umweltmanagementsysteme (ISO 14001 und EMAS). In diesem Rahmen entwickelt HiPP geeignete Maßnahmen gegen den Klimawandel, gegen die Verknappung von natürlichen Ressourcen und gegen das Artensterben. Die Ziele sind dabei die Senkung von Emissionen, die Vermeidung des Einsatzes fossiler Rohstoffe und die Verringerung des sonstigen Ressourcenverbrauchs. Durch das Engagement gegen Grüne Gentechnik und mit der Erforschung von naturnahen landwirtschaftlichen Methoden fördert HiPP die biologische Vielfalt.

HiPP und die Wertschöpfung

Nachhaltige Entwicklung kann nur durch das Zusammenwirken verschiedener Akteure gewährleistet werden. Deshalb erwartet HiPP von seinen Partnern, dass sie sich den gleichen sozialen und ökologischen Anforderungen stellen wie HiPP selbst. Darüber hinaus verpflichten sich Lieferanten dazu, alle von HiPP formulierten Umwelt- und Sozialstandards ebenfalls einzuhalten. Im Bereich der Lieferkette zählen dazu vor allem die selbstverständliche Einhaltung der Menschenrechte, der Verzicht auf Kinderarbeit sowie die Gewährleistung angemessener Arbeitsbedingungen und Sozialleistungen. HiPP erwartet, dass Mitarbeiter fair entlohnt werden. Sie sollen mit ihren Familien ein würdiges Leben führen können, das ihnen die Teilhabe an der Gesellschaft ermöglicht. Das Unternehmen HiPP strebt im Sinne einer nachhaltigen Wertschöpfung eine Gewinnoptimierung statt einer Gewinnmaximierung an. Eine „Billigpreis-Politik“ zu Lasten der Qualität von Produkten und damit in der Regel auch zu Lasten der Umwelt und der Verbraucher lehnt HiPP ab. Unternehmerisch heißt das, über Quartalsergebnisse hinauszudenken und sich an nachhaltigen Werten zu orientieren.



HiPP und die gesellschaftliche Verantwortung

Die Unternehmenstätigkeiten von HiPP sind von der ganzheitlichen und übergeordneten gesellschaftlichen Verantwortung geprägt. Der Anspruch von HiPP ist es, glaubwürdig zu handeln. Gegenüber den Kunden verpflichtet sich HiPP, gleichbleibend hohe Qualität zu produzieren. Den Partnern bringt HiPP Vertrauen und Respekt entgegen. Innovative, zukunftsfähige Produkte helfen dabei, den nachhaltigen Konsum zu stärken. Darüber hinaus dokumentieren gemeinnützige Maßnahmen das Engagement für die Gesellschaft. HiPP berichtet regelmäßig über die Aktivitäten im Nachhaltigkeitsmanagement und pflegt den Dialog mit der Öffentlichkeit. HiPP ist offen für Fragen von Mitarbeitern, Eltern, Konsumenten, Politikern und sonstigen Interessensgruppen, denn Transparenz gehört zum verantwortungsbewussten Handeln und Wirtschaften. Die Firma HiPP bekennt sich zur kulturellen Vielfalt ihrer Mitarbeiter und ist überzeugt, dass eine gelebte Vielfalt und Wertschätzung dieser Diversität eine positive Auswirkung auf die Gesellschaft und den Unternehmenserfolg gleichermaßen haben.

HiPP als Arbeitgeber

Für HiPP ist soziale Verantwortung eine wesentliche Grundlage für erfolgreiches unternehmerisches Handeln. Als Basis dieses Miteinanders fungiert die Ethik-Charta. Sie leitet alle Mitarbeiter zu einer offenen, kollegialen und menschlichen Unternehmenskultur an, genauso wie zu einem ebensolchen Umgang mit Vertragspartnern, Kunden und Verbrauchern. HiPP bezahlt faire Löhne, die in der Regel übertariflich sind. Das hohe Niveau im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz soll auch langfristig gehalten werden. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, gelebte Diversität, Inklusion und der demographische Wandel haben bei der Gestaltung des strategischen Personalkonzepts eine herausragende Bedeutung.

Christliche Werte tragen das Familienunternehmen HiPP:

Wir achten die Schöpfung und die Würde des Menschen.

Eine nachhaltige Wirtschaftsweise entspricht umfassend diesem Ansatz.

Ökonomische Faktoren bestimmen unseren Erfolg, und doch sehen wir als wahren Maßstab die ethischen Werte im Unternehmen.

Aus unserem Verantwortungsbewusstsein gegenüber Mensch und Natur ist bereits 1999 die HiPP Ethik-Charta hervorgegangen.

In der Ethik-Charta kommuniziert HiPP Regeln für das Verhalten am Markt, gegenüber Mitarbeitern, der Mitarbeiter selbst, gegenüber Staat und Gesellschaft sowie in der Umwelt. Jede Regel wird begründet. Außerdem ist in der Ethik-Charta erklärt, welche Folgen die Einhaltung oder Nicht-Einhaltung der Regel haben kann. Damit erreicht HiPP, dass die Ethik-Charta nicht bloßes Regelwerk bleibt und wie ein Wegweiser wertorientiert die Richtung im täglichen Handeln vorgibt.

Anspruchsgruppen und Wesentlichkeit

Wer sind die Anspruchsgruppen oder sogenannten Stakeholder von HiPP?

In einer Mitteilung der EU Kommission zur „neuen EU-Strategie für die soziale Verantwortung der Unternehmen“ (Dokument 52011DC0681) steht: **Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung gerecht werden, sollten sie auf ein Verfahren zurückgreifen können, mit dem soziale, ökologische, ethische, Menschenrechts- und Verbraucherbelange in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert werden.**

Um dies zu ermöglichen, war es zunächst notwendig, die für das Unternehmen relevanten Anspruchsgruppen zu identifizieren. Das Nachhaltigkeitsteam, Nachhaltigkeitsverantwortliche der Fachbereiche und weitere Entscheider erarbeiteten Anfang 2018 gemeinsam als Arbeitsgruppe die internen und externen Anspruchsgruppen. In den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales identifizierten die Arbeitsgruppen-Teilnehmer die für HiPP relevanten Personen, Gruppen, Institutionen und Organisationen.

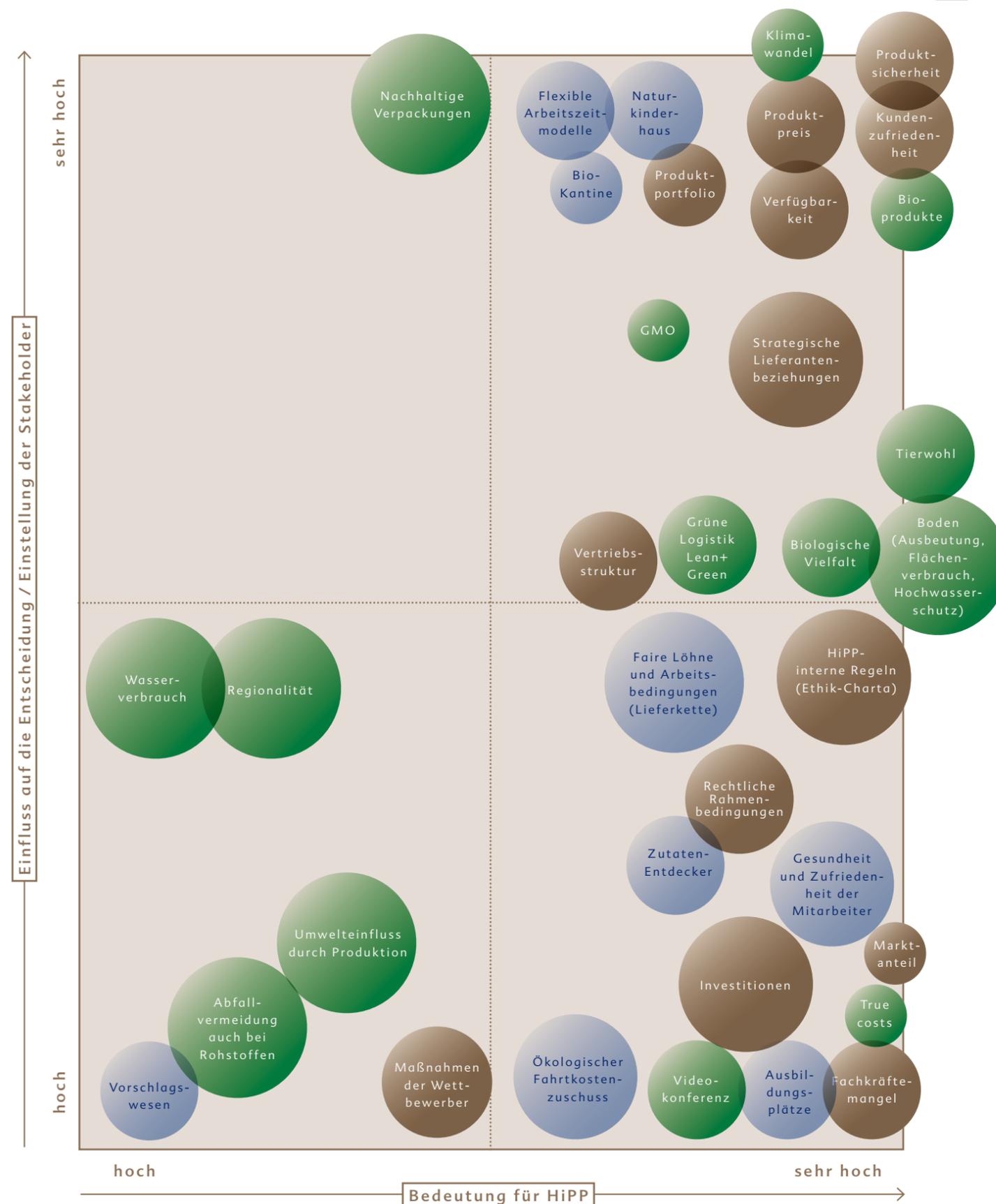
Als Schlüssel-Stakeholder ermittelten die Beteiligten

- [Unternehmerfamilie](#)
- [Aktuelle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter](#)
- [Eltern \(Verbraucher\)](#)
- [Landwirte](#)
- [Kunden und Handel](#)
- [Biozertifizierer](#)
- [Verpackungshersteller](#)
- [Diätverband \(Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde\) und Forschungskreis der Ernährungsindustrie](#)

Damit der Berichtsrahmen sinnvoll eingegrenzt ist und für Anspruchsgruppen bedeutsame Informationen im Mittelpunkt stehen, war es notwendig, wesentliche Nachhaltigkeitsthemen des Unternehmens in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales herauszufinden.

Gemeinsam mit den Nachhaltigkeitsverantwortlichen erarbeitete das Nachhaltigkeitsteam eine große Themensammlung. **Daraus stufen die HiPP Mitarbeiter 36 Themen als wesentlich für HiPP ein.**

Das Ergebnis der Wesentlichkeitsanalyse bildet die Matrix auf Seite 17 ab.



Investition in die Zukunft

Ende 2016 unterzeichneten Vertreter der HiPP Gruppe und der DMK Group den Anteilskaufvertrag für die MIG (Milchwirtschaftliche Industrie Gesellschaft Herford GmbH & Co. KG). Mit dessen Inkrafttreten übernahm die HiPP Gruppe das in den vergangenen Jahren gemeinsam geführte Unternehmen.

Im Juni 2017 hieß die Gesellschafterfamilie die neuen Mitarbeiter von HiPP persönlich im Unternehmen willkommen.

Bei dieser ersten Mitarbeiterversammlung als Teil der HiPP Familie erfuhren die Kollegen aus Herford Wesentliches über das Familienunternehmen, die Marke sowie einzelne Fachbereiche. Seither ist viel passiert und der neue Standort ist mittlerweile fest in der Gruppe verankert. In Herford sind inzwischen über 600 Mitarbeiter beschäftigt. Damit stellt HiPP einen der größten Arbeitgeber in der Region dar.

Über 100.000 Kilogramm Babynahrung produziert HiPP am Säuglingsmilchnahrungs-Standort täglich. Dabei gehen modernste Produktionsverfahren, aufwändige Labortechnik und umfangreiche Qualitätskontrollen Hand in Hand. Durch die hohe Auslastung des Betriebes ist es notwendig, die Kapazität weiter auszubauen. Dies geschieht unter anderem durch den Neubau von zwei Sprühtürmen, die voraussichtlich Ende 2020 fertiggestellt sind. Ein Gesamtbetriebsrat ist für die deutschen Standorte seit Oktober 2017 installiert. Seit März 2018 arbeiten die Mitarbeiter am HiPP Standort Herford mit den HiPP IT-Systemen und sind damit in die IT-unterstützten Prozesse der Gruppe integriert.



