



# Klimawin BW

Bericht

Partner

Biosphärengebiet  
Schwäbische Alb



**Bioland**

2024

Bio Bäckerei Scholderbeck

# Inhaltsverzeichnis

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Inhaltsverzeichnis</b>  | <b>2</b>  |
| <b>1. Über uns</b>   | <b>3</b>  |
| 1.1 Unternehmensdarstellung  | 3         |
| 1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz   | 4         |
| <b>2. Die Klimawin BW</b>  | <b>5</b>  |
| 2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region        | 5         |
| 2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW                                   | 5         |
| 2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg                       | 6         |
| <b>3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement</b> | <b>7</b>  |
| 3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen          | 7         |
| 3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort                 | 8         |
| <b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b>                                     | <b>9</b>  |
| 4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte                          | 9         |
| 4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind                | 9         |
| 4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz  | 10        |
| 4.4 Leitsatz 04 – Biodiversität  | 17        |
| <b>5. Weitere Aktivitäten</b>  | <b>20</b> |
| <b>6. Unser Klimawin BW-Projekt</b>                                    | <b>25</b> |
| 6.1 Das Projekt  | 25        |
| 6.2 Art und Umfang der Unterstützung                                   | 25        |
| 6.3 Ergebnisse und Entwicklungen                                       | 25        |
| 6.4 Ausblick   | 25        |
| <b>Impressum</b>   | <b>27</b> |

# 1. Über uns

## 1.1 Unternehmensdarstellung

Die Bäckerei Scholderbeck ist eine Bioland Bäckerei mit Sitz in Weilheim, die zu 100 % Rohstoffe aus biologischem Anbau verarbeitet. Seit 1789 ist die Bäckerei in Besitz der Familie Sigel. Im Jahr 1991 haben Bernd und Eve Sigel mit der Verarbeitung von biologischen Rohstoffen begonnen, wobei das Bioland Getreide ausschließlich in Sichtweite der Burg Teck angebaut wird. Mittlerweile wird in der Teckregion eine Fläche von 900 Fußballfeldern biologisch bewirtschaftet.

Aus diesem Getreide backen wir Brot und Backwaren, welche wir in unseren 6 eigenen Läden sowie in 90 Biosupermärkten und Naturkostläden vertreiben. 140 Mitarbeiter/innen sorgen jeden Tag dafür, dass alles frisch und lecker gebacken und zur richtigen Zeit am richtigen Ort von unseren Kunden in der Region gekauft werden kann.

Wir backen unsere Backwaren mit handwerklichem Knowhow und viel Herzblut – besonders am Herzen liegt uns dabei der Anbau von alten Getreidesorten in der Region. Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften und leben.



Copyright Bäckerei Scholderbeck GmbH & Co. KG

## 1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

## 2. Die Klimawin BW

### 2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

Mit der Unterzeichnung der Klimawin BW bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

### 2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

#### 2.2.1 Klima und Umwelt

##### Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

##### Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

##### Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

##### Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

##### Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

#### 2.2.2 Soziale Verantwortung

##### Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

**Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und - Wohlbefinden**

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

**Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen**

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

**2.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance**

**Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze**

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

**Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert**

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

**Leitsatz 11 – Transparenz**

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

**Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation**

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

**2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg**

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter: [www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin](http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin)

# 3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 02.07.2019

## 3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

| Leitsatz   | Adressierter Leitsatz | Schwerpunktsetzung | Quantitative Dokumentation |
|--|-----------------------|--------------------|----------------------------|
| Leitsatz 01 – Klimaschutz                            | ja                    | ja                 | ja                         |
| Leitsatz 02 – Klimaanpassung                         | nein                  | nein               | nein                       |
| Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft     | nein                  | nein               | nein                       |
| Leitsatz 04 – Biodiversität                          | ja                    | ja                 | ja                         |
| Leitsatz 05 – Produktverantwortung                   | nein                  | nein               | nein                       |
| Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette         | nein                  | nein               | nein                       |
| Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden | nein                  | nein               | nein                       |
| Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen                       | nein                  | nein               | nein                       |
| Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze   | nein                  | nein               | nein                       |
| Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert                    | nein                  | nein               | nein                       |

| Leitsatz                                 | Adressierter Leitsatz | Schwerpunktsetzung | Quantitative Dokumentation |
|--|-----------------------|--------------------|----------------------------|
| Leitsatz 11 – Transparenz                | nein                  | nein               | nein                       |
| Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation | nein                  | nein               | nein                       |

### 3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

|  |                            |               |
|--|----------------------------|---------------|
| <b>Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Biosphärenkindergarten im Biosphärengebiet</b> |                            |               |
| <b>Schwerpunktbereich: ökologische Bildungsarbeit</b>                                |                            |               |
| ökologische Nachhaltigkeit: ja   | soziale Nachhaltigkeit: ja |               |
| <b>Art der Förderung</b>   |                            |               |
| finanziell: nein   | materiell: ja              | personell: ja |

# 4. Unsere Schwerpunktthemen

## 4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

### Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

### Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

## 4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Klimaschutz und Biosdiversität sind die beiden wichtigsten Themen unserer Zeit, Ressourceneffizienz, Energie- und Materialeffizienz ist ein fundamentaler Aspekt des unternehmerischen Klimaschutzes, ein großer Hebel dabei liegt in der Optimierung der Ressourceneffizienz. Dies schließt sowohl die Energieeffizienz als auch die effiziente Nutzung von Rohstoffen, in unserem Fall hauptsächlich von biologisch erzeugtem Getreide, mit ein. Auch alle anderen von uns in biologischer Qualität verarbeiteten Rohstoffe und Zutaten unterziehen wir hier laufend einer Suche nach der Verbesserung des CO<sub>2</sub> Fußabdrucks.

Auch die verstärkte Integration erneuerbarer Energien in den unternehmerischen Energiebedarf ist von entscheidender Bedeutung. Als Unternehmen ist es entscheidend, sichere, regionale Lieferketten zu entwickeln und zu pflegen. Die Wichtigkeit dieser Dinge wurde uns allen letztlich in der Coronapandemie aufgezeigt.

