

Verantwortung für Generationen

DER HOCHLAND
NACHHALTIGKEITSBERICHT
2017 BIS 2019





Almette

PATROS

Grünländer



GERVAIS

Inhalt

EINLEITUNG

- 4 Auf einen Blick
- 7 Vorwort
- 9 Unternehmensporträt

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- 12 Unternehmensstrategie
- 14 Nachhaltigkeitsstrategie
- 19 Dialog mit Stakeholdern
- 21 Integrität und Compliance
- 22 Gesellschaftliches Engagement

PRODUKTE

- 26 Managementansatz Produkte
- 28 Lieferkette
- 30 Rohwaren und Zutaten
- 33 Tierwohl
- 35 Qualität und Produktsicherheit
- 36 Produktinformationen

UMWELT

- 40 Managementansatz Umwelt
- 43 Ressourcenschutz
- 46 Energie und Klima

MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

- 50 Managementansatz Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- 52 Unternehmenskultur
- 55 Vergütung und Sozialleistungen
- 56 Aus- und Weiterbildung
- 59 Beruf und Familie
- 60 Gesundheit und Sicherheit
- 62 Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

ANHANG

- 64 Kennzahlen
- 68 Auszeichnungen und Mitgliedschaften
- 69 GRI Index
- 69 Über diesen Bericht
- 70 Impressum

14% weniger Wasserverbrauch

je Tonne Fertigware im Jahr 2019 gegenüber Vergleichsjahr 2016, bezogen auf den Gesamtwasserverbrauch

13% mehr produzierte Fertigware

im Jahr 2019 gegenüber Vergleichsjahr 2016

84% mehr Investitionen

im Jahr 2019 gegenüber Vergleichsjahr 2016

6% weniger Energieverbrauch

je Tonne Fertigware im Jahr 2019 gegenüber Vergleichsjahr 2016, bezogen auf den Gesamtenergieverbrauch

Platz 21 im Ranking der besten Arbeitgeber Deutschlands

Beim Wettbewerb *Great Place to Work* mit über 800 teilnehmenden Unternehmen: Platz 21 in der Kategorie Unternehmen mit 501 bis 2000 Mitarbeitenden; Befragung 2019, Auszeichnung 2020

Milch ohne Gentechnik

Für den Standort Schongau

Verzicht auf Totalherbizide

Seit 2019 kein Einsatz von Totalherbiziden auf den Feldern der Milcherzeuger für den Standort Schongau

Kein Plastik auf Wiesen und Feldern

Seit 2019 kein Plastik aus Gärsubstrat auf den Feldern der Milcherzeuger für den Standort Schongau

Hinweis: Alle Prozentangaben sind gerundet.



Liebe Leserin, lieber Leser,

wir wollen *richtig* erfolgreich sein!

Hört sich das nicht nach einem antiquierten Geschäftsführer an, der ausschließlich an wirtschaftlichem Erfolg interessiert ist? Mit *richtig erfolgreich* sein meine ich etwas anderes. Wir wollen *auf die richtige Weise* erfolgreich sein. Es geht darum, *das Richtige zu tun* und *verantwortlich zu handeln*.

Nachhaltigkeit ist nicht erst seit ein paar Jahren wichtig für uns Hochländerinnen und Hochländer. Dass wir Verantwortung für die Zukunft unserer Kinder und Enkel übernehmen, war in einem Familienunternehmen schon immer selbstverständlich. Und dass Natur und Umwelt eine besondere Bedeutung für uns haben, ergibt sich bereits aus *unserem wichtigsten Rohstoff, der Milch*. Seit einigen Jahren fassen wir unsere ökonomischen, ökologischen und sozialen Bestrebungen unter dem Begriff der *Nachhaltigkeit* zusammen.

Warum setzen wir auf Nachhaltigkeit? Es gibt klare Zusammenhänge. Wir wissen, dass wir nur dann langfristig ökonomisch erfolgreich sein können, wenn wir auch ökologisch und sozial sinnvoll handeln. Gerade den sozialen Bereich dürfen wir im Bemühen um Nachhaltigkeit nicht vernachlässigen. Dazu verabschieden wir uns von Dogmen und suchen den gemeinsamen Blick aufs Ganze. Wir sprechen mit Landwirten, Lieferanten, Kunden, Handel und NGOs auf Augenhöhe, um unsere Position zu Nachhaltigkeitsfragen zu vermitteln [GRI 102-14, 102-15](#) und die Erwartungen der Stakeholder an unser Unternehmen zu erfahren.

Wir wollen Haltung zeigen, sowohl intern als auch extern. Uns geht es darum, Nachhaltigkeit gemeinsam voranzubringen. Das funktioniert nur Schritt für Schritt. Aber diese Schritte wollen wir konsequent gehen und mit Hochland Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit sein.

Seit dem letzten Bericht haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie weiterentwickelt und mit der Umsetzung der ersten sechs Handlungsfelder begonnen. Wie bereits erwähnt, ist unser größter Hebel in Bezug auf Nachhaltigkeit gleichzeitig unser wichtigster Rohstoff: Die Milch.

Besonders stolz bin ich deshalb auf Fortschritte, die wir zusammen mit Milchlieferanten und Handelskunden erreichen konnten. Verbote von Totalherbiziden und Plastik aus Biogasanlagen auf den Feldern unserer Milcherzeuger sowie unser erster Käse mit dem Label des Deutschen Tierschutzbundes sind für mich persönliche Highlights. Aber auch Verbesserungen in Ergonomie und Arbeitssicherheit sind wichtige Schritte auf unserem Weg.

Das klingt alles sehr positiv. Ganz so einfach ist Nachhaltigkeit jedoch nicht. Manchmal müssen wir kurzfristige Nachteile in Kauf nehmen, um langfristig einen positiven Effekt zu erzielen. Es gibt auch konkrete Rückschläge. Die Vermeidung oder Reduzierung von Kunststoffen ist nicht in allen Bereichen möglich – aber wir arbeiten weiterhin daran.

Aktuell sehen wir unsere größte Herausforderung darin, Hochlands CO₂-Emissionen deutlich zu reduzieren. In den kommenden Jahren wird uns die weitere Reduzierung von Kunststoffen, die Entwicklung und Vermarktung von nachhaltigen Milchqualitäten in unseren Produkten, der Ausstieg aus der ganzjährigen Anbindehaltung bei unseren Milcherzeugern sowie Gesundheit und Zufriedenheit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern beschäftigen. Dabei nehmen wir die Bereiche mit den größten Auswirkungen zuerst in Angriff. Wir versuchen also weiterhin, das Richtige zu tun, um auch weiterhin *richtig* erfolgreich zu sein. Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.


Volker Brütting, Geschäftsführer

Hochland Deutschland

GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-8, 102-9, 102-45



Hochland Deutschland GmbH

Die *Hochland Deutschland GmbH* wurde im Jahr 2007 als Tochterunternehmen der damaligen *Hochland AG*, seit 2010 *Hochland SE*, gegründet. Hochland Deutschland ist für die Herstellung aller Produkte verantwortlich, die das deutsche *Markengeschäft*, das Geschäftsfeld *Food Service* sowie das globale *Private Label* Geschäft betreffen. Der Vertrieb für den Bereich *Private Label* erfolgt durch eine eigenständige Gesellschaft. Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich, wenn nicht ausdrücklich anders erwähnt, stets auf die Hochland Deutschland GmbH. An den Standorten Heimenkirch im Allgäu und Schongau in Oberbayern sind zusammen mehr als 1700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Im Jahr 2019 blickte Hochland Deutschland auf eine Absatzmenge von insgesamt rund 172 000 Tonnen, dies entspricht einem Zuwachs von 3,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Unternehmensgruppe

Die heutige *Hochland SE* ist weiterhin ein Familienunternehmen mit Sitz in Heimenkirch im Allgäu. Seit seinen Anfängen konzentriert sich das Unternehmen auf die Herstellung, die Veredelung und den Vertrieb von Käse. Mit mehr als 5 200 Mitarbeitenden hat die *Hochland SE* im Jahr 2019 einen Umsatz von rund 1,59 Milliarden Euro erwirtschaftet. Damit gehört die Unternehmensgruppe zu den größten Herstellern und Veredlern von Käse in Europa. National und international bedient die Hochland-Gruppe alle bedeutenden Käsesegmente. Neben den deutschen Werken gibt es weitere dezentral geführte Produktionsstätten für Käse in Frankreich, Spanien, Polen, Rumänien, Russland und den USA. Käse aus dem Hause Hochland wird in rund 30 Ländern vertrieben. Darüber hinaus entwickelt, produziert und vertreibt die Tochterfirma *E.V.A. GmbH* pflanzliche Käse-Alternativen. Zur Hochland-Gruppe gehört außerdem die Maschinenbaufirma *Hochland Natec*. Sie ist spezialisiert auf den Bau von Maschinen zur Herstellung, Bearbeitung und Verpackung von Schmelzkäse.

Anfänge und Entwicklung

Hochlands Geschichte beginnt im Jahr 1927, als die verschwägerten Herren Summer und Reich ein Käsewerk gründen, um Schmelzkäse zu produzieren. 1942 fusioniert *Hochland* mit der *Konservenkäsefabrik Fuchs*. Alle drei Firmeninhaber – Georg Summer, Robert Reich und Franz Fuchs – verbindet der gleiche Pioniergeist und die Begeisterung für das gemeinsame Unternehmen. Im Lauf der Jahrzehnte wächst Hochland, auch über die Landesgrenzen hinaus.

Das Unternehmen vertreibt bekannte Käsemarken wie *Hochland*, *Almette*, *Valbrie*, *Patros*, *Grünländer* und *Gervais*. Zum Portfolio gehören Schmelzkäse, Hart- und Schnittkäse, Frischkäse, Käse in Salzlake, körniger Frischkäse und Kräuterquark. Der Standort Heimenkirch ist kein milchverarbeitender Betrieb im klassischen Sinn. Als Rohwaren dienen hier verschiedene Käsesorten, die weiterverarbeitet und veredelt werden, in erster Linie zu Schmelzkäse sowie zu Hart- und Schnittkäse. Das Werk in Schongau ist eine der bedeutenden Fertigungsstätten für Weißkäse und Frischkäse in Europa.

Hochland Deutschland ist mit seinen Markenprodukten im Lebensmitteleinzelhandel vertreten, stellt aber auch Produkte für Eigenmarken des Handels her.

Darüber hinaus beliefert das Unternehmen Lebensmittelindustrie und Gastronomie mit speziell entwickelten Produkten in allen gewünschten Angebotsformen.

Selbstverständlich
geht es um Verantwortung —
nicht nur für hier
und nicht nur für heute



*»Nachhaltigkeit, Verantwortung und Achtsamkeit –
diese drei Prinzipien habe ich im Kopf, wenn ich an mein
eigenes Leben denke, aber auch wenn ich an den Weg
der Nachhaltigkeit bei Hochland denke.«*

Josef Stitzl, Geschäftsführer



Die Unternehmensstrategie

GRI 102-11, 102-15, 102-16, 102-18

Unsere Unternehmenspolitik ist nicht auf kurzfristige Erfolge, sondern auf vorausschauende Entwicklung angelegt. Wir treffen unsere Entscheidungen auch im Hinblick auf die Interessen künftiger Generationen. Das bedeutet, dass wir unsere unternehmerische Tätigkeit an den Grundsätzen ökonomischer, ökologischer und sozialer Werte ausrichten. Wir sind fest davon überzeugt, dass eine langfristige und zugleich wertorientierte Ausrichtung der Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg ist. Deshalb haben wir dieses Vorgehen auch in unserer Unternehmensstrategie verankert.

In der *Vision 2020* hat die Hochland SE ihre Ziele für alle Standorte bis zum Jahr 2020 beschrieben. Die darauffolgende *Vision 2025* wird zum Zeitpunkt der Berichterstellung fertiggestellt. Aus der Strategie der Hochland-Gruppe leiten sich direkt die Schlüsselgrößen *Marktstellung, Innovationsleistung, Produktivität, Attraktivität als Arbeitgeber, Liquidität und Profitabilität* ab. Diese kennzeichnen die unternehmerischen Ambitionen und bilden die Schwerpunkte, anhand derer eine Erfolgsbewertung vorgenommen wird.

Das Hochland-Rad

Zentrales Instrument der Hochland Deutschland zur Unternehmenssteuerung ist das *Hochland-Rad* mit einem rollierenden Dreijahreshorizont. Dieses Werkzeug zeigt die strategischen Ziele Hochland Deutschlands, abgeleitet aus der Vision der Gruppe, in kreisförmiger

grafischer Anordnung – daher der Name. Das Unternehmen nutzt *New Performance Management* als Werkzeug, um die im Rad gesetzten Themenschwerpunkte zu bearbeiten. Dieser Prozess findet sowohl auf Ebene des Managementteams als auch auf Ebene eines jeden Bereichs von Hochland statt. Die Performance der in diesem Rahmen gesetzten Jahres- und Viermonatsziele wird einmal im Tertial bewertet.

Management

Hochland nutzt *Managementsysteme*, um übergeordnete Unternehmensziele mithilfe der Selbststeuerung anhand fortlaufender Optimierung umzusetzen. Alle Managementsysteme, die kontinuierliche Verbesserungen sicherstellen, sind als zertifizierte Standards etabliert, gemäß *IFS, ISO 50001* sowie gemäß weiterer Standards oder Normen.

Das zum Erscheinen dieses Berichts gültige Hochland-Rad gliedert sich in drei Hauptbereiche mit jeweils mehreren Themen:

WACHSTUM FÖRDERN

Kooperationen und Partnerschaften

Partnerschaftsmodelle in alle Richtungen der Lieferkette bilden einen Teil des Hochland-Wachstums. Hochland strebt an, seine Portfolios an Sortimenten, Services und Handlungsfeldern der Nachhaltigkeit zu erweitern, zum Beispiel über Lizenzvermarktung und Regionalität.

Status als bevorzugter Lieferant

Durch intensive Vernetzung bis in die Top-Ebenen des Handels und als kompetenter Gesprächspartner in allen Aspekten der Nachhaltigkeit möchte Hochland seine Stellung als *bevorzugter Lieferant* bei ausgewählten Kunden ausweiten.

Diversifizierung von Geschäftseinheiten

Die *externe Kundenorientierung* soll weiter gefördert werden, indem Hochland seine Prozesse verstärkt an den Bedürfnissen einzelner Kunden ausrichtet.

Entwicklung neuer Geschäftsmodelle

Um nachhaltiges Wachstum zu generieren, plant Hochland, bestehende Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und *zusätzliche Geschäftsmodelle* zu initiieren. Mögliche Beispiele sind digitale Geschäftsmodelle, Profitcenter-Modelle und Plattformen zur besseren Vollverwertung der Milch.

Leuchtturm für Kreislaufwirtschaft

Künftiger wirtschaftlicher Erfolg lässt sich nach Überzeugung Hochlands nur erreichen, wenn Ressourcen *sozial und ökologisch verantwortlich genutzt und nicht verbraucht* werden. Hochland sieht im Prinzip der *Zirkulärwirtschaft (Circular Economy)* die notwendigen Entscheidungshilfen.

STABILITÄT SICHERSTELLEN

Zukünftige Prosperität des Standorts Dieue

Die Hochland-Gruppe plant die Etablierung von *Dieue* als Standort für nachhaltige Milchproduktion und als Innovationsplattform für drei Käsekategorien. – *Anmerkung: Der Standort Dieue, Frankreich, gehört zur Hochland-Gruppe, nicht jedoch zur Hochland Deutschland GmbH. Dieser Abschnitt dient lediglich zur Erläuterung des Hochland-Rades in diesem Punkt.*

Bewusstsein für Produktivität und Profitabilität

Hochland strebt einen ganzheitlichen Ansatz für Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit *aus der Perspektive seiner Kunden* an. Dies kann beispielsweise über Wertanalysen, Absicherungsstrategien oder Robustheit bei Preisschwankungen am Rohwarenmarkt erreicht werden. Der bereits bestehende Fokus auf Produktivität und Effizienz der Prozesse in Produktion und Administration wird damit erweitert.

Orientierung an Geschäftsprozessen

Hochland ist bestrebt, die eigenen Geschäftsprozesse weiter zu verbessern und aktiv an den Bedürfnissen externer und interner Kunden auszurichten. Mit digitalen Werkzeugen sollen Transparenz und Effizienz im Hinblick auf interne und externe *Kundenorientierung* laufend verbessert werden.

Das bereits laufende *Compliance Management* zur Einhaltung von gesetzlichen Regelungen und ethischen Normen wird weiter systematisiert und damit gestärkt.

TRANSFORMATION UNTERSTÜTZEN

Digitale Kompetenz und Haltung

Hochland möchte die positive Einstellung zur Digitalisierung im Unternehmen fördern und die *digitale Kompetenz* der Organisation weiter aufbauen. Neue digitale Werkzeuge werden als Chance und als Arbeiterleichterung gesehen.

Eigen- und Selbstverantwortung fördern

Eigenverantwortung und Handlungsspielräume der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen weiter ausgebaut werden. Hierzu will Hochland die Entscheidungsfindung auf allen Hierarchieebenen fördern. Führungskräfte sollen anleiten, Teams weiterentwickeln und einen Orientierungsrahmen zur Verfügung stellen. Hochländerinnen und Hochländer sollen *Verantwortung* für ihr Handeln übernehmen – auch in Bezug auf ihre eigenen Ressourcen. Es soll mehr Raum für Dialog und für strategische Diskurse geschaffen werden.

Employer Branding

Für Hochland sind die *eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter* der entscheidende Faktor bei der Mitarbeitergewinnung und der Mitarbeiterbindung. Hochland ist sich bewusst, dass jede und jeder einen maßgeblichen Beitrag zur Attraktivität von Hochland als Arbeitgeber leistet.

Führend in Milch

Dem Anspruch *Leader in Milk* zu sein, will Hochland weiterhin gerecht werden. Dazu schafft das Unternehmen bei Handel, Nichtregierungsorganisationen und Konsumenten Bewusstsein für das Thema Milch. Hochland wird dem Handel auch künftig aktiv seine Expertise bei der Entwicklung neuer Konzepte auf der Basis nachhaltiger Milch, insbesondere zu den Themen *Tierwohl* und *Kreislaufwirtschaft*, anbieten. Wie bisher sollen Schulungen und Trainings die Transformation Hochlands hin zu einer lernenden Organisation mit weitgehender Selbststeuerung vorantreiben.

Die Nachhaltigkeitsstrategie

GRI 102-11, 102-15, 102-16, 102-42, 102-44, 102-46, 102-47

Immer mehr Verbraucher entscheiden sich ganz bewusst für Produkte und Marken von Herstellern, die ihrer Verantwortung gegenüber Natur und Gesellschaft glaubwürdig nachkommen. In den Mittelpunkt rücken zunehmend die Herkunft der Rohwaren sowie die sozialen und ökologischen Rahmenbedingungen, unter denen Produkte hergestellt werden. Wir übernehmen Verantwortung für Mensch und Umwelt – auch im Hinblick auf künftige Generationen. Wir wollen mit Hochland Vorbild für Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft sein.

Hochland hat seine Nachhaltigkeitsstrategie in einem systematischen Prozess erarbeitet. Ziel war es, eine nachhaltige Unternehmensführung entlang der gesamten Wert-

schöpfungskette zu verankern. Hierzu hat Hochland in den Jahren 2016 und 2017 mit einer Wesentlichkeitsanalyse, einer Kulturanalyse und einem Stakeholderdialog die Basis für eine

»Wir bekommen sehr motivierende Rückmeldungen – sowohl von Verbrauchern als auch von unseren Mitarbeitern.«

Josef Stitzl, Geschäftsführer

Wesentlichkeitsmatrix geschaffen. Hochland hat in dieser Matrix zunächst 23 relevante Handlungsfelder benannt, diese dann auf 13 Felder eingegrenzt und schließlich sechs der Handlungsfelder in einem internen Auswahlprozess priorisiert.

Im Jahr 2019 hat Hochland die Ergebnisse einer erneuten Prüfung unterzogen. Dazu hat das Unternehmen in einer weiteren Stakeholderbefragung knapp 50 interne und externe Stakeholder interviewen lassen. Die daraus abgeleitete Materialitätsanalyse hat Hochland insbesondere im Hinblick auf zwei Aspekte überprüft:

Erstens in Bezug auf die ganzheitliche Betrachtung der Auswirkungen unternehmerischen Handelns – sowohl ins Unternehmen hinein als auch nach außen (*Holistic Impact*). Zweitens bezüglich der Ausrichtung an Ideen der Kreislaufwirtschaft.

Im Ergebnis hat Hochland die Handlungsfelder in der Wesentlichkeitsmatrix aktualisiert und die sechs bereits hoch priorisierten Handlungsfelder bestätigt.

PRIORISIERTE HANDLUNGSFELDER

Handlungsfeld Milch und Tierwohl

Hochland setzt sich selbstkritisch mit den globalen Folgen der europäischen Milchproduktion und des Milchhandels auseinander. Deshalb betrachtet Hochland die Auswirkungen der Milcherzeugung auf Mensch, Tier und Umwelt. Das Unternehmen wird künftig seinen Einfluss darauf verstärken, wie sein wichtigster Rohstoff produziert wird. Dafür baut Hochland Werteallianzen mit Landwirten, verarbeitenden Vorlieferanten und weiteren Stakeholdern auf.

Handlungsfeld CO₂ und Klima

Bedingt durch seine Wertschöpfungskette hat Hochland einen erheblichen CO₂-Fußabdruck. Ziel der Klimastrategie Hochlands ist es, das Unternehmen CO₂-neutral zu machen. Hierzu werden alle Bereiche der CO₂-Emissionen, deren Messung sowie die Reduktion und Kompensation von CO₂ geprüft. Insbesondere werden die Bereiche Rohstoffe, Verpackungen, Energie, Mobilität und Logistik untersucht.

Handlungsfeld Gesundheit und Arbeitssicherheit von Mitarbeitenden

Arbeit darf nicht nur *nicht krank machen*. Deshalb sind sowohl die Erhaltung als auch die Förderung der Gesundheit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für Hochland ein wichtiges Gut. Mit Prävention und Anreizen zur verstärkten Eigenverantwortung fördert Hochland Gesundheit und Mitarbeiterzufriedenheit. Im Fokus stehen hierbei ergonomisches Arbeiten, gesunde Mitarbeiterverpflegung sowie Maßnahmen zur Förderung von Gesundheit und Bewegung.

