

WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

inkl. Zusatzkapitel Klimaschutz

2023

TRESSBRÜDER (TRESS GASTRONOMIE GMBH & CO.KG; TRESS
LEBENSMITTEL GMBH & CO. KG)



Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)
Baden-Württemberg

Inhaltsverzeichnis

1. Bemerkung zum Bericht	1
2. Über uns	2
3. Die WIN-Charta	4
4. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	5
5. Unsere Schwerpunktthemen	7
Leitsatz 4: Ressourcen: „Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.“	7
Leitsatz 5: Energie und Emissionen: „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“	11
Leitsatz 6: 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.“	12
Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert: „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“	13
6. Weitere Aktivitäten	15
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	15
Ökonomischer Mehrwert.....	18
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	20
7. Unser WIN!-Projekt	22
8. Klimaschutz	24
9. Kontaktinformationen	28
Ansprechpartnerin / Ansprechpartner.....	28
Impressum	28

1. Bemerkung zum Bericht

Ursprünglich wurde das Zielkonzept aus dem Jahr 2021 nur für die Tress Gastronomie GmbH & Co.KG, im Speziellen für das Bio-Restaurant Rose eingereicht. Seitdem sind wir als Unternehmen jedoch weitergewachsen und haben uns auch organisatorisch umstrukturiert. Neben der Tress Gastronomie GmbH & Co. KG existierte zu diesem Zeitpunkt auch die eigenständige Heimatküche GmbH und die Tress Lebensmittel GmbH & Co.KG als weitere Geschäftsbereiche. Anfang des Jahres 2022 wurde dann der Beschluss von uns gefasst, alle Gesellschaften unter der Dachmarke TressBrüder zu vereinen. Seitdem treten wir in der Außenkommunikation unter dem Markennamen „TressBrüder“ auf und führen auch unsere Geschäftsaktivitäten in Sachen Nachhaltigkeit immer gesamtgesellschaftlich durch. 2024 wollen wir diesen Beschluss besiegeln, indem wir eine TressBrüder- Holding über die Gesellschaften ziehen.

Daher ist der folgende Nachhaltigkeitsbericht nach Absprache mit dem Team der Klimaschutzstrategie für die „TressBrüder“ verfasst, welche die Tress Gastronomie GmbH & Co. KG, die Heimatküche GmbH sowie die Tress Lebensmittel GmbH & Co. KG umfasst. Prinzipiell gelten die Nachhaltigkeitsaktivitäten immer für alle Geschäftsbereiche. Sollte dies nicht der Fall sein, wird im Bericht darauf explizit hingewiesen. Alle nachfolgenden Nachhaltigkeitsberichte werden dann ebenfalls gesamtgesellschaftlich verfasst.

2. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die TressBrüder sind ein Familienunternehmen mit Sitz auf der Schwäbischen Alb in Hayingen-Ehestetten. Zum Unternehmen gehören zwei Geschäftsbereiche: Ein Gastronomiebereich (Tress Gastronomie GmbH & Co.KG und Heimatküche GmbH) und die Produktion von veganen Bio-Convenience-Produkten (Tress Lebensmittel GmbH & Co.KG).

Zur Tress-Gastronomie gehören 4 Bio-Restaurants, 1 Bio-Hotel und 2 Eventlocations mit eigenem Catering-Bereich. In der Tress Lebensmittel werden vegane Convenience-Produkte für den Lebensmitteleinzel- und Biofachhandel produziert.



Aktuell wird das Unternehmen von der zweiten und dritten Generation geführt und beschäftigt 160 Mitarbeiter*innen.

Bereits seit 1950 verfolgen wir als Familienunternehmen den Bio-Gedanken. Damals stellte unser Großvater den Bauernhof nach biologisch-dynamischen Richtlinien um. Dieser Gedanke wurde über die Generationen hinweg weitergegeben. Heute ist es unser Anspruch als Familienunternehmen mit unserer täglichen Arbeit den Anbau von ökologischen Lebensmitteln zu fördern und einen Beitrag zum Schutz und Erhalt der Umwelt zu leisten, ohne dabei die Natur oder die Mitmenschen auszubeuten. Alle Produkte und Dienstleistungen, die wir anbieten und produzieren, sind umweltfreundlich, fair und innovativ. Unser Ziel ist es, dass sich diese Geschäftspraxis positiv auf die Gesellschaft auswirkt und inspirierend für andere Unternehmen und Menschen ist.

ÜBER UNS

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.

3. 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, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

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

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 Mitarbeitende 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 <http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig>.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

4. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 01.08.2021

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

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

ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

Zusatzkapitel: Nichtfinanzielle Erklärung	<input type="checkbox"/>
Zusatzkapitel: Klimaschutz	<input checked="" type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt aus Zielkonzept 2021:

Hochzeitswald in Hayingen-Ehestetten

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

Umfang der Förderung:

Ca. 100 Stunden Arbeitszeit plus die nachfolgend aufgeführten Materialkosten

Betrag	Ausgabe
711,46 €	Bäume
697,98 €	Bäume
40,50 €	Bäume
339,28 €	Schilder für Bäume
196,37 €	Schilder für Bäume
455,21 €	Schilder für Bäume
2.440,80 €	

5. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 4: Ressourcen: *„Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.“*
- Leitsatz 5: Energie und Emissionen: *„Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“*
- Leitsatz 6: 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.“*
- Leitsatz 11:Regionlaer Mehrwert: *„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“*

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Als Familienunternehmen haben wir in der heutigen Zeit eine besondere Verantwortung und richten unser Handeln konsequent an der Mission „Miteinander für Mensch und Natur“ aus. Dies bedeutet, dass wir sowohl in der Tress Gastronomie als auch in der Tress Lebensmittel konsequent und mit Leidenschaft nachhaltig und klimafreundlich wirtschaften. Durch die Verarbeitung von Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau (mindestens EU-Bio, mehrheitlich Bioland & demeter) möchten wir das Bewusstsein der Menschen für biologische Lebensmittel schärfen. Zudem möchten wir durch unsere Arbeitsweise und unsere vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeiter*innen und Partner*innen den biologischen Anbau in der Region fördern.

