

NACHHALTIGKEITSPOLITIK 2024

WIR BACKEN SEIT ÜBER DREI JAHRHUNDERTEN, LIEFERN INNERHALB VON STUNDEN UND DENKEN IN GENERATIONEN.

Als eines der ältesten Familienunternehmen Deutschlands denken wir nicht in Quartalen, sondern in Generationen. Für die Harry-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter von morgen müssen wir heute mehr denn je Verantwortung übernehmen – in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht. Im Zentrum stehen für uns dabei höchste Ansprüche an Qualität und Frische, der schonende Umgang mit Ressourcen, die Bereitschaft zu nachhaltigen Investitionen, attraktive Arbeitsplätze sowie Engagement für ein gutes Miteinander.

Wir hinterfragen uns jeden Tag aufs Neue, drehen an einer Vielzahl von Stellschrauben und suchen nach guten Ideen, aus denen wir konkrete Maßnahmen ableiten können. Ob Ressourcenmanagement, Logistik, Personalwesen oder Produktion: Wir schauen bei unseren Rohstoffen genau hin, denken in regionalen Strukturen, binden unsere Mitarbeitenden in unternehmerische Prozesse ein und investieren in moderne und energieeffiziente Technologien, die Emissionen einsparen und damit Klima und Umwelt schützen.

In unserem Nachhaltigkeitsmanagement haben wir die doppelte Wesentlichkeit berücksichtigt. Dies bedeutet, dass wir nicht nur die Auswirkungen unseres Handelns auf die Umwelt und die Gesellschaft (Inside-Out Perspektive) im Blick behalten, sondern auch die Risiken und Chancen von Umwelt- und sozialen Faktoren auf unsere finanzielle Leistungsfähigkeit (Outside-In Perspektive) einbeziehen. Gleichzeitig haben wir die Auswirkungen auf alle Stakeholder im Auge, die von unserer Unternehmensaktivität betroffen sind oder die ihrerseits Einfluss auf unsere Unternehmensaktivität haben können.

In Anbetracht unserer Sorgfaltspflicht haben wir eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, die auf drei Säulen beruht: Ökologie, Ökonomie und Soziales. Wir sind davon überzeugt, dass diese Strategie es uns ermöglichen wird, einen bedeutenden Unterschied zu machen und langfristige, positive Veränderungen zu bewirken.

Die Umsetzung verantwortet das dafür gegründete Nachhaltigkeits-Team. Es deckt die wesentlichen Unternehmensbereiche wie Produktion, Vertrieb, Einkauf, Unternehmenskommunikation und Personal ab. Um die Wichtigkeit zu unterstreichen ist auch die Geschäftsführung in dem Team vertreten.

Wir verpflichten uns, die vorliegende Nachhaltigkeitspolitik regelmäßig zu aktualisieren. Im Zuge dieser Entwicklung orientiert sich das Unternehmen an den 17 globalen Nachhaltigkeitszielen – "Sustainable Development Goals" der Vereinten Nationen, dem Europäischen Grünen Deal sowie der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, um eine kontinuierliche Verbesserung sicherzustellen.



ÖKOLOGIE – S. 2

SOZIALES – S. 3

ÖKONOMIE – S. 4



ÖKOLOGIE



Wir betrachten den Klimawandel als die größte Herausforderung im Umweltbereich und setzen uns aktiv für Gegenmaßnahmen ein. Daneben haben wir auch den Verlust der Biodiversität im Blick und werden zukünftig entsprechende Maßnahmen und Ziele entwickeln.



Seit 2020 führen wir eine jährliche Berechnung unseres Corporate Carbon Footprint (CCF) für die Scopes 1-3 durch, um die Treibhausgasemissionen unserer gesamten Geschäftstätigkeiten zu analysieren. Unser CCF wird jährlich vom TÜV Rheinland validiert, um die Genauigkeit und Zuverlässigkeit unserer Daten sicherzustellen. Zusätzlich berechnen wir die Product Carbon Footprints (PCFs) für alle von uns hergestellten Produkte.

Auf Grundlage dieser Ergebnisse setzen wir Reduktionsziele fest, die im Einklang mit den Zielen des Pariser Klimaabkommens und der Science Based Targets Initiative stehen.

Konkret bedeutet dies, dass wir im Zeitraum von 2020 bis 2030 eine Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen in unserem direkten Einflussbereich Scope 1 und 2 um 42 % und im Scope 3 um 25 % anstreben. Unsere Verpflichtung umfasst langfristig auch das Ziel der Netto-Null-Emissionen. Dies erreichen wir, indem wir die absoluten Treibhausgasemissionen in den Scopes 1, 2 und 3 bis 2050 deutlich reduzieren und die verbleibenden unvermeidbaren Emissionen kompensieren.