Handlungsfeld Portfoliomanagement für zukunftsfähige Produkte

Im Hinblick auf sich ändernde Ernährungsgewohnheiten und unter Berücksichtigung der Umweltauswirkungen eigener Produkte möchte Hochland seine Portfolios um noch mehr *nachhaltige Angebote* erweitern. Dies kann über den Rohstoff Milch und das Erzeugnis Käse hinaus geschehen. Für zukunftsweisende Produkte will Hochland den Ressourcenverbrauch sowie die Entstehung von CO₂ und Methan im Produktionsprozess verringern.

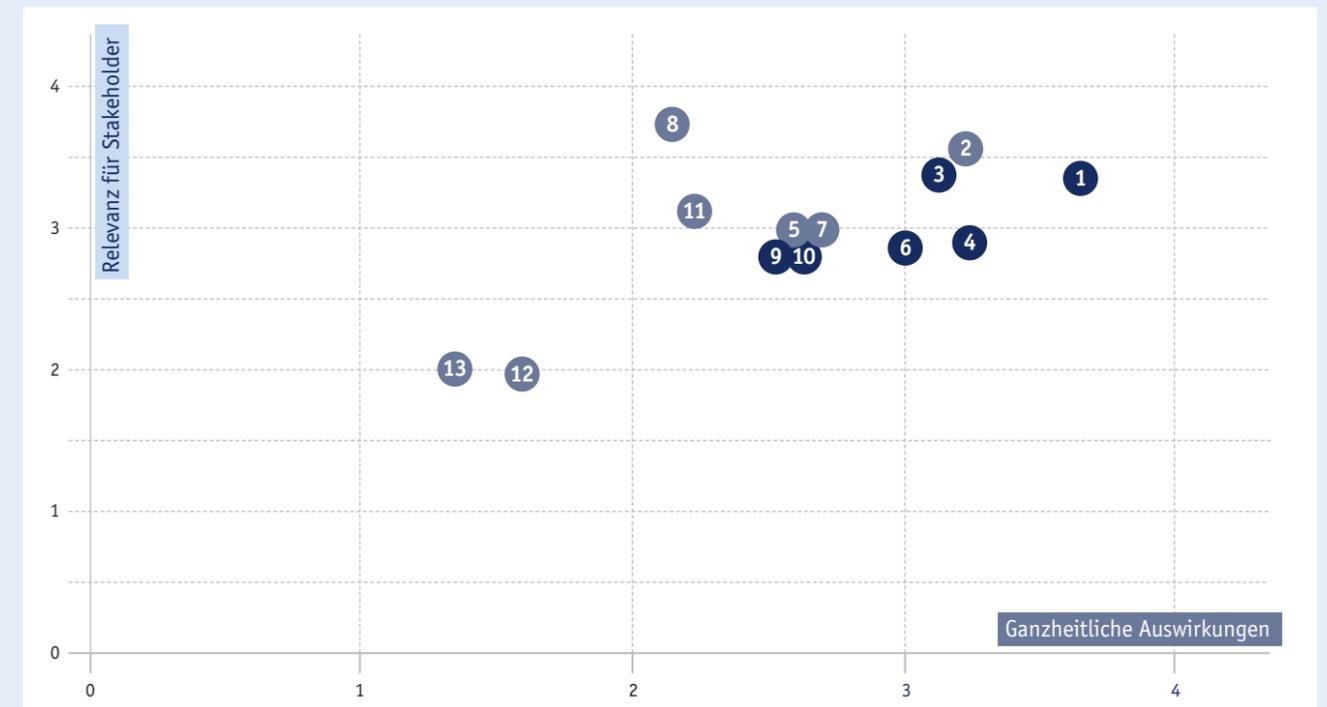
Handlungsfeld Stakeholderdialog

Als Unternehmen steht Hochland in Beziehung zu vielen Anspruchsgruppen. Mit der Einführung eines professionellen *Stakeholder-Beteiligungsprozesses* möchte es einen systematischen Ansatz etablieren. Hochland sieht darin die Chance, sich als Organisation zu entwickeln und die Bedürfnisse von Gesellschaft und Umwelt noch besser zu erkennen, zu antizipieren und zu erfüllen.

Handlungsfeld Geschäftsbeziehungen

Die Beziehungen zu Geschäftspartnern sind für Hochland wesentlich. Hochland will seine Geschäftsbeziehungen zu Lieferanten und Kunden künftig in Form *kollaborativer Partnerschaften* entwickeln. Diese Partnerschaften sollen auf geteilten Werten beruhen, langfristig angelegt und für alle Seiten vorteilhaft sein. Mit Kunden soll es vermehrt gemeinschaftliche Entwicklungen von Produkten und Geschäftsprozessen geben, um gemeinsam Innovationen zu generieren. In Einkaufsstrategien und Einkaufsbedingungen sollen Nachhaltigkeitsanforderungen noch stärker berücksichtigt werden.

DIE HOCHLAND WESENTLICHKEITSMATRIX

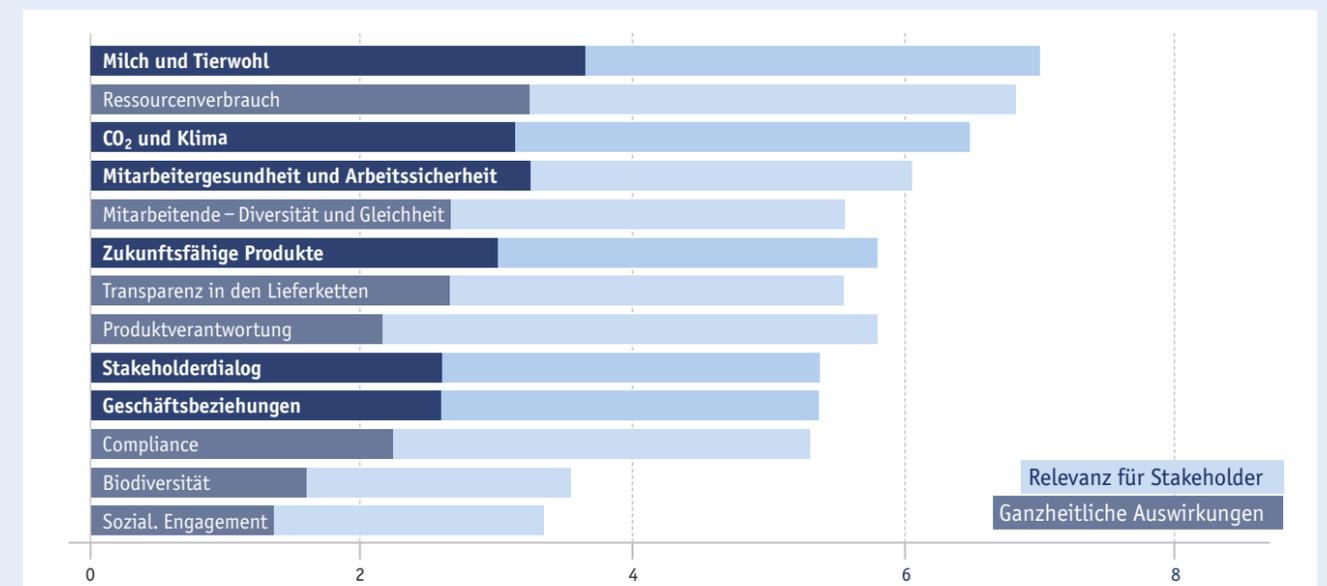


- 1 Milch und Tierwohl
- 2 Ressourcenverbrauch
- 3 CO₂ und Klima
- 4 Mitarbeitergesundheit und Arbeitssicherheit
- 5 Mitarbeitende – Diversität und Gleichheit

- 6 Zukunftsfähige Produkte
- 7 Transparenz in den Lieferketten
- 8 Produktverantwortung
- 9 Stakeholderdialog

- 10 Geschäftsbeziehungen
- 11 Compliance
- 12 Biodiversität
- 13 Soziales Engagement

DIE WESENTLICHKEITSMATRIX ALS BALKENDIAGRAMM



Hervorgehoben sind die priorisierten Handlungsfelder, über die Hochland in diesem Nachhaltigkeitsbericht nach GRI berichtet. Hochland hat in diesen Feldern die jeweils größten Handlungspotenziale und die größten möglichen Effekte erkannt und diese Felder deshalb stärker gewichtet. Aus Gründen der Transparenz berichtet Hochland aber auch über die weiteren Handlungsfelder.

Das Hochland Nachhaltigkeitsprogramm

Auf Basis der aktualisierten Nachhaltigkeitsstrategie hat Hochland im Jahr 2019 seine Nachhaltigkeitsziele weiterentwickelt und das *Hochland Nachhaltigkeitsprogramm* beschlossen. Ziel des Programms ist es, die Nachhaltigkeitsleistung zu steuern.

Das Nachhaltigkeitsprogramm bietet Orientierung hinsichtlich der übergeordneten Ambitionen in vier Themenfeldern. Hochland setzt sich kontinuierlich Ziele, um diese Ambitionen zu erreichen.

HOCHLANDS AMBITIONEN

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Ambition: Durch eine nachhaltige Unternehmensführung garantieren wir den Fortbestand von Hochland, bewahren die Lebensgrundlagen unserer Kinder und Enkel und leiten daraus das Recht auf weiteres Wachstum ab. Unsere unternehmerischen Entscheidungen orientieren sich an den Prinzipien der Zirkulärwirtschaft (*Circular Economy*).

MITARBEITENDE

Ambition: Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unser Schlüssel zum Erfolg, und wir möchten ihnen eine sinnstiftende Tätigkeit in einem gesundheitsfördernden Umfeld bieten. Daher ergreifen wir kontinuierlich Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit, Arbeitssicherheit sowie zur Beteiligung der Mitarbeitenden.

PRODUKTE

Ambition: Als *Leader in Milk* entwickeln wir nachhaltige Produkte und Geschäftsmodelle für unsere Kunden. Die Extensivierung der landwirtschaftlichen Milchproduktion treiben wir kontinuierlich voran und berücksichtigen dabei stets das Tierwohl.

UMWELT

Ambition: Wir möchten Genussprodukte anbieten, die nicht nur unsere Kunden begeistern, sondern gleichzeitig auch einen möglichst kleinen ökologischen Fußabdruck hinterlassen. Wir zielen darauf ab, die aus der gesamten Geschäftstätigkeit resultierenden Emissionen bis zum Jahr 2030 um mindestens 31% zu reduzieren (Basisjahr 2015).

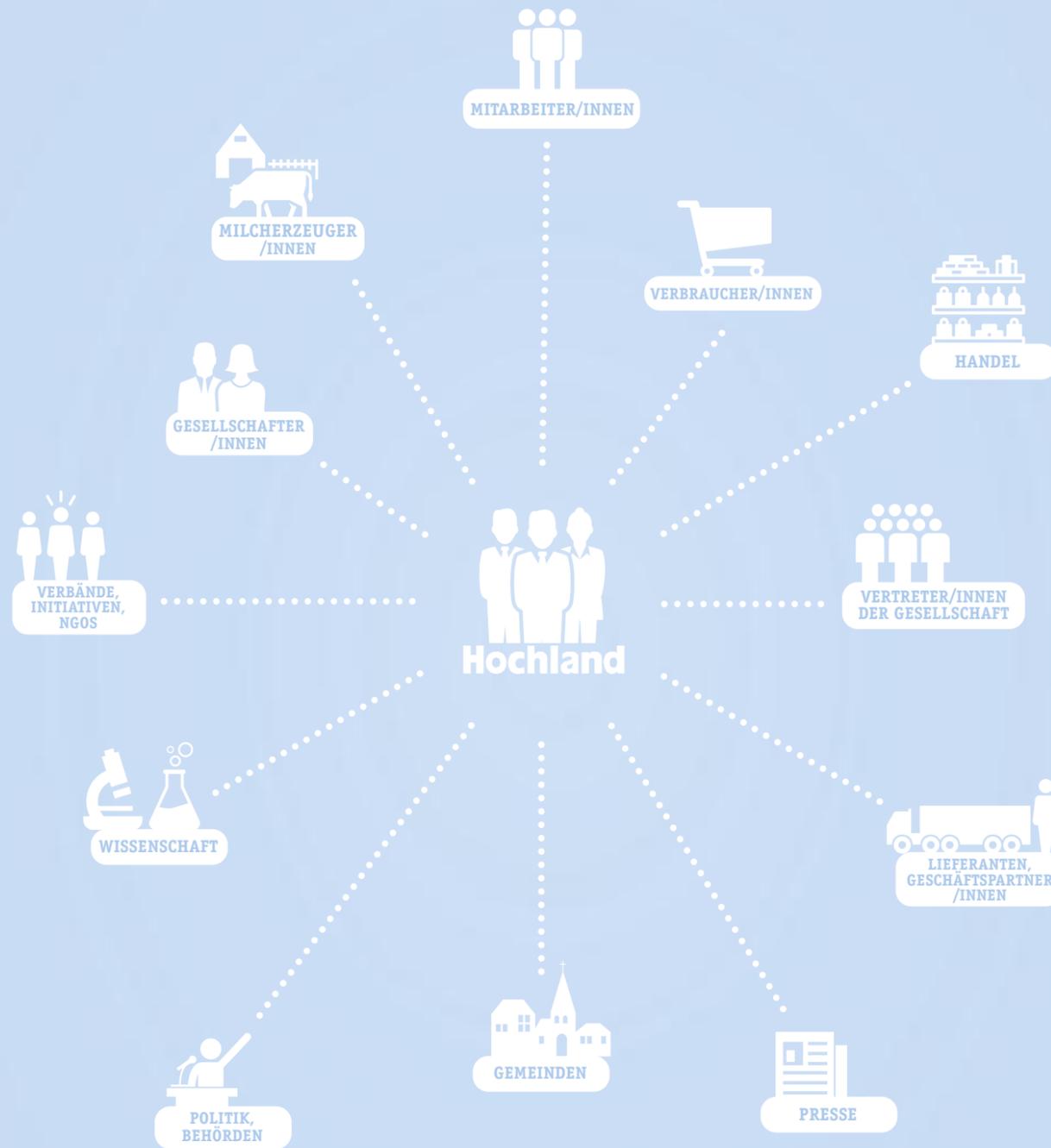
KONKRETE ZIELE FÜR DEN BEREICH UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Ziele 2015/2016	Status
Hochland erstellt bis 2018 eine Nachhaltigkeitsstrategie als Teil der Unternehmensstrategie. ¹	
Hochland etabliert bis 2018 ein Risikoradar zur Erkennung aktueller und zukünftiger Risiken. ¹	

¹Der Prozess wird kontinuierlich weitergeführt, jedoch nicht mehr als strategisches Ziel im Nachhaltigkeitsprogramm aufgeführt.

Ziel nicht erreicht
 Ziel teilweise erreicht
 Ziel größtenteils erreicht
 Ziel vollständig erreicht

Ziele 2020/2022
Die Hochland SE erstellt 2020 eine Vision 2025 – Hochland Deutschland leitet daraus bis Ende 2020 seine eigenen strategischen Ziele ab.
Hochland prüft die Umsetzungsmöglichkeiten zur Implementierung eines integrierten Managementsystems bis 2020.
Hochland installiert bis Mitte 2021 einen Nachhaltigkeitsbeirat, bestehend aus internen und externen Mitgliedern. Hochland erhält ab 2022 im Zuge eines Stakeholdertags mindestens einmal jährlich qualitatives Feedback zu seinen Nachhaltigkeitsaktivitäten aus dem Nachhaltigkeitsbeirat sowie von weiteren Stakeholdern.



Dialog mit den Stakeholdern

Managementansätze: GRI 407, 408, 409, 412, 414, 417 | GRI 102-12, 102-40, 102-42, 102-43

Damit wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie ständig weiterentwickeln können, möchten wir möglichst viel über die Bedürfnisse und Erwartungen interner wie externer Anspruchsgruppen erfahren. Daher suchen wir den kontinuierlichen Austausch mit unseren Stakeholdern und binden diese, wo immer möglich, ein.

Hochland sucht den Kontakt zu seinen Anspruchsgruppen über *Stakeholderbefragungen* und vielfältige weitere Kanäle. Näheres dazu im jeweiligen Abschnitt. Folgende Anspruchsgruppen sind für Hochland besonders relevant:

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Hochländerinnen und Hochländer kennen ihr Unternehmen besser als jede andere Gruppe. Um ihr Know-how bestmöglich zu nutzen, besteht ein Dialog durch regelmäßige Versammlungen, Mitarbeiterbefragungen, Aushänge, die Mitarbeiterzeitschrift *Wir von Hochland* und das Intranet. Über das betriebliche Vorschlagswesen gestalten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Unternehmensprozesse und Abläufe aktiv mit.

Verbraucherinnen und Verbraucher

Als Unternehmen auf dem freien Markt ist Hochland an Meinungen, Wünschen und Anregungen seiner Konsumentinnen und Konsumenten interessiert. Hochland möchte wissen, was diese über das Unternehmen, seine Marken und Produkte sowie den Umgang Hochlands mit gesellschaftlich relevanten Themen denken. Hochland nimmt Wünsche und Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher ernst und berücksichtigt diese. Dialoge mit dieser Anspruchsgruppe finden zum Beispiel über soziale Medien, telefonisch, via E-Mail und Post, über Hochland-Websites und auf Messen statt.

Lieferanten

Um Produkte herstellen zu können, ist Hochland auf die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Zulieferern und Geschäfts-

partnern angewiesen. Deshalb arbeitet Hochland mit ihnen in zahlreichen Arbeitsgruppen partnerschaftlich zusammen.

Politik und Verbände

Hochland ist in nahezu allen branchenrelevanten Verbänden und Initiativen aktiv. Mitarbeitende des Unternehmens sind in Arbeitsgruppen und Round Tables von Politik und Verbänden vertreten – sowohl auf kommunaler als auch auf Landesebene. Dort sind sie Impulsgeber und gleichzeitig Lernende. Die Nachhaltigkeitsziele, die Hochland sich gesetzt hat, kann das Unternehmen nur in Dialog und Zusammenarbeit mit diesen Gremien und weiteren Mitstreitern erreichen.



ELSA ON TOUR

Werner Giselbrecht – kaufmännischer Leiter und Leiter Milchboard bei Hochland – hat in den Jahren 2018 und 2019 fast alle großen Kunden, viele Nichtregierungsorganisationen, politisch Verantwortliche sowie deutsche und französische Landwirte besucht, um die Ziele Hochlands, insbesondere das Ziel *Nachhaltige Milchproduktion 2025*, vorzustellen und Hintergründe zu erläutern. Dabei wurde er von Elsa begleitet, der Nachbildung einer Milchkuh, die bei vielen Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern den anschaulichen Einstieg in Themen der nachhaltigen Milcherzeugung erleichtert hat.

Weitere Stakeholder

An den für Hochland wichtigen Standorten Heimenkirch im Allgäu und Schongau in Oberbayern arbeitet das Unternehmen seit Langem partnerschaftlich mit den Gemeinden zusammen. Gleiches gilt für die Zusammenarbeit mit Medien und Presse sowie Partnern aus den Bereichen Wissenschaft und Bildung. Hochland steht in engem Kontakt mit Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Schulen.



Regelkonform handeln

Managementansätze: GRI 407, 408, 409, 412, 414 | GRI 102-16

Wir sehen unsere Verantwortung als Akteur in der Gesellschaft. Deshalb ist für uns die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben essenziell. Im Code of Conduct und in den Leitlinien der Führung und Zusammenarbeit haben wir Werte und Verhaltensnormen für Hochland definiert, um verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und in den Lieferketten zu verankern.

In verschiedenen Richtlinien hat Hochland *eindeutige Verhaltensvorgaben* schriftlich festgelegt. Die Dokumente gelten übergreifend für alle Unternehmen der Hochland-Gruppe und sind somit auch für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Hochland Deutschland GmbH verbindlich.

Grundlagen der internen Zusammenarbeit

Wegweiser für die interne Zusammenarbeit sind die im Jahr 2001 formulierten *Leitlinien der Führung und Zusammenarbeit*. Dort regelt Hochland das Miteinander im Unternehmen auf Basis einer offenen, ehrlichen und respektvollen Kommunikation.

Für eine nach innen und nach außen transparente Unternehmenskultur hat Hochland im Jahr 2011 zudem einen *Code of Conduct* formuliert. Dieser hält Regeln im Umgang mit Kollegen, Geschäftspartnern und Wettbewerbern schriftlich fest. Im *Code of Conduct* verpflichtet sich das Unternehmen zu verantwortungsbewusstem und korrektem Handeln, zur unbedingten Einhaltung von Gesetzen und zu nachhaltigem Wirtschaften. Er regelt zudem den Umgang mit Firmeneigentum sowie mit vertraulichen Informationen und gibt Hilfestellung, wie mit Interessenskonflikten, Beschwerden oder Verstößen gegen die Vorgaben umzugehen ist.

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen haben persönliche Exemplare beider Dokumente erhalten. Zudem sind diese im Internet abrufbar → hochland-group.com → Nachhaltigkeit → Compliance.

Hochland misst dem *Compliance Management* große Bedeutung zu und hat deshalb *Compliance* im Jahr 2018 als *wichtiges Managementziel (Objective)* definiert. Das Thema steht in verschiedenen Unternehmensbereichen im Fokus. Es wurden systematische Risikoanalysen durchgeführt, daraus Handlungsanweisungen abgeleitet und vorbeugende Maßnahmen initiiert. Die Fachbereiche wurden in Compliance-Themen geschult und beraten.

Hochland hat 2019 einen Volljuristen als *Compliance Manager* eingestellt. Dieser soll zur Professionalisierung des Bereichs beitragen

und mit dem *Risk Manager* und dem *Crisis Management Team* zusammenarbeiten. Mit der Position des *Compliance Managers* will Hochland Aufbau und Weiterentwicklung von Methoden, Prozessen und Systemen zur Minimierung von Compliance-Risiken und die Förderung einer *Compliance Kultur* weiter vorantreiben.