Aktuelle EMAS-Urkunde für den Standort Pfaffenhofen



Aktuelle EMAS-Urkunde für den Standort Herford

Einheitliche Standards für eine Marke

Seit 1995

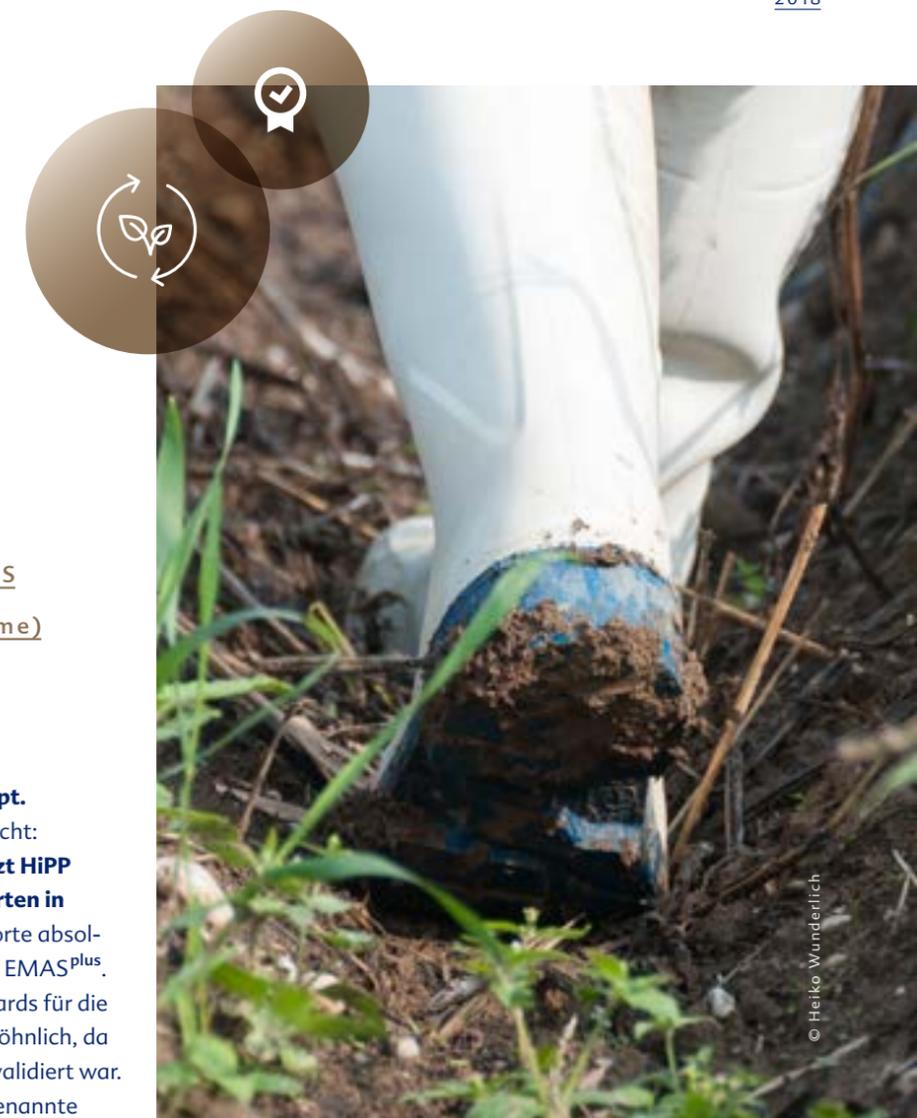
ist das HiPP Werk in Pfaffenhofen nach dem Umweltmanagementsystem EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) validiert.

Damals als eines der ersten Unternehmen überhaupt.

Seit Juli 2018 wird HiPP erneut seiner Pionierrolle gerecht: **Als erster Lebensmittel verarbeitender Betrieb setzt HiPP flächendeckend EMAS an allen Produktionsstandorten in der Europäischen Union (EU) ein.** Alle EMAS-Standorte absolvierten zusätzlich ein Audit nach dem Sozialstandard EMAS^{plus}. Somit gelten nun innerhalb der EU einheitliche Standards für die Marke HiPP. In Kroatien war das Verfahren außergewöhnlich, da dort bislang kein einziges Unternehmen nach EMAS validiert war. Den deutschen Auditor unterstützten daher eine sogenannte Witness-Auditorin aus Slowenien und eine Vertreterin der kroatischen Akkreditierungsstelle. Erfolgreiche EMAS-Premiere hatte auch der Standort in Herford. Die Umsetzung der beiden Standards ist gerade für das erst seit kurzem zur HiPP Gruppe zählende Werk ein erster wichtiger Baustein und zugleich Ansporn für die weitere nachhaltige Entwicklung.



© Manfred Grünwiedl



© Heiko Wunderlich

Seit 2018

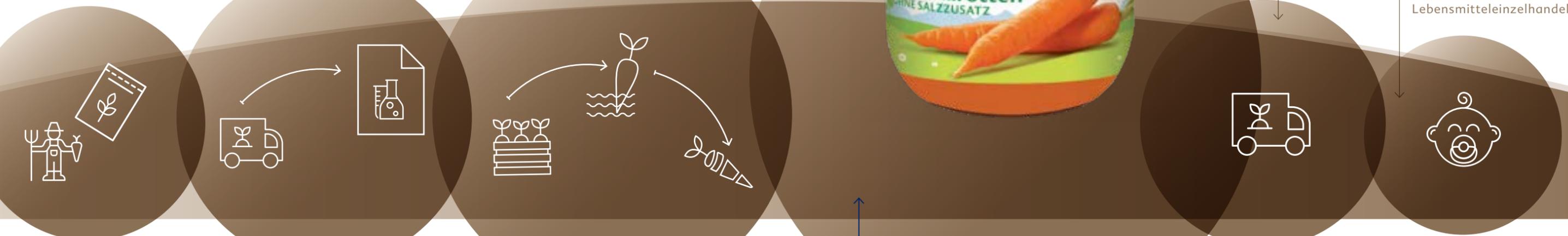
setzt HiPP flächendeckend EMAS an allen Produktionsstandorten in der Europäischen Union (EU) ein.



Die HiPP Wertschöpfungskette

Exemplarisch durchlaufen wir am Beispiel des Beikost-Gläschens

„Reine Früh-Karotten“ die Wertschöpfungskette eines HiPP Produkts in Bio-Qualität:



Mit Boden- und Saatgutkontrollen legt HiPP gleich zu Beginn die Grundlage für die Produktqualität. Sind Acker und Saatgut einwandfrei, baut der Landwirt Bio-Früh-Karotten für die HiPP an.

Nach der Ernte liefert er das Bio-Gemüse ins Werk nach Pfaffenhofen. Dort zieht ein Mitarbeiter der Qualitätssicherung Musterproben, die im Labor auf unerwünschte Rückstände untersucht werden. Die gesamte Analytik von Rohwaren und Produkten im Rahmen der Qualitätssicherung erfolgt nach modernsten Methoden. Das werkseigene, akkreditierte Labor zählt zu den besten in Europa. Zusätzlich unterstützen unabhängige externe Labore bei der Sicherung der HiPP Bio-Qualität.

Wenn die Analyse der Bio-Früh-Karotten ohne Beanstandung abgeschlossen ist, darf die Lieferung in der Produktion verarbeitet werden. Zunächst wird das Bio-Gemüse gereinigt und gewürfelt. Auch an diesem Punkt überprüfen Mitarbeiter unterstützt von opto-elektronischen Geräten die Gemüswürfel. Schadhafte Stückchen sortiert HiPP aus.

Nach dem Garen wird der Bio-Gemüsebrei abgefüllt. Die noch leeren Gläschen untersucht zunächst eine Maschine auf eventuelle Haarrisse oder Beschädigungen. Beschädigte Gläschen werden automatisch aussortiert und zurück zur Glashütte geliefert. Die mit Bio-Früh-Karotten befüllten Gläser werden im sogenannten Autoklaven haltbar gemacht. Anschließend erhält jedes Gläschen am Deckelrand eine fortlaufende Nummer, mit Hilfe derer alle Inhaltsstoffe bis aufs Feld zurückverfolgt werden können. Das aufgebrachte Etikett liefert alle relevanten Produktinformationen. In sämtlichen Produktionsstufen erfolgen weitere Qualitätskontrollen.

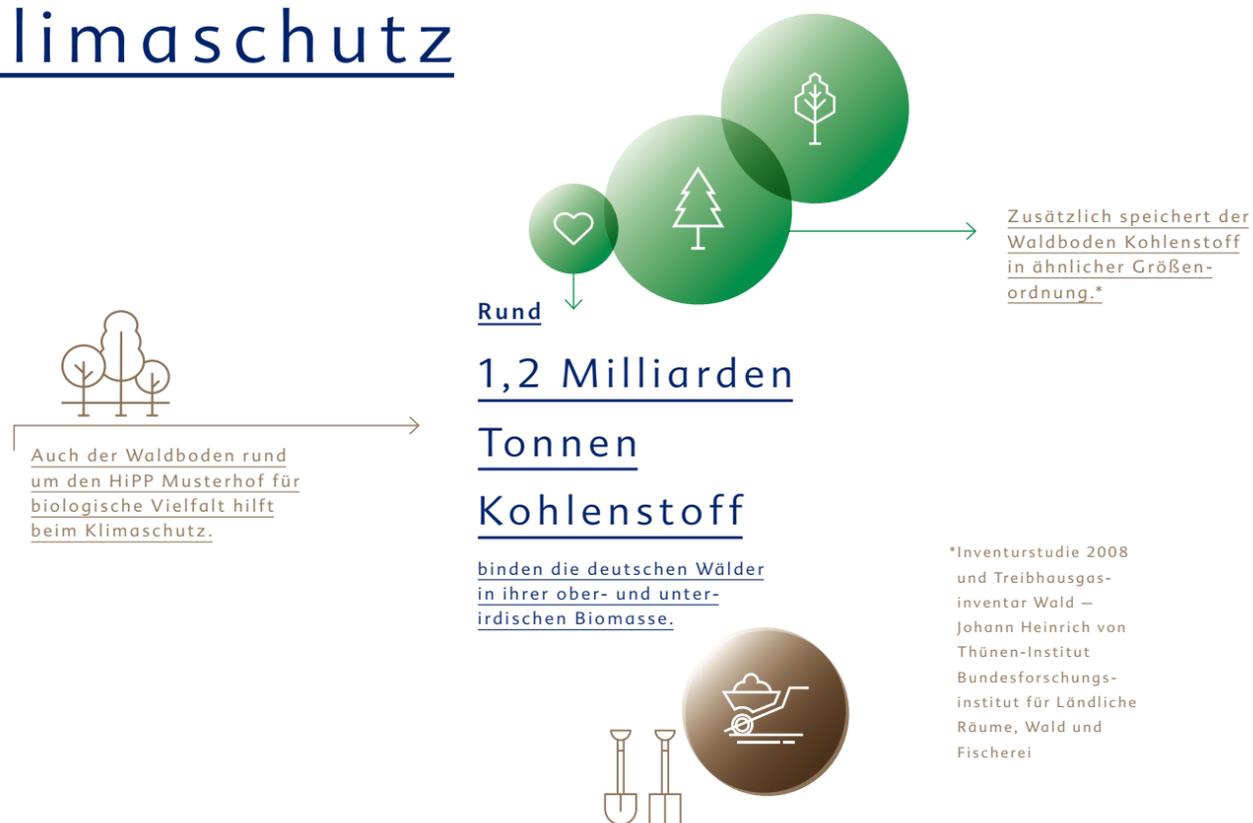
Der Betreiber einer Biogas-Anlage verwendet die Gemüsereste aus der Produktion und erzeugt damit Energie.

Die fertigen Bio-Früh-Karotten-Gläschen verpackt eine Maschine transport-sicher in Trays mit Schrumpffolie. Auf Paletten gelangen die Gläschen zum Logistikzentrum. Von dort aus werden die Gläschen an ihren Bestimmungsort ausgeliefert.

Zum Endverbraucher gelangt das Bio-Früh-Karotten-Gläschen hauptsächlich über den Lebensmitteleinzelhandel.



Ausmisten für den Klimaschutz



Eine lebens- und liebenswerte Welt möchte HiPP nachfolgenden Generationen hinterlassen. Dazu ist es unerlässlich, den Klimawandel so gut es geht aufzuhalten. Ein wichtiger Schritt ist die klimaneutrale Produktion in den HiPP Werken Pfaffenhofen, Gmunden, Glinz und Hanságliget. Durch den Einsatz erneuerbarer Energien produziert HiPP an diesen Standorten klimaneutral. Verbleibende Emissionen, die zum Beispiel durch Dienstreisen anfallen, gleicht das Unternehmen durch Unterstützung internationaler Klimaschutzprojekte aus. Langfristig möchte die Geschäftsleitung erreichen, dass die Rest-Emissionen über eigene Projekte kompensiert werden. Aus diesem Wunsch entstand das CO₂-Kompensations-Projekt.

Kompost mit Klimaeffekt
Als idealer Standort für den Projektstart hat sich Stefan Hipps landwirtschaftliches Gut im polnischen Podangen herauskristallisiert. Er bewirtschaftet den Betrieb seit 16 Jahren und entwickelt ihn seither konsequent zu einem zweiten HiPP Musterhof weiter. Zwei bis drei Monate im Jahr verbringen die Angusrinder und Schafe, die Stefan Hipp dort hält, wegen der kalten Witterung im Stall. Der in dieser Zeit anfallende Mist wurde bislang auf einem normalen Misthaufen gesammelt. Der Kompost-Spezialist Tobias Bandel von Soil & More zeigte den Mitarbeitern in Podangen, wie sie den Mist fachgerecht bearbeiten und dadurch Humus bilden. Durch sein umfangreiches Fachwissen zum Thema Boden ist Bandel der ideale Partner für HiPP. „Das Schöne am Kompostieren ist, dass wir mindestens drei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Erstens erhöhen wir durch den Humusaufbau den Wert der landwirtschaftlichen Fläche, zweitens erreichen mehr Nährstoffe zum richtigen Zeitpunkt die Pflanze und wir binden drittens – quasi als Nebeneffekt – CO₂: So können wir Emissionen an anderen Orten ausgleichen“, erklärt Bandel.



