



# Luchterhand Bio-Catering

2016



## WIN-Charta

## Nachhaltigkeitsbericht 2016

**Luchterhand Bio-Catering**

# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Über uns-----   | 5  |
| Unternehmensdarstellung-----                            | 5  |
| Wesentlichkeitsgrundsatz-----                           | 5  |
| Die WIN-Charta-----                                     | 6  |
| Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zur Region-----       | 6  |
| Die 12 Leitsätze der WIN Charta-----                    | 6  |
| Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg-----       | 6  |
| Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement -----       | 7  |
| Nachhaltigkeitsanstrengungen vor Ort-----               | 7  |
| Unsere Schwerpunktthemen-----                           | 8  |
| Überblick über die gewählten Schwerpunkte-----          | 8  |
| Zielsetzung-----  | 9  |
| Ergriffene Massnahmen-----                              | 9  |
| Ergebnisse und Entwicklungen -----                      | 9  |
| Indikatoren-----  | 10 |
| Ausblick-----   | 10 |
| Zielsetzung-----  | 11 |
| Ergriffene Massnahmen-----                              | 11 |
| Ergebnisse und Entwicklungen -----                      | 11 |
| Indikatoren-----  | 12 |
| Ausblick-----   | 12 |
| Weitere Aktivitäten-----                                | 13 |
| Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange-----      | 14 |
| Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte-----     | 14 |
| Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden-----              | 14 |
| Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen-----                     | 15 |
| Leitsatz 04 – Ressourcen-----                           | 17 |
| Leitsatz 05 – Energie und Emissionen-----               | 17 |
| Leitsatz 06 – Produktverantwortung-----                 | 17 |
| Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze----- | 18 |
| Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen-----             | 18 |
| Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen-----                 | 20 |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Leitsatz 10 – Anti-Korruption</b> -----      | <b>20</b> |
| <b>Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert</b> -----  | <b>22</b> |
| <b>Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken</b> ----- | <b>22</b> |
| <b>Unser WIN!-Projekt</b> -----                 | <b>24</b> |
| <b>Dieses Projekt unterstützen wir</b> -----    | <b>24</b> |
| <b>Art und Umfang der Unterstützung</b> -----   | <b>24</b> |
| <b>Ergebnisse und Entwicklungen</b> -----       | <b>24</b> |
| <b>Ausblick</b> -----                           | <b>25</b> |
| <b>Kontaktinformationen</b> -----               | <b>26</b> |

# Über uns

## UNTERNEHMENSDARSTELLUNG

Luchterhand Catering bietet nachhaltige Catering-Dienstleistungen, ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der ausschließlichen Verwendung von Zutaten aus kontrolliert biologischem Anbau.

Mit unserem Team aus bis zu 20 Köchen und Servicekräften liefern wir bei Veranstaltungen für 20 bis 2000 Gäste nicht nur Fingerfood, warme Gerichte vom Buffet oder exklusive Menüs am Platz serviert, sondern organisieren auch benötigtes Equipment, vermitteln Veranstaltungsräume und stellen den Kontakt zu Künstlern, Fotografen und Musikern her.

Unser Schwerpunkt liegt neben Privaten Anlässen wie Hochzeitsfeiern auf geschäftlichen Anlässen wie Firmenjubiläen, Präsentationen oder auch Seminar- und Sitzungs-Verpflegung für Unternehmen.

Unser Betrieb ist Bio-zertifiziert (ausschließliche Verwendung von Bio-Zutaten)

und bei Catering-Guide.de in der Kategorie Green Catering gelistet.

wir verwenden am liebsten frische, regional erzeugte Zutaten, bevorzugt von Anbau-Verbänden wie Bioland und Demeter sowie fair gehandelte Produkte.

Bei der Zubereitung setzen wir konsequent auf handwerkliche Eigenproduktion und verzichten komplett auf Convience-Produkte.

Bei uns wird mit Liebe und Respekt vor Mensch und Tier gekocht.

## WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

# Die WIN-Charta

## BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR 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.

## DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

### **Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange**

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

### **Umweltbelange**

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielform und kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – 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."*

### **Ökonomischer Mehrwert**

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

### **Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption**

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

### **Regionaler Mehrwert**

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

## ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf [www.win-bw.com](http://www.win-bw.com).

# Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 15.06.2015

## ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

|             | Schwerpunktsetzung       | Qualitative Dokumentation n | Quantitative Dokumentation n |
|-------------|--------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| Leitsatz 1  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | X                            |
| Leitsatz 2  | <input type="checkbox"/> | X                           | X                            |
| Leitsatz 3  | <input type="checkbox"/> | X                           | <input type="checkbox"/>     |
| Leitsatz 4  | <input type="checkbox"/> | X                           | X                            |
| Leitsatz 5  | <input type="checkbox"/> | X                           | X                            |
| Leitsatz 6  | X                        | X                           | X                            |
| Leitsatz 7  | X                        | X                           | X                            |
| Leitsatz 8  | <input type="checkbox"/> | X                           | <input type="checkbox"/>     |
| Leitsatz 9  | <input type="checkbox"/> | X                           | <input type="checkbox"/>     |
| Leitsatz 10 | <input type="checkbox"/> | X                           | <input type="checkbox"/>     |
| Leitsatz 11 | <input type="checkbox"/> | X                           | <input type="checkbox"/>     |
| Leitsatz 12 | <input type="checkbox"/> | X                           | <input type="checkbox"/>     |

## NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

**Unterstütztes WIN!-Projekt:** Bildung für Nachhaltige Entwicklung, Juniorfirma mit Möbelbau aus Recycling-Materialien, Herstellung und Verkauf von Delikatessen aus Wildkräutern und mit dem Erlös und einer Spende von uns Unterstützung der Jugendfarm Zuffenhausen, einer regionalen Einrichtung für die nachhaltige Bildung und Entwicklung von Kindern.

### Schwerpunktbereich:

Energie und Klima

Ressourcen

X Bildung für nachhaltige Entwicklung

Mobilität

Integration

### Art der Förderung:

X Finanziell    X Materiell    X Personell

**Umfang der Förderung:** Ca. 650,00 € sowie ca. 70 Arbeitsstunden

**Projektpate:** --

# Unsere Schwerpunktthemen

## ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

Leitsatz 6: Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.

Leitsatz 7: Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.

## WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Wir verwenden ausschließlich Bio-Produkte und bevorzugen dabei frische, regionale und saisonale Erzeugnisse, möglichst von Anbauverbänden wie Bioland, Demeter oder Naturland.

Zu den Lebensmittelproduzenten, pflegen wir engen Kontakt. Wir schätzen alte Nutztierrassen wie das Schwäbisch-Hällische Landschwein, das Hohenloher Weiderind und das Braune Bergschaf. Produkte aus Massentierhaltung lehnen wir grundsätzlich ab.

Von der Fertigung bis zum Transport unserer Produkte ist ein hoher ökologischer Standard Voraussetzung.

Um diesen Standard zu erhalten und zu verbessern, sind wir immer auf der Suche nach innovativen Ideen.

## Leitsatz 4: Ressourcen

### ZIELSETZUNG

In jedem Bereich unseres Unternehmens bevorzugen wir die ökologischste Alternative. So sind wir zu Zeit auf der Suche nach einer Bio-Wäscherei.

Um unseren Restmüll selber verwerten zu können, werden wir uns einen Komposter zulegen – der daraus entstehende Dünger wird in unserem eigenen Kräutergarten verwendet.

Wir werden eine Wasserfilteranlage zur Trinkwasserveredelung einbauen und das gewonnene Trinkwasser unseren Kunden und Mitarbeitern anbieten. So können Energie und Wasser gespart werden, die sonst bei Transport und Abfüllung des Flaschen-Wassers anfallen würden. Durch eine Spezialkonstruktion werden wir das entstehende Abwasser auffangen können. Dieses soll zur Küchenreinigung verwendet werden.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Fälschlicherweise informierte uns ein Mitarbeiter der von uns ins Auge gefassten Bio-Wäscherei, dass diese nicht die Kapazitäten habe, um große Mengen Tischwäsche zu reinigen. Nach erfolgloser Suche nach vergleichbaren Wäschereien haben wir jetzt nochmals nachgefragt und erhielten eine positive Antwort. Nach einer zufriedenstellenden Probe werden wir die Zusammenarbeit ausbauen.

Einen Komposter haben wir im Sommer angelegt und konnten bereits ersten eigenen Grobkompost in ein neues Hochbeet einbringen.