Grundlagen der Zusammenarbeit mit Lieferanten

Hochland erwartet auch von seinen Dienstleistern, Zulieferern und deren Vorlieferanten, dass deren Verhalten den Richtlinien und Werten des Unternehmens entspricht. Im Fachbereich *Einkauf* wurden hierzu im Juli 2019 die *Allgemeinen Einkaufsbedingungen* überarbeitet. Als weitere Nachhaltigkeitsthemen wurden *Umweltmanagement* und *Energiemanagement* in den Einkaufsbedingungen verankert.

Diese Vereinbarungen ergänzen die bereits enthaltene Verpflichtung von Lieferanten und deren Vorlieferanten auf die Regelungen des *BSCI-Verhaltenskodex (amfori Business Social Compliance Initiative – Programm zur Verbesserung sozialer Standards in einer weltweiten Wertschöpfungskette)* sowie des *ILO-Standards (Internationale Arbeitsorganisation)*.

Werte kommunizieren und umsetzen

Im Berichtszeitraum hat Hochland interne Schulungen zum Thema *Werte kommunizieren und umsetzen* durchgeführt. Schwerpunkte der Schulungen waren die Themenfelder *Transformation, New Performance Management, Vision 2025* sowie *Führung und Zusammenarbeit in Zeiten der Veränderung*.

Verstöße gegen Verhaltensregeln

Bei Hochland können Verstöße gegen Verhaltensregeln den direkten Vorgesetzten, den Arbeitnehmervertretern oder zwei internen Vertrauenspersonen übermittelt werden. Alle Meldungen werden vertraulich behandelt, nachgewiesene Verstöße werden losgelöst von der Stellung der betreffenden Person im Unternehmen geahndet. Im Berichtszeitraum wurden keine Vorfälle gemeldet.



Förderung von Kindern und Jugendlichen

Die Förderung von *Kindern und Jugendlichen* ist Hochland als lokal verankertem Familienunternehmen besonders wichtig. Zu den regionalen Institutionen, die Hochland mit Geld- und Sachspenden unterstützt, gehören daher Kindergärten, Kindertagesstätten und Schulen.

Unterstützung der Tafeln

Hochland produziert zeitweilig Überbestände, die aus unterschiedlichen Gründen nicht in den regulären Verkauf gelangen. Deshalb kooperiert das Unternehmen seit Langem eng mit der *Tafel-Bewegung* in Deutschland. Die Tafeln sorgen dafür, dass Hochlands unverkaufte, jedoch qualitativ einwandfreie Lebensmittel bedürftigen Menschen zugänglich gemacht werden. Auf diesem Wege erreichen die Produkte Personen in Regionen von Stuttgart bis Vorarlberg und müssen nicht vernichtet werden.

Engagement für Geflüchtete

Hochland möchte im Rahmen seiner Möglichkeiten dazu beitragen, aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen zu meistern. Im Frühjahr 2015 hat das Unternehmen ein betriebseigenes *Wohngebäude für Geflüchtete* zur Verfügung gestellt. Diese Unterkunft blieb bis Ende 2019 bestehen. Es ist Hochland ein Anliegen, bei der gesellschaftlichen Eingliederung neuer Mitbürgerinnen und Mitbürger mit gutem Beispiel voranzugehen. Auch wenn weiterhin rechtliche und bürokratische Hürden bestehen und gute Sprachkenntnisse unbedingte Voraussetzung sind, erzielt Hochland Erfolge bei der beruflichen und gesellschaftlichen Integration geflüchteter Menschen. Bei Hochland arbeiten derzeit etwa 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Fluchthintergrund, vor allem in der Produktion. Wer Geflüchtete beschäftigt, kann vielfachen Nutzen schaffen – für das eigene Unternehmen, für die Wirtschaft im Allgemeinen, für die Geflüchteten, die hier Schutz finden können, und für die Gesellschaft. Hochland setzt sich dafür ein, dass Menschen, die in Arbeit oder Ausbildung stehen, unabhängig vom Aufenthaltsstatus in Deutschland bleiben dürfen.

»Ich glaube, dass wir insgesamt als Gesellschaft auf einem ganz guten Weg sind. Zwar noch relativ langsam – aber es gibt wirklich viele Initiativen, die in die richtige Richtung gehen. Auch hier bei Hochland. Und wenn mehr Unternehmen mitmachen, dann wird es irgendwann zu einer Art Schwarmbewegung und dann gehen immer mehr mit. Das wäre schön und da können wir, glaube ich, einen Beitrag dazu leisten.«

Volker Brütting, Geschäftsführer

McDonald's Kinderhilfe

Seit vielen Jahren steht Hochland der *McDonald's Kinderhilfe Stiftung* mit Sachspenden zur Seite. Zusätzlich hat Hochland im Jahr 2005 die Patenschaft für ein Apartment im *Ronald McDonald Haus* München-Großhadern übernommen und dieses seither jährlich mit einem festen Geldbetrag unterstützt. Während schwerkranke Kinder in benachbarten Kliniken behandelt werden, können deren Eltern und Geschwister in einem der 22 Ronald McDonald Häuser in Deutschland wohnen.

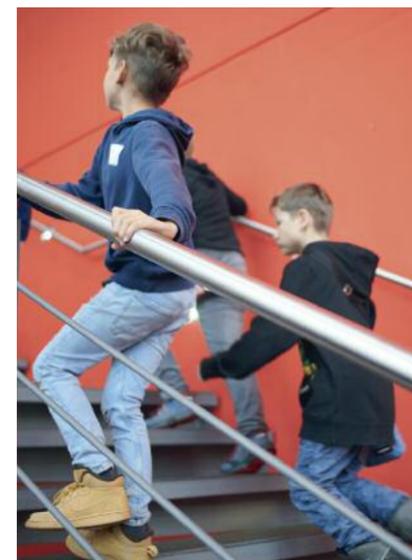
Engagement in der Region und darüber hinaus

GRI 102-12 | FP4

Uns in die Gesellschaft einzubringen und diese aktiv mitzugestalten – das entspricht dem Selbstverständnis und der Tradition Hochlands. Bei der Unterstützung sozialer und kultureller Projekte legen wir den Schwerpunkt auf die Förderung von Kindern und Jugendlichen.

Hochland engagiert sich mit Sach- und Geldspenden, die in Deutschland aus organisatorischen Gründen im Namen der Muttergesellschaft *Hochland SE* vergeben werden. Im Jahr 2019 hat Hochland seine *Spendenstrategie* überarbeitet, um diese der heutigen Größe und Bedeutung des Gesamtunternehmens und seiner Unternehmenskultur anzupassen. Einer der Kernpunkte der Strategie, die im Laufe des Jahres 2020 verabschiedet werden wird, ist die Abkehr von der bisherigen Beschränkung auf regionale Projekte. Diese Einschränkung wurde bislang mit der Verbundenheit des Familienunternehmens zu den Regionen, in denen Hochland tätig ist, und der besseren Übersicht über die Verwendung der Gelder begründet.

Auch in Zukunft will Hochland seine Rolle als guter Nachbar erfüllen und lokale Institutionen wie bisher unterstützen und damit das Gemeinwohl vor Ort stärken. Zusätzlich wird ab 2020 ein Spendenbudget für langfristige überregionale Projekte zur Verfügung stehen. Das Gesamt-Spendenaufkommen der Hochland-Gruppe wird in Zukunft im Hochland-Geschäftsbericht veröffentlicht.



Herkunft, Zutaten und Können – was Lebensmittel wertvoll macht



»Wenn ökologisch sinnvolle Produkte nicht auch ökonomisch erfolgreich sind, dann haben wir unser Ziel verfehlt. Wir arbeiten seit Jahren intensiv an unserer gesamten Lieferkette, von unseren Milchlieferanten bis zu unseren Kunden, um gemeinsam gute und erfolgreiche Sortimente in den Markt zu bringen. Das reicht vom regionalen Hofkäse aus dem Allgäu unter unserer Marke Hochland, bis zum ersten Schnittkäse mit dem Label des Deutschen Tierschutzbundes, den wir als Handelsmarke auf den Markt gebracht haben.«

Volker Brütting, Geschäftsführer

Wertvolle Lebensmittel produzieren

Managementansätze: GRI 204, 308, 407, 416 | GRI 102-16, 102-43, 102-48, 308-1

Managementansatz Produkte

Immer mehr Menschen beschäftigen sich mit den sozialen und ökologischen Auswirkungen ihres Handelns. Die Idee der Nachhaltigkeit gewinnt gesellschaftlich an Bedeutung. Vielen Menschen ist es wichtig, dass Produkte unter guten Arbeitsbedingungen hergestellt werden,

nachhaltige Produkte und Geschäftsmodelle. Zusammen mit seinen Milcherzeugern treibt Hochland die Extensivierung der landwirtschaftlichen Milchproduktion und die Berücksichtigung des Tierwohls weiter aktiv voran. Im Hinblick auf ökologische Verträglichkeit werden spezielle Milcharten gefördert sowie passende Konzepte und Produkte

entwickelt. Mit dem Programm *Milch für Hochland*¹ schafft das Unternehmen Transparenz entlang der gesamten Lieferkette. Hochlands Einkaufsbedingungen verpflichten Lieferanten dazu, soziale, ökologische und Qualitätsvorgaben einzuhalten. Für alle Milchlieferanten sind die Teilnahme am Qualitätsprogramm *Milch für Hochland* und an der *Befragung zu Tierwohl und Nachhaltigkeit*² feste Vertragsbestandteile. Die komplette erfasste Rohmilch ist ohne Gentechnik (*VLOG*) erzeugt und Landwirte, die Hochland Deutschland direkt beliefern, sind ausnahmslos gemäß Qualitätsstandard *QM-Milch*³ zertifiziert.

Steuerung

Strategisches Ziel Hochlands ist es, die Nachhaltigkeit der Milch stetig zu verbessern und diese Haltung klar zu zeigen, auch wenn dies manchmal zunächst Widerstand einzelner Interessengruppen hervorruft. Das Thema wird bei Hochland vom Leiter der Nachhaltigkeitsgruppe Milch

und Tierwohl weiterentwickelt. Dieser berichtet direkt an die Geschäftsführung. In mehreren Nachhaltigkeitsgremien pflegt Hochland einen intensiven und ständigen Wissensaustausch zu den Themen *Nachhaltige Milch* und *Verbesserung des Tierwohls*. In Workshops mit Landwirten wurden jene Aspekte für die Vision

»Für mich sind unsere Erzeugnisse nicht nur Grundnahrungsmittel, sondern Produkte zum Genießen und Wertschätzen.«

Josef Stitzl, Geschäftsführer

2025 diskutiert, die sich mit nachhaltiger Milchproduktion befassen. Innerhalb der Unternehmensstrategie sind Innovationsleistung und Produktivität strategische Schlüsselgrößen für den Bereich Produkte. Alle Managementsysteme, die kontinuierliche Verbesserungen sicherstellen, sind als zertifi-

EXTENSIVE LANDWIRTSCHAFTLICHE MILCHERZEUGUNG

Hochland sieht in einer *Extensivierung* der Milchwirtschaft sowohl einen Beitrag zum Tierwohl als auch zum Schutz von Ressourcen und Umwelt. Das Unternehmen setzt sich deshalb für die Stärkung einer *flächengebundenen Milchwirtschaft* ein. Diese Wirtschaftsform zeichnet sich durch hohen Anteil an Eigen- und Grünfütter sowie den Verzicht auf Importfuttermittel aus. Es werden keine Hochleistungskühe gehalten, denn eine gemäßigte Milchleistung ermöglicht eine längere Lebensdauer der Kühe. Die extensive Landwirtschaft schützt Böden vor zu hohem Nährstoffeintrag durch Gülle und trägt damit zum

Grundwasserschutz bei. Hochland grenzt sich bewusst von der bislang stark propagierten intensiven Milchwirtschaft ab.

Von Kritikern wird Hochland vorgeworfen, dass die Extensivierung der Landwirtschaft einen Rückschritt bedeuten würde. Jedoch ist es gerade der technische Fortschritt, der es Landwirten nach Überzeugung Hochlands ermöglicht, durch *Digitalisierung* und *Precision Farming* mit einem deutlich geringeren Einsatz von Pflanzenschutzmitteln arbeiten zu können. Ebenso kann Dünger präziser und sparsamer ausgebracht werden.

und dass die natürlichen Lebensgrundlagen erhalten bleiben.

Tierwohl, Transparenz und Verantwortung für die gesamte Wertschöpfungskette sowie gute, gesunde und nachhaltige Produkte – das sind die Erwartungen an Hochland, die das Unternehmen 2019 in einer Stakeholderbefragung ermittelt hat. Hochland sieht sich hier in der Verantwortung.

Themen und Herausforderungen

Für den Bereich Produkte hat Hochland die Themen *Milch und Tierwohl, Portfoliomanagement für zukunftsfähige Produkte* sowie *Geschäftsbeziehungen* priorisiert. Aus Transparenzgründen berichtet Hochland auch zu den Themen Produktsicherheit und Produktinformationen.

Strategischer Ansatz

Hochland will Wegbereiter und Vorreiter im Bereich nachhaltiger Milch sein und seinen Anspruch auf das Attribut *Führend in Milch (Leader in Milk)* weiter festigen. Dazu entwickelt das Unternehmen

¹Seit 2016 verpflichten sich alle Milcherzeuger, die Hochland Deutschland beliefern, am Programm *Milch für Hochland* teilzunehmen. Dafür erhalten sie einen Zuschlag zum Milchpreis. Im Rahmen des Programms müssen Landwirte die Vorgaben des Standards *QM-Milch* einhalten, eine Milchviehhaltung *ohne Gentechnik* nach dem *VLOG*-Standard nachweisen und an einer *Befragung zu Tierwohl und Nachhaltigkeit* teilnehmen. Auch der Einsatz von Medikamenten in der Tierzucht sowie das Thema Enthornung werden im Programm thematisiert.

²Die *Befragung zu Tierwohl und Nachhaltigkeit* erfolgte auf Basis eines vom Thünen-Institut erarbeiteten Fragebogens und wurde im Sommer 2019 abgeschlossen. Die Daten werden vom Thünen-Institut, einer unabhängigen Forschungseinrichtung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft, ausgewertet. Hochland wird die Ergebnisse der Befragung als Grundlage für sein weiteres strategisches Vorgehen nutzen.

³Der *QM Milch e.V.* ist eine Qualitätsmanagement-Initiative des Deutschen Bauernverbands, des Deutschen Raiffeisenverbands und des Milchindustrie-Verbands. In unabhängigen Kontrollen werden Reinheit und bakteriologische Beschaffenheit der Milch, Tiergesundheit und Tierwohl sowie die verwendeten Futtermittel unter die Lupe genommen. Die Kosten der Kontrollen trägt Hochland.

zierte Standards etabliert – gemäß *IFS, ISO 50001* und weiterer Standards.

Erfolg messen

Hochland evaluiert alle Ziele und Maßnahmen mindestens einmal jährlich mithilfe eines umfassenden schriftlichen Management-Reviews. Dabei werden die vollzogenen Schritte im Rahmen des New Performance Management hinsichtlich ihrer Wirksamkeit bewertet. Die Auswertung einer *Befragung der Milchlieferanten* als Teil des

Qualitätsprogramms *Milch für Hochland* lag im Jahr 2019 vor. Die Umfrage ermöglicht Hochland Einblicke in die Struktur der Milchlieferanten. Externe Zertifizierungs- und Kundenaudits fanden in jedem Jahr des Berichtszeitraums statt. Planung und Durchführung interner Audits für die Werke Heimenkirch und Schongau erfolgen durch das operative Qualitätsmanagement.

Hochland wurde als Hersteller mit dem *größten nachhaltigen Engagement* in der Molkereibranche ausgezeichnet (*Focus 12/2019*).

HOCHLANDS AMBITION FÜR DEN BEREICH PRODUKTE

PRODUKTE

Ambition: Als *Leader in Milk* entwickeln wir nachhaltige Produkte und Geschäftsmodelle für unsere Kunden. Die Extensivierung der landwirtschaftlichen Milchproduktion treiben wir kontinuierlich voran und berücksichtigen dabei stets das Tierwohl.

KONKRETE ZIELE FÜR DEN BEREICH PRODUKTE

Ziele 2015/2016	Status
Die von Hochland im Werk Schongau verarbeitete Milch stammt ausschließlich aus der Region. ¹	
Analyse aller Marken unter Nachhaltigkeitsaspekten und Definition von Nachhaltigkeitskompassen sowie Ableitung von Handlungsfeldern und Zielen. ²	
Reduzierung von Zusatzstoffen in Schmelzkäseprodukten. ³	

¹Um bessere Messbarkeit zu gewährleisten, hat Hochland die Formulierung dieser Zielsetzung ab dem Jahr 2020 verändert.

²Hochland hat Markenkompass für zwei Marken umgesetzt – danach erfolgte eine Zielanpassung ab Ende 2017.

³Nach strategischer Neubewertung wurde das Ziel gestrichen.

Ziele 2020/2022

Die in Hochland-Werken verarbeitete Milch stammt aus der Region des jeweiligen Produktionsstandortes – dies wird durch strenge Regionalanforderungen garantiert.

Die Erstellung der Markenkompass für die Marken *Grünländer* und *Almette* dient als Basis für die Umsetzung zweier spezifischer Nachhaltigkeitsprogramme – bis 2022 werden in diesem Rahmen Maßnahmen für die Marken *Grünländer* und *Almette* umgesetzt.

Landwirte im Milcheinzugsgebiet Schongau steigen bis Ende 2021 vollständig aus der ganzjährigen Anbindehaltung aus.

Hochland entwickelt kontinuierlich neue nachhaltige Produkte nach Anforderungen seiner Partner und Wünschen der Konsumenten.

Transparenz in der Lieferkette

Managementansätze: GRI 407, 408, 409, 412, 414 | GRI 102-9, 102-16, 204-1, 308-1 | FP5

Es ist unser Anspruch, entlang der gesamten Wertschöpfungskette verantwortungsvoll zu wirtschaften. Mit dem Programm Milch für Hochland wollen wir hierzu Transparenz in unserer Lieferkette schaffen.

Je nach Standort verarbeitet Hochland unterschiedliche Rohwaren. Somit unterscheiden sich auch die Lieferketten. Im Werk Schongau ist *Milch* der wichtigste Rohstoff. Im Werk Heimenkirch wird *Käse* weiterverarbeitet und veredelt. An beiden Standorten wurden im Berichtszeitraum jährlich insgesamt zwischen rund 92 000 und 98 000 Tonnen Lebensmittelrohwaren – ausgenommen *Milch* – angeliefert. Mit einigen Erzeugern dieser Rohwaren kooperiert Hochland bereits seit den 1970er- und 1980er-Jahren. Ein Pool von mehr als 70 Lieferanten versorgt die deutschen Standorte zudem mit über 2000 unterschiedlichen Materialien für Verpackungen. Mit 83 Prozent dieser Zulieferer arbeitet Hochland bereits länger als fünf Jahre zusammen.

Standards erfüllen und einfordern
Hochland stellt nicht nur an sich selbst, sondern auch an Lieferanten und Auftragnehmer hohe Anforderungen. Dies betrifft Qualitätsmanagement, Abläufe und Prozesse, Arbeitssicherheit sowie die Einhaltung von Sozialstandards. Einkaufsbedingungen verpflichten Lieferanten und Auftragnehmer dazu, die Vorgaben der *Business Social Compliance Initiative (BSCI)* einzuhalten, die den Schutz von Arbeitnehmerrechten und das Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit einschließen. Hochlands Einkaufsbedingungen umfassen Sozialstandards der *Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)*, Umweltmanagementrichtlinien inklusive der Möglichkeit, Audits durchzuführen (gemäß *EMAS* oder *ISO 14001*) sowie Richtlinien zum Energiemanagement und zum Energieaudit mit dem Ziel einer verbesserten Energieeffizienz (gemäß *ISO 50001* oder *DIN EN 16247-1*). Zusätzlich führt Hochland regelmäßig eigene Audits bei Zulieferern durch, die sich am Lebens-

mittelsicherheitsstandard *ISO 22000* orientieren. Grundsätzlich sollen Hochlands Lieferanten auch nach der *Global Food Safety Initiative (GFSI)* zertifiziert sein. Fehlt ein solches Zertifikat, akzeptiert Hochland Zulieferer im Einzelfall erst nach eigener Risikobewertung oder Auditierung.

Herkunft der Milch

Seit Generationen liefern Landwirte Milch an lokale Molkereien. Diese Tradition der Zusammenarbeit mit regionalen Milcherzeugern wird am Standort Schongau fortgeführt. Seit 1988 kooperiert Hochland mit dem *Erssten Bayerischen Butterwerk Schongau eG*, seit Januar 2013 zudem mit der *Milcherzeugergemeinschaft Pfaffenwinkel eG*. Weitere Erzeugergemeinschaften für besondere Milchqualitäten sind *Allgäu eG* (seit Ja-



MILCH MIT TIERSCHUTZLABEL

Hochland sieht sich als Pionier bei Käse aus *Milch mit dem Tierschutzlabel*. Hierzu hat das Unternehmen Verträge mit Landwirten aus Baden-Württemberg abgeschlossen, die Milch nach den Anforderungen des Deutschen Tierschutzbundes produzieren. Wesentliche Kriterien für die Vergabe des Tierschutzlabels sind die Vorgabe der Laufstallhaltung und ein Mindestplatzangebot von sechs Quadratmetern je Tier. Im Jahr 2019 wurden von Hochland rund 20 Millionen Liter Milch mit Zertifizierung nach dem *Tierschutzlabel Einstiegsstufe* sowie knapp drei Millionen Liter Milch mit *Tierschutzlabel in Bioqualität* verarbeitet.

nuar 2019 Lieferant für regionale Alpenmilch, Milch ohne Gentechnik), *MEG Milchland Baden-Württemberg* (für Milch ohne Gentechnik, Milch mit Tierschutzlabel) sowie *MEG Ortenau* (für Milch ohne Gentechnik, Milch mit Tierschutzlabel, Biomilch). Die lokale Beschaffung sorgt für kurze Transportwege und trägt zu einer höheren Lieferbarkeit bei.