Der Wald um den HiPP Musterhof

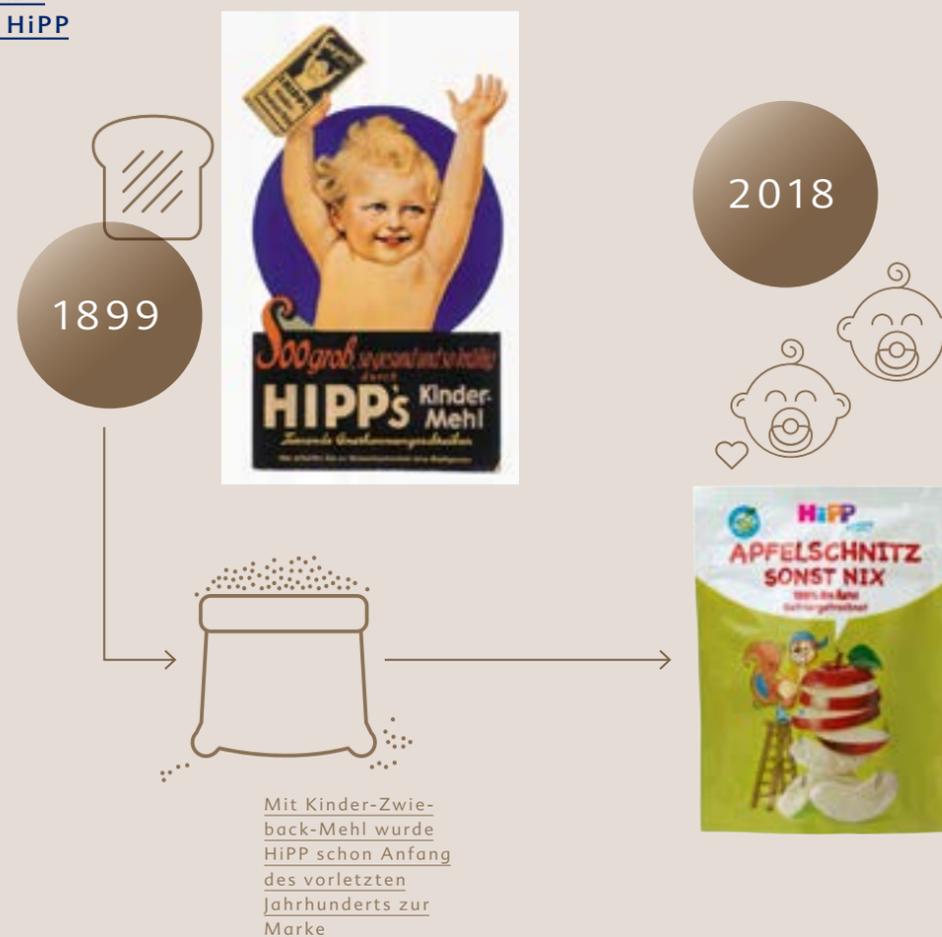
Geringer Einsatz mit großer Wirkung
Seit kurzem ergänzt ein sogenannter Kompostwender die landwirtschaftlichen Gerätschaften in Podangen. Der Wender durchlüftet die Kompost-Miete vorsichtig und gewährleistet so den Humusaufbau. Stefan Hipp betont beim ersten Einsatz des Geräts: „Dass wir mit so einfachen Mitteln eine derartige ökologische Verbesserung erreichen, ist schon sehr beeindruckend.“ Humusreiche Böden nehmen mehr Wasser auf und speichern es. Dadurch kommt es nicht zu Abschwemmungen

und es entsteht ein natürlicher Hochwasserschutz. Auch in Jahren mit ungünstiger Witterung sind Erträge auf gesunden Böden gewährleistet. Durch die verbesserte Bodenbeschaffenheit verringert sich der Aufwand, mit dem der Landwirt den Boden bearbeiten muss. HiPP stellt die Erkenntnisse aus dem CO₂-Kompensations-Projekt seinen Rohstoff-Lieferbetrieben zur Verfügung und möchte dadurch flächendeckend von den Vorteilen einer gezielten Kompostierung überzeugen. Denn das Klima schützen kann nicht ein Unternehmen alleine.

Z bis A: vom Zwieback zum Apfelschnitz

„Not macht erfinderisch“ trifft ziemlich genau auf das erste HiPP Produkt vor fast 120 Jahren zu. Ohne das Kinder-Zwieback-Mehl hätten die Zwillinge von Joseph Hipp 1899 vermutlich keine Chance gehabt zu überleben.

Den Weg vom Kinder-Zwieback-Mehl zum Apfelschnitz gehen wir gemeinsam mit Reiner Tafferner, der seit 27 Jahren die Marke HiPP als Marketingdirektor entscheidend prägt.



„Wir erfüllen mit unseren neuen Produkten das, was sich Eltern für die Ernährung ihrer Kinder wünschen.“

Herr Tafferner, die Idee für das Kinder-Zwieback-Mehl ist aus der Not heraus geboren.

Wie entstehen heute Produkte bei HiPP?

Tafferner: **Schon mit den ersten Artikeln ist es HiPP gelungen, den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden.** Das ist heute nicht viel anders. Wir erfüllen mit unseren neuen Produkten das, was sich Eltern für die Ernährung ihrer Kinder wünschen. Wobei der Kontext natürlich verglichen mit 1899 unterschiedlicher nicht sein könnte. Heute entsteht ein neues Produkt unter komplett anderen Rahmenbedingungen: Angefangen von gesetzlichen Vorschriften über Verfügbarkeit der Rohstoffe bis hin zu den Wettbewerbern am Markt gibt es unzählige Einflüsse von außen.

HiPP hat derzeit über 300 Produkte im Sortiment. Welche sind besonders nachhaltig?

Tafferner: Grundsätzlich kann ich sagen, dass Bio-Produkte an sich schon nachhaltiger sind als konventionelle. **Hervorheben möchte ich die vegetarischen Menüs.** Wenn wir bedenken, welche Auswirkungen der hohe Fleischkonsum der Industrienationen hat, können wir diesen HiPP Menü auf alle Fälle einen Nachhaltigkeitsmehrwert attestieren. Ich glaube auch, dass wir mit diesem Angebot Eltern sensibilisieren, über die Ernährungsgewohnheiten ihrer Familien nachzudenken.

Was sind für Sie die wesentlichen Herausforderungen für HiPP am Markt?

Tafferner: Seit mehr als 60 Jahren bietet HiPP Bio-Produkte in Spitzenqualität. Das war lange ein Alleinstellungsmerkmal. In den Regalen finden Verbraucher viele Anbieter, die auch Babynahrung in Bioqualität anbieten. Einer unter vielen zu sein, erfordert ein anderes Auftreten. **Wir müssen viel ausführlicher erklären, was das Unternehmen gerade im Hinblick auf Nachhaltigkeit unternimmt.** Genauso ist es wichtig, den Konsumenten zu vermitteln, dass wir die komplette Kette von der ersten Bodenprobe und der Analyse der Rohstoffe bis hin zur Auslieferung im Blick und im Griff haben.

Der Zwieback von 1899 steht dem Apfelschnitz aus 2018 gegenüber. Was macht das neue Kinder-Sortiment so besonders?

Tafferner: Das neue Kinder-Sortiment besteht aus 18 Produkten für zwischendurch, die alle in Bioqualität und von der Zusammensetzung und den Nährstoffen her ausgewogen sind. Der „Apfelschnitz sonst nix“ beispielsweise besteht ausschließlich aus reinen, gefriergetrockneten Bio-Apfelschnitzen. **Alle Produkte sind für Kinder attraktiv, haben originelle Namen und eine lustige, farbenfrohe Aufmachung. Kinder lieben sie und Eltern haben beim Kauf ein gutes Gewissen.**

HiPP: Spitzenqualität seit mehr als 60 Jahren

Sicherheit beginnt auf dem Feld

Für HiPP beginnt die Produktsicherheit schon bei der Auswahl der geeigneten Felder für den HiPP Bio-Anbau. Bereits hier legt das Unternehmen den Grundstein für eine hervorragende Produktqualität und -sicherheit.

Die Betreuung der Bio-Lieferanten stellt ein weiteres wichtiges Element der Qualitätssicherung dar. Wenn die HiPP Partner wissen, worauf sie bei Aufzucht, Anbau, Lagerung und Lieferung achten müssen, schließen sie aus, dass unerwünschte Stoffe in den Rohstoff gelangen und dieser von HiPP nicht verwendet werden darf.

Die konstruktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Erzeugern und Lieferbetrieben gewährleistet damit auch ein schonendes Ressourcenmanagement. Denn unnötige Lebensmittelverschwendung schließen wir so frühzeitig aus.

Die zahlreichen Analysen, die bereits bei der Auswahl der Felder für den Bio-Anbau beginnen und beim fertigen Produkt enden, sollen also in erster Linie bestätigen, dass die Experten von HiPP gemeinsam mit den Rohstofflieferanten und -produzenten alles richtig gemacht haben. **Grundsätzlich ist der ökologische Landbau bezüglich möglicher Rückstände im Vorteil gegenüber nicht ökologisch betriebenen Flächen.** Denn robustes Bio-Saatgut benötigt auf einem humusreichen Bio-Acker nicht viel, um gesund zu gedeihen.

Bevor ein HiPP Artikel zum Kunden gelangt, belegen je nach Produkt unterschiedlich viele Untersuchungen die einwandfreie Produktqualität. Rohstoffe und Produkte überprüft HiPP im werkseigenen, akkreditierten Labor, **das mit seinen Analysemethoden und der modernen Ausstattung zu den Besten in Europa zählt.** Neueste Technologien und hochwertiges Laborequipment ermöglichen es den Spezialisten, selbst kleinste Rückstandsmengen und Verunreinigungen zu erfassen.



© Heiko Wunderlich



Auf bis zu

1.200

Substanzen werden die Bio-Rohstoffe vor der Verarbeitung untersucht



© Heiko Wunderlich



Auch während der Produktionsphase analysieren Experten die HiPP Bioproducte.

Das Endprodukt erhält eine eindeutig zuordenbare Nummer, die alle Produktionsstufen zurückverfolgbar macht.

HiPP stellt strengere Anforderungen an seine Produkte im Hinblick auf Rückstände und sogenannte Kontaminanten, als der Gesetzgeber verlangt.

Innen bio, außen nachhaltig

Von der historischen Schachtel für J. Hipp's Kinder-Zwieback-Mehl bis heute hat HiPP unzählige Produktverpackungen verwendet und verschiedenste Verpackungskonzepte entwickelt.

Mit der wachsenden Menge an Verpackungsmüll und den damit verbundenen kritischen Fragen setzt sich das Unternehmen seit langem intensiv auseinander. HiPP versucht den Spagat zwischen Produkt- und Umweltschutz möglichst gut zu bewältigen. Thomas Sauerwein, Leiter Verpackungstechnik, beantwortet Fragen zum Status quo bei HiPP.

Herr Sauerwein, was war für Sie ein Nachhaltigkeits-Meilenstein in den vergangenen Jahren, bezogen auf die HiPP Verpackungen?

Sauerwein: **Das Verpackungs-Team hat 2016 das Gläschen – also quasi die HiPP Ikone – optimiert. Das ist uns gelungen, indem wir die Öffnung um 42 Prozent vergrößert haben.**

Dadurch erleichtern wir unseren Kunden das Füttern der Babys wesentlich. Mit allen Innovationsschritten wurde unser Glas über die Jahre immer leichter. Zum Teil erreichen wir bis zu 20 Prozent Gewichtsersparnis. Auch bei unserem neuen Glasdesign konnten wir diese Entwicklung fortsetzen und dadurch die Umweltbelastungen verringern. Das neue Design hat auch Auswirkungen auf den Verschluss, der jetzt einen schmalen Rand hat. **Durch die neue Form ergibt sich eine Ersparnis von rund 77 Tonnen Weißblech jährlich. Wir schonen Ressourcen, verursachen weniger Müll und müssen weniger Material einkaufen.**

Welche Ziele verfolgt HiPP im Hinblick auf die zunehmende Menge an Kunststoffverpackungen?

Sauerwein: Um Lebensmittel sicher und hygienisch verpackt anbieten zu können, gibt es derzeit außer der Glasverpackung noch keine zufriedenstellende Alternative zu Kunststoff. Durch die vielfältigen Eigenschaften können wir derzeit auf Kunststoffe nicht verzichten. **Schließlich haben wir auch die Pflicht, die HiPP-Produkte optimal zu schützen.** Nur dann können wir sicherstellen, dass beim Verbraucher die gleich hohe Qualität ankommt, mit der die Produkte das HiPP Werk verlassen haben.

Wie setzt sich HiPP aktiv für weniger Müll ein?

Sauerwein: Prinzipiell sprechen wir bei den unterschiedlichen Verpackungen von Rohstoffen – beispielsweise Glas, Fasernstoffe, Metalle und Kunststoffe. **Wir sprechen bewusst nicht von Müll, da diese Stoffe in einem geeigneten Sammel- und Verwertungssystem wieder aufbereitet werden können.** Wir prüfen nicht nur, inwieweit wir die Verpackung unserer Produkte optimieren können, sondern beziehen die komplette Wertschöpfungskette in unsere Überlegungen ein. Dabei haben wir auch die Menge des Materials im Blick, das bei der Erzeugung und Verpackung unserer Rohwaren zum Einsatz kommt. Das Gleiche gilt auch für die Verpackungsmaterialien, die notwendig sind, um unsere HiPP Produkte sicher zum Endverbraucher zu transportieren. Wo auch immer möglich, versuchen wir dabei auf alternative Verpackungsformen wie Papier und andere nachwachsende Rohstoffe auszuweichen oder aber zumindest weniger Kunststoff einzusetzen. **Zusätzlich beteiligen wir uns intensiv auf europäischer Ebene an Forschungs- und Entwicklungsprojekten, die sich mit alternativen Verpackungsformen und -materialien beschäftigen.**