Auch in Anbetracht der geopolitischen Lage, des Klimawandels und nicht zuletzt seitdem Angriffskriegs von Russland auf die Ukraine ist es absolut zwingend, sich auch energetisch als Betrieb so unabhängig wie möglich zu machen. Dieser Prozess ist mit Hochdruck von Deutschland und von jedem produzierendem Unternehmen konsequent weiterzuentwickeln und voranzutreiben. Dies ist ein anspruchsvoller und auch teurer Prozess. Es ist jedoch unabdingbar: Allein in unserer Backstube in der Carl-Benz-Straße hatten wir im Jahr 2024 zusätzlich 200.000 € an Energiekosten zu stemmen, verursacht durch die Verteuerung der Energie seit dem Angriff Russlands auf die Ukraine.

### **4.2.1 Zielsetzung**

Im Jahr 2024 haben wir mit Unterstützung des Landes Baden-Württemberg und der Initiative Klima Fit eine CO<sub>2</sub> Bilanzierung für unseren Betrieb gestartet. Wir haben uns entschieden, für unseren Betrieb eine CO<sub>2</sub> Bilanzierung nach dem Greenhouse Gasprotokoll aufzustellen. In diesem ersten und sehr aufwändigen Schritt wollen wir den Status Quo unsere Daten sammeln, Schwachstellen aufdecken und uns so in den nächsten Jahren nach und nach verbessern. Unser Start in diesem Prozess war im Sommer 2023. Verantwortlich und federführend für diese Aufgabe waren und sind Pirmin Sigel und Bernd Sigel. Unterstützt wurden sie von unserer Buchhaltung und drei Mitarbeitenden aus dem Klimateam. Zum Jahresbeginn 2023 haben wir eine Photovoltaikanlage auf das Dach der Backstube installiert. So wollen wir uns unabhängiger von fossilen Energieträgern machen und wieder ein Stück zur Energiewende beitragen. Auf Betreiben des Wirtschaftsministeriums haben wir an einer Ermittlung unseres Wasserstoffbedarf für unser Gebäude in der Carl-Benz-Straße bis ins Jahr 2035 teilgenommen. So soll der Bedarf von handwerklichen und mittständischen Betrieben für die Zukunft ermittelt werden, um die geeignete Infrastruktur in den nächsten Jahren im Land Baden-Württemberg aufzubauen. Wir arbeiten an den Prozessen von Klima FIT weiter mit dem Ziel, im Jahr 2024 die Zertifizierung zu erreichen. Dazu werden wir die nächsten 6-9 Monaten weiter an der Erhebung der Daten, der Kostensenkung durch individuelle Verbesserungsmaßnahmen und an einer maximalen Transparenz für unseren Standort arbeiten. Wir freuen uns auf den Erfahrungsaustausch mit anderen Organisationen und den Einblick in andere Unternehmen, die wir in der Region gewinnen werden. Unser weiteres Ziel ist, unseren Beitrag zu den regionalen und globalen Klimaschutzzielen zu leisten und unsere Erfahrungen an andere Handwerksbetriebe weiterzugeben.

## **4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz**

### **4.3.1 Zielsetzung**

Unser Ziel ist, im Jahre 2024 unsere Klima FIT Zertifizierung zu erreichen. Bereits seit dem Jahr 2022 erstellen wir jährlich eine Treibhausgasbilanz (THG-Bilanz) nach dem international anerkannten Greenhouse Gas Protocol. Diese Bilanz wird seither jährlich fortgeführt und bildet eine zentrale Grundlage für unser Klimamanagement. Bereits die erste Bilanz im Jahr 2022 hat uns dabei geholfen, die wichtigsten Emissionsquellen – unsere sogenannten CO<sub>2</sub>-Hotspots – zu identifizieren. Gleichzeitig konnten wir erste Verbesserungspotenziale erkennen und Maßnahmen ableiten. Durch die kontinuierliche Fortschreibung der THG-Bilanz werden so Veränderungen transparent und Fortschritte bei der Reduktion von Emissionen messbar. So wollen wir unsere Zertifizierung in diesem Jahr erreichen.

### 4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Umzug unserer Weilheimer Filiale am Marktplatz in das Nebengebäude, neu energiesparende Beleuchtung und Wärmepumpenheizung Umstellung Auf Ökostrom
- Wir planen unseren Fuhrpark zur Belieferung unserer Kunden auf Elektro Lieferwagen umzustellen. Erste Testfahrten und Gespräche sind angelaufen.

### 4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

#### 4.3.4 Indikatoren

**Indikator 1:** Umstellungen in Filiale Marktplatz Weilheim

- Bisher wurden dort 38000 kWh Strom jährlich verbraucht
- Das Ziel ist dort in größeren Räumen durch den Einsatz von LED-Beleuchtung, Wärmepumpenheizung und die Verwendung von Ökostrom die THG-Emissionen zu verringern.
- An diesem Standort wurden die Maßnahmen fristgerecht zum Dezember 2024 umgesetzt. Für das Jahr 2025 erwarten wir dort eine Verringerung der THG-Emissionen um 15,6 t CO<sub>2</sub>e

**Indikator 2:** Umstellung Fuhrpark auf Elektrolieferwagen

- Aktuell sind 7 Lieferwagen mit Dieselantrieb im Fuhrpark eingesetzt.
- Das Ziel ist es diese Flotte auf Vor Ort Emissionsfreien Elektroantrieb umzustellen. Die Fahrzeuge sollen mit der PV-Anlage auf dem Backstubendach am Nachmittag geladen werden.
- Schwierig ist es Fahrzeuge zu finden mit genügend Nutzlast und ausreichender Reichweite. Erste Probefahrten zeigten Mängel auf. Die nächste Generation der Batterietechnik verspricht ausreichende Reichweite. Vermutlich ist im Jahr 2026 mit den ersten Fahrzeugen im Fuhrpark zu rechnen.