Milchqualität

Anforderungen an Milchqualitäten hat Hochland gemäß folgender Standards festgelegt: *oGT (ohne Gentechnik)*, *TSL (Tierschutzlabel)*, *Bio*. Für den Großteil der an Hochland gelieferten Milch und Rohwaren gilt bei Erscheinen dieses Berichts der Standard *ohne Gentechnik*, vornehmlich gemäß *VLOG-Siegel*. Darüber hinaus hat Hochland weitere nachhaltige Qualitätsanforderungen mit seinen Milchlieferanten vereinbart: Seit Januar 2019 gilt ein *Verzicht auf Totalherbizide* sowie ein Verzicht auf Ausbringung von Reststoffen aus *Lebensmittelverarbeitenden Biogasanlagen* (Gärssubstrat). Das Verbot der Gärsubstrate soll Plastikeintrag in die Umwelt verhindern. Beide Vereinbarungen sind Teil des Qualitätsprogramms *Milch für Hochland*.

Gentechnikfreiheit als Herausforderung

Der Anteil ohne Gentechnik produzierter Milch hat sich 2019 in Deutschland auf rund 60 Prozent der Gesamtmilchmenge erhöht. Diese Milchqualität ist damit einerseits auf dem Weg zum »Quasi-Standard« zu werden, andererseits wird der Nachweis einer Erzeugung ohne Gentechnik zu einer wachsenden Herausforderung für die Branche. Denn es gibt inzwischen gentechnische Verfahren (*CRISPR/Cas9*, »*Genschere*«), mit denen Erbgut in Futtermittelpflanzen verändert werden kann, ohne dass sich nachträglich feststellen lässt, ob die Veränderung auf natürlichem Weg oder durch gentechnische Eingriffe erfolgt ist. Da Futtermittel global angebaut und gehandelt

werden, ist der Einfluss, den Hochland hier ausüben kann, sehr gering. Deshalb strebt Hochland an, dass seine Milcherzeuger künftig nur noch Futter aus Europa einsetzen.

Zertifizierungen

Bei Hochland finden häufig Kontrollen durch die *KBLV (Kontrollbehörde für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen)* sowie angemeldete und unangemeldete Kundenaudits statt. Hochlands Produkte sind zudem gemäß verschiedener Standards und Labels zertifiziert. Je nach Produkt können dies sein: *IFS (International Featured Standards)*, *SQMS (Supplier Quality Management System)*, *Kosher*, *Halal*, *Bio-Siegel gemäß EG-Öko-Verordnung*, *Bioland-Siegel*, *Regionalfenster e.V.*, *Gepriüfte Qualität Bayern*, *RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil)*, *Tierschutzlabel Premiumstufe*, *Ohne Gentechnik (VLOG e.V.)*.

Faire Milchpreise

Der internationale Milchmarkt wird in erster Linie durch ökonomische Interessen bestimmt. Der globale Handel mit Milch sowie mit Futtermitteln für die Milcherzeugung hat dabei Auswirkungen, die oft von regionalen Zusammenhängen losgelöst sind. Die Arbeit der Milcherzeuger wiederum, hat für die jeweilige Region auch gesellschaftliche und ökologische Bedeutung, die im Erlös der Landwirte nicht eingepreist ist. Staatliche Ausgleichszahlungen sorgen an dieser Stelle für eine gewisse Kompensation. Welche Preise Milcherzeugern gezahlt werden, hängt von Beschaffenheit und Qualität der Milch, der weiteren Verarbeitung, dem jeweiligen Abnehmer sowie der Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten ab. Hochland ist sich der Verantwortung gegenüber seinen Erzeuger-Partnern bewusst. Im Berichtszeitraum lag Hochland als *überdurchschnittlicher Milchgeldauszahler* in der Spitzengruppe der Milchgeldzahler in Deutschland. Durch Abnahmegarantien können Landwirte langfristig planen.



Hochland gewährt seinen Milcherzeugern zudem eine Gewinnbeteiligung.

Ab Anfang des Jahres 2017 wurde ein Aufschlag von einem Cent pro Kilogramm Milch im Rahmen des Qualitätsprogramms *Milch für Hochland* gezahlt. Seit Anfang des Jahres 2019 kauft Hochland auch Tierschutzlabel-Milch ein und zahlt für die Einhaltung der erhöhten Anforderungen einen Zuschlag in Höhe von drei Cent pro Kilogramm Milch an die Landwirte. Hochland war Vorreiter bei der Umsetzung eines gerechteren *Umrechnungsfaktors* (Volumen/Gewicht) von Milch. Das Unternehmen hat diesen Umrechnungsfaktor seit Februar 2018 für seine Landwirte umgesetzt.

Weitere Pläne

Um sowohl Milchqualität als auch Tierwohl weiter zu fördern, plant Hochland für die nahe Zukunft die Einführung einer weiteren Qualitätsstufe für Milch. Für *Hochland Premium Milch* sollen insbesondere folgende Kriterien gelten:

Weitgehender Einsatz heimischer Futtermittel, Verzicht auf Hochleistungskühe, Förderung von Zweinutzungsrasen sowie weitere Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität. Um Pläne wie diese umzusetzen, baut Hochland auch in Zukunft auf vertrauensvollen Austausch und Partnerschaft mit den Landwirten.



Gute Zutaten für gute Produkte

Nur mit hochwertigen Rohstoffen können wir Ansprüche und Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden erfüllen. Bei Qualität und Produktsicherheit setzen wir deshalb eigene Standards, die in einigen Bereichen über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen.

Das Hochland-Werk Schongau ist eine wichtige Fertigungsstätte für Weiß- und Frischkäse. Hier hat *Milch* als Grundlage der Produkte eine besondere Bedeutung. Eine gute Zusammenarbeit mit den Landwirten ist für Hochland deshalb unverzichtbar. Die komplette erfasste Rohmilch für den Standort Schongau wird seit Januar 2017 *ohne Gentechnik*, gemäß *VLOG-Siegel*, erzeugt. Alle Landwirte, die Hochland mit Milch beliefern, sind seit Ende des Jahres 2016 gemäß *QM-Milch* zertifiziert. In Schongau hat Hochland im Berichtszeitraum jährlich zwischen rund 238 000 und 264 000 Tonnen Milch verarbeitet.

Das Hochland-Werk Heimenkirch ist kein milchverarbeitender Betrieb im klassischen Sinne. In dieser Produktionsstätte werden vornehmlich Käsesorten *weiterverarbeitet* und *veredelt*.



GRÜNLÄNDER

Mit Milch aus Laufstallhaltung

Seit Juli 2019 wird *Grünländer* ausschließlich mit Milch von Kühen in Laufstallhaltung produziert. Die Kühe können sich jederzeit frei bewegen und damit sozialen Kontakt mit ihren Artgenossen halten.

Ohne Gentechnik seit 2011

Seit 2011 wird *Grünländer* aus Milch ohne Gentechnik hergestellt. Die Marke ist damit bei Hochland Vorreiter für den Qualitätsstandard *ohne Gentechnik*.

Verpackung

Seit dem zweiten Quartal 2019 bestehen die *Grünländer* Bodenfolien zu 54 Prozent aus *recyceltem Kunststoff (rPET)*. Durch die veränderten Verpackungen konnte Hochland hier bereits im Jahr 2019 über 200 Tonnen Neuplastik einsparen, künftig werden es pro Jahr Einsparungen von über 250 Tonnen Neuplastik (*Virgin PET*) sein.

Natürliche Zutaten

Auch an alle weiteren Roh- und Zusatzstoffe stellt Hochland hohe Ansprüche. Das Unternehmen setzt auf neue Technologien und enge Zusammenarbeit mit Lieferanten, um seinen gruppenweit gültigen Leitfaden zum Umgang mit Zusatzstoffen und deren Minimierung um-

zusetzen. Hochland dosiert Zusatzstoffe und Aromen so sparsam wie möglich – bei den Marken *Grünländer* und *Almette* werden *ausschließlich natürliche Aromen* eingesetzt. Im Berichtszeitraum wurde der Einsatz von Farbstoffen im Werk Heimenkirch kontinuierlich gesenkt – um rund 14 Prozent, bezogen auf das hergestellte Gesamtgewicht an Produkten. Im Rahmen eines umfangreichen Projekts mit einem Handelskunden wurden viele Rezepturen und Rohwaren umgestellt, sodass auf Farbstoffe und Aromen entweder verzichtet oder deren Verwendung weiter reduziert werden konnte.



Ohne Gentechnik

Für seine Produkte verwendet Hochland, gemäß EU-Verordnungen, grundsätzlich keine kennzeichnungspflichtigen gentechnisch veränderten Zutaten. Für die Marke *Grünländer* weist Hochland zudem nach, dass die *gesamte Wertschöpfungskette* die strengen Anforderungen des EG-Gentechnik-Durchführungsgesetzes erfüllt. Mit Kontrollen und aufwendigen gentechnischen Analysen möchte das Unternehmen sicherstellen, dass neben verwendeten Zutaten auch Futtermittel frei von Gentechnik sind. Das Werk Schongau wurde zum Jahresbeginn 2017 komplett auf eine Produktion ohne Gentechnik, gemäß *VLOG-Siegel*, umgestellt. Dies betrifft sowohl die verarbeitete Milch als auch alle weiteren Zutaten. Im Jahr 2019 wurde im Werk Heimenkirch ein Anteil von 54 000 Tonnen der Rohwaren ohne Gentechnik, gemäß *VLOG-Siegel*, angeliefert.

ALMETTE

Milch aus der Alpenregion

Die Milch für *Almette* kommt aus familiären Kleinbetrieben mit durchschnittlich 37 Kühen. Bis zum Jahr 2021 will Hochland zusammen mit seinen Milchlieferanten den Ausstieg aus der ganzjährigen Anbindehaltung vollziehen.

100 Prozent natürliche Zutaten

Für *Almette* verwendet Hochland ausschließlich natürliche Zutaten, die zum Großteil aus dem Alpenraum kommen. Nur wenn eine Zutat auch mit großer Anstrengung nicht aus dem Alpenraum zu beschaffen ist, sucht Hochland nach Alternativen. Die Herkunft der Zutaten weist Hochland auf der Website transparent aus.

Ohne Gentechnik seit 2017

Seit 2017 wird *Almette* aus Milch ohne Gentechnik hergestellt. Auch alle weiteren Zutaten sind *ohne Gentechnik*.

Verpackung

Hochland hat Anfang 2019 das Gewicht des *Almette-Fässchens* um ein Gramm gesenkt. In Deutschland bringt Hochland jährlich etwa 50 Millionen Fässchen in den Handel. Durch die leichtere Verpackung kann Hochland seitdem jährlich somit 50 Tonnen Kunststoff einsparen. Hochland hat sich als weiteres Ziel gesetzt, die Verpackung bis zum Jahr 2025 vollständig recyclebar zu machen.

Umgang mit Palmöl

Hochland ist sich der Probleme beim Anbau der Palmölpflanze, wie beispielsweise Regenwaldrodungen, bewusst. Auf der anderen Seite ist die Pflanze sehr ertragreich und kann deshalb unter Wirtschaftlichkeitsaspekten nur schwer durch umweltfreundlichere Ölgewächse ersetzt werden. Bei Hochland werden lediglich geringe Mengen an Palmöl verwendet. Zusätzlich hat sich das Unternehmen entschlossen, nur noch nachhaltig produziertes Palmöl zu verwenden, das die Kriterien der *Organisation Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)* erfüllt. Im Berichtszeitraum wurde ausschließlich *RSPO-zertifiziertes Palmöl* eingesetzt.

Grünländer

Ohne Gentechnik
Milch von Freilaufkühen
Natürliche Zutaten



Patros

Ohne Gentechnik
Mehrfach DLG Gold prämiert



Almette

Ohne Gentechnik
100 % Alpenmilch
100 % natürliche Zutaten



Gervais Hüttenkäse

Enthält nur Milch und Salz
Dreimal so viel Protein wie Joghurt





Tierwohl fördern

GRI 102-16, 204-1 | FP9

Ohne Milchkühe gäbe es keinen Käse – schon deshalb hat das Wohl der Tiere eine zentrale Bedeutung für uns bei Hochland. Das Thema stellt allerdings eine nicht zu unterschätzende Herausforderung für die gesamte Milchwirtschaft und somit auch für uns dar.

Hochland ist es wichtig, Bedingungen der Tierhaltung stetig zu verbessern. Gleichzeitig will das Unternehmen Wünschen von Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie dem Handel in Bezug auf Qualität und Preis seiner Produkte nachkommen. Dazu setzt Hochland Maßnahmen des Programms *Milch für Hochland* weiter um.

Künftiger Verzicht auf Anbindehaltung

Bayerns Landwirtschaft hat noch einen relativ hohen Anteil von Kühen in ganzjähriger Anbindehaltung. Hochland war zusammen mit einer weiteren süddeutschen Molkerei Vorreiter bei der Erarbeitung einer *Erklärung zur Kombinationshaltung*. Diese bildete die Grundlage für eine gemeinsame Erklärung *aller* bayerischen Molkereien zur Definition der Kombinationshaltung. Als Resultat unterscheidet nun auch der Handel zwischen ganzjähriger Anbindehaltung und Kombinationshaltung. Bis Ende des Jahres 2021 soll der Ausstieg aus der ganzjährigen Anbindehaltung im Milcheinzugsgebiet des Hochland-Werks Schongau erreicht werden. Ab dem Jahr 2022 wird die Kombinationshaltung – mit mindestens sechs Stunden Weidegang an mindestens 120 Tagen im Jahr – oder die Laufstallhaltung als Vorgabe für alle Hochland-Milchbauern verpflichtend sein. Den Umstieg auf Kombinationshaltung fördert das Unternehmen mit Schulungen und Beratungen für Landwirte. Hochland sieht sich innerhalb der Branche in einer Vorreiterrolle, mögliche Herausforderungen zusammen mit seinen Milcherzeugern zu diskutieren und anzunehmen.

»Das Thema Tierwohl wird, denke ich, noch mehr durch die Medien gehen und die Transparenz zu ethischen Fragen wird umso wichtiger werden.«

Nis Nürnberger, Geschäftsführer

Verpflichtungen für Lieferanten

Hochland hat seit jeher die klare Haltung: *Tierquälerei ist nicht akzeptabel*. Dieser Tierschutzanspruch zeigt sich auch in neuen vertraglichen Regelungen mit Lieferanten. Im Juli 2019 bekannt gewordene Verstöße gegen das Tierschutzgesetz haben Hochland veranlasst, Lieferverträge mit Landwirten zu überarbeiten. Die Vereinbarungen enthalten ab sofort eine Klausel, die es Hochland als Milchkäufer erlaubt, bei nachgewiesenen erheblichen Verstößen gegen den Tierschutz oder einem begründeten Verdacht, weitreichende Maßnahmen zu ergreifen.



Qualität und Sicherheit

Managementansätze: GRI 416, 417 | FP5

Unser unternehmerischer Erfolg beruht auf dem Vertrauen von Verbraucherinnen und Verbrauchern, von Gastronomie und Handel. Nur mit einwandfreien und hochwertigen Produkten können wir dieses Vertrauen rechtfertigen. Daher legen wir im gesamten Herstellungs- und Lieferprozess höchsten Wert auf Qualität und Produktsicherheit.

Für Hochland ist es selbstverständlich, alles zu tun, um ein gleichbleibend hohes *Qualitätsniveau* seiner Produkte sicherzustellen. Lebensmittelsicherheit und Produktqualität sind Ergebnisse umfassend geplanter und kontrollierter Abläufe, die mit Auswahl und Einkauf von Rohwaren und Zutaten beginnen. Hochland steht in engem Austausch mit Lieferanten und Milchbauern, um bereits bei den Rohstoffen späterer Produkte die hohen Anforderungen des Unternehmens und die Ansprüche seiner Kunden zu erfüllen. Im Verarbeitungsprozess, in dem alle relevanten Standards beachtet werden, kommt der Hygiene – und damit der Sicherheit der Verbraucherinnen und Verbraucher – besondere Bedeutung zu.

Strategisches Qualitätsmanagement

Im Jahr 2016 haben alle Landesgesellschaften der Hochland-Gruppe eine gemeinsame *Qualitätsmanagementstrategie* erarbeitet. Neben der Erfüllung gesetzlicher Vorgaben und branchenrelevanter Standards setzt Hochland mit dieser Strategie insbesondere auf eine Unternehmenskultur, in der alle Mitarbeiter ein ausgeprägtes Verständnis für Lebensmittelsicherheit und Qualität entwickeln und sich noch stärker als bisher eigenverantwortlich dafür einsetzen. Für die Werke Heimenkirch und Schongau hat Hochland ein *Food Safety Team* geschaffen, das sich den Themen *Schutz vor Manipulation* und *Produktsicherheit* widmet. Hochland hat seine Strategie für das Qualitätsmanagement seither beständig weiterentwickelt. Um die *Qualitätskultur* weiter voranzubringen, werden Fragenkataloge zur Messung des Erreichten erarbeitet. Die Hochland-Gruppe hat einen Rahmen für ein international praktikables *Lieferantenmanagement* festgelegt. Dieser Rahmen definiert auch für Hochland Deutschland ein einheitliches Vorgehen zur Beurteilung und Auswahl von Lieferanten sowie Mechanismen zur Verhinderung von Lebensmittelbetrug. Zudem wird ein Hochland-weit gültiger *Lebensmittelsicherheitsstandard* erarbeitet, der ein einheitliches *Allergenmanagement* und eine standardisierte Vorgehensweise zur Beurteilung von *Kreuzkontaminationen* festlegt. Weitere Standards zu Fremdkörpermanagement und mikrobiologischen Umfeldkontrollen sind geplant.

Lebensmittelsicherheit

Hochland nutzt mehrere Konzepte, um die Sicherheit der produzierten Lebensmittel zu gewährleisten. Mithilfe von *Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)* kann Hochland potenzielle Risiken erkennen und vermeiden. Darüber hinaus nutzt das Unternehmen ein *Rückverfolgungssystem* auf Basis von *SAP*, mit dem es die Herkunft von Rohstoffen lückenlos nachvollziehen kann. Mit diesem System behält Hochland auch bei der Verarbeitung von Halbfertigprodukten sowie

nach der Auslieferung fertiger Produkte den Überblick über die enthaltenen Rohstoffe und deren Quellen.

Kontrollen

Das Qualitätsmanagement Hochlands wird kontinuierlich *geprüft*. Dabei orientiert sich das Unternehmen auch an internationalen Standards. Die Werke Heimenkirch und Schongau sind nach dem *International Featured Standard Food (IFS Food)* zertifiziert, seit dem Jahr 2006 im *Higher Level*. Diese Zertifikate lässt Hochland regelmäßig revalidieren, die Organisationen führen dazu jährlich Prüfungen durch. Kontrollen zur Bestätigung von Kosher- und Halal-Produkten wurden durch das *Kosher London Beth Din (KLBD)* und das *Islamische Informations- und Dokumentationszentrum Österreich (IIDC)* durchgeführt. Weitere Prüfungen erfolgten durch die zuständigen Landratsämter.

Im Berichtszeitraum 2017 bis 2019 sind die Werke Heimenkirch und Schongau insgesamt 102-mal von externen Prüfern auditiert worden.

Interne Audits

Zusätzlich führt Hochland *interne* Kontrollen durch. Bei regelmäßigen Betriebsbegehungen werden insbesondere die Rückverfolgungssysteme, die Hygiene in der Produktion sowie der bauliche Zustand der Produktionsanlagen geprüft. Im Berichtszeitraum fanden in den Werken Heimenkirch und Schongau insgesamt 464 interne Audits und Begehungen statt.

Ergebnisse

Hochlands systematisches Auditwesen stellt sicher, dass verborgene Mängel erkannt und behoben werden. Um mögliche Probleme früher entdecken zu können, hat Hochland auch in technische Systeme investiert. Für die Bereiche Hart- und Schmelzkäse wurden in Heimenkirch mehrere Kamerasysteme installiert, die Folien sowie Bedruckung und Codes von Verpackungen erkennen und überprüfen können.

»Wir haben tatsächlich nur sehr wenige Beanstandungen bei unseren Produkten. – Selbstverständlich betreiben wir hohen Aufwand, was Hygiene angeht. Wir schulen und sensibilisieren aber auch unsere Mitarbeitenden. In diesem Bereich machen wir sehr viel.«

Stefan Mayer, Werksleiter Schongau

Transparent informieren

Managementansatz: GRI 417 | FP8

Verbraucherinnen und Verbraucher möchten wissen, was sie konsumieren. Wir finden diese Informationen wichtig und geben über zahlreiche Kanäle bereitwillig mehr Auskünfte als gesetzlich vorgeschrieben.

Hochland pflegt einen intensiven Austausch mit Verbraucherinnen und Verbrauchern. Dazu gehören auch umfassende Produktinformationen mit Angaben zu Produktsicherheit, Inhaltsstoffen, Rohwaren und Zutaten sowie deren Herkunft. Letzteres betrifft etwa 290 Rohwaren und Zutaten¹ – von mehr als 100 Lieferanten².

Für den persönlichen Austausch mit Verbraucherinnen und Verbrauchern hat Hochland im Berichtszeitraum ein neues professionelles *Verbrauchermanagementsystem* installiert. Die gesamte Kommunikation mit Endverbraucherinnen und Endverbrauchern ist dort für alle zuständigen Fachbereiche ersichtlich und kann gebündelt bearbeitet werden. Dies umfasst alle allgemeinen und produktbezogenen Anfragen, Reklamationen und Gewinnspiel-Einsendungen. Durch systemgestützte Kommunikationsprozesse wurden die Abläufe bei Hochland einfacher und übersichtlicher, die Zahl von Mehrfachbearbeitungen und Fehlern hat sich reduziert. Geschulte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beantworten Anfragen und Reklamationen innerhalb von durchschnittlich 48 Stunden. Das *Qualitätsmanagement-Team* befasst sich wöchentlich mit allen Beanstandungen und leitet Korrekturmaßnahmen ein.

Hochland ist bestrebt, seine Produkte *ganzheitlich* unter Nachhaltigkeitsaspekten zu betrachten und diese Erkenntnisse mit Verbraucherinnen und Verbrauchern zu teilen. Mit diesem Ziel hat das Unternehmen in den Jahren 2015 und 2016 *Nachhaltigkeitskompass* für Produkte der Marken *Almette* und *Grünländer* erstellt. Die Kompass erfassen alle relevanten Informationen über die gesamte Wertschöpfungskette eines Produkts. Hochland kann damit sowohl Verbesserungspotenziale in der Lieferkette leichter erkennen als auch Nachhaltigkeitsaspekte in der Markenkommunikation transparenter herausarbeiten.