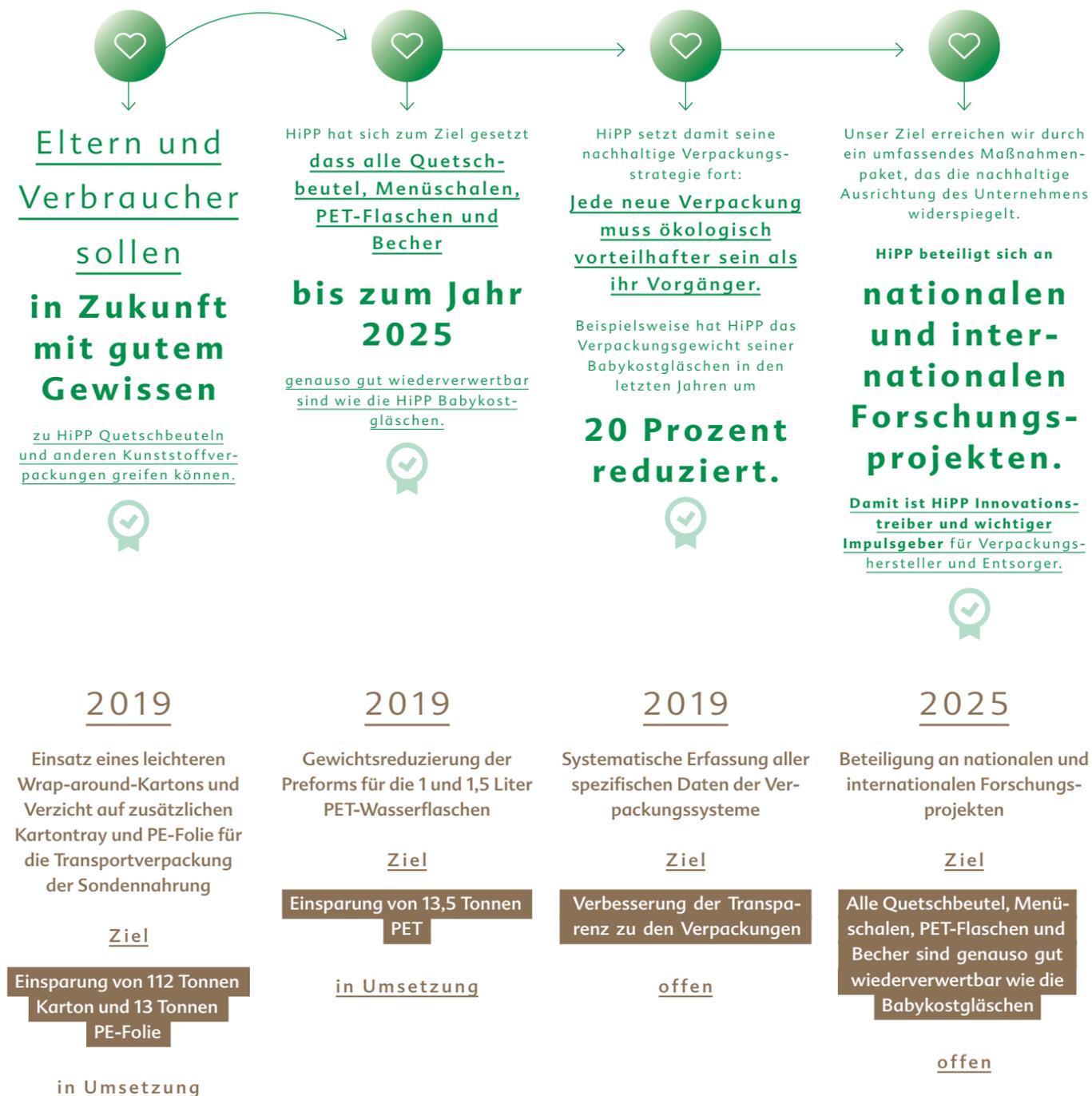
Was sind für Sie die größten Herausforderungen?

Sauerwein: Bei all unseren Vorhaben und Maßnahmen stehen immer die Sicherheit sowie die Qualität des Produktes und damit der Verbraucher im Vordergrund. Das Wohlergehen und die gesunde Entwicklung unserer kleinen Kunden erfordern besonders sorgfältig ausgewählte Verpackungssysteme und -materialien. In dieser Beziehung können und wollen wir keine Kompromisse eingehen. **Diese Anforderung an Sicherheit und Qualität der Verpackungen mit unserem Anspruch an nachhaltige und umweltfreundliche Verpackungen in Einklang zu bringen, ist meines Erachtens die größte Herausforderung.**



HiPP hat einen ökologisch vorteilhaften Karton als Verpackung für Milchmahlungen entwickelt. Durch den Einsatz wasserlöslicher Druckfarben und von FSC-zertifiziertem Karton gewährleistet HiPP hier einen funktionierenden Wertstoffkreislauf.

HiPP handelt





Nachhaltigkeit umgesetzt

Wie sich HiPP im unternehmerischen Alltag nachhaltig aufstellt, erläutern die folgenden Seiten. Dabei geht es um die Verantwortung als Arbeitgeber, das Selbstverständnis als Bio-Produzent, den Umgang mit der Natur und das regionale Engagement. Einleitend erklärt Stefan Hipp, warum sich die HiPP Gruppe zum Nachhaltigkeitsgedanken verpflichtet.



Gruppenweite Verpflichtung zu Nachhaltigkeit



HiPP achtete schon darauf, ökologische, soziale und ökonomische Aspekte bestmöglich in Einklang zu bringen, lange bevor der Nachhaltigkeitsbegriff so etabliert war, wie er es heute ist. Als christlich geprägtes Familienunternehmen sieht sich HiPP in besonderer Verantwortung.

Erstmals schriftlich dokumentiert ist der Nachhaltigkeitsbegriff bereits 1713 in der forstwirtschaftlichen Abhandlung „Sylvicultura oeconomica“ des sächsischen Berghauptmanns Hans Carl von Carlowitz. Darin begründet er, warum eine „nachhaltende“ Bewirtschaftung der Wälder notwendig ist: Damit der Waldbestand langfristig gesichert ist, soll nur so viel Holz geschlagen werden, wie auch nachwachsen kann.

Seit Hans Carl von Carlowitz ist viel Zeit vergangen. Dennoch ist das Wort „Nachhaltigkeit“ moderner und zugleich strapazierter denn je. Knapp 20 Millionen Ergebnisse liefert eine Google-Suche innerhalb eines Wimpernschlags. Das belegt, wie viele dieses Prinzip für sich vordergründig in Beschlag nehmen.

Für HiPP war Nachhaltigkeit nie eine Modeerscheinung und auch nie ein Zug, auf den wir kurz aufspringen. **Seit vielen Jahrzehnten ist der Nachhaltigkeitsgedanke tief im Unternehmen verankert. Der respektvolle Umgang mit der Natur und den natürlichen Ressourcen sowie ein soziales Miteinander sind die Basis für die langfristige Ausrichtung unseres unternehmerischen Handelns in der gesamten HiPP Gruppe.**

Dabei geht es uns nicht darum, kurzfristige Gewinne zu erzielen. Im Sinne einer nachhaltigen Wertschöpfung und zukunftsorientierten Wirtschaftens streben wir eine Gewinnoptimierung und nicht eine Gewinnmaximierung an.

Zum sozialen Aspekt der Nachhaltigkeit zählt für HiPP, dass wir eine zukunftsfähige Gesellschaft mitgestalten. Das erreichen wir, indem wir glaubwürdig handeln. Im Fokus steht dabei die Fürsorge für die gesamte Belegschaft durch gute Arbeitsbedingungen und ein eigenes Gesundheitsmanagement. Außerdem bringen wir uns aktiv an allen Standorten in die regionale Gemeinschaft ein und engagieren uns beispielsweise für benachteiligte Menschen.

Die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit decken wir ab, indem wir mit natürlichen Ressourcen so schonend wie möglich – im biblischen Sinne – umgehen. HiPP engagiert sich für ein Gleichgewicht zwischen Natur und Mensch. Das bedeutet, dass wir Boden, Wasser und Klima möglichst gar nicht belasten. Gleichzeitig wollen wir die biologische Vielfalt erhalten und möglichst fördern. Nur so können wir die Lebensgrundlage für uns und nachfolgende Generationen erhalten. Nur so können wir langfristig die hohe Qualität unserer Produkte gewährleisten. Und nur so bleiben wir an allen Standorten erfolgreich.

Derzeit erleben wir, was es bedeutet, wenn eine Säule der Nachhaltigkeit ins Wanken gerät. Wir spüren hautnah die drastischen Auswirkungen der Schäden, die unser Ökosystem durch Denken und Handeln genommen hat, das nicht nachhaltig ist. Der unweigerliche Verlust der biologischen Vielfalt ist angekommen in unseren heimischen Gärten und passiert nicht mehr weit entfernt zum Beispiel im tropischen Regenwald. Helfen Sie mit, dass das Fundament aller Nachhaltigkeits-Säulen – Ökologie, Ökonomie und Soziales – den aktuellen Herausforderungen standhält!

HiPP als Arbeitgeber

Digitaler Wandel im Personalmanagement

Um als Arbeitgeber zukunftsorientiert handeln zu können, setzt HiPP demnächst eine Software ein, die die Suche nach künftigen Mitarbeitern, die Arbeit der Führungskräfte und der Personalverantwortlichen gleichermaßen erleichtert.



↑ HiPP Auszubildende in ihrer ersten Arbeitswoche

Das SAP SuccessFactors Projekt bei HiPP

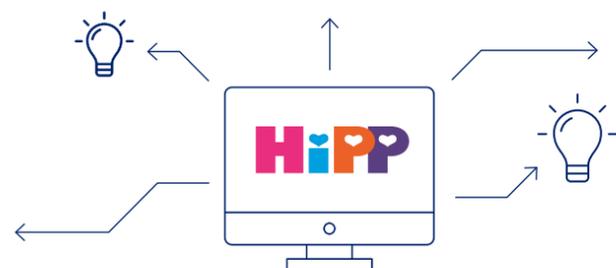
„Woher bekommen wir die besten Talente bei HiPP?“, „Wie können wir unsere Mitarbeiter mit passenden und attraktiven Angeboten weiterbilden und weiterentwickeln?“, „Wie schaffen wir es, dass unsere Führungskräfte relevante Informationen zu Mitarbeitern schnell verfügbar haben?“ und „Wie viele Mitarbeiter mit welchen Qualifikationen arbeiten überhaupt an welchem Standort?“

Mit diesen und vielen vergleichbaren Fragen beschäftigen sich die Personalabteilungen der Standorte und HiPP Mitarbeiter in unterschiedlichen Funktionen immer wieder. Die Bedeutung dieser drängenden Fragestellungen ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Grund sind die Vollbeschäftigung, der demografische Wandel, eine geänderte Anspruchshaltung von Mitarbeitern den Unternehmen gegenüber und viele weitere Faktoren. **Heutzutage macht gerade für jüngere Zielgruppen erst die Arbeit mit modernen, intuitiv bedienbaren Software-Lösungen einen Arbeitgeber attraktiv.** Außerdem verlangt die Größe von HiPP standortübergreifende Personal-Software-Lösungen für die ganze Unternehmensgruppe.

Passende Lösung für aktuellen Bedarf

Das sind die Gründe dafür, dass HiPP über zwei Jahre nach einer adäquaten Personal-Software gesucht hat. Die große Herausforderung dabei war, ein Programm zu finden, das einen Großteil der Personalprozesse vom Eintritt bis zum Austritt eines Mitarbeiters abbildet und zudem mit dem aktuell verwendeten System zu weiten Teilen kompatibel ist. **Ende 2017 entschieden sich die Verantwortlichen schließlich für die neue Personalmanagement-Lösung von SAP, SAP SuccessFactors.** Die Implementierung von SAP SuccessFactors startet am Standort Gmunden in Österreich. Weiter geht es mit den deutschen Standorten Pfaffenhofen und Herford. Ab 2020 ist geplant, auch die nicht-deutschsprachigen Standorte mit dem Programm auszustatten.

Damit ist das Unternehmen für die aktuellen und zu erwartenden Herausforderungen im Personalbereich bestens ausgerüstet.



Ab heute bin ich HiPP

Dass bei allen Maßnahmen zur Digitalisierung trotzdem der Mensch bei HiPP im Mittelpunkt steht, zeigt sich unter anderem in einem Programm, mit dem HiPP neueingestellte Arbeitnehmer am ersten Arbeitstag willkommen heißt.

„Ab heute bin ich HiPP!“ erleichtert seit 2017 den Einstieg in den beruflichen Alltag bei HiPP. Ein Kurzvortrag zur Firma, ein gemeinsamer Rundgang auf dem Firmengelände und das Kennenlernen des Paten tragen dazu bei, dass gerade die spannende Zeit zu Beginn einer neuen Tätigkeit gut gelingt. Dieses „Onboarding“-Programm hilft darüber hinaus, gleich zu Beginn Kontakte zu knüpfen. Der jeweilige Job-Pate aus der neuen Abteilung unterstützt dann im eigenen Arbeitsbereich, stellt umliegende Fachbereiche, Kollegen und sonstige wichtige Dinge vor. Spätestens beim gemeinsamen Mittagessen in der Kantine ist dann auch Zeit, die ersten Eindrücke zu verarbeiten.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Flexible Arbeitszeitmodelle, Gleitzeit ohne Kernzeit oder die HiPP-eigene Kindertagesstätte am Standort Pfaffenhofen erlauben es den HiPP Mitarbeitern, Familie und Beruf gut zu vereinbaren. In vielen Abteilungen gibt es darüber hinaus die Möglichkeit, auch von zu Hause aus zu arbeiten.

Gesundheit als höchstes Gut

Das betriebliche Gesundheitsmanagement umfasst bei HiPP alle Maßnahmen zur Verbesserung von Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz, beispielsweise durch gezielte Beratung, Vorsorge oder individuelle Angebote. **Seit 2018 beschäftigt das Unternehmen eine Fachkraft für Ergonomie und Firmenfitness, die den Arbeitnehmern wertvolle Tipps unter anderem zu korrekter Sitzhaltung oder Bildschirmposition gibt.** Darüber hinaus bietet HiPP ein vielfältiges Programm unter anderem mit mobiler Massage, Yoga, gemeinsamen Sportaktivitäten bis hin zum vergünstigten Fahrrad-Leasing.