Zur Verbesserung der Energieeffizienz in den Scopes 1 und 2 verfügt das Unternehmen über ein zertifiziertes Energiemanagement-System nach DIN EN ISO 50001. Darüber hinaus wird die Eigenenergieerzeugung kontinuierlich ausgebaut. Weitere Informationen befinden sich in der separaten Umwelt- und Energiepolitik.

Um auch die Emissionen durch vor- und nachgelagerte Prozesse in der Wertschöpfungskette (Scope 3) zu reduzieren, führt Harry-Brot innovative Projekte mit seinen Lieferanten durch. Da 65 % der Emissionen aus dem Rohstoffeintrag stammen, liegt ein besonderes Augenmerk auf der Zusammenarbeit mit Mühlen und Landwirten, um den ökologischen Fußabdruck weiter zu verringern. Dazu ist Harry auch im engen Austausch mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.

Das Umweltmanagementsystem nach DIN EN ISO 14001 überwacht alle relevanten Umweltaspekte des Produktlebenszyklus. Dabei wurden Wasser, Ressourcennutzung und Abfallwirtschaft als wesentliche Themen identifiziert, um eine Kreislaufwirtschaft zu fördern. Zudem setzen wir verstärkt auf den Verzicht von Primärrohstoffen und fördern die Nutzung von sekundären (recycelten) Ressourcen. Wir sind kontinuierlich bestrebt, die Recyclingfähigkeit unserer Materialien zu verbessern und die eingesetzten Materialmengen zu optimieren.

Mit längeren Haltbarkeiten, optimierten Verpackungen und präziser Planung durch unsere Frischdienstverkäuferinnen und -verkäufer tragen wir aktiv zur Vermeidung von Food Waste bei.

Durch regelmäßige Audits und Überprüfungen aller relevanten Anlagen stellt Harry-Brot nicht nur sicher, dass alle behördlichen Anforderungen erfüllt werden, sondern minimiert auch das Risiko von Umweltverschmutzung durch Luft-, Boden- und Wasserschadstoffe.



Harry setzt auf regionale Rohstoffe und kurze Transportwege. In Deutschland wird nahezu überall Getreide mit hervorragenden Backqualitäten angebaut. Dadurch finden wir für alle unsere Produktionsstandorte Mühlen im regionalen Umfeld. Der Hauptrohstoff für unsere Bäckereien legt im Durchschnitt nur 97 Kilometer zurück.

Unser Frischdienst sorgt flächendeckend für die Versorgung des Handels und liefert unsere Ware innerhalb weniger Stunden direkt aus dem Backofen in die Verkaufsstätten. Dabei beträgt die durchschnittliche Distanz lediglich 136 Kilometer. Die kurzen Transportwege verdanken wir der kontinuierlichen Optimierung unserer Logistik.

Die Anpassung an den Klimawandel wird Bestandteil unserer Strategie. Wir erkennen die Dringlichkeit, unsere Infrastruktur und unser Risikomanagement sowohl an die physischen Auswirkungen als auch an die Risiken des Übergangs (Transitionsrisiken) des Klimawandels anzupassen. Obwohl konkrete Maßnahmen in diesem Bereich noch in der Planungsphase sind, ist es unser Ziel, Strategien zu entwickeln, die uns auf klimabedingte betriebliche Risiken vorbereiten.

SOZIALES



Wir fördern die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer eigenen Belegschaft durch betriebliche Gesundheitsvorsorge, Arbeitssicherheitsmaßnahmen und ein Gesundheitsmanagement. Wir stellen sicher, dass unsere Arbeitsplätze sicher sind und den höchsten Standards entsprechen. Die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und die Sicherheit unserer Mitarbeitenden haben oberste Priorität. Wir investieren in ihre Entwicklung und bieten angemessene Entlohnung.

Unsere Unternehmenskultur basiert auf Gleichbehandlung, Chancengleichheit und Vielfalt. Wir fördern eine Arbeitsumgebung, in der alle Mitarbeitenden die gleichen Möglichkeiten haben.

Wir erkennen das Risiko des demografischen Wandels und sind bestrebt, entsprechende Maßnahmen zu ergreifen, um den Herausforderungen dieser Entwicklung entgegenzuwirken.

Über die eigene Belegschaft hinaus betrachten wir permanent die Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette in Bezug auf faire Arbeitsbedingungen, gerechte Bezahlung, Gesundheitsschutz, Arbeitssicherheit und Achtung der Menschenrechte. Wir streben nach Transparenz, Sicherheit und Fairness entlang unserer Lieferkette. Als Ausdruck unserer Verantwortung haben wir eine Grundsatzerklärung veröffentlicht, die unser Engagement für die Einhaltung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes unterstreicht.