^{1,2}Stand September 2019

Kontakt zu Konsumentinnen und Konsumenten

Nachhaltigkeitskompass

»Wir haben uns bei Hochland für das Label des Deutschen Tierschutzbundes entschieden, weil das bereits im Markt etabliert und relativ bekannt ist.«

Werner Giselbrecht, Kaufmännischer Leiter und Leiter Milchboard



»Kein Unternehmen, das Energie verbraucht und natürliche Ressourcen nutzt, kann sich in Zukunft der Mitverantwortung für Natur- und Klimaschutz entziehen. – Erst recht nicht wir, die wir mit Milch einen Rohstoff verarbeiten, von dem wir wissen, dass bei der Produktion auch Methan und Kohlendioxid freigesetzt werden.«

Josef Stitzl, Geschäftsführer

Es gibt eine Verpflichtung der Umwelt gegenüber — gerade im Hinblick auf künftige Generationen

Ressourcen schonen und Kreisläufe fördern

Managementansätze: GRI 301, 302, 305, 307 | GRI 102-11, 102-43, 102-48

Managementansatz Umwelt

Der *Klimawandel* ist aktuell eine der größten globalen Herausforderungen. Ein Großteil der weltweiten CO₂-Emissionen entsteht bei der Herstellung und dem Konsum von Produkten sowie bei der Bereitstellung von Dienstleistungen. Ebenso gewinnt die *Schonung von natürlichen Ressourcen* zunehmend an Dringlichkeit. Hochland ist sich seiner Verantwortung für Umwelt und Klima bewusst und betrachtet die Auswirkungen des eigenen Handelns sowohl an seinen Standorten als auch entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Die überragende Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz bestärkten auch die Stakeholder im Rahmen der 2019 aktualisierten *Wesentlichkeitsanalyse: Ein klimaneutrales Produktportfolio, Ressourcenschonung und geschlossene Kreisläufe sowie recyclingfähige Verpackungen* – das sind die in Hochland gesetzten Erwartungen.

Themen und Herausforderungen

Für den Bereich *Umwelt* hat Hochland das Thema *Klimaschutz und CO₂* priorisiert. Dazu gehören insbesondere die Senkung von Energieverbrauch und CO₂-Emissionen in Produktion und Logistik sowie der Umwelt- und Klimaschutz im Zusammenhang mit Verpackungen.

Aus Transparenzgründen berichtet Hochland auch zum Thema *Ressourcenschutz* und hier insbesondere über die Verringerung des Ressourcenverbrauchs bei der Herstellung von Käseprodukten.

Strategischer Ansatz

Hochland sieht seinen zukünftigen wirtschaftlichen Erfolg in unmittelbarer Abhängigkeit von der *sozial und ökologisch verantwortungsvollen Nutzung von Ressourcen*. Für das Unternehmen liegt die Betonung dabei auf dem Wort *Nutzung* im Gegensatz zu *Verbrauch*. Die dazu notwendigen Entscheidungshilfen sucht Hochland deshalb im Prinzip der Kreislaufwirtschaft.

Umweltschutz und Energiemanagement sind zentrale Aspekte des *A.U.G.En Managementhandbuchs*. In diesem Leitfaden hat Hochland verbindliche Verfahrens- und Arbeitsanweisungen für Mitarbeitende und für externe Partner zusammengefasst. Die Abkürzung steht für Arbeitssicherheits-, Umwelt-, Gesundheits- und Energiemanagement. Die genannten Aspekte berücksichtigt das Unternehmen bereits während der Entwicklungsphase von neuen Produkten und auch bei Investitionsentscheidungen für neue Verfahren. In Produktionsanlagen setzt Hochland zum Beispiel Motoren mit der höchstmöglichen Energieeffizienzklasse ein. Bei Baumaßnahmen werden die Anforderungen der aktuellen Energieeinsparverordnung berücksichtigt.

Hochlands Gebäudekühlung mit Quellwasser, die Außenbeschattung sowie das Heizen mit Produktionsabwärme tragen ebenfalls zur

Energieeinsparung bei. Bei der Beschaffung neuer Anlagen prüft das Unternehmen, ob diese recyclingfähig sind, soweit dies nach aktuellem technischen Stand möglich ist.

In einer jährlichen Bewertung dokumentiert Hochland alle umweltrelevanten Kennzahlen, wie Verbrauchsmengen an Energie, Wasser und Rohstoffen sowie Emissionen und Abfälle. Diese Evaluation dient als Grundlage für alle Entscheidungen im Rahmen des *A.U.G.En Managements*.

Steuerung

Die *Umweltmanager an jedem Standort* überwachen gemeinsam mit Auditorenteams, dass Vorgaben eingehalten und die erforderlichen Maßnahmen umgesetzt werden. Richtlinien werden von der Geschäftsführung, der Werksleitung und den Fachbereichen definiert. Dank flexibler Systeme kann Hochland vorzeitig erreichte Zielvorgaben anpassen oder ausweiten. Verzögerungen werden analysiert, um gegebenenfalls wirksame Gegenmaßnahmen einzuleiten.

Die Leiter der Bereiche *Umweltmanagement, Qualitätsmanagement und Nachhaltigkeit* sowie *Central Development (Produkte und Verpackung)* berichten direkt an die Geschäftsführung. Gruppenweite Themen werden bei Bedarf mit dem Vorstand der Hochland SE abgestimmt.

Alle Managementsysteme, die kontinuierliche Verbesserungen sicherstellen, sind als zertifizierte Standards etabliert – gemäß *IFS, DIN EN ISO 45001, Umweltbetriebsprüfung gemäß DIN EN ISO 14001:2015, Energiemanagementsystem gemäß DIN EN ISO 50001:2011*.

Erfolg messen

Hochland evaluiert alle Ziele und Maßnahmen mindestens einmal jährlich mithilfe eines umfassenden schriftlichen Managementreviews. Dabei werden die vollzogenen Schritte im Rahmen des *New Performance Management* dreimal im Jahr hinsichtlich ihrer Wirksamkeit bewertet.

»Bald wird es als selbstverständlich gelten, dass Unternehmen klimaneutral produzieren.«

Josef Stitzl, Geschäftsführer

HOCHLANDS AMBITION FÜR DEN BEREICH UMWELT

UMWELT

Ambition: Wir möchten Genussprodukte anbieten, die unsere Kunden begeistern und gleichzeitig einen möglichst kleinen ökologischen Fußabdruck hinterlassen. Wir zielen darauf ab, die aus der gesamten Geschäftstätigkeit resultierenden Emissionen bis zum Jahr 2030 um mindestens 31 % zu reduzieren (Basisjahr 2015).

KONKRETE ZIELE FÜR DEN BEREICH UMWELT

Ziele 2015/2016	Status
Hochland reduziert die Packstoffverluste entlang der Wertschöpfungskette auf maximal 1 % (mittelfristiges Ziel 0,5 %). ¹	
Hochland plant gemeinsam mit seinen Milchlieferanten eine nachhaltigere Ausrichtung dieser Betriebe. Dazu leitet Hochland Maßnahmen aus der Befragung aller Landwirte in Schongau ab.	
Hochland erhöht kontinuierlich den Anteil erneuerbarer Energien durch Eigenstromerzeugung und Optimierung des Energiebezugs.	
Hochland reduziert im Werk Heimenkirch seinen Energieverbrauch pro Tonne Fertigware um 20 % (Basisjahr 2012).	
Hochland reduziert im Werk Schongau seinen Energieverbrauch pro Tonne verarbeiteter Milch um 20 % (Basisjahr 2012).	
Hochland reduziert seinen Frischwasserverbrauch und seine Abwassermenge um 1 % pro Jahr. ^{2,3}	
Hochland reduziert die Menge seines Beseitigungsabfalls am Standort Heimenkirch um 2 % jährlich. ⁴	
An den Standorten Heimenkirch und Schongau steigert Hochland bis zum Jahr 2018 den Anteil von Recyclingpapier an der gesamten Sekundärverpackung auf 90 %. ¹	
Hochland initiiert ein internationales Projekt zur Senkung des Bechergewichts (Marke <i>Almette</i> , international).	
Hochland ermittelt die CO ₂ -Bilanz aus einer Mitarbeitenden-Befragung zur Verkehrsmittelnutzung auf dem Arbeitsweg. ⁵	

¹Das Ziel wird aufgrund strategischer Neubewertung nicht weiter verfolgt.

²Das ursprüngliche Ziel wurde aufgrund strategischer Neubewertung in zwei Ziele aufgeteilt.

³Die Abwassermenge wurde im Jahr 2019 nur um 0,288 % reduziert, jedoch über den gesamten Berichtszeitraum um über 10 % reduziert.

⁴Um bessere Messbarkeit zu gewährleisten, hat Hochland die Formulierung dieser Zielsetzung ab dem Jahr 2020 verändert.

⁵Die Befragung wurde 2017 durchgeführt – in den Jahren 2018 und 2019 fand keine erneute Befragung statt.



Ziele 2020/2022

Bis 2025 wird Hochlands Produktion klimaneutral – Emissionen an den Standorten werden um 50 % reduziert (Bezugsjahr 2018).
Hochland reduziert den Klimafußabdruck seiner Milch um 35 % bis 2025 (Bezugsjahr 2019).
Bis zum Jahr 2025 werden alle Verpackungsmaterialien bei Hochland rezyklierbar sein und zu mindestens 30 % aus nachwachsenden Rohstoffen bestehen.
Hochland arbeitet kontinuierlich daran, alle Verpackungsmaterialien bis zum Jahr 2030 auf biobasierte, erneuerbare Rohstoffe umzustellen.
Hochland implementiert im Jahr 2020 eine Software zur Ermittlung des CO ₂ -Fußabdrucks von Verpackungsmaterialien.
Hochland stellt bis zum Ende des Jahres 2020 den Kunststoffanteil seiner Verpackungen für die Marke <i>Grünländer</i> auf rezyklierbare Folien um und setzt sich die Erlangung des Labels »Made for Recycling« als Ziel.
Hochland reduziert die Menge seines Beseitigungsabfalls um 1 % jährlich.



Ressourcen schützen

Managementansatz: GRI 301

Wir können nur dann langfristig wirtschaftlich erfolgreich bleiben, wenn wir Ressourcen sozial und ökologisch verantwortlich nutzen, statt sie zu verbrauchen. Entscheidungshilfen finden wir im Prinzip der Zirkulärwirtschaft.

Als Lebensmittelhersteller und Veredler des Naturprodukts Milch ist Hochland auf eine intakte Umwelt angewiesen. Diese stellt eine wichtige Geschäftsgrundlage dar. Ein schonender und sparsamer Umgang mit natürlichen Ressourcen hat zudem nicht nur einen ökologischen, sondern auch einen ökonomisch positiven Effekt. Kundinnen und Kunden sowie Konsumentinnen und Konsumenten erwarten von Hochland ebenfalls einen verantwortungsbewussten Umgang mit Natur und Umwelt. Der schonende Gebrauch von Ressourcen betrifft bei Hochland insbesondere folgende Felder:

- Verpackungen
- Ressourceneinsatz und Abfall
- Wasser

VERPACKUNGEN

Strategischer Ansatz

Die wichtigsten Anforderungen, die Hochland an seine Verpackungen stellt, sind *bestmöglicher Schutz der Produkte bei möglichst geringer Umweltbelastung*. Deshalb optimiert das Unternehmen seine Verpackungen stetig in Bezug auf Materialeinsatz und Kreislauffähigkeit.

Maßnahmen

Hochland nutzt dazu innovative Technologien und setzt verstärkt auf recyclingfähiges Material sowie Materialien aus nachwachsenden, biobasierten Rohstoffen. Einsatzgebiete für Recyclate werden geprüft und wo möglich in Verpackungsmaterialien eingebracht. Hochland prüft auch den Einsatz von Stoffen aus chemischem Recycling.

Im Jahr 2019 hat Hochland hierzu eine *Verpackungspolicy* erstellt, die die genannten Ziele festschreibt. Kernziele sind *nachhaltige*

Verpackungslösungen, die den CO₂-Fußabdruck verringern und sich in Richtung Kreislaufwirtschaft orientieren – mit geschlossenen Recyclingkreisläufen und der Wiederverwendung von Materialien.

Hierzu sucht Hochland nach Verpackungskonzepten mit möglichst geringem Materialeinsatz und versucht, den entstehenden Verpackungsabfall über die gesamte Lieferkette zu reduzieren. Wo immer möglich, setzt das Unternehmen recyclingfähige Materialien ein, die mit aktuellen Verwertungssystemen kompatibel sind. Auch die Umverpackungen für Transport und Distribution optimiert Hochland im Hinblick auf möglichst geringen Materialeinsatz.

Hochland arbeitet bereits seit mehreren Jahren an der Entwicklung von Biokunststoffen für seine Produktverpackungen. Im Jahr 2014 ist das Unternehmen einem Konsortium beigetreten, das sich der Forschung und Entwicklung in diesem Bereich widmet.

Weniger Materialeinsatz – mehr Wiederverwertung

Der Verbrauch von Verpackungsmaterial pro Tonne Fertigware ist im Berichtszeitraum kontinuierlich gesunken. Hochland hat diesen Wert zwischen 2017 und 2019 jährlich um jeweils 2,3 bis 6,4 Prozent reduziert.

Ebenso hat das Unternehmen den Anteil von Kunststoffverpackungen am gesamten Verpackungsmaterial im Berichtszeitraum kontinuierlich verringert – von rund 36 Prozent im Jahr 2017 auf etwa 32 Prozent im Jahr 2019. Der *Gesamtverbrauch* an Verpa-

ckungsmaterialien ist im Berichtszeitraum leicht angestiegen, da sich auch die Menge der erzeugten Fertigware erhöht hat. Im Handel registriert Hochland einen Trend zu kleiner werdenden Packungseinheiten, der



die Bemühungen zur Reduktion von Verpackungsmaterial zum Teil wieder aufhebt.

Im Laufe der letzten Jahre konnten Hochlands Anwendungstechniker in Zusammenarbeit mit Folienherstellern den *Rezyklatanteil* in der Mittelschicht von Bodenfolien deutlich steigern, wodurch der Anteil an Neugranulat reduziert werden konnte. Zudem konnten auch die Folienstärken kontinuierlich verringert werden. Hochland hat im Jahr 2019 etwa 530 Tonnen *PET* (*Polyester, Polyethylenterephthalat*) für Verpackungs-Tiefziehfolien in der mittleren Schicht durch *PET-Rezyklat* ersetzt und damit ebendiese Menge an *neu produziertem PET (Virgin PET)* eingespart. So wurde zum Beispiel der Anteil an *PET-Rezyklat* bei Verpackungsschalen für die Marke *Grünländer* schrittweise von null auf 54 Prozent im Jahr 2019 erhöht. Dies stellt für Hochland lediglich eine Übergangslösung dar. Das Unternehmen arbeitet im nächsten Schritt bereits daran, den Kunststoffanteil seiner Verpackungen für die Marke *Grünländer*

der komplett auf recycelbare Folien umzustellen. Angestrebtes Ziel ist es, das Label *Made for Recycling* der *Interseroh Dienstleistungs GmbH* zu erlangen. Seit dem Jahr 2019 testet das Unternehmen eine Software, die den ökologischen Fußabdruck seiner Verpackungen ermittelt. Hochland hat zudem eine Übersicht über die Rezyklierbarkeit seiner Packungen erstellt. Um den Anforderungen eines Handelskunden im Hinblick auf Rezyklierfähigkeit gerecht zu werden, hat Hochland ein Projekt gestartet, das die Anpassung von Verpackungen in verschiedenen Produktionsstätten koordiniert.



ABFALL

Strategischer Ansatz

Wichtigstes Ziel des Abfallmanagements bei Hochland ist es, Abfälle möglichst zu vermeiden. Wo dies nicht umzusetzen ist, versucht das Unternehmen, die Abfallmenge zu reduzieren. Nicht vermeidbare Abfälle werden nach Möglichkeit wiederverwendet. Falls auch das nicht zu realisieren ist, werden sie fachgerecht entsorgt. Abfallvermeidung und -reduktion schonen die Umwelt und haben darüber hinaus wirtschaftliche Vorteile. An seinen Standorten Heimenkirch und Schongau hat Hochland jeweils Abfallbeauftragte berufen, die Geschäftsleitung, Umweltausschüsse sowie Abteilungs- und Schichtleiter in allen Fragen des Umgangs mit Abfall beraten.

Zentrales Instrument des Wertstoffmanagements bei Hochland sind jährliche Abfallbilanzen. Sie dokumentieren Mengen, Herkunft und Art der Abfälle. Zudem steht

das Unternehmen im engen Austausch mit Lieferanten und Entsorgungsfachbetrieben.

Im Berichtszeitraum ist es Hochland aufgrund gestiegener Produktionsmengen nicht gelungen, die *Gesamtabfallmenge* kontinuierlich zu reduzieren. *In Relation zum Produktionsvolumen* konnte die Abfallmenge jedoch leicht verringert werden. Von 2016 bis 2019 sank die Abfallmenge je Tonne Fertigware um rund 1,3 Prozent. Die *Verwertungsquote* liegt bei Hochland über dem gesetzlich vorgeschriebenen Wert von 90 Prozent. Die Verwertungsquote bezieht sich auf stoffliche oder thermische Verwertung. Diese Quote will das Unternehmen weiter erhöhen. Das gesamte Abfallaufkommen (Abfall zur Beseitigung) soll jährlich um ein Prozent reduziert werden.

Vermeiden, reduzieren, trennen und wiederverwerten

Alle Abfallarten werden bei Hochland sortenrein getrennt. Hierzu stehen Spezialcontainer und Sammelbehälter zur Verfügung. Organische Abfälle, Altpapier und Kunststoff wurden nahezu vollständig wiederverwertet. Hochlands Abfallbeauftragte suchen gemeinsam mit den Umweltbeauftragten und Fachbetrieben nach Wegen, um Ressourcen zu schonen und eine bestmögliche Verwertung oder Entsorgung zu erreichen. Das Unternehmen sensibilisiert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Ziel, dauerhaft eine Verwertungsquote von 95 Prozent zu sichern.

Abfälle, die am Standort Heimenkirch entsorgt werden müssen, sind in einer Abfallbilanz dokumentiert. Neben der Einstufung der Abfälle werden Mengen, Herkunft und Art der Sammlung erfasst. Am Standort Schongau hat Hochland im Herbst 2018 in Zusammenarbeit mit Entsorgungsfachbetrieben ein Projekt zur weiteren Reduzierung, Vermeidung und Selektion von Produktionsabfällen gestartet. Durch Erfassung mit geeigneter Software gewinnt das Unternehmen transparente Einblicke über Entstehung und Ströme verschiedener Abfallfraktionen. Darauf aufbauend schult Hochland Mitarbeitende und ergreift gezielte Maßnahmen zur Optimierung.

WASSER

Strategischer Ansatz

In vielen Gebieten der Erde ist Trinkwasser ein knappes und schwer zugängliches Gut. Als verantwortlich handelndes Unternehmen bemüht sich Hochland, sorgsam mit dieser Ressource umzugehen. Lebensmittelverarbeitende Betriebe, insbesondere Molkereien, verbrauchen in der Produktion relativ viel Wasser, entsprechend groß ist die Menge an Abwasser. Für beide Werke besteht das Ziel, Frischwasserverbrauch und Abwassermenge jährlich um mindestens ein Prozent zu senken. Für das Werk Schongau lautet die zusätzliche Ambition, den Wasserverbrauch jährlich um 2,5 Prozent, bezogen auf die verarbeitete Milchmenge, zu reduzieren. Im Berichtszeitraum konnte Hochland Wasserverbrauch und Abwassermenge, bezogen auf die Menge der produzierten Fertigware, kontinuierlich senken. Von 2016 bis 2019 sank der Wasserverbrauch je Tonne Fertigware um rund 14 Prozent. Die Ziele für die einzelnen Standorte hat Hochland im Berichtszeitraum ebenfalls erreicht.



KEINE KUNSTSTOFFE AUS GÄRSUBSTRAT AUF FELDERN

Gemeinsam mit seinen Milcherzeugern hat Hochland seit Januar 2019 Gärsubstrate aus sogenannten *Nicht-NAWARO-Anlagen* (*NAWARO* steht für nachwachsende Rohstoffe) von deren Feldern verbannt. Dies betrifft Reststoffe aus Biogasanlagen, in denen verpackte Lebensmittelabfälle verarbeitet werden, da auf diesem Wege Kunststoffpartikel auf Felder und Wiesen und damit auch in den Futtermittelkreislauf und in Flüsse gelangen können.



Wasser aus der Region und aus eigenen Quellen

Hochland benötigt Wasser hauptsächlich, um Dampf zu erzeugen, für den Herstellungsprozess sowie zur Reinigung und zur Kühlung. Aus Gründen der Hygiene schreibt das deutsche Lebensmittelrecht vor, für Reinigung und direkte Dampferhitzung ausschließlich Wasser in Trinkwasserqualität zu verwenden. Produktionswasser bezieht Hochland vollständig aus den Regionen der Werke über den jeweiligen Wasserverband.

Kühlung und Sanitäranlagen gelten als weniger sensible Bereiche. Hier wird hauptsächlich werkseigenes Quellwasser genutzt. Im Werk Schongau verfügt Hochland über

zwei Tiefbrunnen. Im Werk Heimenkirch deckt das Unternehmen etwa zwölf Prozent des Wasserbedarfs über eine eigene Quelle.