Daher verfolgen wir eine konsequente Nachhaltigkeitsstrategie. Diese war bisher vor allem durch die Intuition und unser Bauchgefühl als Familie getrieben, wird aber seit 2022 schrittweise formalisiert und mit Kennzahlen quantifizierbar gemacht.

Leitsatz 4: Ressourcen: *„Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.“*

ZIELSETZUNG

Das Zielkonzept haben wir im Jahr 2021 für das Bio-Restaurant Rose erstellt. Unsere Zielsetzung damals war es sich an der Anzahl und der Effektivität der Veränderungen zu messen, die die Tress Gastronomie schafft.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Tress Gastronomie

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Bezug aller Rohstoffe mind. in Bio-Qualität, größtenteils demeter/ Bioland
- Restaurant 1950: Beschaffung aus einem Radius von 25km mit Ausnahme von Salz

Tress Lebensmittel

- Herkunft aller Rohstoffe wird seit Oktober 2022 für die Kund*innen mittels QR-Code auf dem Produkt transparent gemacht
- Umstellung der TressBrüder-Suppen auf demeter-Qualität im Oktober 2022

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Bio-Fine-Dining-Restaurant-1950 wird der Beschaffungsradius von 25km bereits konsequent umgesetzt. Für die Zubereitung des vegetarischen 5-Gänge-Menüs werden nur regionale und saisonale Zutaten in Bioland- oder Demeter-Qualität innerhalb des 25km-Radiuses verwendet. Alle Zutatenbestandteile inklusive Herkunft, Erzeuger*innen, Kilometerdistanz und Angaben zum CO2-Ausstoß werden den Gästen über Kärtchen transparent gemacht.



UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Die Prinzipien Frische, Frost, Lagerung, Fermentieren, Einkochen und Trocknen ermöglichen es uns im 1950 lediglich auf Rohwaren aus einem Umkreis von 25 km zurückzugreifen. Dadurch können wir den Treibhausgasausstoß verringern, da wir weder auf lange Transportwege mit LKWs noch auf große Kühllhäuser angewiesen sind.

In den drei anderen Restaurants und in der Tress Lebensmittel wird ein solcher Beschaffungsradius noch nicht umgesetzt.

In der Tress Lebensmittel wurden die Zutatenbestandteile den Kund*innen über einen QR-Code transparent gemacht. Aktuell fehlen hier noch die Werte für die CO2-Emissionen, welche jedoch im Rahmen des Product Carbon Footprints in Q3/2023 berechnet wurden und den Verbraucher*innen in 2024 ebenfalls transparent gemacht werden sollen.



INDIKATOREN

Indikator 1: Anteil der Lieferanten¹ aus Deutschland 2023

- Tress Gastronomie Lieferant*innen

Herkunftsland	Anteil	Prozent
Deutschland	148	97%
Niederlande	2	1%
Österreich	2	1%
Schweiz	1	1%

- Tress Lebensmittel: Lieferant*innen

Herkunftsland	Anzahl	Prozent
Deutschland	190	89%
Dänemark	1	0%
Frankreich	2	1%
Irland	1	0%
Italien	4	2%
Niederlande	3	1%
Österreich	7	3%
Schweiz	4	2%
Spanien	1	0%

¹ Alle Kreditoren aus 2023, inkl. Rohstofflieferanten, Dienstleister und andere Lieferanten

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Indikator 2: PCFs der Produkte in der Tress Lebensmittel:

Art.Nr.	Produktbezeichnung	gCo2e/ Stück (Vertragsansatz)	gCo2e/ Stück (Netzansatz)
242	Vegane Frikadellen	312,73	411,99
241	Vegane Hackbällchen	333,81	433,07
240	Vegane Cevapcici	340,32	439,57
547	Karotten-Ingwer-Suppe	364,25	463,51
546	Kartoffel-Creme-Suppe	380,47	479,72
551	Süßkartoffeleintopf	386,99	486,25
552	Süßkartoffel-Mango-Suppe	397,14	496,4
548	Kürbis-Kokos-Suppe	406,66	505,91
561	Hühner-Nudel-Eintopf	465,58	564,83
843	Thai-Kokos-Suppe	471,02	570,27
549	Linseneintopf	479,53	578,78
564	Grünkohleintopf	479,92	579,17
543	Linsen-Curry-Suppe	483,19	582,45
859	Thai-Nudel-Suppe	548,71	647,96
855	Pilzsuppe	569,55	668,8
562	Gulascheintopf	665,51	764,77
550	Chilli sin Carne	715,44	814,7
563	Bauerneintopf	716,85	816,11
541	Tomaten-Basilikum-Suppe	817,92	917,17
410	Soja-Gulasch mit Reis	994,18	1093,44
413	Rotes Thai Curry mit Reis	1084,27	1183,52
412	Butter Chicken mit Reis	1113,61	1212,86
415	Veganes Tikka Masala mit Reis	1123,4	1222,66
414	Pilzgeschnetzeltes mit Soja und Reis	1123,68	1222,93
411	Chilli sin Carne mit Reis	1213,34	1312,6