Bestens gepflegt

Vielfach ausgezeichnet ist die Betriebsgastronomie am Standort Pfaffenhofen, die nicht nur bei Mitarbeitern, sondern auch bei Besuchern wegen des erstklassigen Essens beliebt ist. Durch das abwechslungsreiche Bio-Angebot mit hohem Anteil an vegetarischen und veganen Gerichten trägt HiPP entscheidend zu einer gesunden Ernährung der Mitarbeiter bei. Der Ideenreichtum auf dem Speiseplan spiegelt sich auch in Nachhaltigkeitsaktivitäten: **„Zu gut für die Tonne“ heißt eine regelmäßig wiederholte Aktion der bio-zertifizierten Kantine, mit der die Mitarbeiter aktiv der Lebensmittelverschwendung entgegenwirken.**



Ökologischer Landbau und Nachhaltigkeit

Seit mehr als 60 Jahren verarbeitet HiPP Bio-Rohstoffe. Warum der biologische Landbau das Fundament eines nachhaltigen Lebensmittelherstellers ist, erläutert Hubertus Doms, Geschäftsleiter Werk Pfaffenhofen und Nachhaltigkeitsbeauftragter der HiPP Gruppe.

Auf Vielfalt bauen

Im ökologischen Landbau läuft vieles anders als auf nicht ökologisch bewirtschafteten Feldern. Schon bei der Aussaat setzen Bio-Betriebe auf Vielfalt. Durch sinnvollen Fruchtwechsel erhalten sie die Bodenfruchtbarkeit und gewährleisten dadurch, dass auf ihren Feldern dauerhaft gesunde Lebensmittel wachsen können. Die Nährstoffe, die eine Pflanze dem Boden entzieht, sollten von der folgenden Frucht wieder zurückgegeben werden. Dadurch bleibt der Boden lebendig und widerstandsfähig. Humusreicher Bio-Boden ist außerdem wichtig für den Klimaschutz, da er Kohlendioxid bindet, statt es in die Atmosphäre abzugeben. Und Schädlingen, die – wie beispielsweise der Maiszünsler – eine Pflanze besonders lieben, entziehen die Bauern durch sinnvolle Fruchtfolgen die Lebensgrundlage.

Auf Nützlinge setzen

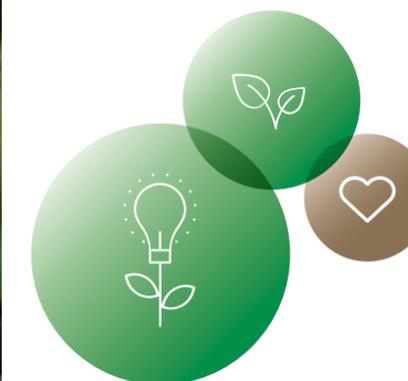
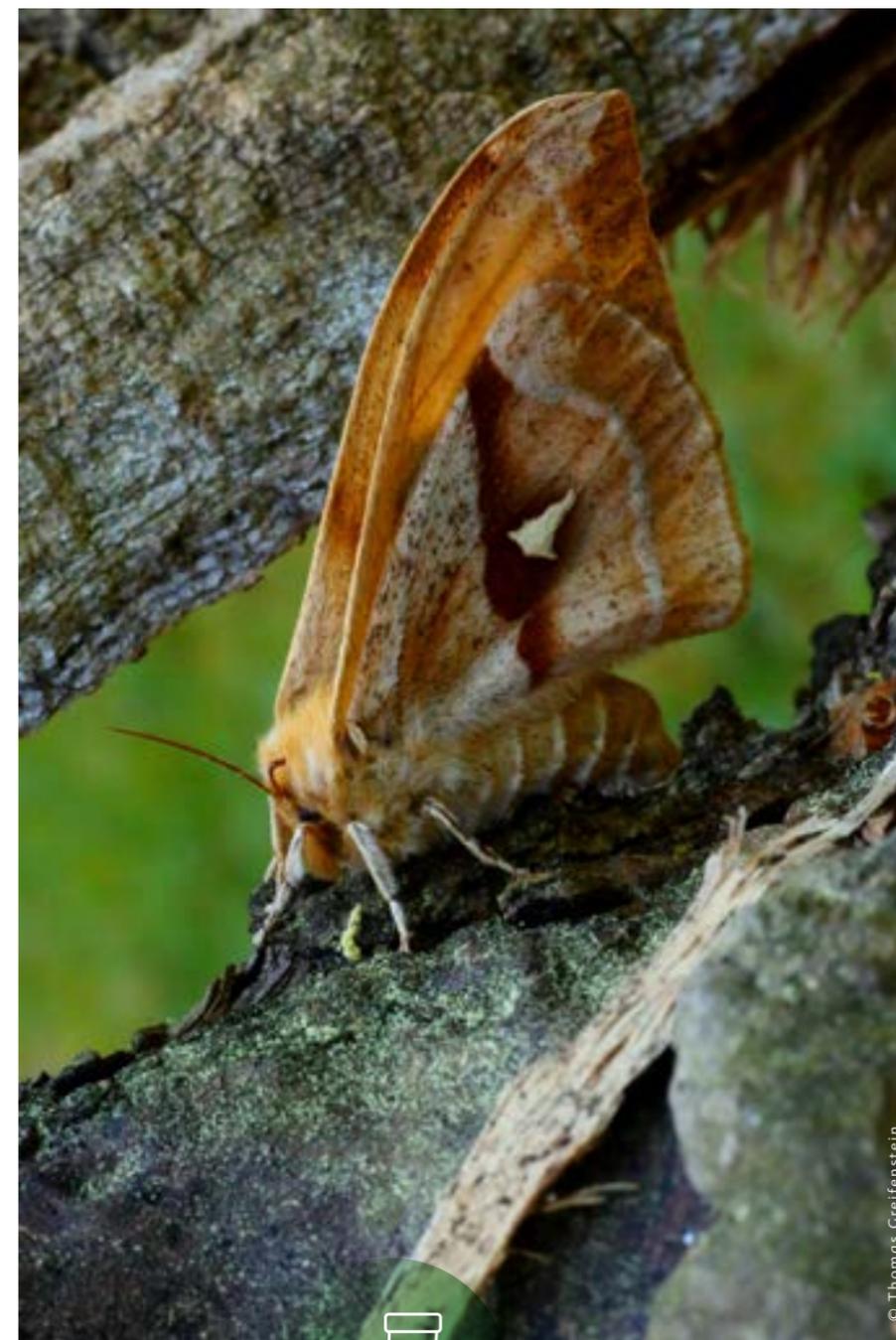
Im ökologischen Landbau locken die Landwirte gezielt Nützlinge an und beugen so Schädlingsbefall vor. Pestizideinsatz erübrigt sich damit. Dass Pestizide Nützlinge wie Schädlinge gleichermaßen vernichten, wird leider noch häufig übersehen. Das ist besonders fatal für Insektenfresser wie kleine Vögel und Fledermäuse. Nur als Beispiel: Eine Meise frisst pro Tag etwa 8.000 Blattläuse. Wenn wir also die Insekten aus der Natur vertreiben, nehmen wir vielen Tieren die Nahrungsgrundlage und erzeugen andere Regelkreise, die außerhalb einer natürlichen Ausgewogenheit liegen.



Auf dem Weg zu Bio unterstützen

Auch wegen fehlender Transparenz beachten viele Verbraucher beim Lebensmittelkauf zu wenig die gesellschaftlichen und ökologischen Folgekosten von nicht ökologisch produzierte Waren. Die Preise für diese Lebensmittel wären weit höher, würden wir beispielsweise die Kosten für die Trinkwasserreinigung von Düngerrückständen aufschlagen. Kaum zu beziffern ist auch der Schaden, der uns allen durch den massiven Artenverlust gerade bei Fluginsekten bereits entsteht und noch entstehen wird. Mittlerweile reicht der Artenschwund bis in unsere Nahrungskette: Mit dem Rebhuhn ist ein für Mitteleuropa charakteristischer Vogel fast überall ausgestorben. Grund genug, endlich zu handeln und Landwirte darin zu bestärken, auf Öko-Landbau umzusteigen. Noch sind die Hürden gerade für kleinere Betriebe häufig zu hoch. Dabei sind auch und gerade die verarbeitenden Betriebe gefordert, die Landwirte zu unterstützen. Das wäre ein wichtiger Baustein in der gesamten Kette, um den Anteil der Bio-Bauern langfristig deutlich zu erhöhen. **Auch im Bio-Anbau können wir natürlich noch viel verbessern, doch bereits heute ist dieser Art der Landwirtschaft durch ihre zahlreichen positiven Effekte für Menschen und Tiere aus unserer Sicht DIE richtige Anbauform der Zukunft.**

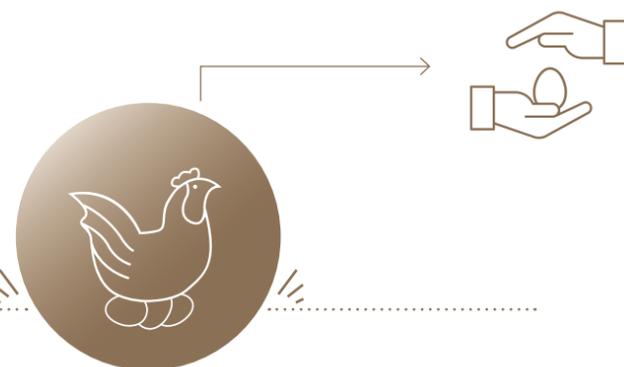
HiPP Bioqualität und die nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens sind also untrennbar verbunden. Das Unternehmen treibt zudem dadurch, dass es seit mehr als 60 Jahren Bio-Rohstoffe einsetzt, den ökologischen Landbau auch auf internationaler Ebene weiter.



Auf dem HiPP Musterhof für biologische Vielfalt zählt das Unternehmen derzeit Insekten und vergleicht dies mit den Ergebnissen auf einem konventionell wirtschaftenden Betrieb.

Die Resultate dieser Insektenzählung, die unter anderem in Zusammenarbeit mit der Zoologischen Staatssammlung München erfolgt, veröffentlicht HiPP nach Abschluss des Projekts.

Tierisch gut



„Ich wollt, ich wär ein Huhn“ möchte der eine oder andere Besucher des Bio-Hofs der Familie Egger in Salgen im Unterallgäu spontan anstimmen. Denn das Leben, das die Hühner dort führen dürfen, erinnert an ein unterhaltsames Wimmelbuch.

Ob im großzügigen Stall mit Wintergarten oder im Außenbereich pickt und gackert das liebe Vieh munter vor sich hin. Unter freiem Himmel genießen die Tiere den Schutz, den ihnen die Obstbäume auf der Wiese bieten. Denn zu Recht fürchtet sich das Federvieh vor gnadenlosen Raubvögeln. Ebenso wohl fühlen sich an den Bäumen auf der Streuobstwiese allerlei Kriechtiere und Insekten – zumindest bis eines der Hühner Appetit auf Wurm oder Käfer bekommt.

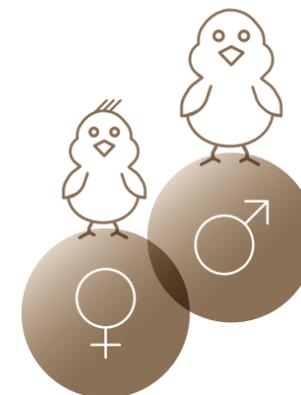
Glückliche Hühner also auf dem Hof von Philipp Egger, der überzeugter HiPP Lieferant ist und erklärt: „Wir sind stolz und froh, HiPP Lieferant zu sein, da wir gemeinsam an den Herausforderungen der Vergangenheit wachsen konnten. Wir haben das Gefühl, an etwas

Tollem teilzuhaben. Bei HiPP finden auch Themen wie Nachhaltigkeit und Biodiversität Gehör und werden gefördert. So können wir die Natur erhalten und gewährleisten, dass auch die nächste Generation sinnvoll von der Landwirtschaft leben kann.“

Philipp Egger erhält wie alle Rohstofflieferanten konstruktive Unterstützung durch die Mitarbeiter aus dem Agrarmanagement. Dazu gehört neben der fachlichen Betreuung, dass HiPP schon einmal mehrere hundert Bäume finanziert, damit die Lieferanten Streuobstwiesen anlegen können.

Und besonders zufrieden können die bei HiPP beschäftigten Agraringenieure, Tierärzte und Qualitätssicherungs-Experten sein, wenn Philipp Egger resümiert: „Am meisten habe ich über das Ei gelernt, seit wir HiPP beliefern.“

Darauf kommt es HiPP an: Im partnerschaftlichen Austausch mit den Lieferanten den Weg für beste Rohstoffe zu ebnen und aus diesem Dialog einen Mehrwert für alle Beteiligten zu generieren.



Bruder und Schwester

Bei Eggers dürfen sowohl Hähne als auch Hennen leben. Hier fällt kein Tier dem sinnlosen Kükenschreddern zum Opfer. Allein 2017 wurden in der Legehennenindustrie in Deutschland etwa 45 Millionen männlicher Küken getötet. Sie sind für die in Massen produzierenden Betriebe wertlos, da sie weder Eier legen noch Fleisch ansetzen. Mit der Rasse Sandy setzt HiPP auf Tiere, von denen beide Geschlechter sinnvoll genutzt werden können. Diese sogenannte Bruderhahn-Aufzucht ist für HiPP Herzensangelegenheit, daher nimmt das Unternehmen den finanziellen und zeitlichen Mehraufwand gerne in Kauf.



Bio und Tierwohl

An Bio-Betriebe stellt die EU-Öko-Verordnung spezielle Anforderungen. Unter anderem schreibt sie den Landwirten vor, wie Tiere gehalten werden müssen, um das Label „Bio“ tragen zu dürfen. „Artgerecht“ ist hier das Schlüsselwort. Die Erzeuger sollen alles dafür tun, dass sich die Tiere wohlfühlen und dass sie gesund bleiben. So ist beispielsweise genau festgelegt, wie viele Tiere auf welcher Fläche erlaubt sind. Daneben regelt die Verordnung auch die Auswahl des Tierfutters und wie viel Auslauf die Tiere haben sollen. HiPP hat die Vorgaben der EU-Öko-Verordnung in eigenen Erzeugerrichtlinien präzisiert. Außerdem unterstützt das Unternehmen seine Lieferanten dabei, Artenvielfalt auf dem eigenen Betrieb zu fördern. Hierfür erhalten die Erzeuger einen Leitfaden, in dem biodiversitätsfördernde Maßnahmen beschrieben werden.