Abwasser trennen und sauber entsorgen

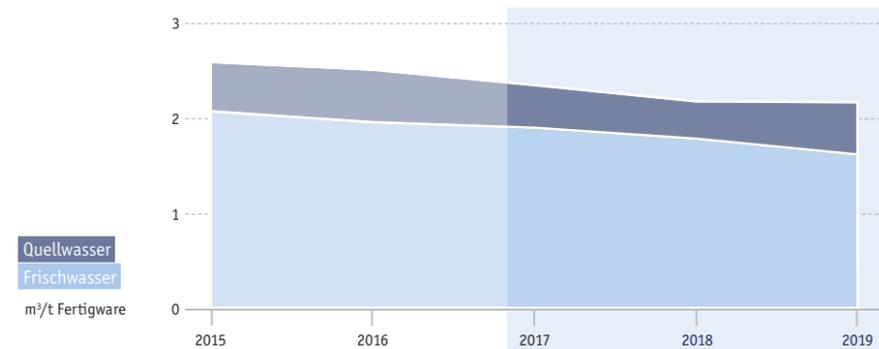
Die Entsorgung der Produktionsabwässer erfolgt in beiden Hochland-Werken über eine vollständige Trennkanalisation. Am Standort Heimenkirch werden Oberflächenwasser und Schmutzwasser getrennt. Ersteres wird in den Fluss Leiblach geleitet. Alle anderen Abwässer gelangen in die kommunale Kläranlage. Am Standort Schongau wird das Produktionsabwasser in einer betriebseigenen Kläranlage aufbereitet. Es darf anschließend

in den nahe gelegenen Lech eingeleitet werden. Lediglich das Sanitärabwasser wird in Schongau in das kommunale Klärwerk abgeführt. Gemäß amtlicher Überwachung gab es im Berichtszeitraum keine Überschreitung von Grenzwerten der betriebseigenen Kläranlage.

Verbrauch senken

Hochland optimiert in seinem Wasserwirtschaftskonzept kontinuierlich Verfahrensabläufe und Anlagentechnologien. So hat das Unternehmen am Standort Heimenkirch bereits im letzten Berichtszeitraum die Kapazität der Warmwassertanks um 55 Prozent erhöht. Im aktuellen Berichtszeitraum wurde ein weiterer Großtank zum Speichern von Produktionsabwärme umfunktioniert und damit die Speicherkapazität nochmals um 30 Prozent erhöht. Hochland gelingt es, den Verbrauch von Frischwasser zu senken, indem Wasser mehrfach genutzt wird. Im neuen Tank wird das von Kühlanlagen erwärmte Wasser gespeichert und zum Beispiel für Reinigungszwecke verwendet. Zusätzlich wird damit die Abwassermenge reduziert und die Produktionsabwärme effektiver genutzt.

ENTWICKLUNG WASSERVERBRAUCH JE TONNE FERTIGWARE





Klima schonen – Energie effizient nutzen

Managementansätze: GRI 302, 305, 307 | GRI 302-1, 305-1

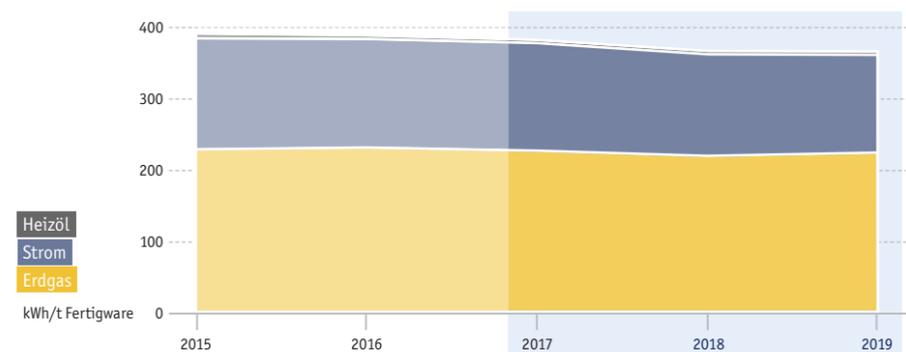
CO₂-Emissionen zu reduzieren, um damit dem Klimawandel entgegenzutreten, ist eine der zentralen Herausforderungen unserer Zeit. Auch für uns bei Hochland. Maßnahmen zur Verringerung oder Kompensation unserer CO₂-Emissionen haben für uns deshalb besondere Dringlichkeit.

Hochland nutzt in erster Linie die Energieträger Erdgas und Strom. Der weitaus größte Teil des Energieverbrauchs entfällt dabei auf die Produktion. Um den Energieverbrauch zu minimieren, setzt Hochland bei seinen Produkten, Prozessen und Anlagen auf eine Kombination aus innovativer Technik, ressourcensparendem Handeln und Einsatz erneuerbarer Energien. Dieser Ansatz ist für das Unternehmen in Zeiten steigender Energiepreise auch von wirtschaftlicher Bedeutung. Hochland will seinen Energieverbrauch pro Tonne Fertigware im Zeitraum von 2012 bis 2025 um 20 Prozent senken. Das hierfür ursprünglich angestrebte Zieldatum 2020 konnte das Unternehmen aufgrund großer Einsparungen, die bereits vor dem Jahr 2012 realisiert wurden, nicht halten.

Hochlands Standorte verfügen über effiziente *Energiemanagement-Systeme*. Maßnahmen zur Steigerung der *Energieeffizienz* leitet das Unternehmen unter anderem aus den Ergebnissen regelmäßiger Energieleistungsbewertungen ab. Im Jahr 2019 hat Hochland Standortklimabilanzen für seine Werke erarbeitet, um im Anschluss über Kompensationsmaßnahmen entscheiden zu können, die die Standorte klimaneutral machen. Das Unternehmen hat daraufhin rückwirkend für das Jahr 2018 alle CO₂-Emissionen seiner Produktionsstandorte in Zusammenarbeit mit der Organisation *Plant for the Planet* kompensiert. Ebenfalls im Jahr 2019 hat Hochland zusammen mit *Plant for the Planet* eine *Klimaakademie* für Schulkinder aus der Region ins Leben gerufen. Im gleichen Jahr hat das Unternehmen den Stromeinkauf auf 100 Prozent *Ökostrom* umgestellt.

Hochland nutzt Umwelt- und Energiemanagement-Systeme, die jährlich auditiert werden. Diese sind als zertifizierte Standards etabliert – gemäß *ISO 50001:2011*, *EMAS III*, *ISO 14001 + Cor. 2009* sowie gemäß *BS OHSAS 18001:2007*. Seit dem Jahr 2019 auch gemäß *ISO 45001:2018*, die die *BS OHSAS 18001:2007* ersetzt.

ENTWICKLUNG ENERGIEVERBRAUCH JE TONNE FERTIGWARE



Maßnahmen zur Energieeinsparung

Hochland ist stets bestrebt, möglichst energieeffiziente Technik einzusetzen. An beiden Standorten wurden deshalb im Berichtszeitraum ältere Pumpen und Motoren systematisch durch effizientere Modelle ersetzt. Am Standort Schongau hat Hochland die bisherige Beleuchtung mit Leuchtstoffröhren in Produktion und Verwaltung durch energieeffizientere LED-Beleuchtung ersetzt.

Am Standort Heimenkirch hat das Unternehmen einen Teil des Verwaltungsgebäudes mit rund 180 Arbeitsplätzen saniert. Als Maßnahmen zur Energieeinsparung wurden dort unter anderem realisiert: Vollwärmeschutzfassade, Fenstergläser mit Wärmefilter, Außenbeschattung, energiesparende Einzelarbeitsplatzleuchten, Bewegungsmelder und Tageslichtsensoren zur Lichtsteuerung, vollständige LED-Beleuchtung, Raumkühlung mit Quellwasser, Heizung mit Abwärme aus der Produktion sowie energieeffiziente Lüftung. Eine Photovoltaikanlage dient zur Gewinnung erneuerbarer Energie. Ebenfalls am Standort Heimenkirch hat das Unternehmen im Berichtszeitraum eine neue, effizientere Kälteanlage installiert, die gegenüber der alten Anlage jährlich etwa eine Million Kilowattstunden Strom einspart.

Umweltfreundliche Energieversorgung

Hochland kauft seit 2019 nur noch Ökostrom aus regenerativen Quellen ein. Am Standort Schongau produziert das Unternehmen Strom in drei eigenen Blockheizkraftwerken.

Evaluation des Energiebedarfs

Für den Standort Schongau war es das Ziel Hochlands (basierend auf dem Jahr 2012), den Gesamtenergiebedarf je Tonne verarbeiteter Milch bis zum Ende des Jahres 2020 um 20 Prozent zu senken. Die jährlichen Etappenziele wurden im Berichtszeitraum erreicht. Ziel für den Standort Heimenkirch war es (basierend auf dem Jahr 2012), den Gesamtenergiebedarf je Tonne Fertigware bis zum Ende des Jahres 2020 um 20 Prozent zu reduzieren. Die jährlichen Etappenziele wurden im Berichtszeitraum nicht in jedem Jahr erreicht.

LOGISTIK UND MOBILITÄT

Strategischer Ansatz

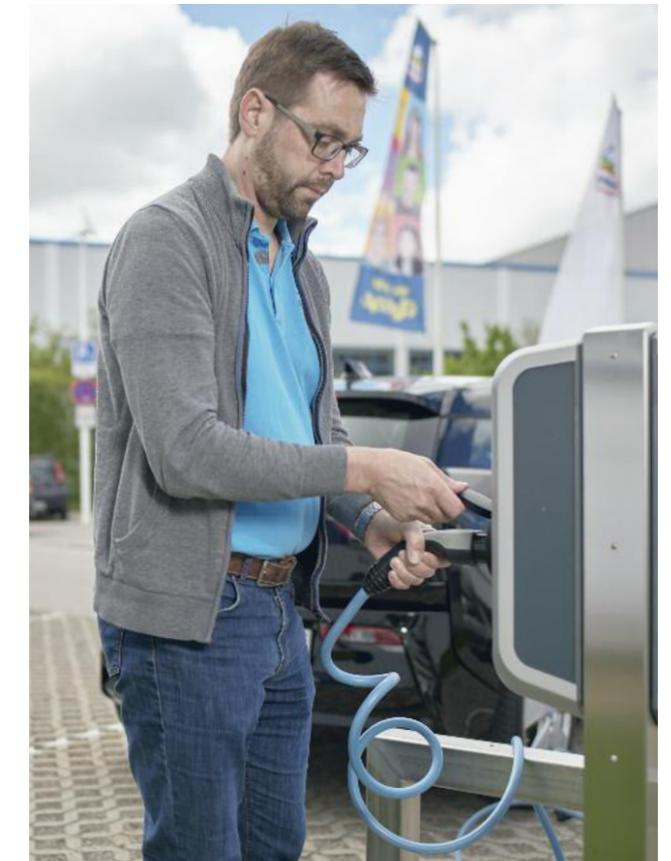
Wichtiger Bestandteil der Umweltstrategie Hochlands ist eine effiziente Logistik. Beim Transport von Rohwaren und Fertigprodukten sowie bei Fahrten der Mitarbeitenden zum Arbeitsplatz entstehen Emissionen, die das Unternehmen reduzieren möchte.

Optimierte Planung

Fuhrunternehmen, mit denen Hochland seit vielen Jahren zusammenarbeitet, übernehmen die Anlieferung von Rohwaren und den Transport fertiger Produkte. Hochland ist bestrebt, durch optimierte Tourenplanung die Wegstrecken auch bei der Milcherrfassung weiter zu verkürzen. Bei der Auslieferung von Produkten versucht das Unternehmen, durch intelligente Planung mehr Waren mit weniger Fahrzeugen zu transportieren. So können Treibstoff und damit auch Emissionen eingespart werden. Am Standort Heimenkirch verfügt Hochland über ein umfangreiches Produktportfolio. Hier bestehen Zielkonflikte, weil für spezielle Rohwarenqualitäten zum Teil keine Anbieter in der Region verfügbar sind. In der Konsequenz muss Hochland längere Transportwege in Kauf nehmen.

Mobilität von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

Damit Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Hochland weniger reisen müssen, gibt es an allen Standorten neben *Videokonferenzräumen* auch die unternehmensweite Möglichkeit digitaler »Teams«-Sitzungen. Sollten trotzdem Geschäftsreisen erforderlich sein, sind die Mitarbeitenden angehalten, grundsätzlich die *umweltverträglichsten Verkehrsmittel* zu nutzen. Bei Fahrten mit Firmenfahrzeugen sollen nach Möglichkeit *Fahrgemeinschaften* gebildet werden, die unbürokratisch über das unternehmenseigene Intranet organisiert werden können.



Seit dem Jahr 2019 gibt es speziell ausgewiesene Parkmöglichkeiten für Fahrgemeinschaften, die Gemeinschaftsfahrer mit günstig gelegenen Parkplätzen belohnen. Für den eigenen Fahrzeugpool hat Hochland im Jahr 2017 zwei *Elektrofahrzeuge* angeschafft und acht Ladesäulen installiert. Die Lademöglichkeiten stehen Mitarbeitenden und Gästen zur Verfügung. Für *Dienstfahrzeuge* sieht Hochlands *Carpolicy* eine vom CO₂-Ausstoss abhängige Bonus- beziehungsweise Malusregelung vor. Für reine Elektrofahrzeuge gewährt das Unternehmen einen zusätzlichen Bonus sowie eine finanzielle Zusatzleistung für die Installation einer privaten Wallbox. Seit 2019 ist das erste Elektrofahrzeug als Dienstwagen im Einsatz. Hochland wird künftig mit einem externen Dienstleister für das operative Fuhrparkmanagement zusammenarbeiten, um diesen Bereich, insbesondere im Hinblick auf CO₂-Emissionen, weiter zu optimieren.

Für den Transport von Waren und Materialien innerhalb der Werke werden bei Hochland weitgehend *elektrisch* betriebene Gabelstapler und Flurförderzeuge genutzt.

Arbeit bei Hochland — ein aktiver Beitrag zu Gesundheit und Wohlbefinden

»Wir sind stolz auf unsere Hochländer und wir möchten, dass es ihnen gut geht. Deshalb fördern wir Gesundheit und Arbeitssicherheit. Das funktioniert am besten, wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch Verantwortung übernehmen in Bezug auf ihre eigenen Ressourcen. So können wir gemeinsam nachhaltige Werte schaffen.«

Nis Nürnberger, Geschäftsführer

Gesundheit und Zufriedenheit fördern

Managementansätze: GRI 201, 401, 403, 404 | GRI 102-43, 102-48

Managementansatz Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Dass Arbeit nicht krank machen darf, ist so selbstverständlich, dass es darüber keiner Diskussion bedarf. Hochland möchte diesen Gedanken jedoch weiterdenken und dafür Sorge tragen, dass Arbeit aktiv zur Gesunderhaltung und Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beiträgt.

Gute Arbeitsbedingungen, Gesundheits- und Arbeitssicherheit, Chancengleichheit sowie Weiterbildungsmöglichkeiten hinsichtlich Nachhaltigkeit – das sind die Erwartungen an Hochland, die das Unternehmen 2019 in einer Stakeholderbefragung ermittelt hat.

Themen und Herausforderungen

Hochland möchte auch in Zukunft ein attraktiver Arbeitgeber für seine Mitarbeitenden sein. Für den Bereich *Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter* hat Hochland das Thema *Gesundheit und Arbeitssicherheit* priorisiert. Aus Transparenzgründen berichtet Hochland auch zu den Themen Unternehmenskultur, Vergütung und Sozialleistungen, Aus- und Weiterbildung, Beruf und Familie sowie Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Strategischer Ansatz

Hochland sieht in seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern den Schlüssel zum Erfolg. Deshalb möchte ihnen das Unternehmen eine sinnstiftende Tätigkeit in einem gesundheitsfördernden Umfeld ermöglichen. Dies versucht Hochland mit beständigen Maßnahmen zur Förderung von Gesundheit und Arbeitssicherheit sowie zur Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu erreichen. Ebenso konsequent arbeitet das Unternehmen daran, seine Attraktivität als Arbeitgeber weiter zu erhöhen. Beide Bereiche sollen dazu beitragen, Hochland zu einem Leuchtturm-Unternehmen der deutschen Lebensmittelindustrie zu machen. Innerhalb der Unternehmensstrategie ist die *Attraktivität als Arbeitgeber* ein wichtiges Ziel. Aufbauend auf diesem und weiteren strategischen Zielen, hat Hochland seine aktuelle *Human Resources Strategie* entwickelt. Diese ist jeweils auf drei Jahre angelegt, wird jährlich überprüft und gegebenenfalls angepasst. Hochland hat seine aktuelle *Human Resources Strategie* für die Jahre 2019 bis 2021 in vier Fokusbereiche gegliedert:

*Transformation unterstützen
Einstellen, entwickeln, halten
HR Business Exzellenz
Übergreifende HR-Projekte*

Für Hochland ist es wichtig, dass die Mitarbeitenden einen Querschnitt der Gesellschaft widerspiegeln. Deshalb bedeutet *Diversität* im Unternehmen nicht nur Chancengleichheit von Frauen, Männern und weiteren Geschlechtern, sondern auch Chancengleichheit unabhängig von Herkunft, Alter, Religion, sexueller Orientierung oder Behinderung. Hochland betrachtet das *Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz*

(AGG) als Basis und setzt weitere, darüber hinausgehende Maßnahmen zur Gleichbehandlung um. Im *Code of Conduct* und den *Leitlinien der Führung und Zusammenarbeit* hat Hochland die Regeln eines respektvollen Miteinanders festgehalten. Für Probleme und Beschwerden gibt es eine Anlaufstelle im Unternehmen, die sich um die Belange von Betroffenen kümmert.

Nach Überzeugung Hochlands kann vertrauensvolle Zusammenarbeit nur entstehen, wenn Interessen von Arbeitnehmern und Arbeitgebern gleichermaßen berücksichtigt werden. Deshalb setzt das Unternehmen auf konstruktive Zusammenarbeit mit Arbeitnehmervertretern und einen Dialog auf Augenhöhe. Betriebsräte sind als Vertreter der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Aufsichtsrat der Hochland Deutschland ebenso vertreten wie im Wirtschaftsausschuss.

Steuerung

Die Bereichsleiterin *Human Resources* berichtet direkt an die Geschäftsführung. Bei übergeordneten Themen wird die Vorstandsebene der *Hochland SE* einbezogen. Die *Personalentwicklung* bildet bei Hochland eine eigene Abteilung mit fünf Personen. Deren Aufgaben sind Planung und Umsetzung von Aus- und Weiterbildung im Unternehmen.

Im Rahmen des *Objectives and Key Results Zyklus* werden die Resultate regelmäßig im *Human Resources Team* zusammengetragen, geprüft und besprochen.

Wichtige Projekte

Strategisch wichtige Ziele, deren Umsetzung Hochland im Jahr 2019 begonnen hat, waren eine *Employer Branding Strategie*, ein neues Konzept zur *Personal- und Organisationsentwicklung* sowie eine *Initiative zur Digitalisierung des Bereichs Human Resources*. Für die Jahre 2020 und 2021 plant Hochland die Weiterentwicklung seiner *Employer Branding Strategie*, eine Überprüfung der *Arbeitszeitmodelle*, die Weiterentwicklung des Konzepts *Demografie* sowie die Entwicklung eines betrieblichen *Gesundheitsmanagement-Konzepts*.

Erfolg messen

Im Hinblick auf seine Personalstrategie setzt sich Hochland kontinuierlich Ziele. Diese werden im Rahmen des *New Performance Managements* mindestens einmal jährlich hinsichtlich ihrer Wirksamkeit bewertet. Zusätzlich lässt Hochland in Zusammenarbeit mit dem *Great Place to Work Wettbewerb* im Dreijahresrhythmus Befragungen seiner Mitarbeitenden durchführen.

»Was uns wichtig ist und was auch in Zukunft immer wichtiger wird, sind Weiterbildung, Diversität und Gleichheit.«

Nis Nürnberger, Geschäftsführer

HOCHLANDS AMBITION FÜR DEN BEREICH MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Ambition: Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unser Schlüssel zum Erfolg und wir möchten ihnen eine sinnstiftende Tätigkeit in einem gesundheitsfördernden Umfeld bieten. Daher ergreifen wir kontinuierlich Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit, Arbeitssicherheit sowie zur Beteiligung der Mitarbeitenden.

KONKRETE ZIELE FÜR DEN BEREICH MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Ziele 2015/2016	Status
Hochland fördert die Gesundheitsrate durch Verbesserung der Arbeitsplatzergonomie am Standort Schongau. ¹	
Hochland fördert die Gesundheitsrate durch Verbesserung der Arbeitsplatzergonomie am Standort Heimenkirch. ¹	
Hochland nimmt im Dreijahresrhythmus am Wettbewerb Great Place to Work teil (nächste Teilnahme 2019).	
Hochland organisiert jährliche Nachhaltigkeitstage an den Standorten Heimenkirch und Schongau. ²	

¹Um bessere Messbarkeit zu gewährleisten, hat Hochland die Formulierung dieser Zielsetzung ab dem Jahr 2020 verändert.

²Um bessere Messbarkeit zu gewährleisten, hat Hochland die Formulierung dieser Zielsetzung ab dem Jahr 2017 verändert und passt diese ab dem Jahr 2020 erneut an.



Ziele 2020/2022
Hochland setzt für die Gesundheit seiner Mitarbeitenden pro Jahr mindestens 20 Ergonomiemaßnahmen um.
Hochlands neues Kantinenkonzept bietet ein nachhaltiges, gesundes und genussvolles Speisenangebot – ab 2020 führt Hochland einen fleischlosen Tag ein und reduziert anfallende Lebensmittelabfälle (Vergleichsjahr 2018).
<i>Zusätzliches Ziel:</i> Die Teilnahmequote der Mitarbeitenden an der Great Place to Work Befragung bleibt gleich hoch oder steigt (im Vergleich zur vorangegangenen Befragung).
Hochland organisiert ab 2020 ein Nachhaltigkeits-Event pro Jahr für seine Mitarbeitenden und steigert die Teilnehmerzahl von aktuell insgesamt 350 Personen an beiden Standorten (im Jahr 2019) um 50 Personen jährlich – anschließend wird das Niveau bei 500 Teilnehmenden gehalten.

Was Hochland ausmacht

Managementansatz: GRI 412

Viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehen sich selbst als Hochländerinnen und Hochländer. Diese Identifikation mit dem Unternehmen ist Ausdruck eines starken Zusammengehörigkeitsgefühls und bedeutet gleichzeitig eine hohe Auszeichnung für uns.