AUSBLICK

Da der schonende Umgang mit Ressourcen zentraler Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie ist, werden wir auch in den kommenden Jahren an diesem Schwerpunktthema festhalten. Für das kommende Berichtsjahr sind unsere Ziele im Hinblick auf den Schwerpunkt-Leitsatz klar ausgerichtet. Wir setzen uns das Ziel, die Prinzipien des Bio-Fine-Dining-Restaurant 1950 kontinuierlich auf unsere anderen Standorte zu adaptieren. Dies bedeutet, dass wir in der Tress Gastronomie einen Beschaffungsradius von 100km und in der Tress Lebensmittel einen Beschaffungsradius von 200km bis 2030 forcieren. Hier sind wir bereits auf der Suche nach weiteren regionalen Landwirt*innen und Partner*innen, die uns große Rohwarenmengen bereitstellen können, um die Nachhaltigkeit unserer Lieferketten zu verbessern und den regionalen Mehrwert zu steigern.

Ein wichtiger Fokus wird auf die Verlagerung von "Make" anstelle von "Buy" liegen. Wir möchten mehr Ressourcen und Produkte intern herstellen, anstatt sie von externen Quellen zu beziehen. Dies wird nicht nur unsere Unabhängigkeit stärken, sondern auch dazu beitragen, Transportwege zu sparen, Umweltauswirkungen zu reduzieren und eine höhere Produkttransparenz zu erzielen.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 5: Energie und Emissionen: „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“

ZIELSETZUNG

Der Leitsatz 5 „Energie und Emissionen“ wurde im Zielkonzept noch nicht erwähnt, ist aber seit 2022 einer unserer unternehmerischen Schwerpunkte. Daher wird dieser Leitsatz im vorliegenden Bericht ergänzt, welcher im Zusatzkapitel „Klimaschutz“ konkreter bearbeitet wird.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Ermittlung eines Corporate Carbon Footprint (CCF) für die Standorte im Jahr 2022
- Ermittlung der Product Carbon Footprints (PCFs) für die Produkte der Tress Lebensmittel im Jahr 2023
- Durchführung einer Energieanalyse im Rahmen des Transformationskonzepts im Jahr 2022
- Erstellung eines Treibhausgas-Transformationskonzepts im Jahr 2023 auf Grundlage der Ergebnisse der CCFs und der PCFs

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 6: 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.“

ZIELSETZUNG

Unser erklärtes Ziel im Zielkonzept 2021 des Bio-Restaurants Rose war es mit dem CO2-Menü einen Beitrag zu einer klimafreundlicheren Welt zu leisten. Durch stichhaltige Kommunikation sollte den Gästen die Zukunft nachhaltiger Ernährung zugänglich und schmackhaft gemacht werden. Messkriterium war das Rose-Prinzip welches den Gästen als transparentes Prüfinstrument galt. Zudem sollte das Handeln durch verschiedene anspruchsvolle Siegel (demeter/ Bioland) am Markt transparent gemacht werden.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Tress Gastronomie

- Im Bio-Fine-Dining Restaurant 1950 werden alle Rohstofflieferant*innen über Kärtchen seit 2021 transparent gemacht
- Demeter-Prinzip (Regenerative Landwirtschaft/ Humusaufbau) wird durch den Kauf von demeter-Produkten unterstützt
- GWÖ-Bericht publiziert im März 2023

Tress Lebensmittel

- Transparenzversprechen via QR-Code auf den Produkten umgesetzt im Oktober 2022
- Alle Rezepte werden zum Nachkochen auf der Website veröffentlicht seit Oktober 2022
- GWÖ-Bericht publiziert im März 2023

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Aufgrund unseres einheitlichen Erscheinungsbildes unter der Dachmarke TressBrüder für die Tress Gastronomie und die Tress Lebensmittel findet das Rose-Prinzip seit dem Jahr 2022 keine Anwendung mehr. Das Ziel der Produktverantwortung wurde 2022 im Rahmen der Gemeinwohlbilanzierung daher nochmals angepasst und auch für die Tress Lebensmittel definiert.

In der Tress Lebensmittel setzen wir Produkttransparenz vor allem durch ein Transparenzdatenblatt um. Hier wird den Konsument*innen die Herkunft aller Rohwaren inkl. km-Distanz transparent gemacht. Der PCF soll hierauf 2024 ergänzt werden.

In der Tress Gastronomie wird dies auf ähnliche Weise über Kärtchen und Infobroschüren dargestellt.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

AUSBLICK

Wir werden auch an diesem Schwerpunktthema festhalten. Unser vorrangiges Ziel für das kommende Berichtsjahr ist es, unsere Bemühungen in Sachen Transparenz zu intensivieren. Wir möchten sicherstellen, dass unsere Gäste und Kund*innen genau wissen, woher ihre Lebensmittel stammen und wie sie hergestellt werden. Dies beinhalten die Fortsetzung und Intensivierung der Maßnahmen, die im vergangenen Jahr begonnen wurden.

Unsere konkrete Zielsetzung besteht darin, die Transparenz auf der Speisekarte weiter auszubauen, insbesondere in unserem Standort Wimsen, der ein großes Potenzial zur Bewusstseinsbildung in Bezug auf nachhaltige Ernährung und Umweltauswirkungen hat. Wir möchten sicherstellen, dass unsere Gäste nicht nur köstliche Mahlzeiten genießen, sondern auch verstehen, wie diese zubereitet wurden und welchen ökologischen Fußabdruck sie hinterlassen.

