



TRAUGOTT GÖTZ
Bio-Landwirt,
Imker und
Getreidebauer

SIMONE SCHMUTZ
Landmetzgerei
Schmutz

LUDWIG FAILENSCHMID
Metzgerei
Failenschmid

HERMANN GÜTLER
Müllermeister,
Stelzenmühle
Bad Wurzach

OLIVER WENDORF
Müllermeister,
Mühlengenosse-
schaft Böhringen

WILFRIED HOLDER
Bio-Landwirt,
Kümmel- und
Getreidebauer

**WILFRIED HOLDER,
TRAUGOTT GÖTZ &
JÜRGEN TRÖSTER**
Leinsamen-Anbau

**ANTON WAHL &
PAUL ERZBERGER**
Bio-Landwirte und
Getreidebauern

GERHARD DAUMÜLLER
Keltenhof Salate

KARIN MAIER
Biolandbetrieb
Eichberghof

FRANZ HAUSSLER
Roggenbauer

BENJAMIN & MARKUS RUOPP
Dinkelbauern

FAMILIE TRÖSTER
Biohof Tröster,
Milchlieferant

Unsere Qualität beginnt
mit unseren Partnern direkt
in der Natur!

www.beckabeck.de

BECKABECK

   Folgt uns auch auf facebook,
instagram und pinterest

WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2020

BÄCKEREI BECKABECK



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	2
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	3
4. Unsere Schwerpunktthemen	4
• Leitsatz 2: "Wir achten, schützen und fordern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."	
• Leitsatz 7: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."	
• Leitsatz 6: "Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."	
5. Weitere Aktivitäten	9
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	9
Umweltbelange	10
Ökonomischer Mehrwert	12
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	13
Regionaler Mehrwert	14
6. Unser WIN!-Projekt	16
7. Kontaktinformationen	19
Ansprechpartner	19
Impressum	19

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

BeckaBeck ist eine Bäckerei und Konditorei mit den Wurzeln in Bad Urach.

Heute steht unsere Backstube in Böhringen und wir beschäftigen rund 320 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Brote, Weckle und Backwaren aus besten regionalen Zutaten bieten wir in unseren 16 Filialen und Cafes und in weiteren Partnerfilialen an. Wir sind ein moderner Handwerksbetrieb, welcher alte Traditionen und Verfahren in Ehren hält und täglich umsetzt. Unsere Backwaren werden mit viel Fachwissen, Liebe und Zeit hergestellt – und das schmeckt man.

Unser Leitspruch lautet „**Alles a bissele anders.**“ –was so viel bedeutet, dass ein Brötchen nicht einfach nur ein Weckle ist, sondern etwas Besonderes. Denn wir achten sehr genau darauf, was in unsere Backwaren hinkommt und wo die Rohstoffe herkommen.

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.

2. 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 zielkonform oder 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.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 20.04.2018

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: No Planet B

Schwerpunktbereich:

- | | | |
|---|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Energie und Klima | <input checked="" type="checkbox"/> Ressourcen | <input checked="" type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige
Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input type="checkbox"/> Integration | |

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: -

Projektpate: alle unsere Vertragspartnerschaftlichen Landwirte

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 2: "Wir achten, schützen und fordern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."
- Leitsatz 7: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."
- Leitsatz 6: "Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

- Unsere Mitarbeiter sind **eines unserer wichtigsten Güter**. Ihre Zuverlässigkeit, Tatkraft und Mitarbeit machen unsere Produkte Tag für Tag zu den qualitativ hochwertigen Backwaren, welche wir unseren Kunden anbieten möchten. Daher sind wir für unsere Mitarbeiter da, bezahlen faire Löhne und sichern Arbeitsplätze hier bei uns in der Region, wir bieten Fort- und Weiterbildungen und fördern so Aufstiegschancen. Unsere Produkte werden mit besten Zutaten direkt aus der Region hergestellt. Die Vertriebswege sind kurz und transparent. Unsere Getreide bauen Landwirte von der Schwäbischen Alb für uns an. Alte Sorten, die perfekt zu den Umweltgegebenheiten der Landschaft passen – und das macht sie besonders und für den Verbraucher gesund und wertvoll. Unsere Milch beziehen wir vom Bauernhof gleich ums Eck unserer Backstube. Beste BIO Milch. Den Milchpreis haben wir an unseren Brezelpreis gekoppelt. **Fair und gerecht**. Auch unsere Eier kommen direkt hier aus der Region, ebenso die Kräuter und vieles mehr an Rohstoffen, welche wir für unsere tägliche Handwerkskunst benötigen. Unsre Eierlieferantin Frau Karin Maier vom Eichberghof hat seit März 2020 auf Bruderhahn Aufzucht umgestellt.
- Wir arbeiten mit Naturprodukten und sind auf achtsame Mitarbeiter, die mit natürlich schwankenden Rohstoff-Qualitäten umgehen können und auf eine intakte Umwelt angewiesen, um täglich beste Backwaren herstellen zu können. Nur aus einer intakten Natur erhalten wir die Rohstoffe, die wir benötigen, so ist im Unternehmen bereits seit Jahrzehnten ein besonderes Verständnis für den Schutz der Umwelt vorhanden