Hochland ist ein Familienunternehmen, das sich an klaren Werten orientiert. Respekt und Fairness im Umgang, Orientierung an Kundenbedürfnissen und an hohen Qualitätsansprüchen bilden die Basis der Unternehmenskultur. Die Unternehmensleitung weiß um die Bedeutung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den wirtschaftlichen Erfolg. Deshalb ist die *Attraktivität als Arbeitgeber* eine strategische Schlüsselgröße innerhalb der Unternehmensstrategie. Hochland setzt hierzu auf eine Personalpolitik, die das Engagement der Beschäftigten honoriert und fördert. Dazu gehören faire Vergütung, überdurchschnittliche Sozialleistungen, Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie zum altersgerechten Arbeiten. Hochland sieht Chancengleichheit, Diversität sowie Aus- und Weiterbildung als Vorausset-

zungen für eine nachhaltige Entwicklung des Unternehmens. Aufgrund demografischer und technologischer Entwicklungen kommen hierbei *lebenslangem Lernen, systemischem Wissen und Persönlichkeitsbildung* wachsende Bedeutung zu.

Kommunikation und Partizipation

Vertrauen und Offenheit bilden die Grundlage der Kommunikation bei Hochland. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden stets über wichtige Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten. Hierzu nutzt Hochland alle zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle wie Betriebs- und Abteilungsversammlungen, Rundschreiben, Aushänge, Mitarbeiterzei-

tung und Intranet. Hochland gestaltet seine Unternehmenskultur in vielen maßgeblichen Bereichen partizipativ. Die Beteiligung der Beschäftigten zeigt sich zum Beispiel im Ausarbeitungsprozess der *Vision 2025*, bei dem Anregungen einer breiten Basis von Mitarbeitenden einbezogen wurden.

»Wir wissen, dass wir uns stark um Talente bemühen müssen.«

Nis Nürnberger, Geschäftsführer

Feedback-Mechanismen

Hochland betrachtet eine funktionierende *Feedback-Kultur* als wesentlichen Faktor für ein motivierendes Arbeitsumfeld. Dazu tragen jährliche Mitarbeitergespräche, Feedback-Fragebogen zu allen Weiterbildungsveranstaltungen sowie regelmäßige Befragungen der Beschäftigten bei. Auf Managementebene arbeitet Hochland seit vielen Jahren mit einem *360 Grad Feedback*, um eine objektive Beurteilung der Management- und Führungskompetenzen zu erhalten.

Flache Hierarchien und kurze Entscheidungswege tragen ebenfalls dazu bei, dass die Belegschaft in hohem Maße eigenverantwortlich arbeiten kann. Es ist bei Hochland ausdrücklich erwünscht, dass Mitarbeitende ihre Kompetenzen in das Unternehmen einbringen – dies kann zum Beispiel über das betriebliche Vorschlagswesen erfolgen.

Zufriedenheit als Erfolgsfaktor

Um die hohe Qualität seiner Produkte zu gewährleisten, ist Hochland auf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angewiesen, die sich in ihrem Arbeitsumfeld wohlfühlen. Hierzu fördert das Unternehmen den persönlichen

Dialog und den offenen Austausch sowohl über Positives als auch über Verbesserungspotenziale. Zur beruflichen und persönlichen Entwicklung der Beschäftigten setzt Hochland auf bedarfsgerechte Ausbildungsprogramme. Hochland fordert und fördert eine offene und wertschätzende Arbeitsatmosphäre.

Dass *Hochländerinnen und Hochländer* sich wohlfühlen, zeigt sich in einer *niedrigen Fluktuation* – im Berichtszeitraum zwischen 3,2 und 6,2 Prozent – und in einem hohen Anteil an Mitarbeitenden, die seit mehr als zehn Jahren bei Hochland tätig sind. Die Fluktuationsquote ist innerhalb des Berichtszeitraums angestiegen. Dies liegt in erster Linie am erhöhten Anteil temporärer Aushilfen. Die mittlere Dauer der Betriebszugehörigkeit lag im Berichtszeitraum zwischen 13,6 und 14,5 Jahren.

Vielfalt als Chance

Hochland sieht *kulturelle Vielfalt* als Chance und als Bereicherung für ein kreatives und inspirierendes Arbeitsumfeld. Bei Erscheinen dieses Berichts sind im Unternehmen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Wurzeln in etwa 38 verschiedenen Ländern beschäftigt. Hochland ist es wichtig, unterschiedliche Mentalitäten, Kulturen und Perspektiven in einer partnerschaftlichen Atmosphäre zusammenzubringen, in der es keinen Raum für Diskriminierungen oder für Verletzungen der Menschenwürde gibt. Das Unternehmen setzt deshalb auf Toleranz,

Integration und Inklusion. Im Jahr 2019 waren bei Hochland 4,5 Prozent Mitarbeitende mit Schwerbehinderung (Grad der Behinderung mindestens 50 Prozent oder gleichgestellte Mitarbeitende mit einem GdB von mindestens 30 Prozent) beschäftigt. Für Beschäftigte mit Behinderung gibt es im Unternehmen eine eigene Interessenvertretung mit Kontakt zur Geschäftsleitung und zum Betriebsarzt.

Hochland engagiert sich für geflüchtete Menschen. Ende 2018 ist Hochland der Un-

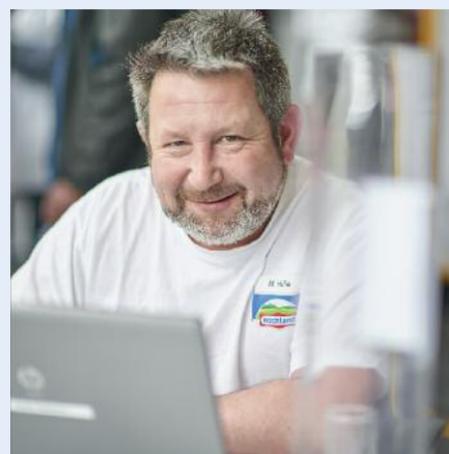
ternehmerinitiative *Bleiberecht durch Arbeit* beigetreten. Aktuell sind etwa 15 Menschen mit Fluchthintergrund im Unternehmen beschäftigt.

Informationen oder Hinweise, dass Hochland an Menschenrechtsverstößen oder Diskriminierungen direkt oder indirekt beteiligt war, lagen im Berichtszeitraum *keine* vor.



BEWERTUNG DER ATTRAKTIVITÄT ALS ARBEITGEBER

Hochland lässt die Mitarbeiterzufriedenheit auch *extern* bewerten, um ein möglichst objektives Bild zu erhalten. Im Wettbewerb *Great Place to Work* werden die Beschäftigten alle drei Jahre ausführlich zu ihrem Arbeitgeber befragt. Nach einer Befragung im Jahr 2019 wurde das Unternehmen im Jahr 2020 als einer der 100 besten Arbeitgeber in Deutschland ausgezeichnet. Hochland erreichte **Platz 21** in der Kategorie *Unternehmen mit 501 bis 2000 Mitarbeitenden*. Hochland wird öffentlich als verantwortungsvoller Arbeitgeber wahrgenommen: So hat das Nachrichtenmagazin *Focus* in Zusammenarbeit mit *Statista*, dem beruflichen Netzwerk *Xing*



und dem Arbeitgeberbewertungsportal *kununu* Hochland im Jahr 2019 erneut als einen der attraktivsten Arbeitgeber in Deutschland ermittelt und mit dem Titel *Focus Top Nationaler Arbeitgeber* ausgezeichnet.



Faires Geben und Nehmen

GRI 102-41, 201-3

Es gehört zu unserer Unternehmenskultur, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Unternehmenserfolg zu beteiligen, zu dem sie entscheidend beitragen. Leistungsgerechte Entlohnung sowie umfassende Sozialleistungen sind deshalb für uns selbstverständlich.

Einen Großteil der etwa 1620 Beschäftigten, rund 93 Prozent, entlohnt Hochland auf Basis des *Tarifvertrags der Milchwirtschaft in Bayern*, inklusive Urlaubs- und Weihnachtsgeld. Im Tarifvertrag sind geschlechtsunabhängige Kriterien zur Stellenbewertung sowie der dazugehörigen Vergütung definiert, sodass *Entgeltgleichheit* unabhängig vom Geschlecht bereits im tariflichen System angelegt ist. Die weiteren rund sieben Prozent außertariflich Angestellten erhalten eine markt- und leistungsgerechte Entlohnung mit einem attraktiven Grundgehalt. Alle Beschäftigten bei Hochland kommen in den Genuss einer *Gewinnbeteiligung*, abhängig vom Vorsteuerergebnis der Hochland-Gruppe.

Hochland engagiert sich als Mitglied im *Arbeitgeberverband der Bayrischen Ernährungswirtschaft e. V.* und in den jeweiligen Tarifkommissionen. Um wettbewerbsfähige Lösungen zu finden, stehen Unternehmensführung und Arbeitnehmervertreter in engem Austausch. Zuletzt konnte zum Oktober 2019 eine Tarifierhöhung um 2,6 Prozent umgesetzt werden. Im Jahr 2018 hat Hochland in Heimenkirch und Schongau die Entgelte der Beschäftigten in der Technik überprüft und wo erforderlich angepasst, um eine *faire Entlohnung* sicherzustellen.

Langfristige Arbeitsverhältnisse, die auf vertrauensvoller Zusammenarbeit basieren, sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für Hochland. Zum Überbrücken von Engpässen in Stoß- oder Urlaubszeiten entlasten Zeitarbeitnehmer die Stammbesellschaft. Viele Zeitarbeitende nutzen ihr Engagement bei Hochland, um dauerhaft im Unternehmen Fuß zu fassen. Im Berichtszeitraum 2017 bis 2019 hat Hochland insgesamt 178 Personen in ein festes Arbeitsverhältnis übernommen. Praktikantinnen und Praktikanten, die länger als drei Monate im Unternehmen tätig sind, erhalten den gesetzlichen Mindestlohn, unabhängig davon, ob es sich um ein freiwilliges oder ein Pflichtpraktikum handelt. Hochland legt Wert auf den verantwortungsvollen Umgang mit Leiharbeit. Die aktuelle Leiharbeiterquote liegt im Berichtszeitraum bei 4 Prozent. Hochland hat die Rahmenbedingungen für Leiharbeiter wesentlich verbessert und den Stundenlohn auf 12 Euro, nach sechs Monaten 13 Euro, erhöht. Diese Entlohnung liegt deutlich über tariflichen und gesetzlichen Vorgaben.

Hochland sorgt auch nach Austritt aus dem Unternehmen für seine Beschäftigten. Seit über 50 Jahren profitieren Hochländerinnen und Hochländer von einem betrieblichen Versorgungssystem aus Alters-, Invaliditäts- und Hinterbliebenenrente. Als tarifvertragliche Leistung hat Hochland für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Vollzeit jährlich 700 Euro in die Pensionskasse eingezahlt, seit 2017 jährlich 800 Euro. Für Teilzeitbeschäftigte gelten anteilige Beträge. Als *zusätzliche betriebliche Altersvorsorge* zahlt Hochland seinen Beschäftigten *freiwillig* 1000 Euro netto pro Jahr. Seit 2017 ist es nicht mehr nur Mitarbeitergruppen, sondern auch *einzelnen Beschäftigten* möglich, in die Pensionskasse einzuzahlen. Neue Mitarbeitende werden automatisch in die Gruppenunfallversicherung aufgenommen. Diese erstreckt sich auch auf den Privatbereich.

Zeitarbeitende,
Praktikantinnen und
Praktikanten

Vorsorge

Bildung als Basis

Managementansatz: GRI 404

Kompetente und motivierte Mitarbeiter sind für uns Voraussetzung für innovative Produkte und hohe Qualität. In Zeiten des demografischen Wandels sind wir gefordert, sowohl junge Talente zu finden und auszubilden als auch die gesamte Belegschaft weiter zu qualifizieren.

In Hochlands Leitlinien der Führung und Zusammenarbeit sind *Lernen und Fördern* als zentrale Aufgaben verankert. Hochlands Personalentwicklung bietet allen Beschäftigten mit Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten die Chance, individuelle Ziele zu erreichen und damit die persönliche Zufriedenheit zu steigern.

Hochland als Ausbildungsbetrieb

Das Unternehmen bildet nicht nur mit dem Ziel der Nachwuchssicherung aus. Hochland sieht es als Teil seiner gesellschaftlichen Verantwortung, jungen Menschen eine anspruchsvolle Ausbildung und damit die Chance auf eine gesicherte Zukunft zu bieten. Im Jahr 2019 waren bei Hochland 69 Auszubildende und Studierende beschäftigt. Damit zählt das Unternehmen zu den großen Ausbildungsbetrieben im Allgäu und in Oberbayern. Hochland bildet in neun milchwirtschaftlichen, technischen und kaufmännischen Berufen aus. Hinzu kommt der Ausbildungsberuf *Koch/Köchin* in der betriebseigenen Kantine. Mit einem *ganzheitlichen Ausbildungsansatz* bietet Hochland jungen Menschen die Möglichkeit, soziale Kompetenzen auf- und auszubauen. Nach Abschluss ihrer Ausbildung werden sie in der Regel für zwei Jahre befristet übernommen, wobei Hochland grundsätzlich den Wechsel in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis anstrebt. Zudem bietet das Unternehmen in Kooperation mit der *Dualen Hochschule Baden-Würt-*



DIE HOCHLAND MILCHAKADEMIE

In der *Hochland Milchakademie* wird intern Fachwissen zum zentralen Rohstoff Milch vermittelt und die praktische Arbeit von Landwirten betrachtet. Auf Basis dieses Wissens werden künftige Herausforderungen der Milcherzeugung analysiert. Bislang haben etwa 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Management, Marketing und Vertrieb an der Milchakademie teilgenommen.

temberg die Möglichkeit, ein duales Studium zu absolvieren. Im Berichtszeitraum fand in Heimenkirch und in Schongau mehrmals ein *Tag der Ausbildung* statt. Bei diesen Veranstaltungen konnten Interessierte sich informieren, wie Ausbildung und Arbeitsalltag im Unternehmen ablaufen.

Lernen auf allen Ebenen

Hochland bietet seinen Beschäftigten zahlreiche Möglichkeiten zur *Schulung und Fortbildung*, darunter Sprachkurse, Fachseminare und Trainings zum Projektmanagement. Das Unternehmen fördert Jobrotation und Abteilungswechsel ebenso wie internationalen Austausch, um Kompetenzen und persönlichen Horizont der Mitarbeitenden zu erweitern. Im Rahmen verschiedener Entwicklungsprogramme unterstützt Hochland sowohl erfahrene als auch Nachwuchsführungskräfte. Geeigneten Bewerberinnen und Bewerber ermöglicht Hochland eine Weiterbildung zur Molkereimeisterin oder zum Molkereimeister.

Maßnahmen zur Aus- und Weiterbildung

Seit dem Jahr 2018 liegt ein Schwerpunkt der Arbeit der *Personalentwicklung* darin, Hochland als lernende und anpassungsfähige Organisation zukunftsfähig zu machen. Die Abteilung organisiert jährlich rund 50 interne Schulungen und Fortbildungen mit insgesamt etwa 500 Teilnehmenden. Im Berichtszeitraum hat Hochland die Ausgaben für Schulungen von jährlich etwa 550 000 Euro auf etwa 700 000 Euro erhöht.





Arbeitszeit ist Lebenszeit

Ein ausgewogenes Verhältnis von Arbeit und Privatleben ist Voraussetzung für Motivation und Zufriedenheit. Wir sehen es als Teil unserer Verantwortung, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der Realisierung ihrer Lebensentwürfe zu unterstützen.

Als Unternehmen in Familienhand ist Hochland stets um Lösungen bemüht, mit denen sich Beruf und Familie flexibel miteinander vereinbaren lassen. Insbesondere Beschäftigte mit Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen sind auf einen Arbeitsplatz angewiesen, bei dem sie Arbeitszeiten ihren persönlichen Bedürfnissen anpassen können. Wann immer möglich, berücksichtigt Hochland die individuellen Wünsche seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Flexible Arbeitszeitmodelle

Im Berichtszeitraum haben zwischen 21 und 32 Prozent der Beschäftigten in Teilzeitmodellen gearbeitet, auch in befristeter Form. Davon waren zwischen 38 und 43 Prozent Männer – mit steigender Tendenz. Für alle tariflich Angestellten gilt eine Gleitzeitregelung. Die zugehörige Betriebsvereinbarung fördert Eigenverantwortung und gewährt mehr Freiheiten im individuellen Zeitmanagement. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter profitieren darüber hinaus von Modellen zur Altersteilzeit. Hochland hat sich verpflichtet, jährlich zu prüfen, ob Altersteilzeit gewährt werden kann. Dieser freiwillig eingegangenen Verpflichtung ist das Unternehmen regelmäßig nachgekommen, indem es jährlich 25 Altersteilzeitjahre zur Verfügung gestellt hat. Im Berichtszeitraum hat Hochland 21 tariflich Beschäftigten im Lebensalter zwischen 56 und 63 Jahren einen Wechsel in die Altersteilzeit ermöglicht.

Hochland bietet Beschäftigten im kaufmännischen Bereich sowie Führungskräften die Möglichkeit, zeitweise von zu Hause aus zu arbeiten. Hochländerinnen und Hochländer, die weit entfernt vom Arbeitsplatz wohnen, können durch Arbeit im *Homeoffice* Fahrzeiten einsparen. Dank der Unterstützung von Zeitarbeiterinnen und Zeitarbeitnehmern kann Hochland selbst in den Sommermonaten den Freizeitausgleich kulant handhaben. Eine interne Regelung gewährleistet, dass hierbei soziale Gesichtspunkte berücksichtigt werden. Zusätzlich bietet Hochland allen Beschäftigten die Option auf 20 Tage unbezahlten Urlaub pro Jahr.

»Den Ausdruck Work-Life-Balance finde ich irreführend, denn das würde ja bedeuten, dass Arbeit nichts mit unserem Leben zu tun hat.«

Josef Stitzl, Geschäftsführer

Zeit für Kinder

Die Unterstützung von Müttern und Vätern ist Hochland ein besonderes Anliegen. Daher geht Hochlands Engagement deutlich über die gesetzlichen Vorgaben hinaus. So entwickelt das Unternehmen kreative Lösungen für Elternzeitvertretungen, Teilzeit in Elternzeit und Elternzeitrückkehrer. Hochländerinnen und Hochländer können ihre Elternzeit nach Bedarf vorzeitig beenden oder verlängern. Partnermonate für Väter werden ebenso wahrgenommen wie Teilzeitoptionen von bis zu 30 Stunden pro Woche. Im Berichtszeitraum gingen insgesamt 143 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Elternzeit, davon knapp neun Prozent Männer.

Für Kinder von Beschäftigten bietet Hochland am Standort Heimenkirch regelmäßig ein Sommerferienprogramm.

Arbeit, die gesund hält

Managementansatz: GRI 403

Gute Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Arbeitssicherheit liegen in unserem ureigenen Interesse als Unternehmen.

Für Gesundheit und Arbeitssicherheit spielt *Prävention* eine wichtige Rolle. Mit ergonomischen Arbeitsplätzen, Gesundheitsförderung, Maßnahmen zur Förderung von Bewegung und gesunder Ernährung sowie der Verpflegung in eigenen Betriebsrestaurants fördert Hochland das Wohlergehen der Beschäftigten. Dass Hochland hier den rich-



tigen Weg beschreitet, bestätigt die *Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe*. Sie hat dem Unternehmen in den Jahren 2017, 2018 und 2019 erneut bescheinigt, dass *Arbeitsschutz und Gesundheitsprävention* bei Hochland die gesetzlichen Vorgaben weit übertreffen. Die Auszeichnung ist mit einer Prämie verbunden, die das Unternehmen jeweils in die weitere Optimierung der Arbeitsbedingungen investiert.

Zwei Pilotprojekte zu Gesundheit und Arbeitssicherheit seien hier stellvertretend für eine Vielzahl von Maßnahmen genannt:

Pilotprojekt Bewegung und Gesundheit

Anstoß für das Projekt *Bewegung und Gesundheit* war die Befragung *Great Place to Work*. Durch sportliche Betätigung sowie sportärztliche Betreuung mit Ernährungsberatung, Trainingsplänen und Leistungsdiagnostik sollte die Gesundheit der 87 freiwillig Teilnehmenden gefördert werden. Dieses Pilotprojekt hat Hochland im Januar 2019 gestartet, zunächst für den Bereich Rohwarenherstellung im Werk Heimenkirch.

Speziell in diesem Sektor gibt es viele Beschäftigte mit Problemen im Stütz- und Bewegungsapparat. Die anonymisierte Auswertung des Projekts zeigte eine gesteigerte

Sensibilisierung für Bewegung und Körperbewusstsein sowie eine durchschnittliche Verringerung des Körperfetts von 1,8 Kilogramm je Person. Weniger gut wurde die hohe Abbrecherquote bewertet – von ursprünglich 87 Teilnehmenden sind nur 39 bis zum Abschluss des Projekts dabeigebblieben. Für ähnliche Angebote in der Zukunft will Hochland deshalb die Rahmenbedingungen überdenken und modifizieren.

Pilotprojekt 100 Prozent sichere Handlungen

Aus unsicheren Handlungen im betrieblichen Ablauf können Gefahren und in der Folge auch Unfälle entstehen. Ziel des im November 2018 gestarteten Projekts ist es, unsichere Handlungen zu vermeiden und damit das Unfallrisiko weiter zu minimieren.

Hochland hat deshalb zusammen mit einem externen Partner ein Konzept zur *Einstellungs- und Verhaltensänderung in der Arbeitssicherheit* erarbeitet. Führungskräfte wurden geschult und für alle Mitarbeitenden des Pilotprojekts gab es eine Informationsveranstaltung. Das Projekt war zunächst auf den Bereich Schmelzkäseverpackung im Werk Heimenkirch beschränkt. Sichere und unsichere Handlungen wurden im Arbeitsbereich beobachtet und dokumentiert. Die Mitarbeitenden erhielten Feedback zu ihren Handlungen, Erfolge wurden benannt und Maßnahmen zur Vermeidung unsicherer Handlungen wurden definiert. Teilnehmende Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und Führungskräfte haben ein positives Feedback, insbesondere zu den im Projekt durchgeführten *Lerngängen*, gegeben. Deshalb wird das Projekt ausgeweitet und ab Februar 2020 für alle



Mitarbeitenden in der Produktion der Werke Heimenkirch und Schongau weitergeführt.