Regionales Engagement ist bei uns gelebte Praxis. Wir engagieren uns aktiv in verschiedenen Projekten, um unsere Gemeinschaft zu unterstützen und einen positiven Beitrag zu leisten. Dazu gehören Spenden an Kindergärten, Sportvereine, Teilnahme an Firmenläufen, Unterstützung von regionalen Tafeln und kulturellen Einrichtungen.

Unser Einsatz für den Schutz von Verbrauchern ist ein Eckpfeiler unseres Unternehmens. Wir setzen uns intensiv für höchste Produktqualität und Lebensmittelsicherheit ein, um das Vertrauen unserer Kunden und Verbraucher zu festigen und eine geringe Reklamationsquote sicherzustellen. Dabei erfüllen wir nicht nur gesetzliche Anforderungen wie HACCP, sondern gehen auch über diese mit unserer IFS-Zertifizierung hinaus.

Unsere Produktvielfalt ist ein Ausdruck unserer Verpflichtung, die verschiedenen Bedürfnisse unserer Kunden und der Verbraucher zu erfüllen und dabei höchste Standards in Bezug auf Qualität, Produktsicherheit und Vielfalt zu gewährleisten.

ÖKONOMIE



Unsere offene Unternehmenskultur beeinflusst maßgeblich unsere Beziehungen zu Mitarbeitenden, Kunden und Lieferbetrieben. Transparente Kommunikation und eine Open-Door-Politik fördern den Dialog und stärken das Vertrauen in unser Unternehmen.

Durch ein innovatives Sortiment und hohe Investitionen in modernste Anlagen zeigen wir uns als Innovationsführer und stärken unsere Wettbewerbsfähigkeit.

Das Management der Beziehungen zu unseren Lieferanten ist für uns von hoher Bedeutung, um eine nachhaltige und vertrauensvolle Zusammenarbeit sicherzustellen. Wir streben nach Innovation und neuen Geschäftsfeldern durch gemeinsame Projekte und fördern eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Lieferbetrieben.



Wir hegen einen starken Anspruch an ethisches Verhalten und Integrität, der durch unseren fest verankerten Code of Conduct widergespiegelt wird. Dieses Dokument definiert die grundlegenden Werte und Verhaltensstandards unseres Unternehmens. Wir teilen diesen Verhaltenskodex mit unseren Mitarbeitenden, um sicherzustellen, dass sie nicht nur unsere Unternehmenswerte verstehen, sondern diese auch in ihrem täglichen Handeln leben. So sind bei uns zum Beispiel Korruption und Bestechung inakzeptabel und stehen im direkten Widerspruch zu unseren fest verankerten Werten sowie unseren gesetzlichen Verpflichtungen.

Zusätzlich haben wir einen Kodex für Geschäftspartner entwickelt, durch den wir unsere Lieferanten zur Einhaltung unserer Werte und Standards in der Lieferkette verpflichten.

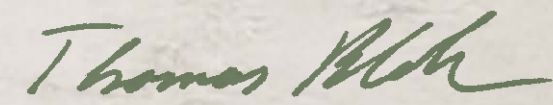
Zugleich legen wir Wert auf marktgerechte Preise und eine sichere Abnahmemenge, um unseren Lieferbetrieben eine stabile und langfristige Partnerschaft zu bieten.

Verstöße gegen unsere Prinzipien nehmen wir sehr ernst. Schon im Jahr 2022 wurde zum Schutz von Hinweisgebenden auf unserer Homepage eine Plattform integriert, in der anonyme Meldungen gemacht werden können. Wir legen großen Wert darauf, ein Umfeld zu schaffen, in dem sowohl interne als auch externe Hinweisgebende potenzielle Missstände oder Fehlverhalten melden können, ohne Angst vor Repressalien haben zu müssen.

Nachhaltigkeit ist für uns ein fortlaufender Prozess, der ständige Anpassungen und Verbesserungen erfordert. Deshalb überprüfen wir regelmäßig unsere Maßnahmen und passen unsere Strategien an neue Erkenntnisse und Herausforderungen an.

Unsere Verpflichtung zur Nachhaltigkeit endet nicht bei unseren eigenen Unternehmensaktivitäten. Wir wollen Vorbild und Impulsgeber für die gesamte Branche sein, indem wir innovative Lösungen fördern und partnerschaftlich mit allen Akteuren der Wertschöpfungskette zusammenarbeiten.

Harry-Brot Group SE & Co. KG
Ihre Geschäftsführung



Thomas Blohm



Jochen Eisenzapf



Frank Kleiner



Norbert Lötze