### 4.3.5 Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Bilanz für Scope 1, 2 und 3 erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt. Dieses Reduktionsziel soll bis 2035 erreicht werden.

| Erfassungsbereiche                   | Ausgangs-<br>bilanz<br>2022                  | Aktuelles<br>Geschäfts-<br>jahr<br>2024      | Verän-<br>derung<br>gegenüber<br>Referenz-<br>jahr | Zielsetzung und -erreichung |   |                             |
|--------------------------------------|--|--|--|-----------------------------|---|-----------------------------|
|                                      | THG-<br>Emissionen<br>in t CO <sub>2</sub> e | THG-<br>Emissionen<br>in t CO <sub>2</sub> e | +/- in t<br>CO <sub>2</sub> e                      | Zieljahr<br>2035            | Reduk-<br>tionsziel<br>in t CO <sub>2</sub> e | Ziel-<br>erreichung<br>in % |
| Direkte THG-<br>Emissionen Scope 1   | 253  | 281  | + 28   | 144                         | -109  | Verlagerun<br>g             |
| Indirekte THG-<br>Emissionen Scope 2 | 298  | 238  | - 60   | 277                         | -20   | Verlagerun<br>g             |
| Indirekte THG-<br>Emissionen Scope 3 | 830  | 759  | - 71   | 739                         | -90   | 78 %                        |
| Summe                                | 1381   | 1278   | - 103  | 1160                        | -220  | 47 %                        |

Im **Scope 1** erfassen und bewerten wir alle direkten Emissionen aus unseren betrieblichen Aktivitäten sehr detailliert. Grundlage hierfür sind die tatsächlich gemessenen beziehungsweise dokumentierten Verbräuche der eingesetzten Energieträger. Die Datenqualität in diesem Bereich ist entsprechend hoch. Zur Berechnung der Emissionsfaktoren greifen wir auf die Datenbank GEMIS zurück. In Scope 1 werden insbesondere die Prozessenergie in unserer Bäckerei, die Kraftstoffe für die Auslieferung unserer Waren sowie mögliche Auswirkungen durch Kältemittelverluste aus unseren Produktionskühlanlagen berücksichtigt.

Im **Scope 2** betrachten wir die indirekten Emissionen aus dem Stromverbrauch in unseren betrieblichen Räumen. Auch hier basiert die Bilanzierung auf den gemessenen Stromverbräuchen, wodurch eine sehr hohe Datenqualität gewährleistet ist. Die Emissionsfaktoren werden ortsbasiert ermittelt. Ein wesentlicher Schwerpunkt unserer Maßnahmen liegt in diesem Bereich auf der Reduktion des Energieverbrauchs. Dazu zählt unter anderem der Einsatz energieeffizienter Technik, der Betrieb einer Photovoltaikanlage auf dem Dach unserer Produktion sowie der Umstieg auf den Bezug von Ökostrom.

Im **Scope 3** erfassen wir weitere indirekte Emissionen entlang unserer Wertschöpfungskette. Dazu gehören energiebezogene Vorkettenemissionen, bezogene Güter wie Rohstoffe für die Produktion, Reinigungsmittel, Reifen für unsere LKW, vorgelagerte Transporte, Abfall, Wasser sowie die Anreise unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse haben wir uns zunächst auf die Bereiche konzentriert, für die belastbare Daten verfügbar sind. Die erfassten Mengen stammen überwiegend aus Dokumentationen und Rechnungen. Bei den Pendleremissionen haben wir uns auf die Mitarbeitenden unserer Zentrale in Weilheim beschränkt,

da wechselnde Einsatzorte im Verkauf eine präzise Erfassung erschweren. Insgesamt ist auch in Scope 3 die Datenqualität hoch. Zur Ermittlung der Emissionsfaktoren nutzen wir unter anderem Datenbanken und Quellen des Umweltbundesamt, von DEFRA, GEMIS sowie die Datenbasis nach Pietrowska.

Durch diese strukturierte Bilanzierung gewinnen wir ein umfassendes Verständnis über die Emissionen unseres Unternehmens und können gezielt Maßnahmen zur Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks entwickeln und umsetzen.

### **THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation**

Bereits mit der ersten Erstellung unserer Treibhausgasbilanz im Jahr 2022 konnten wir zentrale CO<sub>2</sub>-Hotspots in unserem Unternehmen identifizieren. Die Analyse der Emissionen in den verschiedenen Scopes hilft uns, die wichtigsten Emissionsquellen zu erkennen und gezielt Maßnahmen zur Reduktion abzuleiten.

Im **Scope 1**, der die direkten Emissionen aus unseren eigenen betrieblichen Aktivitäten umfasst, stellt die Prozessenergie beim Backen mit Erdgas einen wesentlichen Emissionsfaktor dar. Sie verursacht rund 127.722 kg CO<sub>2</sub>e pro Jahr. Auf einem ähnlichen Niveau liegt der Kraftstoffverbrauch unserer Auslieferungsflotte mit 115.215 kg CO<sub>2</sub>e. Auch Kältemittelverluste aus Kühlanlagen können bei größeren Leckagen einen erheblichen Beitrag leisten, weshalb wir diesen Bereich besonders im Blick behalten.

Im **Scope 2** entstehen durch den Strombezug für unsere betrieblichen Räume und Produktionsprozesse Emissionen von 297.782 kg CO<sub>2</sub>e. Dieser Bereich bietet zugleich wichtige Ansatzpunkte für Einsparungen, etwa durch Energieeffizienzmaßnahmen oder den Bezug erneuerbarer Energien.

Im **Scope 3** zeigen sich die größten Emissionen bei den bezogenen Gütern, insbesondere bei Rohstoffen wie Getreide und Mehl, Butter und Margarine, Zucker, Saaten und Salz sowie bei Reinigungsmitteln und Reifen. Diese verursachen zusammen 665.839 kg CO<sub>2</sub>e. Zusätzlich wurden Emissionen aus Vorketten, Wasser, Abfall, Pendlerverkehr und vorgelagerten Transporten berücksichtigt. Letztere tragen mit 65.181 kg CO<sub>2</sub>e zu unseren Emissionen bei.