Rund um das Thema Tierwohl bietet HiPP Veranstaltungen, in denen Lieferanten praktische Tipps zu Problemen im landwirtschaftlichen Alltag erhalten. Schließlich gilt für Mensch und Tier gleichermaßen: Vorbeugen ist besser als Behandeln. Dieses Weiterbildungsangebot plant HiPP künftig auf alle Rohstoffbereiche auszudehnen.



Stakeholder-Dialog Eltern

In der Stakeholder-Relevanzanalyse in Vorbereitung auf diesen Nachhaltigkeitsbericht identifizierte HiPP als wichtigste externe Anspruchsgruppe die Eltern der kleinen Konsumenten. Diese erhalten im HiPP Eltern- und Verbraucherservice kompetente, ernährungswissenschaftlich fundierte Unterstützung zu allen Fragen rund um die Ernährung und Entwicklung ihrer Kinder. Dazu ist das Service-Team rund um die Uhr erreichbar.

Marion Weinhardt leitet den Eltern- und Verbraucherservice seit 2010 und berichtet aus der täglichen Praxis.

Frau Weinhardt, Sie und Ihr Team sind die Stimme und das Ohr von HiPP für die Eltern. Mit welchen Themen wenden sich Verbraucher an Sie?

Weinhardt: **Wir haben drei Top-Themen: Die Milch und hier speziell die Fragen „Welche ist die richtige Wahl?“, „Wie unterscheiden sich die einzelnen Sorten?“ und „Wann beginne ich damit?“.** Das zweite wichtige Thema ist die Beikost und hier als typische Fragen: „Welches Gläschen soll ich überhaupt geben?“ oder „Kann ich gleichzeitig Milch füttern?“. Der dritte große Block sind Fragen zu unserem HiPP BabyClub.

Ist der HiPP Eltern- und Verbraucherservice wirklich rund um die Uhr erreichbar?

Weinhardt: **Ja, wir sind 24 Stunden erreichbar an sieben Tagen in der Woche.** Außerhalb der Elternservice-Geschäftszeiten gibt es einen Notdienst, der im Fall der Fälle verfügbar ist. **Denn immer wieder einmal kommen Eltern gerade abends oder nachts in Situationen, in denen sie unsere Unterstützung brauchen.**

Erhalten Sie nur telefonische Anfragen?

Weinhardt: **Wir erhalten nicht nur telefonische Anfragen. Im Gegenteil kontaktieren uns immer mehr Verbraucher über das Internet.** Das hat sich in den letzten Jahren schon sehr gewandelt. Ende der 90er-Jahre konnte noch eine Teilzeitkraft die E-Mails alleine beantworten. Das ist heute undenkbar. Inzwischen sind wir auch in den sozialen Medien präsent. Darüber hinaus haben die Themen durch die Produktpalette von HiPP selbstverständlich zugenommen.

Haben sich die Fragen in den letzten Jahren sehr verändert?

Weinhardt: Sehr verändert ist vielleicht zu viel gesagt. **Auf alle Fälle hat sich die Müttergeneration gewandelt.** Die neuen Medien tragen dazu entscheidend bei. Das Informationsverhalten ist sicher heute anders als noch vor zehn Jahren. **Eltern möchten mehr Hintergrundinformationen zu den Zutaten. Hier kommt HiPP den Verbrauchern seit kurzem mit dem Bio-Zutaten-Entdecker auf der Website entgegen.** In diesem Online-Angebot können Verbraucher den Weg der HiPP Rohstoffe in die Produkte nachvollziehen. Ich finde wichtig, dass wir unseren Verbrauchern Hilfsmittel an die Hand geben, damit sie sich rund um die Ernährung ihrer Kinder sicherer fühlen.

2019

Bio-Zutaten-Entdecker
auf 30 Rohstoffe
erweitern

Ziel

Transparenz zu Rohstoff-
bezug verstärken

in Umsetzung



Bio-Zutaten-entdecker

Die HiPP Rohstoff-Experten vervollständigen nach und nach die Liste der zu entdeckenden Zutaten.
www.hipp.de/ueber-hipp/zutaten-entdecker/

Dialog auf allen Ebenen

HiPP engagiert sich täglich, um mit möglichst allen Anspruchsgruppen ins Gespräch zu kommen und im Gespräch zu bleiben. Für die Mitarbeiter besteht in regelmäßig stattfindenden Sprechstunden die Möglichkeit, ihre Anliegen persönlich an die Gesellschafter zu richten. Über die Mitarbeiterzeitung und das Intranet erfährt die Belegschaft Wichtiges aus der gesamten HiPP Gruppe. Standortübergreifend fördern internationale HiPP Tagungen den internen Dialog.

Nach außen kommuniziert HiPP aktuelle Themen vor allem über die Website. Darüber hinaus ist das Unternehmen auf Facebook und Instagram zu finden. Für Hebammen gibt es ein eigenes Web-Portal und ein regelmäßig erscheinendes Journal.

Entscheidend ist für HiPP der Austausch über alle Altersgruppen hinweg. Dafür halten Mitglieder der Geschäftsleitung und Experten von HiPP auch Vorträge und Workshops an Schulen, Hochschulen oder bei Fachtagungen und Kongressen. Ein wichtiger Teil des Dialogs ist die aktive Mitgliedschaft in Verbänden, wie beispielsweise der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL).

Bei Werksbesuchen erhalten unter anderem Kinderärzte, NGOs, Pressevertreter, Politiker und Kunden die Möglichkeit, sich vor Ort mit Mitarbeitern auszutauschen und das Unternehmen aus der Nähe kennenzulernen. Im Rahmen eines sogenannten Wirtschaftsvoluntariats hatten 2018 beispielsweise Vertreter des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten die Gelegenheit, zwei Wochen am Standort Pfaffenhofen nahezu alle Fachbereiche kennenzulernen.



Artenvielfalt für alle

Der Ursprungsort der HiPP Bio-Produktion ist die sogenannte Einöde Ehrensberg bei Pfaffenhofen. Firmengründer Georg Hipp senior stellte diesen Hof bereits 1956 auf ökologische Bewirtschaftung um. Heute summt, brummt und zwitschert es dort: Kleine und große Tiere sowie zahlreiche Insekten finden hier ihr Zuhause in einer intakten Pflanzenwelt. Seit 2010 dient der Betrieb als „Musterhof für biologische Vielfalt“. In Kooperation mit Wissenschaftlern, Bioland und dem Landesbund für Vogelschutz erforscht HiPP Methoden, die sich im Grünlandbetrieb positiv auf Bodenfruchtbarkeit und die Artenvielfalt auswirken. Ziel ist es, die Bio-Lieferanten von HiPP für die erfolgreich getesteten Maßnahmen zu begeistern und dadurch nachhaltige, biodiversitätsfreundliche Landwirtschaft flächendeckend zu fördern.

Armin Günter ist bei HiPP Beauftragter für biologische Vielfalt und Leiter des Bio-Betriebes in Ehrensberg. Er verrät, wie es gelingen kann, die Landwirtschaft naturgemäßer zu gestalten.

Herr Günter, mit viel Liebe zum Detail setzen Sie hier auf dem Hof Maßnahmen zur Förderung biologischer Vielfalt um. Womit sollte ein Landwirt am besten anfangen?

Günter: Wir haben hier auf dem Hof schon sehr viel umgesetzt. **Für den Anfang reichen oft auch kleine Veränderungen, etwa ein paar Nistkästen auf dem Gelände aufzuhängen oder Insekten einen Lebensraum beispielsweise in Totholz zu ermöglichen.** Am artenärmsten sind die blitzsauber aufgeräumten Höfe mit betoniertem Innenhof.

Sie halten verschiedene alte Rassen, wie zum Beispiel die Hühnerrasse „Appenzeller Spitzhauben“ oder Rinder aus der Rasse „Original Braunvieh“. Aus welchem Grund?

Günter: **Wir versuchen, mit gefährdeten Arten wie dem Braunvieh eine wichtige Genreserve zu erhalten.** Im 19. Jahrhundert gab es in Bayern noch 35 Rinderrassen, heute sind es nur noch fünf. Dabei sind diese Tiere eine Lebensversicherung für die Zukunft. Sie sind viel widerstandsfähiger, genügsamer und robuster als die modernen Hochleistungsrassen. **Wir brauchen genetische Vielfalt, um bestimmte Eigenschaften in unsere heutigen Nutztiere einkreuzen zu können.**

Gelingt es tatsächlich, ohne Pflanzenschutzmittel ausreichenden Ertrag zu erhalten? Können wir mit Bio die Welt ernähren?

Günter: Die hohen Erträge der konventionellen Landwirtschaft bezahlen wir alle teuer – zwar nicht im Supermarkt, aber durch die Folgen für die Natur. **Denn mit nicht-ökologisch betriebener Landwirtschaft gefährden wir die Natur, die für uns alle die Lebensgrundlage darstellt.**

Spritzmittel, gebeiztes Saatgut und Bodenverdichtung erschweren jegliches Leben auf und unter der Erde. Im Gegensatz dazu schützt ökologische Landwirtschaft den Artenreichtum und die Bodengesundheit. Die Frage müsste also eher lauten: Wie lange können wir die Welt noch ernähren, ohne komplett auf Bio umzustellen?

Die Vielfalt auf dem Ehrensberger Hof ist sicher sehr arbeitsintensiv. Wie begeistern Sie Kollegen für die verschiedenen Maßnahmen?

Günter: Ich denke, am wichtigsten ist, dass es funktioniert. Wenn ein Landwirt merkt, dass Nützlinge und Vögel genauso effektiv Schädlinge vertreiben wie zuvor das teure Spritzmittel, brauche ich nicht viel zu überzeugen.

Können Sie als Beauftragter für biologische Vielfalt auch an den einzelnen Produktionsstätten die Artenvielfalt beeinflussen?

Günter: Wir setzen geeignete Maßnahmen auch an unseren Standorten und bei unseren Lieferanten ein. Das beginnt mit Nisthilfen für Fledermäuse und Vögel an den Firmengebäuden und geht bis zu nachhaltigen Neubaukonzepten. **An allen Standorten setzen die Kollegen unsere Anregungen um, das freut mich besonders. So ist HiPP international Förderer der Artenvielfalt.**



Zweckbau im Holzkleid



Am Firmengelände in Pfaffenhofen hat kürzlich das neue HiPP Parkhaus eröffnet. Zwischen dem aktuellen Verwaltungsgebäude und dem kleinen Flüsschen Ilm fügt sich nun ein ungewöhnlicher Bau in die Umgebung, fast so, als wäre er schon immer dagewesen. Bei der Planung hatten die Architekten den Auftrag, einen Komplex zu entwerfen, der sich harmonisch in die Umgebung einfügt und der nachhaltigen Ausrichtung des Unternehmens entspricht. Daraus entstand die Idee, neben der Verwendung nachhaltiger Baumaterialien in der Gestaltung der Gebäudehülle ansprechende Optik und ökologischen Mehrwert zu vereinen.

Aktuell bilden 360 Lärchen- und Kiefernstämme von der Waldbesitzervereinigung Pfaffenhofen die Fassade. **Die Stämme wurden nach HiPP Anforderungen aus nachhaltiger Forstwirtschaft geliefert. Schon bald dienen die Bäume zusätzlich als Rankhilfe für hunderte Pflanzen wie Blauregen, Efeu, Hopfen und wilden Wein.** Durch den Bewuchs entstehen am Funktionsbau großflächig Lebensräume für Vögel und Insekten. **Selbst auf dem Flachdach unterstützt HiPP den Erhalt der Artenvielfalt**

durch die Anlage mit einer Kiesgründachmischung, auf der sich in Zukunft hoffentlich viele kleine Tiere wohlfühlen.

Auf dem Dach findet ein eigens von HiPP Mitarbeitern geflochtenes Nest Platz, das zukünftig einer Storchfamilie als neues Zuhause dient. Für 2019 setzt sich HiPP als Ziel, mindestens 50 Nistkästen an der Fassade anzubringen und zu prüfen, ob sich das Parkhausdach als Standort für Bienenstöcke eignet.

Mit Fertigstellung des Parkhauses startet das nächste Bauprojekt in Pfaffenhofen.

Die gestiegene Mitarbeiterzahl erfordert ein neues Verwaltungsgebäude. Auch bei diesem achtet HiPP darauf, seinem hohen Anspruch an nachhaltiges Wirtschaften in allen Belangen gerecht zu werden.

Wir fördern Vielfalt

2018

Überprüfung und Zertifizierung der landwirtschaftlichen Betriebe in Polen und des HiPP Musterhofs in Deutschland durch den WWF

Ziel

Zertifizierung nach dem Modell Landwirtschaft für Artenvielfalt des WWF

in Umsetzung

Erstellung einer Broschüre mit Maßnahmen zur Förderung der biologischen Vielfalt für die Erzeugerbetriebe

Ziel

Motivation der Erzeugerbetriebe zur Förderung der biologischen Vielfalt

in Umsetzung


Um die biologische Vielfalt zu erhalten und zu fördern, sind alle gesellschaftlichen Gruppen über Ländergrenzen hinweg gefordert.

HiPP ist deshalb von Beginn an Mitglied der internationalen Unternehmensinitiative „Biodiversity in Good Company“, die sich für den Erhalt der biologischen Vielfalt einsetzt.

Erfahrungs- und Informationsaustausch, Kommunikation und Dialog mit Politik und Gesellschaft zum Thema biologische Vielfalt vereint in dieser Initiative Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen.