Unsere Wasserfilter-Anlage konnten wir schon früh im Jahr einbauen. Mitarbeiter und Kunden sind sehr zufrieden mit dem Geschmack und der Qualität des Wassers. Unsere Mitarbeitern konsumieren mehr Wasser als zuvor, was ihrer Gesundheit zu Gute kommt. Das Abwasser wird wie geplant zur Boden-Reinigung und zum Gießen der Pflanzen verwendet, so dass der sonst erhebliche Anteil an Rückspül-Wasser, der normalerweise direkt ins Abwasser geht, zu 100 % genutzt wird.

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir sind froh, endlich mit einer Bio-Wäscherei, die auch noch im selben Stadtbezirk wie unser Unternehmen liegt, zusammen zu arbeiten und sind gespannt auf die Ergebnisse. Wenn die Qualität unseren Anforderungen entspricht, werden wir unsere gesamte Tischwäsche in Zukunft dort reinigen lassen.

Unser erster Komposter ist bereits gefüllt, die Menge an kompostierbaren Abfällen hat uns selbst überrascht. Es ist, auch für unsere Mitarbeiter, befriedigend zu sehen, wie aus unseren Gemüse-Abfällen bester Bio-Kompost wird. In unserem neuen Kräuter-Hochbeet wird der fertige Dünger beste Verwendung finden.

Gute Wasserqualität ist ein Thema, dass uns sehr am Herzen liegt. Es freut uns besonders, dass unsere Mitarbeiter Ihren gesunden Wasser-Konsum erhöht haben. Auch der verbesserte Kaffee-Geschmack trägt zur Zufriedenheit bei.

## INDIKATOREN

### **Indikator 1:**

Pro Tag fallen in unserer Produktion zwischen 4 kg und 10 kg Gemüse-Abfälle an, die komplett selbst kompostiert werden.

Da unser erster Komposter bereits fast voll ist, werden wir im laufenden Jahr weitere Komposter aufstellen, um alle anfallenden Reste verwerten zu können.

### **Indikator 2:**

Durch den Konsum von Wasser aus unserer Filter-Anlage konnten wir 2016 auf den Kauf von ca. 1500 l Mineralwasser in Flaschen verzichten, was im Vergleich mit dem konsumierten Leitungswasser eine Einsparung von ca. 225 kg CO2 entspricht.

## AUSBLICK

Da wir dieses Thema für sehr wichtig halten, möchten wir es auch dieses Jahr zum Schwerpunktthema machen.

-Sollte die Qualität zufriedenstellend sein, werden wir sämtliche Wäsche von der regionalen Bio-Wäscherei reinigen lassen.

-Mit mehreren zusätzlichen Kompostern und zusätzlichen Qualitätsverbessernden Maßnahmen wie Umschichtung und Wurm-Zusätzen möchten wir weiterhin alle unsere Küchen-Abfälle selbst kompostieren. Zusätzlich planen wir – zunächst im experimentellen Rahmen- kompostierbares Einweggeschirr aus pflanzlichen Rohstoffen, das wir bei manchen Großveranstaltungen nutzen, unterzumischen.

-Müll wird bei uns in der Produktion selbstverständlich nach recyclingfähigen Materialien getrennt. Unser Ziel: Diese Trennung möchten wir jetzt auch konsequent bei Veranstaltungen außer Haus umsetzen und so z.B. anfallende Packfolie direkt in gelben Säcken entsorgen.

-Durch Anschaffung von passenden dichtenden Edelstahldeckeln für Gastronorm-Behälter, möchten wir versuchen, zukünftig soweit wie möglich auf den Einsatz von Aluminiumfolie zu verzichten.

-Nach unserem Briefpapier möchten wir auch als Druckerpapier ausschließlich Recyclingpapier verwenden.

Unser Ziel:-Sämtliche Tischwäsche biologisch reinigen lassen

- Fortführung und Ausbau der eigenen Kompostierung
- Konsequentes Recycling nicht nur im Haus sondern auch beim Kunden
- Anschaffung von Edelstahldeckeln, um Aluminiumfolie zu vermeiden.
- Umstellung auf Recyclingpapier

## Leitsatzes 5 : Energie und Emission

### ZIELSETZUNG

Um den Stromverbrauch sowie die CO2-Belastung zu verringern, werden wir statt 4 Tiefkühltruhen eine große Tiefkühl-Zelle installieren.

Unsere Leuchtmittel werden – soweit technisch möglich – auf LED umgestellt.

Unsere Produktionsküche ist mit Gasherden ausgestattet, wir planen die Umstellung auf Gas aus Windenergie. Auch unsere Heizungsanlage soll so betrieben werden.