### **4.3.6 THG-Bilanz – Unsere Zielerreichung**

Nach der Erstellung unserer ersten Treibhausgasbilanz im Jahr 2022 lag der Fokus zunächst auf der Reduktion unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen. Durch verschiedene Maßnahmen im Energie- und Ressourcenmanagement konnten wir bis zum Jahr 2024 bereits erste deutliche Verbesserungen erreichen.

Die gesamten Treibhausgasemissionen (Scope 1–3) konnten von **1.380.798 kg CO<sub>2</sub>e im Jahr 2022 auf 1.277.880 kg CO<sub>2</sub>e im Jahr 2024** reduziert werden. Dies entspricht einer **Reduktion von rund 7 % bzw. 102.919 kg CO<sub>2</sub>e**.

Im **Scope 1** sind die Emissionen von **252.950 kg CO<sub>2</sub>e auf 280.500 kg CO<sub>2</sub>e** gestiegen (+11 %). Dies ist vor allem auf Veränderungen im Energieeinsatz in der Produktion (+5 %) sowie auf einen größeren Kältemittelverlust zurückzuführen. Die Emissionen aus dem Kraftstoffverbrauch in der Auslieferung sind hingegen zurückgegangen.

Im **Scope 2**, der den Stromverbrauch umfasst, konnten wir eine deutliche Verbesserung erreichen. Die Emissionen sanken von **297.782 kg CO<sub>2</sub>e auf 238.110 kg CO<sub>2</sub>e**, was einer **Reduktion von etwa 20 %** entspricht. Diese Entwicklung ist insbesondere auf Maßnahmen zur Energieeinsparung, Effizienzsteigerungen sowie den Einsatz erneuerbarer Energien – beispielsweise durch die installierte Photovoltaikanlage – zurückzuführen. Besonders hervorzuheben ist zudem eine Investition in spezielle Kühltechnik. Durch die Nutzung von Phasenwechselprozessen kann Energie beim Einfrieren von Wasser eingespart werden, wodurch Backwaren teilweise im Plusbereich gelagert werden können.

Auch im **Scope 3**, der Emissionen entlang der Wertschöpfungskette umfasst, konnten wir eine Reduktion erzielen. Die Emissionen gingen von **830.066 kg CO<sub>2</sub>e auf 759.270 kg CO<sub>2</sub>e** zurück, was einer **Verringerung von rund 9 %** entspricht. Einsparungen konnten hier insbesondere durch Veränderungen bei bezogenen Gütern sowie in der vorgelagerten Lieferkette erreicht werden.

Insgesamt zeigt die Entwicklung, dass erste Maßnahmen bereits Wirkung zeigen und wir auf einem guten Weg sind, unsere Emissionen schrittweise weiter zu reduzieren.

Da wir nach dem Jahr 2024 davon ausgegangen sind, innerhalb der bestehenden Prozesse nur noch begrenzte weitere Optimierungen erreichen zu können, haben wir für die größten Emissionshotspots mit gleichzeitig hohem Steuerungspotenzial nach neuen Ansätzen gesucht.

Ein zentraler Hebel ist dabei unser **Fuhrpark**. Durch die schrittweise Umstellung auf **elektrische Lieferfahrzeuge** soll der Einsatz von Diesel perspektivisch entfallen und damit ein wesentlicher Beitrag zur Dekarbonisierung unserer Logistik geleistet werden.

Ein weiterer wichtiger Bereich ist die **Prozessenergie in der Produktion**. Hier planen wir den schrittweisen Ersatz bestehender gasbetriebener Backöfen durch **moderne, elektrisch betriebene Backöfen**. Neben einer effizienteren Nutzung von Energie ermöglicht dies eine deutliche Reduktion der direkten Emissionen aus dem Erdgasverbrauch.

Parallel dazu soll die **Photovoltaikanlage auf dem Produktionsdach weiter ausgebaut** werden. Ziel ist es, einen deutlich größeren Anteil unseres Strombedarfs selbst zu erzeugen und möglichst vollständig im eigenen Betrieb zu nutzen.

Im Bereich der **Rohstoffe** ist das Steuerungspotenzial hingegen begrenzt. Als Bio-Bäckerei beziehen wir bereits heute überwiegend **regionale Rohstoffe mit kurzen Transportwegen**, sodass hier nur geringe zusätzliche Einsparpotenziale bestehen. Eine mögliche Maßnahme liegt in einer **moderaten Reduktion des Butteranteils in einzelnen Rezepturen**, wodurch sich der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck besonders einfach immens reduzieren lässt.

Auf Basis dieser Überlegungen wurden **ambitionierte Zielsetzungen für das Jahr 2035** definiert. Die mit diesen Zielen verbundenen Veränderungen wurden überschlägig berechnet und quantifiziert. Dabei wurden folgende Annahmen getroffen:

- **Photovoltaik:** Verdopplung der jährlichen PV-Stromerträge
- **Fuhrpark:** Umstellung von 50 % der Lieferfahrzeuge auf Elektroantrieb  
→ Einsparung von ca. **19.000 Litern Diesel**, zusätzlicher Strombedarf von etwa **71.000 kWh**
- **Produktion / Backöfen:** Ersatz gasbetriebener Backöfen  
→ Wegfall von ca. **200.000 kWh Erdgas**, zusätzlicher Strombedarf von etwa **145.000 kWh**
- **Rohstoffe:** Reduktion des Butterverbrauchs um **50 %**, gleichzeitig **+10 % Rohstoffeinsatz** aufgrund des erwarteten Unternehmenswachstums

Diese Annahmen bilden die Grundlage für die weitere Abschätzung unserer zukünftigen Treibhausgasemissionen und zeigen mögliche Wege zur schrittweisen Dekarbonisierung unseres Unternehmens auf.