2019

Bau eines Gebäudes in naturnahem und funktionalem Design. Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten bei allen Gewerken

Ziel

Neubau eines nachhaltigen, innovativen Verwaltungsgebäudes mit Betriebsgastronomie

in Umsetzung


Anregung und Begleitung von Rohstoffherzeugern zur Umsetzung von Biodiversitätsmaßnahmen

Ziel

Umsetzung von 110 Maßnahmen zur Förderung biologischer Vielfalt

offen

2020

Regional aktiv



Von Mai bis August 2017 belebte die „Gartenschau zum Anfassen“ die Stadt Pfaffenhofen an der Ilm und bot drei Monate lang Naturerlebnis pur. **Auch HiPP als größtes ortsansässiges Unternehmen engagierte sich mit einem abwechslungsreichen Programm.**

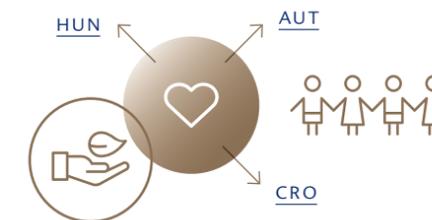
Das Unternehmen präsentierte zahlreiche Veranstaltungen für die ganze Familie – von regelmäßigen Mitmachaktionen für Kinder über einen sportlichen Weltrekord bis hin zur prominent besetzten Podiumsdiskussion und kulturellen Angeboten.

Bei dem Programm unterstützten Kooperationspartner wie die Stadt Pfaffenhofen (Kulturamt), die Natur in Pfaffenhofen a. d. Ilm 2017 GmbH, das NaturVision Filmfestival, der Landesbund für Vogelschutz Bayern (LBV) und die Zoologische Staatssammlung München (ZSM) das Unternehmen. Aktuell beteiligt sich HiPP bei Aktionen der Stadt Pfaffenhofen, um die UN-Nachhaltigkeitsziele lokal zu verankern. Hierzu ist unter anderem geplant, gemeinsam mit Kindern und Jugendlichen eine Bio-Hecke an einem Parkplatz am Werksgelände zu pflanzen. Durch die Pflanzaktion gestalten die jungen Menschen ihren Lebensraum aktiv mit und erleben Naturschutz hautnah.

HiPP unterstützt seit Jahren den gemeinnützigen Verein „Münchner Tafel e. V.“. Darüber hinaus ermöglicht HiPP beispielsweise Schulklassen und Lehrern regionaler Schulen, den Betrieb und den HiPP Musterhof zu besichtigen. Dadurch sensibilisiert HiPP für den hohen Stellenwert, den nachhaltiges Wirtschaften für eine lebenswerte Zukunft hat.

Am jüngsten HiPP Standort in Herford loten die Verantwortlichen derzeit aus, inwieweit sich das Unternehmen sinnvoll und zukunftsweisend in der Region engagieren kann.

Auch an den Standorten in Österreich, Ungarn und Kroatien unterstützt HiPP soziale Organisationen und lokale Institutionen.



Globale Sicht, Rückschau und Ausblick

Die Ziele für nachhaltige Entwicklung bei HiPP

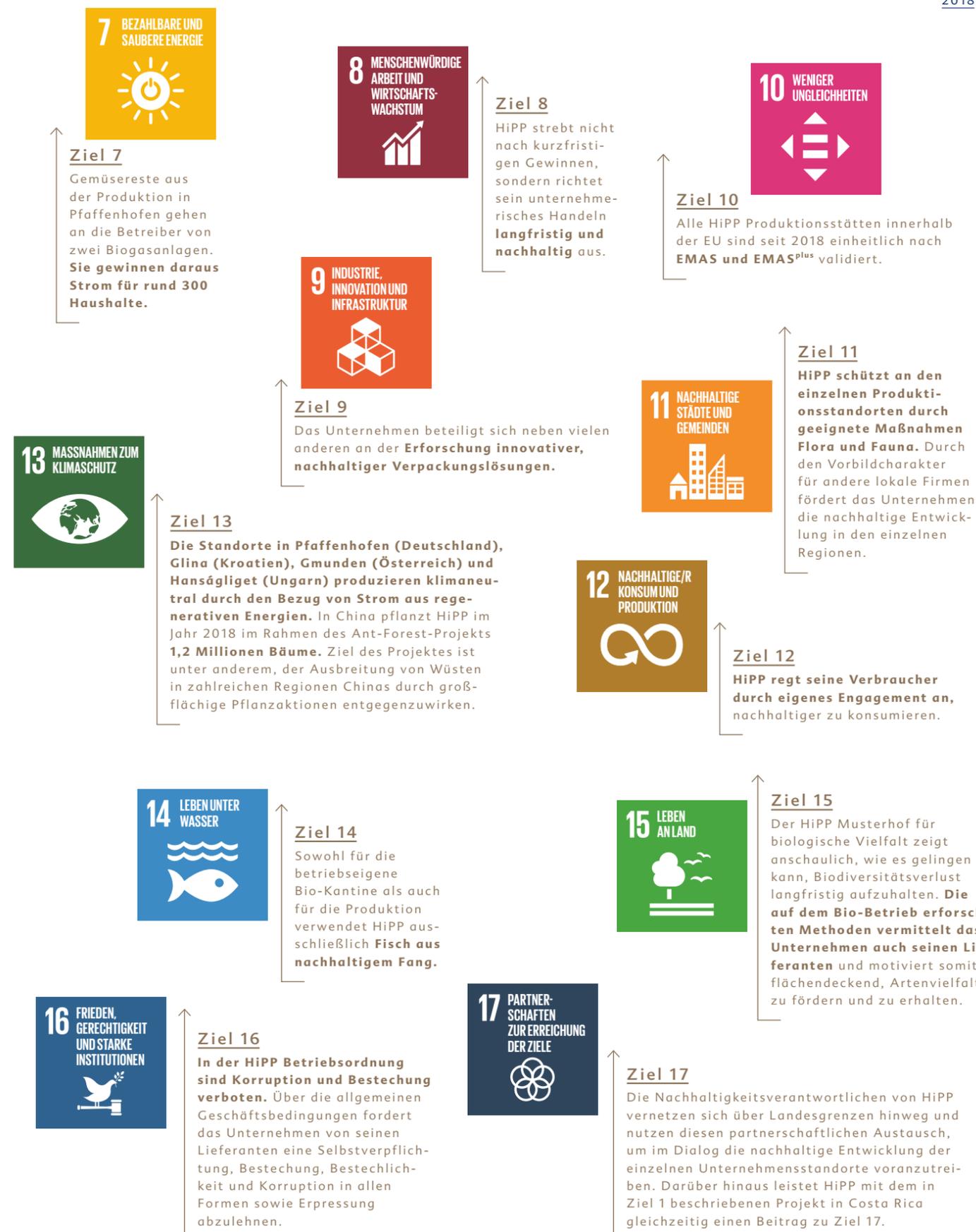


Am 25. September 2015 verabschiedete die Generalversammlung der Vereinten Nationen auf dem Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung die „Ziele für nachhaltige Entwicklung“ am Hauptsitz der Vereinten Nationen in New York.

Die Laufzeit der entsprechenden Agenda beträgt 15 Jahre, daher lautet der offizielle Titel „Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“. Die Mitgliedsstaaten setzen die 17 Ziele durch entsprechende Länderregelungen auf nationaler Ebene um. Hierzu legte im Januar 2017 die Bundesregierung die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie fest. 2018 hat die Juniorfirma der Pfaffenhofener HiPP Auszubildenden bei einem Nachhaltigkeits-Marktplatz der Stadt Pfaffenhofen mitgeholfen,

die UN-Ziele mit Leben zu füllen. Dabei präsentierten die jungen HiPP Mitarbeiter das Ziel Nummer 8 „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“. Im Anschluss an diese Veranstaltung stellte sich HiPP die Frage, für welche der 17 Ziele das Unternehmen noch einen Beitrag leistet. Für den aktuellen Nachhaltigkeitsbericht können wir nur eine nachträgliche Bestandsaufnahme vorlegen.

Gleichzeitig dient diese als Anregung, bis zum nächsten Bericht ein Konzept zu entwickeln, damit die UN-Ziele Leitplanken für die weitere nachhaltige Entwicklung des Unternehmens HiPP darstellen.

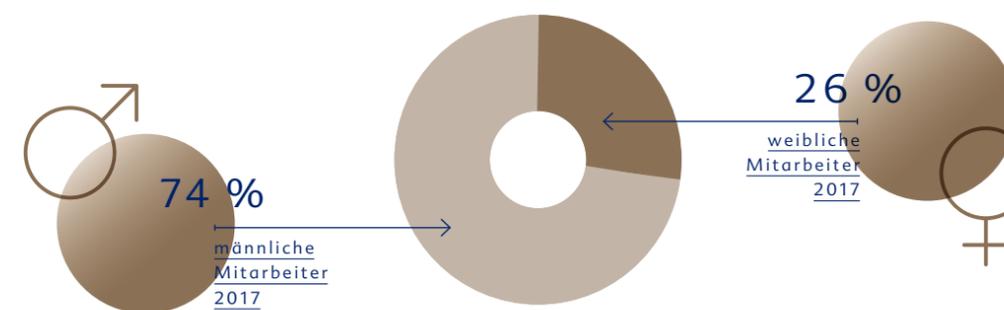


Soziale Kennzahlen Pfaffenhofen	2015	2016	2017
Gesundheitsquote (Krankheitsstunden / Sollstunden)	5,09%	5,33%	5,00%
Unfallquote	0,24%	0,24%	0,20%
Fluktuationsquote – Kündigung / Arbeitnehmer	1,66%	2,51%	2,65%
Fluktuationsquote – Kündigung / Arbeitnehmer / GB Werk	1,88%	1,68%	0,89%
Fluktuationsquote – Kündigung / Arbeitgeber	0,52%	0,59%	0,89%
Bezahlte Überstunden	0,69%	0,68%	0,75%
Betriebszugehörigkeit	11,64 Jahre	11,53 Jahre	11,03 Jahre
Führungskräfteverhältnis (m / w) gesamt	3,65	3,72	2,85
Führungskräfteverhältnis (m / w) nach Führungsebenen	F-Ebene 1: M 04 – W 00 F-Ebene 2: M 25 – W 07 F-Ebene 3: M 26 – W 10 F-Ebene 4: M 07 – W 00	F-Ebene 1: M 04 – W 00 F-Ebene 2: M 27 – W 05 F-Ebene 3: M 26 – W 13 F-Ebene 4: M 11 – W 00	F-Ebene 1: M 03 – W 00 F-Ebene 2: M 32 – W 07 F-Ebene 3: M 23 – W 16 F-Ebene 4: M 14 – W 03
Ideenmanagement – Einreicherquote	22,71%	12,99%	10,56%
Ideenmanagement – Umsetzungsquote	23,46%	19,35%	11,28%
Weiterbildungskosten (externe Seminargebühren je Mitarbeiter)	445,00€ / Mitarbeiter	584,00€ / Mitarbeiter	535,81€ / Mitarbeiter
Weiterbildungsumfang (gem. GRI*-Standard)	24,31 Std. / Mitarbeiter	25,74 Std. / Mitarbeiter	19,65 Std. / Mitarbeiter
Trainingsquote	7,23 Trainings / Mitarbeiter	8,14 Trainings / Mitarbeiter	7,46 Trainings / Mitarbeiter
Mitarbeiter mit Beeinträchtigung	4,37%	4,69%	4,59%
Anzahl an Nationalitäten	26	29	28
Verhältnis Standardeintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn	noch nicht ermittelt	noch nicht ermittelt	2,32
Rückkehrquote nach der Elternzeit	noch nicht ermittelt	noch nicht ermittelt	0,83
Verbleibensrate nach der Elternzeit	noch nicht ermittelt	noch nicht ermittelt	1,00

*GRI = Global Reporting Initiative



Soziale Kennzahlen Herford	2016	2017
Gesundheitsquote (Krankheitsstunden / Sollstunden)	7,5%	7,7%
Unfallquote (unfallbedingte Fehltage / Sollarbeitstage)	0,3%	0,5%
Fluktuationsquote Mitarbeiter (MA) (Kündigung der MA / Anzahl MA)	1,8%	0,6%
Fluktuationsquote Arbeitgeber (Kündigung durch AG / Anzahl MA)	0,8%	0,2%
Fluktuationsquote gegenseitiges Einvernehmen / Ende Befristung (Kündigung / Anzahl MA)	0,6%	2,1%
Natürliche Fluktuation (Tod + Ruhestand / Anzahl MA)	0,6%	0,4%
Bezahlte Überstunden (Anzahl bezahlter Überstunden / Gesamtarbeitszeit)	k. A.	k. A.
Betriebszugehörigkeit (Durchschnittsdauer)	12,5 Jahre	12,3 Jahre
Ideenmanagement – Einreicherquote (Eingereichte Vorschläge / Anzahl MA)	22%	16%
Ideenmanagement – Umsetzungsquote (Umgesetzte Vorschläge / eingereichte Vorschläge)	24,7%	29,3%
MA mit Beeinträchtigung	5,6%	5,4%
Geschlechterquote Management (Anteil weibliche MA)	18%	18%
Geschlechterquote Führungskräfte (Anteil weibliche MA)	26%	26%
Geschlechterquote (Anteil weibliche MA)	26,2%	25,5%
Weiterbildungskosten Stunden (externe Kosten pro MA)	390,00€	708,60€

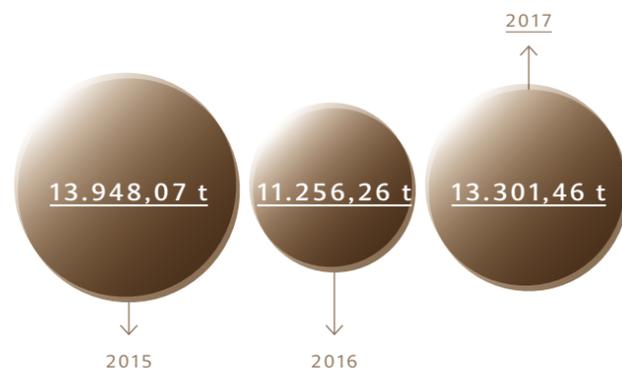


Herford

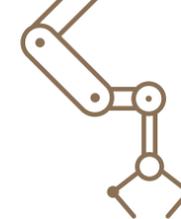
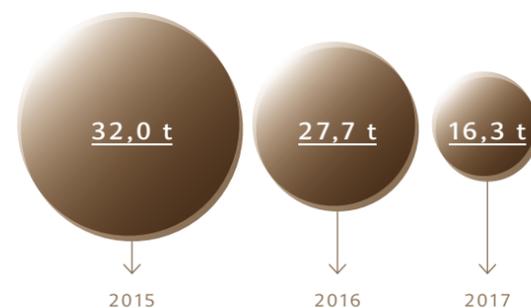
Wertstoffe in Herford und Pfaffenhofen