Um dieses Ziel zu erreichen, werden wir folgende Schritte unternehmen:

1. **Erweiterung der Informationen auf der Speisekarte:** Wir werden die Informationen auf unserer Speisekarte um zusätzliche Details zur Herkunft der Zutaten, Preiszusammensetzung und den Product Carbon Footprints erweitern.
2. **Schulungen für Mitarbeiter*innen:** Unsere Mitarbeiter*innen in der Gastronomie, insbesondere in Wimsen, werden spezielle Nachhaltigkeits-Schulungen erhalten, um unsere Gäste kompetent über unsere Nachhaltigkeitsbemühungen aufzuklären.
3. **Verstärkte Zusammenarbeit mit regionalen Produzent*innen:** Wir werden unsere Partnerschaften mit lokalen Landwirt*innen und Erzeuger*innen intensivieren, um eine verstärkte Nutzung regionaler, nachhaltiger Lebensmittel zu fördern.
4. **Kommunikation und Bewusstseinsbildung:** Wir werden verstärkt auf die Bedeutung nachhaltiger Ernährung und die Umweltauswirkungen unserer Speisen hinweisen, um das Bewusstsein unserer Gäste zu schärfen.

Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert: „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

ZIELSETZUNG

Definiertes Ziel in unserem Zielkonzept 2021 war es, sich an der Anzahl der vertrauensvollen Partnerschaften zu Erzeuger*innen und Lieferant*innen zu messen, sowie an der Anzahl der Veränderungen, die das Unternehmen verursacht.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Tress Gastronomie

- Förderung des Ökolandbaus in der Region wird durch hohe Abnahmemengen unterstützt. Zudem versuchen wir durch Gespräche unsere Lieferant:innen zum Ökolandbau zu ermutigen.
- Kleinbauern und private Strukturen werden unterstützt, um die Wertschöpfung in der Region zu steigern

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Tress Lebensmittel:

- Mehrwert für die Landwirtschaft durch den Bezug von demeter-Produkten => Es werden hohen Absatzmengen abgenommen
- Schaffung von Arbeitsplätze auf der Schwäbischen Alb durch die Vergrößerung des Produktionsstandorts in Zwiefalten-Gauingen im August 2022
- Anbauprojekte mit der Insel Reichenau
- Forschung mit Mikroalgen in Kooperation mit der Universität Hohenheim

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

INDIKATOREN

Indikator 1: Herkunftsradien der Rohwaren und Dienstleistungen

Tress Gastronomie

	Distanzen	Anteil
lokal	0-30km	25%
regional	31-60km	18%
überregional	61-100km	16%
national	über 100km	41%

Tress Lebensmittel

	Distanzen	Anteil
lokal	0-30km	10%
regional	31-60km	8%
überregional	61-100km	16%
national	über 100km	63%
international	über 1000km	3%

AUSBLICK

Auch in Zukunft wollen wir an diesem Schwerpunktthema festhalten, da uns unsere Region, die Schwäbische Alb, am Herzen liegt und wir hier einen Mehrwert für die ansässigen Menschen schaffen wollen. Unser Ziel ist es den Bioland- und demeter-Anbau in der Region noch weiter zu steigern. Durch unser Firmenwachstum wollen wir zudem noch mehr Menschen bei uns einen guten Arbeitsplatz bieten.

6. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Herkunft der Mitarbeiter*innen in der GWÖ-Bilanzierung erhoben.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir sind ein sehr diverses Team und wollen die Diversität weiter fördern.
- Alle Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden werden eingehalten.

Ausblick:

- Unser Ziel ist es Ende 2024 in eine selbstorganisierte, agile Unternehmensorganisation überzugehen, der mit einem kulturellen Wandel in der Mitarbeiterschaft zu mehr Eigenverantwortung und Mitsprache einhergeht.

LEITSATZ 02 – WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

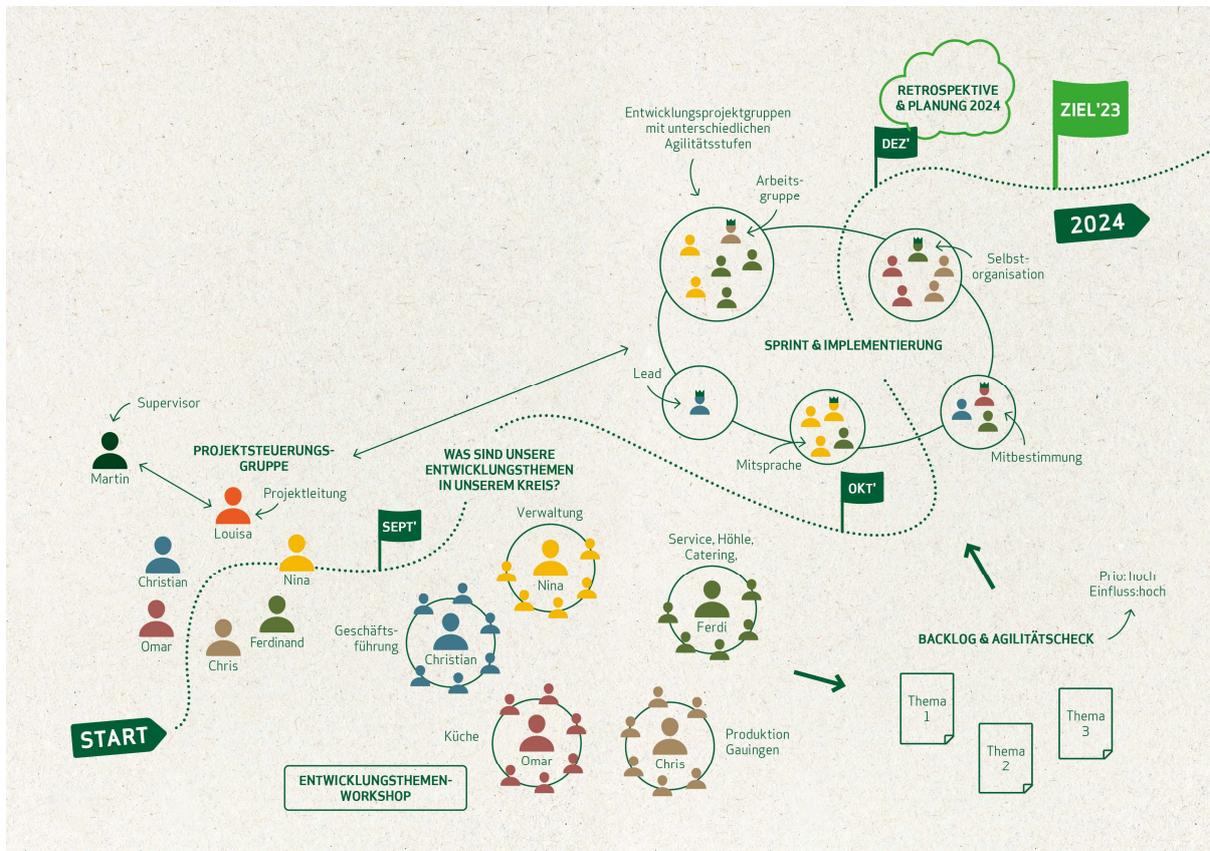
Maßnahmen und Aktivitäten:

- Umstrukturierung der Organisationsstruktur im Rahmen des Projekts „Agile Organisationsentwicklung“. Dadurch sollen die Mitarbeiter*innen mehr Möglichkeiten zur Mitbestimmung und Mitgestaltung im Unternehmen bekommen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Erste Umsetzung selbstorganisierter Projekte zu Entwicklungsthemen im Unternehmen durch die Mitarbeiter*innen in Q4/2023.

WEITERE AKTIVITÄTEN



Ausblick:

- Unser Ziel ist es Ende 2024 in eine selbstorganisierte, agile Unternehmensorganisation überzugehen, der mit einem kulturellen Wandel in der Mitarbeiterschaft zu mehr Eigenverantwortung und Mitsprache einhergeht.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Im Rahmen der Gemeinwohlbilanzierung 2022 wurde die Zusammenarbeit mit allen Berührungsgruppen anhand der Werte Menschenrechte, Solidarität & Gerechtigkeit, Ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz & Mitentscheidung untersucht.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Erreichte Bilanzsumme in der GWÖ: 445 Punkte von 1000 Punkten

WEITERE AKTIVITÄTEN



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Auditprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:

GEMEINWOHL ÖKONOMIE im Wirtschaftswandel mit Zukunft
 Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	TRESS Brüder (TRESS Lebensmittel GmbH & Co. KG & Tress Gastronomie GmbH & Co. KG)	
	M5.0 Vollbilanz	2020/2021	Auditor*in: Roland Wiedemeyer	
Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 50 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 50 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 80 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 40 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 40 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 30 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 20 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*Innenbeziehungen: 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 70 %	D4 Kund*Innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 70 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 30 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 30 %
			Testat gültig bis: 31.03.2025	BILANZSUMME: 445

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
 TestatID: 347v1
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 13.03.2023

Ausblick:

- Für die Rebilanzierung in 2024 ist geplant, die Anspruchsgruppen über Umfragen miteinzubeziehen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

Tress Gastronomie

- Umzug in eine größere Produktionsküche zur zentralen Vorbereitung von Speisebestandteile

Tress Lebensmittel

- Umzug in eine größere Produktion im August 2022
- Erweiterung der Tress Lebensmittel im August 2022. Erweiterung des Produktsortiments in 2023. Hierdurch sind/ werden Neueinstellungen erforderlich.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Neueinstellung einer kompletten zweiten Schicht in der Produktion erforderlich (ca. 10 neue Stellen) => Stand November 2023 gibt es immer noch offene Stellen

Ausblick:

- Definition neuer Stellen/ Rollen im Rahmen der Agilen Organisationsentwicklung

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Tress Gastronomie

- Kauf einer Eismaschine für die eigene Herstellung von Speiseeis. Hier experimentieren wir inwieweit Schalenreste, z.B. von der Karotte, zur Eisherstellung verwendet werden können, um Lebensmittelabfälle zu vermeiden.

Tress Lebensmittel

- Erweiterung des Produktportfolios
 - Vegane Snacks



WEITERE AKTIVITÄTEN

- Fleischersatzprodukte (Monoprodukte)



- Herzhafte Eintöpfe



- Forschungsprojekt mit Mikroalgen in der Tress Lebensmittel
 - Teilnahme am Förderprogramm „Nachhaltige Bioökonomie als Innovationsmotor für den Ländlichen Raum“ des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz mit dem Programm „Gesunde Ernährung durch Mikroalgen als Fischersatz“ (Kooperation mit der Universität Hohenheim)
- Soja vom Bodensee in den Ready-Meals
- Suppen im Mehrwegglas

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Neue Produkte sind in Q2/2022 auf den Markt gekommen:
 - Vegane Snacks: Listungen bei REWE, Edeka, Tegut.
 - Fleischersatzprodukte/ Monoprodukte: Listungen Edeka
- Erste Versuche Produkte mit Mikroalge herzustellen in Q3/2023. Nur interne Tests, noch nicht für den Verkauf bereit.