Auf Basis dieser Annahmen haben wir eine **fiktive Treibhausgasbilanz für das Jahr 2035** erstellt. Die einzelnen Scope-Emissionen sind in der entsprechenden Übersicht dargestellt.

Durch die eingeleiteten Maßnahmen zur **Dekarbonisierung** wird sich ein Teil unserer Energieflüsse künftig stärker in Richtung **elektrischer Energie** verschieben. Aus diesem Grund ist im **Scope 2** keine deutliche Reduktion der Emissionen zu erwarten, da hier der Stromverbrauch bilanziert wird. Die Verringerung der Emissionen in diesem Bereich hängt maßgeblich von der weiteren **Dekarbonisierung des Strommixes bis 2035** ab.

Im **Scope 1** hingegen erwarten wir durch die Umstellung zentraler Prozesse – insbesondere im Bereich Fuhrpark und Backöfen – eine **deutliche Emissionsreduktion von rund 49 %**.

Über das gesamte Unternehmen hinweg ergibt sich auf Basis der angenommenen Maßnahmen eine **Reduktion der Treibhausgasemissionen von etwa 16 %**.

Grundsätzlich ist der Vergleich **absoluter Emissionswerte jedoch kritisch zu betrachten**. Aussagekräftiger ist eine Betrachtung der Emissionen im Verhältnis zur

**verarbeiteten Mehlmenge** da hier das Produktionsvolumen mitberücksichtigt wird. Da wir bis zum Jahr 2035 von weiterem Unternehmenswachstum ausgehen, wird die absolute Emissionsreduktion durch eine steigende Produktionsmenge teilweise relativiert. Bezogen auf die produzierte Menge ist daher von einer deutlich stärkeren Verbesserung der Emissionsintensität auszugehen.

#### 4.3.7 THG-Bilanz – Ergriffene Maßnahmen und Entwicklungen

Bereits in den vergangenen Jahren haben wir verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um Energieverbräuche zu reduzieren und unsere Treibhausgasemissionen zu senken. So wurde unter anderem ein **Pelletofen** in den Produktionsprozess integriert, um den Einsatz fossiler Energieträger zu minimieren. Darüber hinaus konnten durch eine **Optimierung der Ofenbelegung** Einsparungen beim Erdgasverbrauch im Backprozess erzielt werden. Auch im Produktionsablauf wurden Anpassungen vorgenommen, sodass bestimmte Prozesse verstärkt im **Plus-Temperaturbereich** stattfinden können, was den Energiebedarf für Kühlung reduziert.

Neben technischen Maßnahmen wurden auch Schritte im Bereich **Mitarbeitermobilität** umgesetzt. Ziel ist es, nachhaltige Pendeloptionen attraktiver zu machen. Dazu zählen unter anderem ein **JobRad-Angebot**, verbesserte **Fahrradabstellmöglichkeiten** sowie weitere Anreize, den Arbeitsweg mit dem Fahrrad zurückzulegen.

Ein wichtiger Schritt in Richtung klimafreundlicher Logistik wurde im **Januar 2026** mit dem Kauf unseres **ersten elektrischen Lieferfahrzeugs** umgesetzt. Ab Juli 2026 erfolgt die **schrittweise Umstellung unserer Lieferflotte auf Elektrofahrzeuge**. Perspektivisch sollen konventionelle Dieselfahrzeuge vollständig ersetzt werden, sobald geeignete Fahrzeugmodelle verfügbar sind. Auch bei **Firmenfahrzeugen** wird künftig angestrebt, möglichst ausschließlich **Elektrofahrzeuge** einzusetzen.

Ein weiterer zentraler Baustein zur Reduktion unserer Emissionen ist die geplante **Investition in drei neue, deutlich effizientere Backöfen**, deren Anschaffung für **Ende 2026** vorgesehen ist. Diese Anlagen ermöglichen neben einem effizienteren Betrieb auch zukünftig die Umstellung auf einen **elektrischen Brenner** und eröffnen damit langfristig zusätzliche Möglichkeiten zur weiteren Dekarbonisierung unserer Produktion, insbesondere in Verbindung mit erneuerbarem Strom aus eigener Photovoltaikherzeugung.

#### 4.3.8 Ausblick

Auch in den kommenden Jahren werden wir unsere Anstrengungen zur Reduktion von Treibhausgasemissionen konsequent weiterführen. Der Fokus liegt dabei insbesondere auf der schrittweisen Elektrifizierung unserer Prozesse, dem weiteren Ausbau

erneuerbarer Energien sowie der kontinuierlichen Verbesserung der Energieeffizienz in Produktion und Logistik.

Mit der geplanten Umstellung unserer Lieferflotte auf Elektrofahrzeuge, der Investition in neue, effizientere Backöfen sowie dem weiteren Ausbau unserer Photovoltaikanlage schaffen wir wichtige Voraussetzungen, um unsere Emissionen langfristig zu senken und unsere Produktion zunehmend zu dekarbonisieren.

Gleichzeitig werden wir unsere Treibhausgasbilanz weiterhin regelmäßig fortschreiben, um Fortschritte messbar zu machen und neue Reduktionspotenziale frühzeitig zu erkennen. Unser Ziel ist es, die Emissionsintensität unseres Unternehmens auch bei weiterem Wachstum kontinuierlich zu reduzieren und einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

## **4.4 Leitsatz 04 – Biodiversität**

### **4.4.1 Zielsetzung**

Biodiversität ist für uns als 100 % biologisch wirtschaftender Betrieb das Herz unseres Wirtschaftens. In Zeiten des Artensterbens und des Klimawandels ist es unsere Aufgabe und Verpflichtung, alles in unserer Macht Stehende zu tun, um hierzu einen Beitrag zu leisten. Nur wenn wir

- Zuckerrüben aus Süddeutschland
- Mohn aus Süddeutschland
- Luteus aus Thüringen