Um, bei immer größerer Auftragslage, unnötige Mehrfachfahrten zu vermeiden, optimieren wir die Reihenfolge der zu bedienenden Auftragsstandorte.

Zielsetzung einer dieser Tourenplanung ist die Minimierung der Anzahl der eingesetzten Fahrzeuge und des CO2-Ausstoßes.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Eine Tiefkühlzelle haben wir eingebaut und in Betrieb genommen, die Tiefkühltruhen wurden abgeschaltet.

Alle klassischen Glühbirnen sowie Halogenlampen haben wir auf LED-Leuchtmittel umgerüstet.

Die Umstellung auf Windgas ist wegen zu spät erfolgter Kündigung noch nicht vollzogen, steht aber bevor.

Die Tourenplanung wurde verbessert, dank großzügiger Öffnungszeiten mancher Großhändler können nächtliche Abholungen oft mit Einkäufen verbunden werden.

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Tiefkühlzelle ist nicht nur im Verbrauch günstiger sondern vor allem im täglichen Umgang praktischer. Waren werden schneller gefunden und nehmen weniger Schaden. Auch unsere Mitarbeiter schätzen die Neuerung. Bei Bedarf können kurzzeitig Truhen zugeschaltet werden.

Der Energieverbrauch bei den Leuchtmitteln ist seit dem Umstieg auf LED gesunken. Mitarbeiter schätzen das direkte, helle Licht im Vergleich zu den langsam heller werdenden Energie-Sparlampen.

Die Haltbarkeit der LED-Leuchtmittel ist allerdings noch verbessungsfähig, hier hatten wir leider schon viele Ausfälle.

Die Umstellung auf Windgas haben wir erst recht spät in Angriff genommen. Durch entsprechende Vertragslaufzeiten ist die eigentliche Umstellung noch nicht erfolgt, sondern für Sommer 2017 geplant.

Trotz besserer Auftragslage kommen wir dank effizienterer Tourenplanung weiterhin mit 2 Fahrzeugen aus.

## INDIKATOREN

### **Indikator 1:**

Stromverbrauch 2015 22271 kwh

Stromverbrauch 2016 20999 kwh

### **Indikator 2:**

2015 hatten wir einen auf ein Jahr befristeten Liefervertrag mit einem großen Kunden, der 2016 nicht mehr in der Region aktiv war. Erfreulicherweise ging der Gesamtumsatz um nur ca. 1,00 % zurück, während der Kraftstoffverbrauch 2016 im Vergleich zum Kraftstoffverbrauch 2015 um 13,5 % gesenkt werden konnte.

## AUSBLICK

Wir werden auch 2017 weiter an diesem Schwerpunktthema festhalten

Im nächsten Schritt wollen wir jede defekte Leuchtstoffröhre durch eine entsprechende LED-Röhre ersetzen.

Da wir im Unternehmen selbst keine großen Einsparpotentiale mehr sehen, haben wir uns entschieden, durch CO2-Kompensation klimaneutral zu arbeiten. Wir haben bereits erste Anfragen an entsprechende Organisationen gestellt. Dieser Schritt ist im Hinblick auf unser Gesamtkonzept nur konsequent.

Konkretes Ziel ist es, spätestens ab dem 3. Quartal 2017 komplett klimaneutral zu arbeiten.

# Weitere Aktivitäten Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

## LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

Unsere Aushilfen erhalten bereits einen weit höheren Stundenlohn als den vorgeschriebenen Mindestlohn. Wir planen diesen nächstes Jahr zu erhöhen.

Unsere Ausbildungsplätze vergeben wir vorzugsweise an Schüler aus sozial schwierigem Milieu. Unsere Erfahrungen hier sind bisher durchgehend positiv.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Zur Motivationssteigerung haben wir den Stundenlohn Leistungsbezogen bei einigen Aushilfen erhöht und werden auch dieses Jahr weiteren Aushilfen mehr Verantwortung übertragen und deren Stundenlöhne entsprechend erhöhen.

Auch unser neuer Auszubildende kommt aus einem sozial schwierigen Milieu. Seine Leistungen im Betrieb sind vorbildlich, in der Berufsschule hat er jedoch einige Probleme. Dazu erhält er von uns bereits Nachhilfeunterricht, was wir auch dieses Jahr bei Bedarf fortführen werden.