Ausblick:

- Herstellung von marktfähigen Produkten, kein Nahrungsergänzungsmittel, mit Mikroalge in der Tress Lebensmittel, die zum Verkauf angeboten werden können
- Herstellung von ungekühlten, autoklavierten Produkten in der Tress Lebensmittel in Q1/2024

WEITERE AKTIVITÄTEN

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Seit 2021 haben wir unsere Aktivitäten mit der GLS Bank weiter ausgebaut

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Entwicklung unseres Engagements mit den Banken:

	2021	2022	2023
Volksbank Münsingen	6,58%	4,60%	4,13%
IBB Bodensee	7,92%	11,33%	10,95%
VR Bank Alb-Blau-Donau	8,90%	8,08%	7,19%
GLS Bank	72,92%	73,27%	74,40%
Grenke Bank	3,68%	2,71%	2,42%
IWOCA			0,91%

Ausblick:

- Künftig wollen wir die Zusammenarbeit mit regionalen Banken und das Engagment mit der GLS Bank noch weiter ausbauen

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Hier wurden zwischen 2021 und 2023 keine konkreten Maßnahmen umgesetzt.

Ausblick:

- Erstellung eines transparenten Leitfadens für die Mitarbeiter:innen und Sensibilisierung für Korruption

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Fleisch als Beilage auf der Speisekarte
- Mitgliedschaft bei der GWÖ und Erstellung einer GWÖ-Bilanz um ein Zeichen in Sachen nachhaltigem Wirtschaftssystem zu setzen.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Tress Gastronomie:

- Anreize sich vermehrt vegetarisch zu ernähren durch die Umstellung der Speisekarte auf „Fleisch als Beilage“

Tress Lebensmittel:

- Anreiz sich vegane, Bio-Convenience-Produkte zu kaufen anstelle der gängigen Fast-Food-Angebote

Ergebnisse und Entwicklungen:

- GWÖ-Bilanzierung wurde durchgeführt

Ausblick:

- Pflanzliche Ernährung soll weiter ausgebaut werden
- Nachhaltige Wirtschaftsweise soll bei den anderen Berührungsgruppen verankert werden

7. Unser WIN!-Projekt

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

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Im Zielkonzept von 2021 wurde der Hochzeitswald als WIN!-Projekt unterstützt. Hierbei handelt es sich um ein Aufforstungsprojekt eines Stückes Brachlandes wenige hundert Meter von unserem Bio-Hotel Rose entfernt. Idee des Projekts war es, dass alle Brautpaare, die in 2021 in einer unserer Eventlocations ihre Hochzeit gefeiert haben, einen Gutschein für einen Baum erhalten. Der Baum wird anschließend im Rahmen eines kleinen Events gemeinsam auf dem Stück Brachland gepflanzt. Dieses Event sollte 3x pro Jahr stattfinden.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Ca. 80 Brautpaare feiern pro Jahr ihre Hochzeit in einer unserer Eventlocations. Finanziell wurde das Projekt von uns unterstützt, indem wir die Ausgaben für die Bäume übernommen und die Brautpaare zudem einen Aperitif und ein kostenloses Abendessen im Bio-Restaurant Rose erhalten haben. Hinzu kommt der Aufwand für die Vorbereitung des Grundstücks zur Aufforstung und die Kosten für die künftige Pflege der Bäume. Für die Auswahl der Bäume haben wir uns von einem Förster beraten lassen, um ausschließlich nachhaltige und zukunftsfähige Sorten gegen den Klimawandel zu pflanzen. Alle Aufwände wurden zu Beginn des Berichtes tabellarisch aufgeschlüsselt.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN



Durch das Projekt wurde eine alte, brachliegende Wiese in eine Heimat für Vögel, Insekten und Bienen umgewandelt. Dies ist ein kleiner Schritt zum Erhalt der Artenvielfalt und Biodiversität auf der Schwäbischen Alb. Zudem konnten wir durch das Projekt Bewusstseinsbildung für Biodiversität und Nachhaltigkeit bei den Brautpaaren betreiben. Der Hochzeitswald wird von den Brautpaaren regelmäßig an ihrem Hochzeitstag besucht.

UNSER WIN!-PROJEKT

AUSBLICK

Fokus auf Bildung soll verstärkt werden

Der Fokus unseres neuen WIN!-Projekts soll auf der Entwicklung von Bildungspartnerschaften liegen. Wir sind der Meinung, dass wir in diesem Bereich einen großen Hebel für nachhaltige Entwicklung in der Region haben. Unser Ziel ist es Bildungspartnerschaften vom Kindergarten bis in die weiterführenden Schulen zu etablieren. Hierfür wollen wir bis Ende des Jahres ein Konzept entwickeln, um unser Engagement im Bildungsbereich zu intensivieren.

8. Klimaschutz

In Ergänzung zu den obigen Ausführungen setzen wir zusätzlich einen besonderen Fokus auf den unternehmerischen Klimaschutz. Unser Ziel ist es, die Treibhausgasemissionen (THG) und den Energieverbrauch im Unternehmen zu senken.