### **4.4.2 Ergebnisse und Entwicklungen**

Im Jahr 2024 ist es uns gelungen, unseren kompletten Zucker aus Zuckerrüben zu verarbeiten. Diese Zuckerrüben werden in Baden-Württemberg und im nördlichen Bayern/Franken in Bioland Qualität von regionalen Bio Landwirten angebaut und nach der Ernte gereinigt. Gebündelt werden die Abnahme- und Liefermengen von unserer regionalen Erzeugergemeinschaft OBEG. In unserem Betrieb verarbeiten wir zu 100 % Bioland Rücken Zucker. Den Rohrohrzucker aus Übersee haben wir aus unserem Betrieb entfernt. So konnten wir im Jahr 2024 eine Menge von 10 Tonnen Rübenzucker in unserem Betrieb verarbeiten. Auch in unseren Cafés und Läden wird zum süßen dieser Zucker verwendet. Aus Informations- und Werbegründen hat die OBEG Zuckerbriefchen herstellen lassen, die wir zum Mitnehmen für unsere To Go Kunden verwenden.

Auch der von uns verarbeitete Mohn kommt seit diesem Jahr zu 100 % aus Baden-Württemberg und Franken. Die in unserer Bäckerei verarbeitete Menge lag im Jahr 2024 bei

750 Kilogramm. Vorher bezogen wir den Mohn aus dem Ausland. Der Mohn wird gereinigt zu uns angeliefert. Wir Quetschen den Mohn direkt vor der Verarbeitung frisch in unserer Bäckerei, bevor er dann zu Mohnfüllungen verarbeitet wird. Wir verwenden den Mohn für unsere berühmten und oberleckeren veganen Mohnschnitten, zu Mohnschnecken und zum Bestreuen von Brötchen und Käsegebäck.

Unseren Kontakt zum Luteus Züchtern Friedrich Uhling in Thüringen entstand im Sommer in diesem Jahr. Nach einem ersten persönlichen Kontakt auf den Feldtagen der Universität Hohenheim machten wir einen Besuch im Thüringer Becken in der Nähe von Weimar. Auf dem Gelände des Saatenzentrum Schöndorf gab es eine halbtägige Exkursion mit Herrn Uhlig über seine Forschungsfelder: die Schwerpunkte legt Herr Uhlig auf die Züchtung von Weizensorten mit hohem Gelbpigmentanteil, aber auch auf alte Getreidesorten wie Sommer- und Winteremmer. Die Weizensorte Luteus (lat. gelb) hat uns ganz besonders begeistert: kräftig im Stand, das Getreidekorn fast so gelb wie Mais und superlecker im Geschmack.

Im nächsten Schritt wollen wir versuchen, regionale Bio Bauern zu finden, die uns die Getreidesorte Luteus in der Region in Bio Qualität anbauen.

#### **Indikator 1: Verarbeitet Zuckermenge**

- 10 Tonnen Rübenzucker wurden in diesem Jahr verarbeitet
- Verzicht auf Rohrohrzucker und dadurch Einsparung von CO<sub>2</sub>
- Förderung Regionaler Lieferketten und regionaler Wertschöpfung

#### **Indikator 2: Bezug von Blaumohn aus Regionaler Erzeugung**

- Bisheriger Mohnverbrauch 700 KG jährlich
- Ziel war das Ersetzen der gesamten Menge durch regional angebauten Bio Mohn
- Es ist gelungen die Anbaupartner zu finden und den Mohn in die Verarbeitung zu bringen. Seit 2024 wird nun biologisch angebaute Mohn verarbeitet. Dies führt zu verringerten Emissionen im vorgelagerten Transport und zu einer Steigerung der Biodiversität auf unseren heimischen Anbauflächen. Die Mohnkultur ist eine der wenigen Feldkulturen mit blühenden Pflanzen die als Insektennahrung dienen können.
- Quantitative Auswirkungen auf die THG-Bilanz sind nicht darstellbar. Es fehlt die Datengrundlage in den bekannten Datenquellen. Es ist unmöglich dies Daten im Einzelfall vom Regionalen Mohnanbau zu erheben.

### 4.4.3 Ausblick

An diesen Schwerpunkten werden wir weiterhin festhalten und fortlaufend vertiefen sowie weiter ausbauen. Der Anbau regionaler Rohstoffe in Bio Qualität ist uns eine Herzensangelegenheit und in Zeiten des Klimawandels sehr wichtig. Mit unseren regionalen Bio Bauern in unserem Partnernetzwerk werden wir hier weiterhin aktiv bleiben.

- Implementierung eines Luteus Brotes in unser Sortiment
- Anbau von Luteus Gelbpigmentweizen in unserer Region in den nächsten 2 Jahren

Im Moment laufen Aktivitäten für ein regionales Bio Buchweizenprojekt sowie für den Anbau, die Reinigung und die Vorverarbeitung von Walnüssen.

# 5. Weitere Aktivitäten

| Leitsatz  | Ziele   | Maßnahmen und Aktivitäten   | Ergebnisse und Entwicklungen  | Ausblick  |
|---|---|---|---|---|
| Leitsatz 02 –<br>Klimaanpassung                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir haben bei der Aktion "Stadtradeln an Team mitgemacht und konnten in der Stadt Weilheim als Sieger mit den am meisten geradelten Kilometern hervorgehen.</li> <li>Installation einer Ladestation für unsere E Autos auf dem Betriebsgelände</li> <li>Begrünung unseres Daches mit hitzestabilen Pflanzen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Der Jobrad- und der E Auto Anteil bei unseren Mitarbeitern hat zugenommen</li> <li>Optimale Nutzung der Eigen erzeugten Photovoltaikanlage. Den dadurch erzeugten Strom können wir tagsüber selbst verwenden.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Verstärkter Fokus auf hitzestabile Sorten. Hierbei sind wir in laufendem Kontakt mit Getreidezüchtern</li> </ul>                   |
| Leitsatz 03 –<br>Ressourcen und Kreislaufwirtschaft | <ul style="list-style-type: none"> <li>„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Als biologisch arbeitende Betrieb ist die Kreislaufwirtschaft unsere DNA. Darum haben wir in diesem Jahr eine weitere besondere Sorte Weizen mit Namen Luteus, in unsere Region beheimatet. Im nächsten Jahr erwarten wir hier die erste Ernte.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir verwenden zu 100 % Mehrwegprodukte von Recup und Recircle in allen unseren Läden. Für unsere Salat kommen Weck Gläser mit Deckel zum Einsatz. Daher sehen wir recht entspannt einer Einwegverpackungssteuer entgegen, die eventuell von den Kommunen ausgesprochen werden kann.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir stehen Neuerungen im Bereich der Ressourcenschonung im Bereich Verpackungen grundsätzlich aufgeschlossen gegenüber.</li> </ul> |