Leitsatz 2: "Wir achten, schützen und fordern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."

ZIELSETZUNG

Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Sozialräumen, bieten wir unseren Mitarbeitern bereits heute gemütliche Pausenräume. Wir bezahlen faire Löhne und achten auf die Höchstarbeitszeit unserer Mitarbeiter.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- 2% für unsere Alltagshelden – die in 2020 ersparte MwSt-Senkung haben wir komplett an unsere Mitarbeiter weitergegeben – als Dank für Ihren pausenlosen Einsatz in der schwierigen Zeit
- Zahlreiche Schulungen, 2020 in der Onlineversion
- Faire Aufteilung der Arbeitsschichten unserer Verkaufsmitarbeiter

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Während der Coronakrise, der Schließung unserer Cafés und den hohen Hygienemaßnahmen und der psychischen Belastung, konnten wir unsere Mitarbeiter mit Sicherheit und unserer schützenden Haltung gut durch das Jahr bringen. Für uns war es selbstverständlich, dass die 2% MwSt-Ersparnis komplett unter unseren Mitarbeitern aufgeteilt wurde und monatlich als Sonderzahlungen ausbezahlt wurde. Unsere Mitarbeiter stehen bedingungslos hinter uns, bringen täglich vollen Einsatz – in allen Firmenbereichen und haben auch und vor allem durch Ihr Verhalten unser Unternehmen so gut am Laufen gehalten. Darüber sind wir unendlich stolz.

INDIKATOREN

Audits direkt bei unseren Partnern schulen unsere Mitarbeiter und erhöhen den Zusammenhalt untereinander. Ein Teil des Ganzen zu sein und unsere Mitarbeiter mit einzubeziehen, ist Teil unserer Philosophie. An dem guten Miteinander werden wir auch im kommenden Jahr mit vielen Aktionen festhalten. Leider hat uns hier Corona etwas ausgebremst, aber wir konnten recht schnell auf ein umfangreiches Onlineangebot umstellen.

AUSBLICK

Unsere Mitarbeiter sind für unser Unternehmen sehr wichtig. Nicht nur dass sie unsere wertvollen Produkte herstellen, sondern sie vertreten uns und unser Unternehmen nach außen.

Mit dem Bau eines Mitarbeiterhauses direkt neben unserer Backstube möchten wir neuen Mitarbeitern Perspektiven und Wohnraum in unserer Gemeinde bieten. Mitarbeiter langfristig an uns zu binden ist uns ein Anliegen.

- LOB-Kärtchen: Mitarbeiter loben Mitarbeiter. Monatlich werden Gewinner ausgelost und erhalten einen attraktiven Gewinn
- Renovierung unserer Filialen – somit Erschaffung attraktiver Wohlfühlorte für Kunden – und Mitarbeiter „da komm und bleib und arbeite ich gerne“
- Neueröffnung mehrerer Filialen

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 7: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."