Wertstoffe in t	2015	2016	2017	Vergleich in % zum Vorjahr	Trend
ungefährliche Wertstoffe	13.948,1	11.256,3	13.301,5	18,2	↗
Wiederverwendung	20,7	44,7	39,7	-11,3	↘
Recycling	2.319,4	2.214,1	2.252,0	1,7	↗
Kompostierung	1.100,8	828,9	979,1	18,1	↗
Rückgewinnung (inkl. energetisch)	9.936,5	7.638,1	9.495,8	24,3	↗
Verbrennung oder Nutzung als Brennstoff	570,6	530,5	534,9	0,8	↗
gefährliche Wertstoffe	32,0	27,7	16,3	-41,2	↘
Recycling	0,0	0,3	0,0	-100,0	↘
Rückgewinnung (inkl. energetisch)	4,8	5,9	5,8	-1,7	↘
Verbrennung oder Nutzung als Brennstoff	11,4	16,4	5,4	-67,3	↘
Deponie	15,9	5,0	5,1	1,2	↗
Gesamt	13.980,1	11.283,9	13.317,7	18,0	↗

ungefährliche Wertstoffe



gefährliche Wertstoffe



Was am Ende übrig bleibt

Nachhaltigkeit auch beim eigenen Müll

Der Planet Erde ächzt unter der riesigen Last des vom Menschen verursachten Mülls, ob es um das Problem der Meeresverunreinigung durch Plastik mit ihren verheerenden Folgen geht, um die globale Wegwerfmentalität der letzten Jahrzehnte oder um die Überproduktion von Gütern. **Als nachhaltiges Unternehmen legt HiPP großen Wert auf umweltfreundliche Produktionsverfahren und sorgsamem Umgang mit Ressourcen.** Was passiert also mit dem Müll, der an den Standorten anfällt?

Der Wertstoffhof am Standort Pfaffenhofen

Um Arbeit müssen sich die Kollegen des Pfaffenhofener Wertstoffhofs keine Sorgen machen. „Der Abfall kommt von alleine“, so der Chef des fünfköpfigen Teams Walter Müller. Im gemeinsamen Gespräch schildert er anschaulich, wie wichtig eine professionelle und zuverlässige Entsorgung der Wertstoffe ist. **Bei einer Produktionsstätte, die täglich rund eine Million Gläschen produziert, ist es klar, dass auch eine ganze Menge Müll anfällt.**

Systematische Trennung der Wertstoffe

Was dort sofort ins Auge fällt, ist, dass HiPP den Müll sorgsam trennt und damit den Grundstock legt für einen nachhaltigen Umgang mit den eigenen Abfällen. Wo Verbraucher zu Hause Restmüll, Biomüll, Gelber Sack, Glas und Kartonagen trennen, sind es bei HiPP deutlich mehr Kategorien. Abfallbeauftragter und Ansprechpartner bei Umweltaudits Florian Schmidt erklärt: **„Wir trennen in viele unterschiedliche Fraktionen, zum Beispiel allein in drei unterschiedliche Folienarten. Dadurch können die Wertstoffe ökologisch vorteilhaft wiederverwendet werden. Zusätzlich bekommt HiPP dafür Erlöse anstatt Kosten vom Entsorger in Rechnung gestellt.“** Walter Müller ergänzt: **„Neu ist, dass wir leere Kartons direkt vor Ort zu Ballen pressen. Das ist zum einen eine enorme ergonomische Verbesserung für die Kollegen. Zum anderen können wir die Ballen nun direkt an die Papierfabrik vermarkten, haben weniger Transporte und erzielen einen höheren Preis.“**

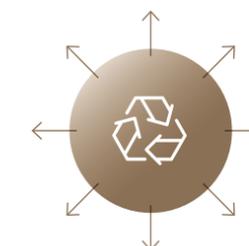
Auch die Folienabfälle werden zu Ballen gepresst und dann von einem externen Entsorger abgeholt. Auf die einwandfreie Trennung hat Walter Müller mit seinem Team ein strenges Auge. Da bleibt kein Gummihandschuh unentdeckt, der vielleicht doch einmal zwischen den Folien landet. Diese saubere Trennung wissen externe Entsorger zu schätzen.

Exzellente Recycling- und Wiederverwertungsrate

Von den in Pfaffenhofen anfallenden über 12.000 Tonnen Müll pro Jahr sind lediglich **rund 3 Prozent Restmüll. Alles Übrige, immerhin rund 97 Prozent, wird wiederverwertet.** Die flüssigen Gemüseabfälle machen bei weitem den größten Anteil an Abfällen aus. Sie entstehen bei den sogenannten Übergangsphasen, immer dann, wenn ein Artikelwechsel stattfindet und dadurch kurzzeitig Mischphasen entstehen. Die Flüssigkeit sammelt HiPP und lässt sie von zwei Biogasanlage-Betreibern abholen. Alle flüssigen Gemüseabfälle werden so in Energie umgewandelt. Gleiches geschieht auch mit den flüssigen tierischen Abfällen. **Daraus entsteht Strom für rund 300 Vier-Personen-Haushalte.**

Vom Müll zum Wertstoff

Der beste Müll ist für HiPP der, der gar nicht erst entsteht. Laufend versucht das Unternehmen, mit Lieferanten geeignete Konzepte zu entwickeln, um Müll schon bei der Anlieferung der Rohstoffe so gut wie möglich zu vermeiden oder zu reduzieren. Dabei steht die Produktsicherheit immer im Vordergrund. Die hervorragende Recyclingquote legt nahe, bei HiPP das Wort Müll gänzlich aus dem Sprachgebrauch zu streichen. Schließlich verwertet das Unternehmen fast alles wieder – den Müll also „abfällig“ zu bezeichnen ist falsch. Schließlich ist er noch etwas wert!



Nachhaltigkeitsmanagement

Das Nachhaltigkeitsmanagement bei HiPP steuert **Hubertus Doms (Geschäftsleiter Werk Pfaffenhofen)**, der als Nachhaltigkeitsbeauftragter für die gesamte HiPP Gruppe tätig ist. Ihn unterstützen an den Standorten die jeweiligen Geschäftsleiter. Jeder Fachbereich bringt sich über einen Nachhaltigkeitsverantwortlichen ein.

So gewährleistet HiPP, dass maßgebliche Impulse für Nachhaltigkeitsaktivitäten aus dem Unternehmensalltag kommen. In Pfaffenhofen bilden drei Stabsstellen das Nachhaltigkeitsteam, das regelmäßig an die Geschäftsleitung und die Gesellschafter berichtet.



Nachhaltigkeitsprogramm

Für die Standorte Herford und Pfaffenhofen dient das Nachhaltigkeitsprogramm als Richtschnur für die nachhaltige Entwicklung. Einige auch standortübergreifend geltende Ziele und Maßnahmen sind bereits im Bericht genannt. Diese wiederholen wir an dieser Stelle nicht.

Verpackungen in t ¹	2015	2016	2017	Vergleich in % zum Vorjahr	Trend
Glas	29.460	28.484	26.222	-7,9	↘
Metall	1.720	1.685	1.535	-8,9	↘
Papier / Karton	2.021	1.926	1.755	-8,9	↘
Kunststoff	1.136	1.182	1.342	13,5	↗
Verbund	0	0	1		↗
Gesamt	34.338	33.278	30.856	-7	↘

¹ Nur Pfaffenhofen

Energieverbrauch innerhalb der Organisation in MWh	2015	2016	2017	Vergleich in % zum Vorjahr	Trend
Total erneuerbare Energie	41.685	44.115	42.835	-2,9	↘
Strom	7.757	8.003	8.361	4,5	↗
Dampf	30.783	32.666	30.915	-5,4	↘
Fernwärme	3.144	3.446	3.559	3,3	↗
Total nicht erneuerbare Energie	114.227	126.086	121.540	-3,6	↘
Erdgas	14.259	57.592	55.362	-3,9	↘
Heizöl	82	161	91	-43,7	↘
Treibstoffe ¹	3.852	4.031	4.264	5,8	↗
Strom ²	21.235	579	642	10,9	↗
Dampf	74.799	63.723	61.181	-4,0	↘
Gesamt	155.912	170.201	164.375	-3,4	↘

¹ Nur Pfaffenhofen

² 2015 und 2016 enthalten regenerativen Anteil aus Strommix für Strombezug Herford / Gemäß G4-EN3

2017: Emission von

58.200 t Treibhausgasen

verhindert durch die Nutzung von regenerativem Strom, Dampf und Fernwärme aus Biomasse

Pfaffenhofen

Am Standort Pfaffenhofen produziert HiPP durch den Einsatz erneuerbarer Energien mit einer CO₂-neutralen Energiebilanz. Die verbleibenden Emissionen in Pfaffenhofen resultieren unter anderem aus Dienstreisen. Seit einigen Jahren kompensiert HiPP diese Emissionen durch den Kauf und die Stilllegung von CO₂ Zertifikaten beispielsweise aus einem Kompostierungsprojekt auf der Sekem Farm in Ägypten. Durch die Nutzung von regenerativem Strom, Dampf und Fernwärme aus Biomasse konnte am Standort Pfaffenhofen im Jahr 2017 die Emission von etwa 58.200 Tonnen Treibhausgasen verhindert werden.

Wasser in m ³	2015	2016	2017	Vergleich in % zum Vorjahr	Trend
Brunnenwasser	523.888	547.136	528.906	-3,3	↘
Öffentliche Wasserversorgung	484.839	474.633	476.444	0,4	↗
Gesamt	1.008.727	1.021.769	1.005.350	-1,6	↘

Gemäß G4-EN8

Abwasser in m ³	2015	2016	2017	Vergleich in % zum Vorjahr	Trend
Einleitung in die Kläranlage	833.634	901.509	721.769	-19,9	↘
Direkteinleitung in den Fluss Ilm	173.701	167.468	172.051	2,7	↗
Gesamt	1.007.335	1.068.977	893.820	-16,4	↘

Gemäß G4-EN22

Verkaufte Energie in MWh	2015	2016	2017	Vergleich in % zum Vorjahr	Trend
Strom erneuerbar	44	31	33	6,0	↗
Strom nicht erneuerbar	0	1.437	1.375	-4,3	↘
Erdgas	0	3.862	2.990	-22,6	↘
Dampf	0	64	7	-88,3	↘
Fernwärme	2	2	2	0,0	○
Gesamt	46	5.394	4.406	-18,3	↘

Emissionen in t ¹	2015	2016	2017	Vergleich in % zum Vorjahr	Trend
direkte Treibhausgas-Emissionen	1.209,38	1.282,23	15.396,01	1.100,7	↗
indirekte Treibhausgas-Emissionen	400,09	445,45	23.119,40	5.090,2	↗
SO _x Emissionen	4,18	4,44	19,93	349,3	↗
NO _x Emissionen	5,56	5,94	41,11	591,7	↗
Gesamt	1.619,20	1.738,06	38.576,45	2.119,51	↗

¹ Ab 2017 Daten für Herford enthalten

HiPP orientiert sich in der Berichterstattung 2018 am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK).

In der Entsprechenserklärung, die auf der Internetseite des DNK abrufbar ist, liefert das Unternehmen Informationen zu den geforderten 20 Kriterien.

Einzelne zum DNK zu berichtende Indikatoren decken sich mit denen der Global Reporting Initiative (GRI) in der aktuellen Version G4.

Einen Auszug der Daten aus Pfaffenhofen und Herford erhalten Sie im Folgenden.

Kennzahlen	2015	2016	2017	Vergleich in % zum Vorjahr	Trend
Anteil Biorohstoffe in %	46,5	37,8	45,2	19,5	↗
Verpackung in kg/t ¹	525,6	512,4	489,4	-4,5	↘
Energie in KWh/t	1.410,7	1.647,0	1.570,2	-4,7	↘
Wasser in m ³ /t	9,1	9,9	9,6	-2,9	↘
Abwasser in m ³ /t	9,1	10,3	10,4	0,2	↗
Wertstoffe in kg/t	134,9	118,2	139,5	18,1	↗
Emissionen in kg/t ²	18,2	19,1	335,0	1650,0	↗

¹ Nur Pfaffenhofen
² Ab 2017 Daten für Herford enthalten

Rohstoffe in t	2015	2016	2017	Vergleich in % zum Vorjahr	Trend
Summe	145.207	154.724	131.869	-14,8	↘
davon Bio	67.452	58.489	59.546	1,8	↗
Bioanteil in %	46,5	37,8	45,2	19,5	↗

Hinweis

Inhalte dieser Broschüre dürfen nur mit schriftlicher Genehmigung von HiPP verwendet werden.

Herausgeber

HiPP Werk Georg Hipp OHG
Georg-Hipp-Straße 7
85276 Pfaffenhofen an der Ilm

Stand: Oktober 2018

Redaktion und Koordination

Evi Weichenrieder

Mitarbeit

Clemens Preysing, Brigitte Engel, Florian Schmidt, Holger Biller,
Maika Heleine und alle Nachhaltigkeitsverantwortlichen von HiPP

Konzept, Layout und Satz

schnellervorlauf gmbh
Deutschland

Druck

gugler GmbH
Österreich

45543-10.2018



greenprint*
klimapositiv gedruckt



Höchster Standard für Ökoeffektivität.
Cradle to Cradle™ zertifizierte
Druckprodukte innovated by gugler*.