| Leitsatz  | Ziele  | Maßnahmen und Aktivitäten   | Ergebnisse und Entwicklungen  | Ausblick   |
|---|--|---|---|--|
| <b>Leitsatz 05 – Produktverantwortung</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Alle unsere Rezepturen sind zu 100 % transparent</li> <li>Wir kaufen keine Produkte zu, weder Convenience Produkte, noch TK-Produkte oder Halbfertigprodukte</li> <li>Unsere MA werden regelmäßig von unserem Hygiene- und Qualitätsbeauftragten geschult.</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung eines "Qualitätstisches": Jede Woche werden stichprobenartig 5 Produkte verprobt und mit unserem Qualitätszirkel verkostet. Dieser Prozess wird dokumentiert.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>An der engen Qualitätskontrolle wollen wir kontinuierlich dranbleiben und die Abläufe in einem laufenden Prozess verbessern.</li> </ul>   |
| <b>Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir bewegen uns entlang möglichst regionale Lieferketten und wollen diesen ausbauen und erweitern.</li> <li>Wir bezahlen unseren Lieferanten Preise, die den Wert der Rohstoffe abbilden</li> <li>Bei Rohstoffen wie Schokolade oder Kaffee verwenden wir Fair Trade Produkte</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir konnten den Frauenanteil in unserer Produktion weiter ausbauen</li> <li>Unser Bäcker Azu mit Fluchthintergrund konnte mit Erfolg seine Gesellenprüfung zum Bäcker ablegen. Wir können ihn, dank seinem nun sicherem Bleibestatus, glücklicherweise weiter beschäftigen.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir werden uns weiterhin dafür einsetzen, Menschen in Not oder in schwierigen Lebenslagen in unserem Betrieb zu unterstützen</li> <li>Die Einhaltung von Menschenrechten in unserem Betrieb ist eine Selbstverständlichkeit für uns.</li> </ul> |
| <b>Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Unser Leitbild habe wir weiterentwickelt und mit unserer Leitbildgruppe im Betrieb ergänzt. Das Arbeiten auf Augenhöhe wird</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mitarbeitergespräche werden selbstständig von unseren Führungskräften geführt, nachgehalten und kontrolliert. Unser</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere neuen Azubis aus Indien und Jordanien sind gut in die Teams integriert und entwickeln sich sehr gut. Wir arbeiten</li> </ul>   |

| Leitsatz  | Ziele   | Maßnahmen und Aktivitäten  | Ergebnisse und Entwicklungen   | Ausblick   |
|---|---|--|--|--|
|   | und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“  | in monatlich stattfindenden Teamsitzungen aktiv vorgelebt und weitergegeben. Unser digitales und transparentes Planungstool für alle MA wurde erfolgreich gestartet.   | "Kummerkasten" wird angenommen, die Wünsche daraus werden umgesetzt. Das mit der Handwerkskammer Stuttgart gestartete Projekt zur Azubigewinnung ist erfolgreich angelaufen.   | an einer erfolgreichen Ausbildung die den Abschluss in einer hoffentlich guten Abschlussprüfung in den Gewerker Bäckerei, Konditor und Fachverkäufer finden wird. Wir freuen uns auf gut qualifizierte Fachkräfte, die wir selbst ausgebildet haben. |
| <b>Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Auf unserer Homepage haben wir alle Produkte laufend mit Fotos, Nährwert Zutaten und Allergenen aktualisiert. Diese sind nun jederzeit aufrufbar. Unsere Homepage haben wir um einen Onlineshop erweitert und aktualisiert um neue Produktgruppen.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere Kundenveranstaltungen wurden ausgebaut. Wir sind nun Mitglied im Netzwerk "Bio Verarbeiten". Hieraus haben sich viele neue und spannende Kontakt zu Bio Verarbeitern ergeben.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Erschließung neuer Kundengruppen durch die Mitgliedschaft in der "Bio Musterregion" Hieraus erhoffen wir uns zusätzliche Kunden aus dem Bereich Mensen und Kantinen.</li> </ul>                               |
| <b>Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir haben in allen unseren Abteilungen ein Kennzahlen Tool implementiert, welches wöchentlich die Effizienz der einzelnen Abteilung abbildet. So werden wir sicherstellen,</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Alle MA arbeiten deutlich Zahlenorientierter als vorher. Wir konnten alle MA weiterbeschäftigen trotz einer Umsatzeinbuße im letzten Sommer, die durch die Schließung</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>In Anbetracht der wirtschaftlich schwieriger werdenden Lage in unserer Region durch eine schlechter werdende Ertragslage vieler Automobilbauer und deren Zulieferer, werden wir an</li> </ul>                 |