Wir konnten einen zweiten Ausbildungsplatz schaffen und geben einem jungen Flüchtling die Möglichkeit, bei uns seine Ausbildung zum Koch zu machen.

Zwei neue ausländische Mitarbeiter sollen zudem die Möglichkeit erhalten, an Deutschkursen teilzunehmen, bei der Einteilung ihrer Schichten nehmen wir auf die Kurs-Zeiten Rücksicht.

Ausblick:

- Leistungsbezogene erhöhung von Stundenlöhnen
- Erteilung von Nachhilfeunterricht für Auszubildenden
- Möglichkeit für ausländische Mitarbeiter, Deutschkurse zu besuchen

## LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Eine Mitarbeiterin soll dabei unterstützt werden, die Ausbilder-Eignungsprüfung abzulegen.

Zur besseren Mitarbeiter-Motivation wollen wir in Einzelgesprächen bei allen MitarbeiterInnen Leistungsbeurteilungen erstellen und bei diesen Gelegenheiten auch die Mitarbeiterzufriedenheit abfragen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Die Mitarbeiterin hat den schriftlichen Teil der Ausbilder-Eignungsprüfung bestanden.

Beim mündlichen Teil muss die Mitarbeiterin noch einmal antreten und zögert momentan wegen einer tief sitzenden Prüfungs-Angst. Wir wollen die Mitarbeiterin temporär vom Tagesgeschäft abziehen, so dass sie sich optimal auf die Prüfung vorbereiten kann.

Mitarbeitergespräche und Leistungsbeurteilungen gab es im letzten Jahr aus Zeitgründen nur bei ca. 50 % der Mitarbeiter, deren Motivation konnte dadurch jedoch verbessert werden.

Ausblick:

-Eine Mitarbeiterin soll die fehlende mündliche Ausbilder-Eignungsprüfung ablegen. Durch den so zu schaffenden Ausbildungsplatz sollen langfristig mehrere Mitarbeiter entlastet werden.

-Die Mitarbeitergespräche mit Leistungsbeurteilung sollen weiter geführt werden. Bei Problemen werden spontan Gespräche geführt, um Situationen zu klären und keine Unzufriedenheit aufkommen zu lassen.

## LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Zum nächsten WIN-Projekt sollen unsere Mitarbeiter befragt werden, deren Ideen dann umgesetzt werden sollen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Leider haben wir es nicht geschafft, die Mitarbeiter zum nächsten WIN-Projekt zu befragen, das Tagesgeschäft lässt Ziele, die nicht tagesaktuell sind, leider oft in den Hintergrund treten.

Ausblick:

-Da wir unser Ziel nicht umgesetzt haben, setzen wir es uns auch für dieses Jahr wieder auf unsere To-do-Liste.

-Mit der Flüchtlingshilfe Ludwigsburg haben wir vereinbart, Praktikumsplätze zu schaffen, um jungen Flüchtlingen Einblick in den Beruf des Kochs zu geben. Für unsere im nächsten Jahr frei werdenden zwei Ausbildungsplätze möchten wir ebenfalls einem Flüchtling die Möglichkeit einer Ausbildung geben.

# **Umweltbelange**

## **LEITSATZ 04 – RESSOURCEN**

Siehe Schwerpunktthema

## **LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN**

Siehe Schwerpunktthema

## **LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG**

Maßnahmen und Aktivitäten:

Wir verarbeiten ausschließlich Produkte aus bio-zertifizierter Herstellung. Viele Produkte stammen auch aus fairem Handel. Nächstes Jahr soll der Anteil an Fair-Trade Produkten weiter ausgebaut werden, beim Kaffee soll nicht nur der Espresso, sondern auch gemahlener Kaffee ausschließlich Fair-Trade bezogen werden.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Wir verarbeiten weiterhin ausschließlich bio-zertifizierte Lebensmittel. Beim gemahlenen Kaffee haben wir wie geplant auf fair trade umgestellt.

Bisher hatten wir beim Zucker nur die Wahl zwischen Spezialitäten wie Mascobado-Vollrohrzucker, der einen starken Eigengeschmack hat und nicht in allen Speisen einsetzbar ist und klassischem Rohrzucker, der nicht fair gehandelt zu bekommen ist. Durch einen neuen Kontakt auf der BIOFACH-Messe haben wir jetzt die Möglichkeit regional in Baden-Württemberg erzeugten Rüben-Zucker aus biologischem Anbau zu beziehen. In einem Hochbeet möchten wir dieses Jahr einige exotischen Kräuter selbst züchten, regionaler geht gar nicht. Als Dünger dient der aus unseren Gemüse-Abfällen selbst erzeugte Kompost.