DATEN IM ÜBERBLICK

Tabelle 1: Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereich	Ausgangsbilanz/ Erstabilanz 2021	
	THG-Emissionen in t CO ₂ e	Anteil in %
Direkte THG-Emissionen Scope 1	215,11	4
Indirekte THG-Emissionen Scope 2	30,44	1
Indirekte THG-Emissionen Scope 3	4.587,83	95

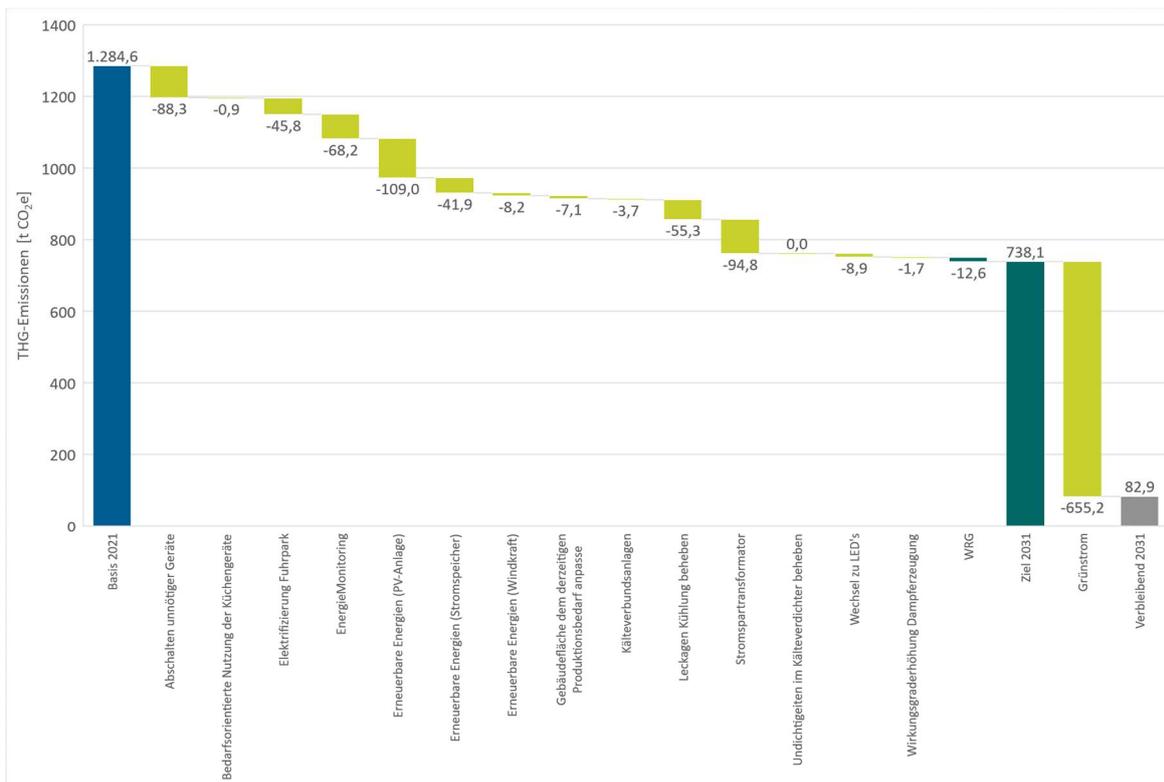
UNSERE AUSGANGSSITUATION

Das Bezugsjahr für diese Bilanz ist 2021. Als Basisjahr wurde 2021 gewählt, da in diesem Jahr die erste CO₂-Bilanz erhoben wurde. Die oben dargestellte Tabelle liefert einen Überblick über die an den Unternehmensstandorten emittierten Treibhausgasen. Alle an den Standorten durchgeführten Prozesse und damit verbundene Emissionen sind in der Treibhausgas (THG)-Bilanz erfasst. In die THG-Bilanz wurden sieben Treibhausgase (kurz CO₂e) nach dem Kyoto-Protokoll berücksichtigt, u.a. CO₃, CH₄ und N₂O. Die Gesamtbilanz wurde gemäß den Vorgaben des Greenhouse Gas (GHG)-Protocols erstellt. Im Rahmen der operationellen Systemgrenze werden die Emissionen eingeteilt in: direkte Emissionen (Scope 1), indirekte Emissionen aus bereitgestellter Energie (Scope 2) sowie andere indirekte Emissionen (Scope 3). In dieser Bilanz wurden Scope 1 (Wärme, Kälte- und Kühlmittel, Fuhrpark, Prozessemissionen), Scope 2 (Strom), Scope 3 (Scope 3.1 – Scope 3.8) vollumfänglich identifiziert und CO₂e-Emissionen ermittelt. Biogene Emissionen durch die Verbrennung von Holz als Biomasse wurde nicht separat ausgewiesen. VOC-Emissionen an den Standorten werden nicht erzeugt.

Ca. 23% der dargestellten CO₂e werden von der Tress Gastronomie erzeugt, die restlichen 77% werden von der Tress Lebensmittel erzeugt. Aufgrund des Grünstrom-Bezuges an allen Standorten ist Scope 1 vergleichsweise gering. Scope 3 ist vor allem aufgrund der eingekauften Waren so hoch. Hier bestand bei der Ermittlung eine sehr gute Datengrundlage, weshalb die Daten hier eine hohe Genauigkeit haben.

KLIMASCHUTZ

Um die Einsparpotentiale verschiedener Maßnahmen aufzuzeigen, wurde eine Roadmap zur Maßnahmenübersicht entwickelt. Innerhalb dieser Darstellung blieben Maßnahmenabhängigkeiten sowie ein Firmenwachstum unberücksichtigt. Summiert man das Einsparpotential der Maßnahmen auf, ergibt sich eine Restmenge von ca. 546,46 t CO₂e-Emissionen. Dies ergibt eine Reduktion von ca. 43% im Vergleich zum Basisjahr 2021.



UNSERE ZIELERREICHUNG

Auf Grundlage der Basisbilanz wurden alle Reduktions- und Vermeidungspotentiale festgelegt. In der nachfolgenden Tabelle sind die TOP 5 Maßnahmen inklusive deren THG-Vermeidungspotentiale aufgeführt.