ZIELSETZUNG

Mit rund 320 Mitarbeitern in Produktion, Administration, Logistik und Verkauf sind wir ein gut aufgestelltes Unternehmen. Als inhabergeführtes Familienunternehmen planen wir langfristig und durchdacht. Nicht der schnelle Erfolg, sondern Ausdauer und Kontinuität sind unsere Maßstäbe. Dies bedeutet, dass wir täglich unser Bestes geben, um qualitativ sehr hochwertige und auch gesunde Backwaren verkaufen zu können. Zufriedene Mitarbeiter und Kunden sind unser tägliches Ziel. Wir bezahlen übertarifliche Löhne und bieten die Chance auf langfristige Arbeitsverhältnisse. Wir haben eine große Verantwortung unseren Kunden und der Natur gegenüber.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Infofilmchen, genannt #beckawissen, zusammen mit der Universität Hohenheim und dem Institut Dr. Friedrich Longin – jederzeit abrufbar auf unserer Homepage
- Anbau unserer benötigten Getreidesorten direkt in unserer Nähe, auf der Schwäbischen Alb
- Eintritt bei der unabhängigen Berufsorganisation „Die Freien Bäcker“

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

In unserem Backmarathon 2019 wurden verschiedene Weizensorten getestet. Wie verhalten Sie sich beim Backen? Haben sie Auswirkung auf Backergebnis und auf Geschmack? Auf Gesundheit und Wohlbefinden. Wir konnten feststellen, dass der Geschmack und die Qualität nicht von der Sorte, sondern von der Region des Anbaus abhängig ist.

Um unser Wissen an unsere Kunden und Verbraucher noch besser zu vermitteln, haben wir mit einer neuen Homepage und auf unseren Social Media-Kanälen mit informativen #beckawissen – Clips Anfang des Jahres umfassend informiert. Diese Infofilmchen sind jederzeit auf unserer Homepage anzusehen.

Nicht nur Weizen und Dinkel bauen unsere Vertragslandwirte für uns an, nun konnten wir erfolgreich Kümmel bei uns auf der Schwäbischen Alb anbauen und ernten. Als nächsten möchten wir Mohn für unsere Backwaren auf der Schwäbischen Alb kultivieren. Der erste Versuch hat noch nicht die gewünschten Ergebnisse gebracht, doch wir sind für die kommende Ernte positiv gestimmt.

Mit der Chance neuen Mitarbeitern Wohnraum in unmittelbarer Nähe anbieten zu können, sichern wir den Unternehmenserfolg und bieten neuen Mitarbeitern die Chance hier in der Region Wurzeln zu schlagen. Das Mitarbeiterhaus ist fertig und bereits von einigen Mitarbeitern bezogen.

AUSBLICK

- Bau unserer Systemgastronomie H_Alizeit am Autobahn-Knotenpunkt A8 in Merklingen. Wir erschaffen neue Arbeitsplätze. Auf der Strecke zwischen München und Stuttgart wird durch unsere

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

„Markthalle“ das Ansehen der Region gestärkt. Gute, ehrliche Küche, belegte Brote mit Zutaten aus der Region, sowie Business-Räume bringen unsere Heimat in den Fokus der Pendler. Die Fertigstellung wird Ende März 2021 erwartet.

- Infoclips zusammen mit Prof. Longin. Auf unserer neuen Homepage ab April 2020 unter dem #beckawissen für unsere Kunden informativ zusammengefasst

Leitsatz 6: "Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."

ZIELSETZUNG

Wir arbeiten eng mit Erzeugern aus der Region zusammen, nicht nur unser Getreide, auch unsere Eier, Milch, Kräuter und weitere Rohstoffe beziehen wir direkt aus der Region Schwäbische Alb. Unsere Erzeuger und Lieferanten besuchen wir regelmäßig und überzeugen uns persönlich vom fairen Umgang mit Tieren und dem Schutz der Natur. Wir können die Herkunft aller einzelnen Rohstoffe ausweisen und nach verfolgbar machen.

Plastikstrohhalm, Plastiktüten und weitere Plastik- oder Einwegartikel vermeiden wir mehr und mehr.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Alle Einweg-Plastikprodukte, hauptsächlich für unsere to go Produkte haben wir nahezu komplett durch recyclingfähige Produkte aus Papier oder erneuerbaren Materialien ersetzt.
- Unsere geschnittenen Brote werden nicht mehr in Plastiktüten verkauft, sondern in speziellen Schnittbrottüten, die das Brot ebenso lange frisch und feucht halten
- Infofilme zum regionalen Anbau auf unseren Social Media Kanälen und der Homepage #beckawissen
- Unsere Frühstücke, sowohl inhouse, als auch to go, kommen ohne Plastik aus: Butter, Marmelade, Joghurt, Müsli usw. servieren wir in Gläsern, welche wir nach der gründlichen Reinigung wieder neu befüllen.
- Nahezu all unsere Rohstoffe werden direkt in unserer Nähe durch unsere Vertragslandwirte angebaut.
- Unsere Eier beziehen wir vom Bioland Eichberghof in Münsingen, Frau Maier hat seit März 2020 auf Bruderhahn-Aufzucht umgestellt.
- Beitritt bei 'Die freie Bäcker' - näheres hierzu auch bei LEITSATZ 04