Ausblick:

Zucker ab diesem Jahr nur noch aus regionaler Erzeugung beziehen.

Eigene Kräuter im Hochbeet ziehen.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

Um unseren Kundenstamm zu erweitern bemühen wir uns derzeit vermehrt um Aufträge in unserer direkten Nähe um so einen weiteres Wachstum um 10% im Jahr 2016 zu generieren.

Wir unterstützen die Weiterbildungsmaßnahme einer Mitarbeiterin zum Ausbilder zur Schaffung eines Ausbildungsplatzes im Restaurantfach.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Da wir 2016 einen großen Kunden durch dessen Umzug verloren haben, konnten wir unsere Wachstumspläne nicht umsetzen, konnten durch neue Kunden aber den Umsatz von 2015 annähernd halten.

Die Mitarbeiterin wird weiterhin unterstützt, um trotz ihrer Prüfungsangst die Ausbildereignungsprüfung abzulegen.

Ausblick:

Aufgrund der neuen Gesetzeslage (CSR-Berichtspflicht) bietet sich uns ab diesem Jahr eine große Chance, bei größeren Unternehmen für nachhaltiges Catering zu werben. Dafür möchten wir einen (pdf)-Akquise-Folder erstellen und so neue Kunden zu werben.

Wir haben ein Angebot vorliegen, im Stuttgarter Westen ein gut gelegenes Bistro zu eröffnen.

Wir haben großes Interesse an einem zweiten Standort mit Tagesbetrieb und werden 2017 viel Zeit und Energie in die Umsetzung investieren, damit der geplanten Eröffnung 2018 nichts im Wege steht.

## LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

### Maßnahmen und Aktivitäten:

Wir informieren uns kontinuierlich über Neuerungen im Bereich Bio-Lebensmittel, werden die Leitmesse Bio-Fach besuchen und probieren stets Neues aus.

Über eine neu geschaffene Praktikumsstelle für Studierende im Bereich Lebensmittel-Ernährung-Hygiene hoffen wir 2016 auch auf neue Ideen von unseren Praktikanten

### Ergebnisse und Entwicklungen:

Auch dieses Jahr haben wir uns auf der Bio-Fach-Messe neue Anregungen gerade im Bereich vegane Ernährung geholt und konnten mehrere Produkte auch schon bei einigen Veranstaltungen einsetzen.

Unser Studien-Praktikant hat uns einige interessante neue Ideen und vor allem einen klaren Blick von außen beschert, um ein paar Arbeitsabläufe zu optimieren.

Zudem hat er die Schüler-Projektgruppe der Juniorfirma betreut und angeleitet, die mit seiner Hilfe unser Kräuter-Hochbeet aus alten Paletten gebaut haben.

### Ausblick:

- Auch nächstes Jahr möchten wir uns auf Fachmessen neue Anregungen holen.
- Mit unseren neuen selbst gezogenen exotischen Kräutern möchten wir neue Gerichte kreieren und bekannte Gerichte in spannenden Variationen anbieten.
- Wir hoffen, wieder einen Studien-Praktikanten zu gewinnen

## **Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption**

### **LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN**

Maßnahmen und Aktivitäten:

Unser Geschäftskonto führen wir bei der Ethikbank. So können wir sicher sein, dass unser Kapital nur in nachhaltigen Projekten investiert wird. Sollten wir nächstes Jahr zur Erschließung neuer Geschäftsfelder einen Kredit benötigen, werden wir diesen ebenfalls von der Ethikbank bekommen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Wir sind mit der Kontoführung bei der Ethikbank sowie mit deren Förderprojekten, z. B. Dem Projekt „Ethecon – Stiftung Ethik und Ökonomie“, sehr zufrieden und werden weiterhin unser Konto ethisch verantwortlich führen.

Einen Kredit benötigten wir dieses Jahr nicht.

Ausblick:

Sollten wir nächstes Jahr im Zuge der geplanten Eröffnung eines Cafés einen Kredit benötigen, werden wir diesen ebenfalls bei der Ethikbank beantragen.

### **LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION**

Maßnahmen und Aktivitäten:

Wir achten selbstverständlich geltende Gesetze und pflegen einen offenen, Transparenten und fairen Umgang mit Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern.