Maßnahme	Potenzial [t CO ₂]
Abschalten Schnellkühler, Prozessoptimierung	ca. 88,30
Stromspartransformator, Reduzierung Strombezug	ca. 45,70
Strom Eigenerzeugung PV-Anlage erweitern	ca. 53,70
Speichern von heute eingespeistem PV-Strom	ca. 41,88
Elektrifizierung des Fuhrparks	ca. 45,86
Gesamt CO₂ Vermeidungspotenzial	ca. 275,44

KLIMASCHUTZ

Alle Ziele wurde erst im Rahmen des THG-Transformationskonzepts im August 2023 formuliert, weshalb aktuell noch nicht über den Zielerreichungsgrad berichtet werden kann.

Kennzahlen Energiemanagement

Tress Lebensmittel

Bzeichnung	Wert	Einheit
Energie / € Umsatz	0,29	kWh / €
% Strom aus erneuerbaren Energien	100,00%	%
% Energie aus Erneuerbaren (Wärme)	61,85%	%
Energie / Produkt	0,55	kWh / Stück
Heizung / m ² Fläche	284,63	kWh / m ²

Tress Gastronomie

Bzeichnung	Wert	Einheit
Energie / € Umsatz	0,30	kWh / €
% Strom aus erneuerbaren Energien	100,00%	%
% Energie aus Erneuerbaren (Wärme)	0,03%	%
Heizung / m ² Fläche	499,83	kWh / m ²

Kennzahlen Klimastrategie

Tress Lebensmittel

Bzeichnung	Wert	Einheit
THG-Emissionen / MA	84,89	t CO ₂ e / MA
THG-Emissionen / € Umsatz	0,43	kg CO ₂ e / €
THG-Emissionen / Produkt	0,83	kg CO ₂ e / Stück

Tress Gastronomie

Bzeichnung	Wert	Einheit
THG-Emissionen / MA	14,85	t CO ₂ e / MA
THG-Emissionen / € Umsatz	0,46	kg CO ₂ e / €

ERGRIFFENE MAßNAHMEN

Hier sind alle Maßnahmen aufgeführt, die 2022 bzw. 2023 ergriffen wurden. Zu diesen Zeitpunkten lagen die Ergebnisse der CO₂-Bilanzierung und der Energieanalyse noch nicht vor, weshalb es sich lediglich um qualitative Ziele handelt und diese noch nicht nach den einzelnen Scopes differenziert werden können.

- Bis 2045 will das Unternehmen klimaneutral sein.
- 2022 hat sich das Unternehmen erstmalig als Gemeinwohlunternehmen zertifizieren lassen und wird im Jahr 2024 für die Berichtsjahre 2022/ 2023 rebilanzieren.

KLIMASCHUTZ

- 2022 wurde im Rahmen des THG-Transformationskonzepts eine Energieanalyse erstellt. Als Einsparkonzept wurde ein Stromspartransformator gewählt, für welchen noch eine Förderung abgewartet wird.
- Im Rahmen dieser Gemeinwohlbilanz wurde ein umfangreicher Maßnahmenplan erstellt, welcher Klima- und Umweltschutz berücksichtigt.
- Mit dem Start des Treibhausgas Transformationskonzept im Oktober 2022 wurde eine neue Stelle 'Leitung Nachhaltigkeit' eingestellt. Sie koordiniert Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen und kann auf verschiedene Ressourcen aller Abteilungen zurückgreifen.
- Im Juni 2023 wurde ein Projekt zur Organisationsentwicklung gestartet, wobei die Ziele aus dem Transformationskonzept mitaufgenommen wurden.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Da es sich bei der CO₂-Bilanz um unsere erste Bilanzierung handelt, können wir zum aktuellen Zeitpunkt noch über keinerlei Ergebnisse berichten. Da die Bilanz erst im August 2023 fertig gestellt wurde, haben wir Stand Oktober 2023 auch noch keine Maßnahmen umgesetzt.

AUSBLICK

Das Unternehmen wird auch weiterhin am Klimaschutz festhalten, da es eine zentrale Säule des Geschäftsmodells ist. Das Unternehmen TressBrüder steht seit über 70 Jahren für gesunde Lebensmittel, welche nach hohen ökologischen Standards erzeugt werden. Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur ist hierdurch in deren Unternehmensphilosophie stark verankert, weshalb auch der Klimaschutz eine zentrale Rolle spielt. Das Unternehmen möchte auf der Schwäbischen Alb ein Vorbild für andere Unternehmen sein, sich mehr für Klimaschutz und eine nachhaltige Entwicklung zu engagieren.

Konkrete Ziele und Maßnahmen für den Klimaschutz in 2024:

- Anlage einer Wildbienenhecke

9. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin / Ansprechpartner

Louisa Häußler

Leitung Nachhaltigkeitsmanagement, IT, Strategie & Assistenz der Geschäftsführung

Mail: Louisa.haeussler@tressbrueder.de

Tel.: 07383/9498-240

Daniel Tress

Geschäftsführung

Mail: daniel@tressbrueder.de

Tel.: 07383/9498-301

Dominik Tress

Geschäftsführung

Mail: dominik@tressbrueder.de

Tel.: 07383/9498-304

Impressum

Herausgegeben am 31.01.2024 von

TressBrüder (Tress Lebensmittel GmbH & Co.KG; Tress Gastronomie GmbH & Co.KG)

Aichelauer Str. 6

Telefon: 07383/9498-200

E-Mail: info@tressbrueder.de

Internet: www.tressbrueder.de