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wie man auch unserer Titelbild-Collage entnehmen kann, können wir die Herkunft all unserer Rohstoffe nachverfolgen. Dies ist uns ungemein wichtig. Wir stärken unsere Region und stehen somit für höchste Qualität unserer Produkte. Nicht nur im Vorfeld unserer Produktion, auch der Verkauf bzw. die Verpackung unserer Backwaren gestalten wir mehr und mehr nachhaltig. So sind wir weiterhin dabei die letzten Plastikverpackungen durch umweltfreundlichere Produkte zu ersetzen.

Dies war vor allem auch während des Lockdowns und der gesamten Coronazeit für uns ein großer Vorteil, da all unsere Rohstoffe aus der näheren Umgebung kommen, und wir somit zu keiner Zeit eine Unterbrechung unserer Lieferkette befürchten mussten. Durch die Nähe und den guten, freundschaftlichen Kontakt zu all unseren Lieferanten, sind wir sehr stark aufgestellt und können der Krise -noch- mit breiter Brust strotzen.

Ebenso möchten wir unseren Kunden zeigen, dass unsere Backwaren eine lange Haltbarkeit haben und auf keinen Fall auf dem Müll landen sollten, denn auch trocken gewordene Backwaren können zuhause weiterverarbeitet werden. Hierzu haben wir u.a. einen Filmbeitrag mit dem SWR Fernsehen unter dem Thema „Resteküche“ abgedreht, um unseren Kunden nicht nur über unsere eigenen Medien (Genuss-Tüftler-Blog, Rezeptkärtchen, social media-Auftritte) zu zeigen, wie Brot weiterverarbeitet werden kann. Unsere Genuss-Tüftler informieren unsere Kunden wöchentlich auf Social Media und unserem Blog www.genuss-tuftler.de über neue Resteverwertungstipps- und Rezepte.

AUSBLICK

Wir werden an diesem Schwerpunkt festhalten. Für uns ist es wichtig, den Produktzyklus –vom Korn bis zum Restbrot- noch weiter zu optimieren. So sind noch nicht alle Bereiche in unserem Sinne optimiert.

- Papierstrohhalm durch essbare Trinkhalme ersetzen
- Unsere Salatschalen (im to go-Bereich) sind momentan zur Hälfte aus kompostierbarem Material, der Deckel besteht aus recyceltem Plastik
- Einwegbecher/-geschirr möchten wir gänzlich aus unserem Unternehmen verbannen – inhouse verwenden wir für unsere Suppen und Salate Pfandgläser, die nach der grünlichen Reinigung wieder befüllt werden
- Unser Ziel: wir möchten nahezu ohne Plastikverpackungsmüll auskommen. Einwegplastik schaffen wir immer mehr ab. Mit innovativen Ideen und Produkten stellen wir unser Unternehmen nicht nur in der Produktion, sondern vor allem auch in unseren Filialen nachhaltig auf umweltfreundliche Materialien um.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wertschätzender Umgang mit allen Mitarbeitern, unabhängig von Bildung, Alter, Geschlecht, Unternehmenszugehörigkeit und Religion. Wir haben stets ein offenes Ohr für die Belange unserer Mitarbeiter – als Familienunternehmen teilweise bis hin zu den privaten und persönlichen Belangen. Auch die Integration benachteiligter Menschen ist uns ein wichtiges Anliegen. Auch Menschen ohne Ausbildung, Deutschkenntnissen oder mit Behinderung erhalten bei uns Chancen sich ins Arbeitsleben zu integrieren.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Menschen mit Behinderung wurden und werden bei uns in den alltäglichen Betrieb unserer Produktion mit eingebunden.
- Frauen haben die gleichen Rechte und Chancen im Betrieb.
- Mit der Fertigstellung und dem Bezug im Sep 2019 unseres Mitarbeiterwohnhauses direkt neben unserer Produktion konnten wir neue Mitarbeiter gewinnen und Saisonarbeitskräften ein angenehmes Wohnumfeld bieten