Das werden wir natürlich auch im nächsten Jahr so halten.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Wir haben oben stehende Aktivitäten und Maßnahmen im täglichen Geschäft umgesetzt und hatten keinen Fall oder Verdachtsfall von anstößigem Verhalten.

Ausblick:

-Selbstverständlich achten wir auch weiterhin geltende Gesetze und pflegen einen offenen, Transparenten und fairen Umgang mit Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern. Neue Mitarbeiter werden entsprechend eingewiesen.

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

-gezielte Akquise regionaler Unternehmen

-Wenn wir selbst Aufträge vergeben, bevorzugen wir immer regionale Anbieter. Auch nächstes Jahr werden wir verstärkt mit lokalen Unternehmen zusammenarbeiten

-Unterstützung gemeinnütziger Projekte im Stadtteil. Die Jugendfarm Zuffenhausen e.V. wird von uns regelmäßig mit altbackenem Brot beliefert, welches dort an Pferde verfüttert wird.

-Falls Lebensmittel abzulaufen drohen, sollen diese nächstes Jahr an die schwäbische Tafel gespendet werden

Ergebnisse und Entwicklungen:

-Wir konnten regional sowohl mehrere Firmen- wie auch Privatkunden gewinnen.

-Wir haben weiterhin gut mit Lokalen Unternehmen zusammen gearbeitet und haben auch neue regionale Lieferanten.

-Die Jugendfarm Zuffenhausen ist letztes Jahr nicht nur durch Sachspenden sondern auch durch eine Geldspende von knapp 800,00 € aus dem Verkaufsprojekt der Juniorfirma und von uns dazu gependeten Mitteln bedacht worden.

-Unsere Einkaufs- und Verbrauchsplanung funktioniert so gut, dass wir nur in einem Fall die schwäbische Tafel unterstützen konnten.

Ausblick:

Neben der Weiterführung obiger Strategien und Projekte möchten wir dieses Jahr einen weiteren Schritt gehen und übrige zubereitete Lebensmittel über eine App ([www.toogoodtoogo.de](http://www.toogoodtoogo.de)) an nachhaltig denkende oder bedürftige Menschen aus unserem Stadtteil abzugeben. Wir sind gespannt, wie dieses Angebot angenommen wird.

## LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Unser Mitarbeiterpool wächst kontinuierlich – Neue Mitarbeiter werden unsere Bio- und Nachhaltigkeits-Leitsätze und deren Nutzen erklärt.

Wir haben ein handwerklich hergestelltes, Bio-zertifiziertes und fair gehandeltes Tonic-Water gefunden. Diese wichtige Zutat zum beliebten „Gin-Tonic“ mussten wir bisher konventionell beziehen. Gerne erläutern wir unseren Kunden, welcher Mehrwert damit verbunden ist und wie sich der höhere Preis rechtfertigt.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Unsere Mitarbeiter stehen voll hinter unserem Nachhaltigkeitsgedanken, sind bestens geschult und werden auch regelmäßig von Gästen in Gespräche über das Thema verwickelt.

Das Tonic-Water ist bereits bei mehreren Veranstaltungen zum Einsatz gekommen und wurde viel gelobt, auch wenn immer noch einige Gäste die konventionelle Marke mit dem bekannten Geschmack bevorzugen.

Beim regelmäßig in Fellbach stattfinden „Heldenmarkt“, einer-Messe für nachhaltigen Konsum, hatten wir letztes Jahr die Möglichkeit, vegetarische Speisen und Getränke zu verkaufen und viele spannende Gespräche mit interessierten Kunden zu führen

Ausblick:

-Unsere Mitarbeiter werden auch weiterhin so geschult, dass sie interessierten Gästen bei Bedarf viel zu regionalen Erzeugern, saisonalen Gemüsesorten und artgerechter Tierhaltung erzählen können.

-Gerne würden wir auch dieses Jahr wieder am Heldenmarkt teilnehmen und so ein Zeichen für Nachhaltigen Konsum zu setzen, dabei würden wir noch mehr auf vegane Gerichte setzen.

# Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

## DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Das Projekte im Bereich „Bildung für nachhaltige Entwicklung“, von Unternehmensgrün e.V., bieten jungen Menschen die Möglichkeit, schulbegleitend an einer eigenen Aufgabenstellung in einem nachhaltigen Unternehmen zu arbeiten. Dadurch ergibt sich für die TeilnehmerInnen ein grundlegendes Verständnis von der Verantwortung für ökonomische, ökologische und soziale Ziele in der Wirtschaft. Aber auch die Herausforderungen im unternehmerischen Alltag gehören zu den Erfahrungen.

Die Junioren stellen bei uns saisonale Gemüse-Brotaufstriche, Pesto, Marmeladen und Senf-Variationen her, designen für die Gläser Etiketten mit allem, was dazu gehört und suchen eine Plattform, auf der sie die Produkte verkaufen können.

Die Erlöse sollen als Spende an eine nachhaltige Organisation gehen, die die Junioren auswählen werden. Zudem soll eine Verkaufstheke aus recycelten Paletten hergestellt werden.

## ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Von der Ideensuche über die Zubereitung der Brotaufstriche, der Suche nach Alt-Paletten für den Bau der Verkaufs-Theke und den Bau selbst, haben wir den Jugendlichen zeitliche und materielle Unterstützung gegeben. Auch bei der Suche nach Märkten und Messen, um die produzierten Produkte zu verkaufen, haben wir Hilfe geleistet.

Von den Jugendlichen unter unserer Anleitung gesammelte Wildkräuter wurden von uns komplett auf eventuelle giftige Doppelgänger kontrolliert. Die zubereiteten Brotaufstriche wurden allesamt von uns abgeschmeckt um höchste Qualität zu garantieren.

Zeitliche Unterstützung ca. 70 Stunden

Finanzielle Unterstützung inkl. Aufstockung der Spende an die Jugendfarm ca. 650,00 €

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Jugendlichen Teilnehmer bei dem Projekt lernten, was dazu gehört um eine nachhaltige Geschäftsidee zu entwickeln und Schritt für Schritt umzusetzen. Nachdem es am Anfang teils schleppend voran ging und wir uns bereits Sorgen machten, ob das gesetzte Ziel erreicht wird, stieg die Motivation bei den Jugendlichen nach kurzer Zeit und sie konnten schnell große Fortschritte erzielen.

Höhepunkte waren neben der Fertigstellung des Paletten-Tresens sicher das Kräutersammeln und die Zubereitung der Brotaufstriche.

Die Schüler haben sowohl im Bezug auf nachhaltige Ernährung durch selbst gesammelte Wildkräuter viel gelernt als auch große Motivation beim Kochen und Zubereiten der Brotaufstriche und Pestos gezeigt, was uns gerade mit Blick auf die heutigen Essgewohnheiten von Jugendlichen sehr gefreut hat.

Beim Verkauf der Produkte, wobei ein Verkaufstag im Rahmen der Nachhaltigkeitstage 2016 am 04.06.2016 auf dem Wochenmarkt in Zuffenhausen stattfand, konnten die Junioren ihre Erkenntnisse mit einigen interessierten Kunden teilen und ihr Projekt vorstellen.

Den Erlös spendeten die Schüler stolz der Jugendfarm Zuffenhausen, die von dem Geld dringend benötigte neue Biertischgarnituren beschaffte.



## AUSBLICK

Die nächste Kooperation mit Unternehmensgrün e.V. im Rahmen der Juniorfirma läuft bereits: Die diesjährigen Junioren haben als „Urban Gardening“ Projekt ein Hochbeet gebaut und fachgerecht befüllt, wobei große Mengen unseres selbst erzeugten Kompostes zum Einsatz kamen.

Das Beet wurde mit z.T. Selbst gezogenen exotischen Bio-Kräutern und verschiedenen Bio-Chili-Pflanzen bestückt und die Schüler freuen sich schon auf die Ernte.

Da bei diesem Projekt kein Geld erwirtschaftet wird, werden wir die Jugendfarm Zuffenhausen trotzdem mit einer Spende unterstützen.

## Kontaktinformationen

### **Ansprechpartner:**

Ansprechpartner Win-Charta und Nachhaltigkeit: Björn Luchterhand

## Impressum

Herausgegeben am 15.06.2017 von

Luchterhand Bio-Catering

Lange Allee 17, 70435 Stuttgart

Telefon: 0711 80627777

Fax: 0711 80627778

E-Mail: [info@luchterhand-catering.de](mailto:info@luchterhand-catering.de)

Internet: [www.luchterhand-catering.de](http://www.luchterhand-catering.de)