| Leitsatz  | Ziele   | Maßnahmen und Aktivitäten  | Ergebnisse und Entwicklungen  | Ausblick  |
|---|---|--|---|---|
|   |   | dass die Wirtschaftlichkeit in schwierigen Zeiten jederzeit von allen MA im Blick behalten wird.   | eines Ladens erfolge.   | einer maximalen Transparenz aller unserer Prozesse im Betrieb weiter festhalten.  |
| <b>Leitsatz 10 –<br/>Regionaler Mehrwert</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Um für unsere Kunden besser erreichbar zu sein, sind wir an einen besser zu erreichenden Standort umgezogen.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Unsere Kundenzahlen konnten wir deutlich steigern.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir werden uns weiterhin ökonomisch und ökologisch in unserer Region einbringen. Der maximale Kundennutzen steht bei allem unserem Tun im Mittelpunkt unseres Handelns.</li> </ul> |
| <b>Leitsatz 11 –<br/>Transparenz</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir gehen verantwortungsvoll mit unseren finanziellen Mitteln um. Wir achten auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Eigenkapital und Fremdkapital.</li> <li>Finanzentscheidungen treffen wir nach vorsichtiger Risikoanalyse und zum Wohle des Unternehmens.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>wir bezahlen Übertarifliche Löhne in allen Bereichen</li> <li>Wir beschäftigen keine MA unter Mindestlohn</li> <li>Wir informieren monatlich in einem Mitarbeiterbrief die Lage des Unternehmens und über die nächste Entwicklungsschritte und Erfolge.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wir wollen sukzessive unsere Eigenkapital stärken</li> </ul>   |
| <b>Leitsatz 12 –<br/>Anreize zur Transformation</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>MA Coaching für unseren Führungskreis durch eine externe Beratung zum Thema Kommunikation.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung des Formats "Leitungskreis": monatliches Treffen aller Führungskräfte. Im direkten Austausch kommen Problem an den "Schnittstellen"</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>An diesem neuen, sehr erfolgreichen Format werden wir unbedingt festhalten</li> </ul>  |

| Leitsatz | Ziele  | Maßnahmen und Aktivitäten | Ergebnisse und Entwicklungen   | Ausblick |
|----------|--|---------------------------|--|----------|
|          | <p>Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“</p> |                           | <p>des Betriebs zu Tage. In diesem Format entstehen direkt Lösungsansätze, an denen sich alle Führungskräfte beteiligen und damit das Unternehmen nachhaltig weiterentwickeln.</p> |          |

# 6. Unser Klimawin BW-Projekt

## 6.1 Das Projekt

Biosphärenkindergarten im Biosphärengebiet Schwäbische Alb

## 6.2 Art und Umfang der Unterstützung

Im Jahr 2024 konnten wir drei Veranstaltungen mit Kindergärten durchführen. Neben unseren seit Jahren laufenden Veranstaltungen für Grundschul Kinder haben wir in 2024 mit diesem neuen Segment begonnen. Pro Veranstaltung entsteht ein Zeitaufwand von 4 Stunden inklusive Vor- und Nachbereitung. Die Kinder treten mit allen Sinnen in Kontakt mit Getreide: wie sieht es aus, wie riecht es, wie schmeckt es? Wie wird Getreide gemahlen und wie schmeckt das Brot, das daraus gebacken wird? Weizen, Roggen und Dinkel sieht völlig anders aus. Diese Unterschiedlichkeit zieht sich durch die gesamte Veranstaltung mit den Kindern.

**Umfang der Förderung:** 4 Arbeitsstunden je Veranstaltung

## 6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Im Jahr 2024 konnten drei Kindergartengruppen mit Kindern im Alter von 3 bis 6 Jahren an der jeweiligen Veranstaltung teilnehmen. Der von uns konzipierte Ablauf der Veranstaltung kam beim mit anwesenden Fachpersonal und der Kindergartenleitung sehr gut an. Es wird berichtet, dass beim Gruppenvesper nun Vollkornbrot aus unserer Backstube angeboten und von den Kindern sehr gut angenommen wird.

## 6.4 Ausblick

Zukünftig wollen wir uns verstärkt um die Kommunikation mit weiterführenden Schulen bemühen. Das Wissen um die Herstellung von biologischen Lebensmitteln und die daraus resultierenden Zusammenhänge zur biologischen Landwirtschaft und zum Klima- und Umweltschutz ist unseres Erachtens ein wichtiger Baustein für die nächste Generationen. Das Wissen darum zu fördern und zu stärken sehen wir als Produzent von Bio Produkten als unsere Aufgabe und Verpflichtung gleichermaßen an.

Im Zuge des auf uns zukommenden Fachkräftemangels und im Hinblick auf die demografische Entwicklung unserer Bevölkerung werden wir uns in den kommenden Jahren an die weiterführenden Schulen wenden:

- Aktiv zugehen wollen wir auf Schüler ab der Klasse 9. In diesen Klassenstufen geht es in den Schulen um die Berufsorientierung. Durch gezielte

Veranstaltungen werden wir über die Ausbildungsmöglichkeiten als Bäcker/in, Konditor/in, Verkäufer/in und Bürokauffrau/mann informieren.

- Auch auf die Realschulen und Berufsbildende Gymnasien wollen wir aktiv zugehen. Denn auch ein Studium ist in unserem Betrieb möglich. Hierüber wollen wir informieren und so den jungen Menschen ein sinnstiftendes Arbeitsumfeld bieten.

Weiterhin sind wir in Kontakt mit den Biosphärenschnulen im Biosphärengebiet Schwäbische Alb. Im Netzwerk sind wir direkt mit allen verbunden und können so unsere in der Bildungsarbeit über die letzten Jahre erarbeiteten Tools und Bausteine gerne unseren Netzwerkpartnern direkt bereitzustellen.

Im Umkehrschluss profitieren wir von den anderen Partnern von deren Erkenntnissen. So entsteht eine sich gegenseitig befruchtende Zusammenarbeit, auf die wir uns in den nächsten Jahren sehr freuen.



# Impressum

## Herausgeber

Bäckerei Scholderbeck GmbH&Co.KG

Carl-Benz-Straße 53

73235 Weilheim-Teck

Telefon: +497023-7486013

E-Mail: [eve.sigel@scholderbeck.de](mailto:eve.sigel@scholderbeck.de)

Internet: [www.scholderbeck.de](http://www.scholderbeck.de)

## Ansprechperson

Eve Sigel, Pirmin Sigel

## Stand

20.3.2026