Ausblick:

- Auch weiterhin werden wir all unsere Mitarbeiter als wertvolle Partner sehen, welchen wir unsere Wertschätzung und vollen Respekt entgegenbringen. Insbesondere der Schutz gegen Corona ist im vergangenen Jahr sehr in den Vordergrund gerückt. Zahlreiche Schulungen, 2020 hauptsächlich auch zu den strengen Hygienemaßnahmen, halten uns und unsere Mitarbeiter stets auf dem neuesten Stand.

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Mitarbeiterseminare bei uns im Haus, aber auch Schulungen bei unseren Bauern und Vertragspartner sind fester Bestandteil in unsrem Unternehmen. Diese Events fördern das Miteinander untereinander, aber die Wertschätzung unserer hochwertigen Zutaten und Produkte. Wissen, wo es herkommt.

Ergebnisse und Entwicklungen:

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Leider konnten wir im Coronajahr kaum Schulungen ausser Haus anbieten, wir haben zahlreiche Onlineschulungen und Calls durchgeführt, die bei der Belegschaft sehr gut ankamen.
- Im Sommer konnte, coronakonform, ein Kümmel-Ernte-Event durchgeführt werden. So hatten alle Mitarbeiter die Möglichkeit direkt auf dem Feld der Ernte beiwohnen. Der Duft von frischgedroschenem Kümmel sorgte bei allen für ein tolles Gefühl.
- Die Bezahlung übertariflicher Löhne ist für uns eine Selbstverständlichkeit.
- Prämien für langjährige Firmenzugehörigkeit

Ausblick:

- Auch künftig ist es uns ein sehr wichtiges Anliegen, dass sich unsere Mitarbeiter bei uns wohlfühlen und dem Unternehmen lange treu bleiben. Wir haben für alle unsere Mitarbeiter/-innen jederzeit ein offenes Ohr und behandeln jeden fair und mit Respekt.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir arbeiten fast ausschließlich mit Geschäftspartnern aus der Region zusammen. Eine langfristige Geschäftsbeziehung auf Augenhöhe ist unser Ziel. Mit Lieferanten, Kunden, Behörden und Mitarbeitern.
- Ein hohes Maß an zufriedener Kunden wollen wir erreichen, indem wir den Kundenbewertungen in Bezug auf Geschmack und Qualität unserer Erzeugnisse entsprechen. Ein Mass hierfür geben uns regelmässige Kundenbefragungen und offene Feedbackmöglichkeiten zu unseren Produkten in den Sozialen Medien.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Langjährige Geschäftsbeziehungen beweisen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Partner direkt aus der Nachbarschaft und der Region sind nachhaltig am Erfolg unseres Unternehmens beteiligt.
- Mit langjährigen Partnern können wir neue Wege testen, auf vertrauensvoller Basis entwickeln sich neue Möglichkeiten und Wege.

Ausblick:

- Mit langjährigen Partnern können wir auf vertrauter Basis unsere comfort zone verlassen, neues wagen und probieren. Neue Partner komplettieren unseren Kreis. Wir möchten möglichst kurze Wege beschreiten und alles regional beschaffen.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Der Boden unserer Heimat, der Schwäbischen Alb, ist eigen. Wir arbeiten eng mit unseren Vertragslandwirten zusammen, die sich damit auskennen. Urgetreide welches hier seit Jahrhunderten gewachsen ist und für uns besonders bekömmlich ist, bauen wir an und verarbeiten es zu unseren besonderen Backwaren.
- Kümmel, Leinsaat und Mohn, weitere Getreide und Kräuter wollen wir zurückholen auf die Alb und hier anbauen. Die Kulturlandschaft zu pflegen und weiter für nachfolgende Generationen zu erhalten, ist unser Ziel.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Kümmel und Leinsaat haben wir bereits erfolgreich auf der Alb, direkt in Römerstein kultiviert, - und ernten inzwischen für unseren kompletten Bedarf. Pure Regionalität.
- Mit dem Beitritt bei `Die freien Bäcker´ kommen wir unseren Zielen, den Landwirten faire Preise zu bezahlen und dem Naturschutz einen angemessenen Rahmen zu geben, immer näher. Gutes Brot beginnt auf dem Acker!
- No Planet B – eine großangelegte Kampagne Herbst 2019 - Frühsommer 2020 hat unsere Kundschaft auf die akute Situation hingewiesen. Wir handwerken ressourcenschonend und nachhaltig, weil: there´s no Planet B.

Ausblick:

- Auch den Mohn, welchen wir für unsere Produkte benötigen möchten wir von der Schwäbischen Alb beziehen. Daher haben wir nach einem ersten Fehlversuch nicht den Kopf in den Sand gesteckt, sondern starten 2021 einen neuen Versuch, den Mohn hier bei uns zu kultivieren.
- Gebündeltes Engagement bei `Die freien Bäcker´ hilft uns Ziele im regionalen und lokalen Naturschutz zu erreichen. Der Erhalt fruchtbarer und gesunder Böden ist die wesentliche Grundlage für Betriebe wie wir es sind.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Photovoltaik auf dem Dach unserer Produktion in Böhlingen
- Unser komplettes Warmwasser erhitzen wir durch die Abluft unserer Thermoöfen. Bislang haben wir für 5500 l Warmwasser/Tag 60l Heizöl benötigt, seit 2019 benötigen wir nur noch 3 l für das gesamte Warmwasser für Backstube und Mitarbeiterwohnhaus. Dies hat uns ein Heiztechniker aus der Region so fabelhaft umgesetzt. Externe „Diplom-Berater“ konnten dies nicht erarbeiten!

Ausblick:

- Weitere Energieeinsparungen, regionale Lieferanten, kurze Transportwege

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Wir halten uns ohne Einschränkung an die Vorgaben des Lebensmittelrechts.
- Die Produktqualität steht bei uns an oberster Stelle. Wir bieten unseren Kunden immer etwas Besonderes an. Unsere Brote und Backwaren bekommen lange Teigruhezeiten und beste Rohstoffe, um den optimalen und gesunden Genuss zu garantieren.
- Unsere Qualität beginnt mit unseren Partnern direkt in der Natur!

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Zusammen mit der Universität Hohenheim haben wir auch Anfang des Jahres wieder einen Backmarathon bei uns im Hause durchgeführt. Die Verträglichkeit von Weizenbrot, alten und neuen Weizensorten wurde dabei grundlegend erforscht und dokumentiert. Zusammen mit dem Landratsamt Reutlingen, unserem Müller und der Mühlengenossenschaft wurde über 3 Tage lang geprüft. Die Ergebnisse liegen uns momentan noch nicht gänzlich vor.

Ausblick:

- Unsere Produkte sind unser Markenzeichen und Aushängeschild. Getreu unserer BeckaBeck Prinzipien ruhen wir uns nicht auf bisherigen Lorbeeren aus. Höchste Produktqualität und „emmer ebbes B´sonders“ ist unser Maßstab und Antrieb.
- Die Produktqualität beginnt mit unseren Partnern direkt in der Natur – dies überprüfen wir regelmäßig. Heiner Beck besucht und kontrolliert die Qualität persönlich direkt auf den Feldern und Ställen.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unser Unternehmenserfolg ist für uns als inhabergeführtes Familienunternehmen wichtig. Wir sind nicht an kurzfristigen Erfolgen interessiert, sondern denken mittel- und langfristig. Gemeinsam mit unseren rund 320 Mitarbeitern ruhen wir nicht auf dem bereits erreichten aus.
- Unsere Mitarbeiter werden stets durch Schulungen weiter gebildet, um Tag für Tag Freude an der Arbeit zu haben und sich somit langfristig an unser Unternehmen zu binden.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Eröffnungen neuer Filialen brachten auch im vergangenen Geschäftsjahr neue Arbeitsplätze
- Auch 2020 konnten wir zahlreiche Jubilare, die 10 oder weit mehr Jahre bei uns beschäftigt sind, ehren. Die Zufriedenheit und Treue unserer Mitarbeiter bestätigen unsere Art unser Unternehmen auch in Zukunft zu führen.

Ausblick:

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Weitere neue Filialen, vor allem die bevorstehende Eröffnung unserer Systemgastronomie in Merklingen H_Alizeit, sowie die Erweiterung unseres Backstuben-Teams bringen stetig neue Arbeitsplätze - und Aufstiegs-Chancen für unsere bestehenden Mitarbeiter.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Innovation und Tradition stehen bei uns Seite an Seite. In der Region verwurzelte Traditionsgebäcke finden bei uns immer ihren Platz, aber stets auch Neues.
- Unsere Genuss-Tüftler (www.genuss-tueftler.de) zeigen unseren Kunden, dass Brot auch mehrere Tage nach dem Kauf verwendet werden kann und nicht direkt entsorgt werden muss. Viel zu viele Lebensmittel landen im Müll, hier wollen wir abhelfen, aufklären und mit innovativen Aktionen, Rezepten und Ideen den Sinn der Nachhaltigkeit bei unseren Kunden schärfen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Genuss-Tüftler bieten unseren Kunden einmal wöchentlich neue Ideen und Rezepte zur Resteverwertung. So hoffen wir, bei unseren Kunden den Sinn der Nachhaltigkeit im alltäglichen Leben und Umgang mit Lebensmittel zu schärfen.

Ausblick:

- Auch weiterhin werden unsere Genuss-Tüftler wöchentlich auf unserem Blog und den Social Media-Kanälen neue Rezepte rund ums Thema Brot posten. Ausliegende Rezeptkärtchen zum mitnehmen regen unsere Kunden zur Resteverwertung und zum Nachdenken an.
- Mitmach-Aktionen und Gewinnspiele begleiten unser Bemühen die Sinne unserer Kunden zu schärfen.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir pflegen ein ausgewogenes Verhältnis von Eigen- und Fremdkapital. Unkalkulierbare Risiken versuchen wir dabei zu vermeiden. Finanzielle Investitionen werden immer unter Berücksichtigung nachhaltiger Kriterien getroffen.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Ehrlichkeit und Transparenz bei all unseren Geschäften sind unsere Maßstäbe. Wir verfechten eine strenge Compliance und Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien in unserem Betrieb.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir sind tief verwurzelt in der Region. Nicht nur bei der Beschaffung, sondern auch beim Vertrieb unserer Produkte.
- Ausbau unserer Anbauflächen bzw die Zusammenarbeit mit regional ansässigen Landwirtschaftsbetrieben.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch Aufstellen zahlreicher Informationstafeln, können unsre Kunden und die Bewohner der Region genau sehen, wo wir welches Getreide anbauen. So ist es auch für den Kunden sehr einfach nachzuverfolgen, wo die Rohstoffe für „sein“ Weckle gedeihen.
- Mit Blühstreifen rund um die Ackerflächen kümmern sich unsere Landwirte und wir, um den Erhalt der Artenvielfalt in unserer Region.
- Infolyer, Plakate und Aktionen weisen unsere Kunden täglich auf unsere Aktionen hin.

Ausblick:

- Mit der Wertschätzung unserer Region sind wir Vorbild für Bewohner und Besucher. Und dies werden wir auch weiterhin bleiben und uns für die Region stark machen. Die Erhaltung der Kulturlandschaft, der Artenvielfalt und der nachhaltige Umgang mit Natur und Umwelt stehen dabei im Mittelpunkt.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir setzen auf allen Ebenen Anreize zum Umdenken und Handeln. So fördern wir beispielsweise den Verkauf von Mehrwegbechern durch Rabatte in unseren Filialen. Geschnittenes Brot verkaufen wir nicht mehr in Plastiktüten, nur noch in unseren Schnittbrottüten.
- Plastikschaalen für Salate haben wir abgeschafft, wir benutzen nun kompostierbare Schalen mit Plastikdeckeln aus recyceltem Plastik.

Ergebnisse und Entwicklungen:

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Wir konnten den Verkauf von Mehrwegbechern steigern und haben somit zur Vermeidung von Einwegbechern beigetragen.
- Mit dem Verkauf unseres Leinenbeutels haben die Kunden die Möglichkeit auf Papiertüten zu verzichten und ihre Backwaren komplett ohne Verpackung einzukaufen.
- Unsere Snacks werden zu 90% in wiederverwendbaren Gläsern angeboten

Ausblick:

- Wir sind auch weiterhin bemüht, Einwegbechern den Kampf anzusagen. Ebenfalls haben wir vor weitere Einwegartikel aus unserem Verkauf zu nehmen.
- Mit Gewinnspielen und Aktionen werden wir auch im kommenden Jahr alles zur Vermeidung von Einwegmüll beitragen.

6. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

BeckaBecks `NO PLANET B`



UNSER WIN!-PROJEKT

There ist no Planet B – dessen sind wir uns tagtäglich bewusst.

Unsere „Umweltaktivisten“ sind unsere Bauern, die uns beste BIO Rohstoffe auf kurzen Wegen liefern. Direkt von Hier. Regional und echt.

Das nachhaltige Wirtschaften ist nicht nur innerhalb unserer Backstuben und in unseren Filialen oberstes Gebot – auch auf den Feldern ist es und ein großes Anliegen nachhaltig und umweltschonend zu produzieren und zu wirtschaften.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Unsere Region und Natur zu schützen und wertzuschätzen ist unsere oberste Pflicht. Dies zeigen wir durch **Schautafeln, Infoveranstaltungen und zahlreichen Projekten auf und um die Felder unseren Mitbürgern und Besuchern**. Diese können von der Aussaat bis zum fertigen Produkt unsere Produktionswege mit- und nachverfolgen.

Rund um Römerstein haben wir zahlreiche Informationstafeln aufgestellt, welche von Wandernwegen gut ersichtlich sind. Touristen, Wanderer und Interessierte haben so die Möglichkeit sich umfassend zu informieren.

So sind es nicht nur die Landwirte, die täglich nach dem Rechten sehen, sondern auch zahlreiche Besucher, die uns so ganz `nebenher´ kontrollieren und natürlich auch wir selbst, allen voran unser Chef Heiner Beck, der regelmäßig auf die Feldern, Wiesen, Äcker, zur Kuhweide und den Bienen-Hotels hinausfährt.

Im letzten Sommer konnten wir -coronakonform- kleine Ernteveranstaltungen anbieten, und so allen Interessierten ein besonderes Event direkt auf dem Feld ermöglichen. Ein besonderes Highlight war die Kümmelernte – direkt neben dem Mähdrescher stehend, den Duft zu riechen, war für alle ein besonderes Erlebnis.

Unsere Vertragslandwirten und Imkern zahlen wir **übertarifliche Preise** für ihre Arbeit und Rohstoffe. Die Regionalität und den Erhalt unserer Natur, sowie qualitativ sehr hochwertige Rohstoffe sind **es uns wert, die Landwirte mit genügend Zeit und Geld** tatkräftig zu unterstützen.

Dies kommt nicht nur unseren Kunden, sondern der Kulturlandschaft Schwäbische Alb zugute.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Information auf verschiedenen Wegen: via social media, live und über zahlreiche Plakate, Flyer und die Schautafeln informieren wir über das ganze Jahr und spüren die Entwicklung in den Köpfen unserer Kunden. Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und die Wertschätzung der Natur gegenüber verzeichnen wir große Erfolge im ändern der Denkweisen. Dies ist uns wichtig: die Stärkung unserer Natur und ein Bewusstsein in unseren Kunden zu schaffen für regionale, nachhaltige Produkte und Rohstoffe.

So schmeckt schwäbisch.

UNSER WIN!-PROJEKT

AUSBLICK

Im Jahr 2021 werden wir neben allen anderen Vertragslandwirten, unseren Mohnbauer tatkräftig unterstützen, dass auch diese Ernte erfolgreich sein wird und der gesamte Mohnbedarf aus der Region kommen wird.

Selbstverständlich bezahlen wir unsere Vertragslandwirte fair und übertariflich. Der Brezelpreis ist längst an den Milchpreis gekoppelt – und dies wird auch so bleiben.

Wir sind uns bewusst: ohne top Rohstoffe – keine Top-Backwaren. Und für uns heißt es:

Unsere Qualität beginnt mit unseren Partnern in der Natur. There is no Planet B!

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Heiner Beck h.beck@beckabeck.de

Melanie Lang m.lang@beckabeck.de

Impressum

Herausgegeben am 14.03.2021 von

Bäckerei BeckaBeck
Unter Lau 3 72587 Römerstein

Telefon: 07382.937200

Fax: 07382.9372 09

E-Mail: info@beckabeck.de

Internet: www.beckabeck.de