Erste Hilfe und Brandschutz

Leider ist es Hochland bislang nicht gelungen, Arbeitsunfälle *völlig* zu verhindern. Im Jahr 2016 konnte die *LTA-Rate* (Anzahl der Betriebsunfälle je einer Million geleisteter Arbeitsstunden) gegenüber dem Vorjahr signifikant auf 12,3 gesenkt werden. Im Berichtszeitraum ist die LTA-Rate zunächst angestiegen, im Jahr 2019 gesunken. Um auf Ernstfälle vorbereitet zu sein, bildet Hochland Ersthelfer und Brandschutzhelfer aus. Es sind jeweils deutlich mehr Helfer tätig als gesetzlich vorgeschrieben sind.

Gesundheitsförderung

Im Jahr 2002 hat Hochland ein umfangreiches betriebliches Gesundheitsmanagement für die Standorte Heimenkirch und Schongau eingeführt und für beide Standorte eigene Gesundheitsbeauftragte ernannt. Zusammen mit den Betriebsärzten organisiert das Unternehmen auch Vorsorgeuntersuchungen. Hochland hat ein neues Werksarztzentrum umgesetzt. Seit dem Jahr 2018 sind in beiden Werken mehrere Betriebsärzte tätig. Im Berichtszeitraum wurde die technische Ausstattung der Betriebsärzte ausgebaut, sodass nun alle erforderlichen Vorsorgeuntersuchungen direkt vor Ort durchgeführt werden können. Zusätzlich wurde das Know-how im Bereich moderner Betriebsmedizin erweitert. Auch zu Arbeitsplatzbrillen und Impffragen kann jetzt professionell beraten werden. Seit mehreren Jahren gibt es eine Impfkampagne zum Gripeschutz an allen Standorten. Die Impfung kann während der Arbeitszeit in An-

spruch genommen werden und wird von Hochland finanziert. Als weitere Maßnahmen zur Gesundheitsförderung gab es im Berichtszeitraum Erste-Hilfe-Kurse, Sportturniere, Lauftreffs, Fitnesskurse, Motiva-



tionsangebote für Beschäftigte, die *zu Fuß* oder *mit dem Fahrrad* zur Arbeit kommen sowie weitere Angebote zur Förderung von Bewegung, Entspannung und gesunder Ernährung. Hochlands Bemühungen haben sich kurzfristig noch nicht ausgezahlt. Die Gesundheitsrate bewegt sich auf nahezu konstantem Niveau.

Ernährung

Hochland sieht auch in der *Verpflegung* der Beschäftigten einen wichtigen Baustein der Gesundheitsvorsorge. Die Betriebsrestaurants bereiten täglich frische und abwechslungsreiche Gerichte zu. Sie werden von Hochland bezuschusst, sodass die Beschäftigten für eine komplette Hauptmahlzeit nur 3,50 Euro bezahlen.

Seit 2018 setzt die Küche zunehmend auf nachhaltige Angebote. Neben regionalem und saisonalem Obst und Gemüse wird am Standort Schongau Fleisch in Bio-Qualität bei einer sozialen Einrichtung in der Nachbarschaft eingekauft. Für Abwechslung in der Ernährung sorgen Themenwochen, vegetarische und gelegentlich vegane Gerichte, Müsliwochen sowie kostenlos bereitgestellte Äpfel.

Lärmbelastung senken

Auch Lärm kann zu gesundheitlichen Beeinträchtigungen führen. Hochland trifft deshalb, über die gesetzlichen Anforderungen

hinaus, bereits ab einem Geräuschpegel von 80 Dezibel situationsabhängige Maßnahmen gegen Lärm. Das Unternehmen trägt dafür Sorge, dass die betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den zur Verfügung gestellten Hörschutz nutzen. Für Beschäftigte in lauten Bereichen sind zudem Vorsorgeuntersuchungen, Hörtests und Schulungen obligatorisch.

Geprüfte Sicherheit

Das Arbeitssicherheitsmanagement Hochlands ist *nach ISO 45001:2018 zertifiziert*.

Zusammen mit Auditoren ermittelt das Unternehmen kontinuierlich potenzielle Gefahrenquellen. Erkannte Risiken werden, wo immer möglich, durch geeignete Präventionsmaßnahmen minimiert. Unfallursachen geht Hochland konsequent auf den Grund und setzt alles daran, diese zu beseitigen.

Wissen vermitteln

Um Risiken zu minimieren, hält es Hochland gerade im *Gesundheits- und Arbeitsschutz* für wichtig, vorausschauend zu planen. Hochland sensibilisiert deshalb Verantwortliche, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für diese Themen und vermittelt in Lehrgängen Basiswissen.

Ergonomie in Produktion und Verwaltung

Die Anpassung der Arbeitsbedingungen an den Menschen kann wesentlich zur Gesundheit beitragen. Deshalb setzt Hochland auf ergonomisch gestaltete Arbeitsplätze.

Ergänzend bietet das Unternehmen Schulungen zu ergonomischer Optimierung für Führungskräfte in Produktion und Technik sowie für Konstrukteure von Produktionsanlagen.

Im Berichtszeitraum hat Hochland zahlreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Ergonomie umgesetzt. Insbesondere Tätigkeiten des Hebens und Tragens werden nun an vielen Stellen technisch unterstützt. Viele Bewegungsabläufe in der Produktion wurden so verändert, dass sie keine körperliche Belastung mehr darstellen. Für den Verwaltungsbereich am Standort Heimenkirch hat Hochland rund 260 000 Euro investiert, um 300 höhenverstellbare Steharbeits-tische anzuschaffen. Das Unternehmen hat Maßnahmen zur Verbesserung der Raumakustik und der Beleuchtungsqualität vorgenommen sowie CO₂-Messungen in Büros durchgeführt.



Im Jahr 2019 hat Hochland in Zusammenarbeit mit der AOK Büroarbeitsplätze hinsichtlich ergonomischer Aspekte optimiert. Beschäftigte an Schreibtischarbeitsplätzen erhielten dabei praktische Hinweise zum Umgang mit höhenverstellbaren Tischen und Anregungen für einfach umzusetzende Verbesserungsmaßnahmen am Arbeitsplatz.



Engagierte Hochländerinnen und Hochländer

Wir stehen zu unserer sozialen Verantwortung. Auch Gesellschafterinnen und Gesellschafter, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tragen durch freiwilliges Engagement für gemeinnützige Zwecke die Werte unseres Unternehmens aktiv in die Gesellschaft.

Hochlands Unternehmenskultur unterstützt soziale und karitative Aktivitäten und schafft dafür Freiräume. Bei Spendenaktionen und ehrenamtlichen Tätigkeiten stehen häufig benachteiligte Kinder und Jugendliche im Mittelpunkt. Das Unternehmen arbeitet gerade an einer neuen Spendenstrategie. *Siehe auch → Kapitel Unternehmensführung → Gesellschaftliches Engagement.*

Fleißige Spender

Bei Hochländerinnen und Hochländern hat es Tradition, aus der Belegschaft heraus eigene Spendenaktionen zu organisieren. Aus verschiedenen Aktivitäten kamen zum Beispiel im Jahr 2018 fast 8000 Euro zusammen. Die Spendengelder sind an Einrichtungen wie den *Förderkreis für krebskranke Kinder im Allgäu*, den *Verein Sympathiehunde in Kijßlegg*, das *Kinderhospiz Bad Grönenbach* und die *Kinderbrücke Allgäu* geflossen. Ein Teil der Spenden ging an die Aktion *Gemeinsam für Alois*. In Zusammenarbeit mit der *Deutschen Knochenmarkspender-Datei (DKMS)* wurden Stamm-

zellspender für einen erkrankten Kollegen – und an Blutkrebs erkrankte Menschen weltweit – gesucht. Im Berichtszeitraum hat eine *Firmentypisierung von Stammzellenspendern* stattgefunden. Die Laborkosten hat Hochland übernommen.

Tradition hat auch das *Laufteam* beim Marktfest der Gemeinde Heimenkirch. Hochland übernimmt die Startgebühr und stellt Lauftrikots. Pro gelaufener Runde wird ein Betrag an soziale Einrichtungen oder Projekte im Ort gespendet.

Aktive Hochländerinnen und Hochländer

Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind in *Helferkreisen für Geflüchtete* aktiv oder im Arbeitskreis *SchuleWirtschaft*, wo sie Berufsinformationen vermitteln und bei Bewerbungstrainings helfen. Auch in Sportvereinen, Musikkapellen, in der Lokalpolitik und bei der Freiwilligen Feuerwehr sind Teile der Belegschaft vertreten. Hochland unterstützt dieses Engagement. Mitglieder der Freiwilligen Feuerwehr werden zum Beispiel für ihre Einsätze stets freigestellt.

Eigentum verpflichtet

Auch die Eigentümerinnen und Eigentümer des Unternehmens sind sich ihrer sozialen Verantwortung bewusst. Aus diesem Kreis wurden und werden zahlreiche lokale Projekte im sozialen Bereich finanziell unterstützt. Im Mittelpunkt stehen dabei langfristig wirkende Maßnahmen, um insbesondere Kindern und Jugendlichen aus sozial schwachen Familien oder durch persönliches Schicksal Benachteiligten mehr Chancengleichheit zu ermöglichen. Viele Projekte entstehen deshalb in Zusammenarbeit mit Schulen der Region. Beispiele sind sozialpädagogische Begleitungen, Vermittlung von Konfliktlösungsstrategien oder die Zusammenarbeit mit einer Musikschule, um die musische Bildung von Kindern zu fördern. Darüber hinaus arbeiten Gesellschafterinnen und Gesellschafter Hochlands mit Organisationen zusammen, bei denen die Förderung kindlicher Entwicklung im Fokus steht, wie dem Kinderschutzbund oder dem Kreisjugendring. Ein Anliegen ist hierbei, Kinder und Jugendliche so zu fördern, dass sie in ihrer Persönlichkeit gefestigt werden und einen Schulabschluss schaffen – und damit die Voraussetzung für eine erfolgreiche Berufsausbildung erlangen. Damit möchten die Hochland-Gesellschafterinnen und Gesellschafter der Tatsache Rechnung tragen, dass der Erfolg des Unternehmens auch auf seinen gut ausgebildeten Beschäftigten beruht.



Kennzahlen

GRI 102-7, 102-8, 102-48, 301-1, 302-1, 305-1, 401-1, 404-1 | FP1, FP5

Hochland macht seine Nachhaltigkeitsleistungen mithilfe von Kennzahlen transparent.

In der folgenden Tabelle sind die wichtigsten Daten aus relevanten Bereichen für die Jahre 2017 bis 2019 aufgeführt. Soweit nicht anders gekennzeichnet, beziehen sich alle Angaben auf die *Hochland Deutschland GmbH* mit den Werken in *Heimenkirch* und *Schongau*. Die Zahlen

sind jeweils gerundet, was zu geringfügigen Abweichungen in der Summenbildung führen kann. Aufgrund neuer Erhebungsmethoden kann es zu Diskrepanzen zwischen hier genannten und bereits publizierten Werten kommen. Die angegebenen Zahlen der Mitarbeitenden beziehen sich jeweils auf den Stand zum 31. Dezember eines jeden Jahres.

KENNZAHLEN HOCHLAND DEUTSCHLAND GMBH

Finanzen

Umsatzerlöse in Mio. Euro	2015	2016	2017	2018	2019
Umsatzerlöse gesamt	744,6	742,3	806,4	811,4	851,5
Umsatzerlöse Inland	544,8	539,6	570,7	556,1	574,7
Umsatzerlöse Ausland	199,8	202,7	235,7	255,3	276,8
Investitionen	10,1	11,8	10,2	14,8	21,7

Produkte

Mengen in Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Absatzmenge ¹	160.999	167.061	165.455	165.877	171.764
Erzeugte Fertigware	230.822	239.939	244.132	263.255	271.010
Verarbeitete Milchmenge ²	228.000	233.345	237.746	254.633	263.537

Umwelt

Energie

Energieverbrauch in MWh	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtenergieverbrauch in MWh	89.336	92.648	92.839	95.812	98.669
Strom in MWh	35.947	36.583	36.631	37.101	37.118
Erdgas in MWh	53.231	56.065	56.208	58.614	61.444
Heizöl in MWh	158	20	12	97	107

Energieverbr. in kWh/t Fertigware	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtenergieverbrauch	387,0	386,1	380,3	364,0	364,0
Strom	155,7	152,5	150,1	140,9	137,0
Erdgas	230,6	233,7	230,2	222,7	226,7
Heizöl	0,7	0,1	0,1	0,4	0,4

Erneuerbare Energien	2015	2016	2017	2018	2019
Anteil erneuerbarer Energie in %	22,48	21,21	21,24	21,51	21,07

Umwelt

CO₂-Bilanz

CO ₂ -Emissionen in Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
CO ₂ -Emissionen (direkt)	15.176	15.797	15.092	16.088	16.041
CO ₂ -Gutschrift	-1.588	-1.675	-1.601	-1.583	-1.793
CO₂-Bilanz (gesamt)	13.588	14.122	13.491	14.505	14.248

CO ₂ -Emissionen in kg/t Fertigware	2015	2016	2017	2018	2019
CO ₂ -Emissionen (direkt) ³	65,75	65,84	61,82	61,11	59,19
CO ₂ -Gutschrift ³	-6,88	-6,98	-6,56	-6,01	-6,62
CO₂-Bilanz (gesamt)³	58,87	58,86	55,26	55,10	52,57

Wasser und Abwasser

Wassermengen in m ³	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtwasserverbrauch	601.685	608.563	576.610	577.870	593.991
Frischwasser	484.606	475.405	467.599	476.393	444.358
Quellwasser	117.079	133.158	109.011	101.477	149.633
Abwasser	538.928	547.099	550.089	533.912	548.565
Abwasser werkseigene Kläranlage ²	427.542	427.740	441.064	424.533	437.041
Abwasser kommunale Kläranlage	111.386	119.359	109.025	109.379	111.524

Wassermengen in m ³ /t Fertigware	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtwasserverbrauch	2,61	2,54	2,37	2,20	2,19
Frischwasser	2,10	1,98	1,92	1,81	1,64
Quellwasser	0,51	0,55	0,45	0,39	0,55
Abwasser	2,33	2,28	2,25	2,03	2,02

Abfall und Wertstoffe

Abfallmengen in Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtabfallaufkommen	4.990	5.297	5.547	5.392	5.906
Restmüll zur Beseitigung ⁴	167	169	158	163	168
Klärschlamm zur Beseitigung ²	886	931	1.266	1.167	1.189
nicht gefährliche Abfälle	4.088	4.348	4.252	4.212	4.696
gefährliche Abfälle	25	17	29	13	21

Abfallmengen in kg/t Fertigware	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtabfallaufkommen	21,62	22,08	22,72	20,48	21,79
Restmüll zur Beseitigung ⁴	1,47	1,44	1,38	1,44	1,44
Klärschlamm zur Beseitigung ²	7,56	7,58	9,76	7,78	7,71
nicht gefährliche Abfälle	17,71	18,12	17,42	16,00	17,33
gefährliche Abfälle	0,11	0,07	0,12	0,05	0,08

Umwelt					
Verpackungsmaterial					
Verpackungsmaterial in Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtverpackungsmaterial	19.539	19.400 ⁵	19.099	19.264	19.361
davon Kunststoffverpackungen ¹	7.198	7.527	6.867	6.418	6.235
Verp.material in kg/t Fertigung	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtverpackungsmaterial	83,15 ⁵	80,85 ⁵	78,23	73,18	71,44
davon Kunststoffverpackungen ¹	31,18	31,37	28,13	24,38	23,01
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ^{6,7}					
Belegschaft	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtzahl Mitarbeitende	1.451	1.507	1.600	1.652	1.761
Frauen	539	561	592	618	659
Männer	912	946	1.008	1.034	1.102
nach Beschäftigungsverhältnis	2015	2016	2017	2018	2019
Vollzeitbeschäftigte	1.193	1.222	1.264	1.284	1.336
Teilzeitbeschäftigte	258	285	336	368	425
davon Männer ⁸			127	145	184
tariflich Angestellte ⁸			1.483	1.523	1.621
unbefristet Beschäftigte	1.325	1.326	1.378	1.460	1.529
befristet Beschäftigte	126	181	222	192	232
Auszubildende	2015	2016	2017	2018	2019
Anteil Auszubildender in %	3,58	3,52	3,19	3,03	3,01
nach Einsatzgebieten	2015	2016	2017	2018	2019
Produktion, Anzahl Mitarbeitende	1.237	1.291	1.373	1.412	1.500
Verwaltung, Anzahl Mitarbeitende	214	216	227	240	261
Altersstruktur	2015	2016	2017	2018	2019
< 30 Jahre	262	284	331	352	384
30 bis 50 Jahre	782	780	799	813	865
> 50 Jahre	407	443	470	487	512
Durchschnittsalter	2015	2016	2017	2018	2019
Durchschnittsalter in Jahren	41,98	41,92	41,57	41,61	41,36
Dauer der Betriebszugehörigkeit	2015	2016	2017	2018	2019
Betriebszugehörigkeit in Jahren	14,7	14,5	14,5	14,1	13,6
Fluktuationsquote in % ⁹	4,1	3,4	3,2	5,4	6,2

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ^{6,7}					
Frauenanteil Führungspositionen	2015	2016	2017	2018	2019
Frauen in Führungspositionen in %	13,48	16,76	17,02	15,46	17,54
Elternzeit	2015	2016	2017	2018	2019
Mitarbeitende in Elternzeit ^{8,10}			50,75	43,92	48,75
davon Männer ^{8,10}			4,75	4,00	3,66
Beschäftigte mit Behinderung	2015	2016	2017	2018	2019
Besch. m. Schwerbehinderungen in % ¹¹	4,61	4,45	4,00	4,42	4,49
Gesundheit	2015	2016	2017	2018	2019
Krankenstand, mit Lohnfortz. in % ¹²	4,52	3,87	3,92	3,84	4,02
Gesundheitsquote in % ¹³			94,15	93,59	94,15
Unfälle, LTA-Rate ¹⁴	18,50	12,30	15,60	18,01	17,03
Weiterbildungen, überfachlich	2015	2016	2017	2018	2019
Anzahl Teilnehmende	543	842	444	513	449

¹ Kennzahl in diesem Bericht neu aufgenommen – gilt auch für rückwirkende Werte.

² Kennzahl bezieht sich auf den Standort Schongau.

³ Berechnungen in Anlehnung an das *Greenhouse Gas Protocol*.

⁴ Kennzahl bezieht sich auf den Standort Heimenkirch.

⁵ Kennzahl wurde nachträglich korrigiert.

⁶ Mitarbeitende der Hochland Deutschland, die am Standort Oberreute arbeiten, werden bei den Mitarbeitendenkennzahlen mit erfasst – ansonsten ist der Standort Oberreute kein Bestandteil der Berichterstattung.

⁷ Bei allen Kennzahlen im Bereich Mitarbeitende handelt es sich um Kopffzahlen.

⁸ Kennzahl in diesem Bericht neu aufgenommen.

⁹ Angegeben ist die *enge* Fluktuationsquote – Berechnung nach folgender Formel: Quotient aus *echten* Austritten (ohne Praktikanten und geringfügig Beschäftigte) und der durchschnittlichen Kopffzahl (einschließlich Ruhende) abzüglich der durchschnittlichen Anzahl von Praktikanten und geringfügig Beschäftigten.

¹⁰ Jahresdurchschnitt umfasst Partnermonate und längere Elternzeiten.

¹¹ Grad der Behinderung 50 und höher sowie gleichgestellte Mitarbeitende mit Grad der Behinderung 30 und höher.

¹² Krankenstand mit Lohnfortzahlung – Definition: Krankheit, bezahlte Kur, Arbeitsunfall, Kur nach Arbeitsunfall; Berechnungsbasis reduziert um folgende Abwesenheiten: Pflegezeit bezahlt und unbezahlt, Weiterbildung, Elternzeit, unbezahlter Urlaub, (Grundwehr-/Zivildienst), Beschäftigungsverbot bei Schwangerschaft, Mutterschutz, Aussteuerung, befristete Erwerbsminderungsrente.

¹³ Gesundheitsquote – Berechnung nach folgender Formel: (Regelarbeitstage – bezahlte und unbezahlte Krankheitstage)/Regelarbeitstage
Definition *bezahlte und unbezahlte Krankheitstage*: Krankheit, bezahlte Kur, Arbeitsunfall, Kur nach Arbeitsunfall, Krankheit ohne Lohnfortzahlung, Kur ohne Lohnfortzahlung, Wiedereingliederung; Berechnungsbasis reduziert um folgende Abwesenheiten: Pflegezeit bezahlt und unbezahlt, Weiterbildung, Elternzeit, unbezahlter Urlaub, (Grundwehr-/Zivildienst), Beschäftigungsverbot bei Schwangerschaft, Mutterschutz, Aussteuerung, befristete Erwerbsminderungsrente.

¹⁴ Unfälle je einer Mio. Arbeitsstunden.



Auszeichnungen und Mitgliedschaften

GRI 102-13

Im Jahr 2020 wurde das Unternehmen beim Wettbewerb **Great Place to Work** unter 840 Teilnehmern als einer der 100 besten Arbeitgeber in Deutschland ausgezeichnet. Hochland erreichte **Platz 21** in der Kategorie **Unternehmen mit 501 bis 2000 Mitarbeitenden** und erzielte in dieser Gruppe **Rang drei** aller produzierenden Unternehmen. Die zugrunde liegende Befragung fand im Jahr 2019 statt – deshalb ist das Ergebnis im Bericht aufgeführt. In Umfragen des Nachrichtenmagazins *Focus* stand Hochland im Jahr 2018 auf Platz 166 der beliebtesten Arbeitgeber in Deutschland. Das Ranking umfasste insgesamt 1 000 Unternehmen. Im Jahr 2019 erhielt Hochland von *Focus* das Prädikat **Testsieger** für das nachhaltige Engagement des Unternehmens sowie die Auszeichnung **Nachhaltiges Engagement: Stark** für die Marke Almette. Für vorbildliches Engagement beim **Gesundheits- und Arbeitsschutz** wurden die beiden Standorte Heimenkirch und Schongau von der **Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN)** im Mai 2019 zum sechsten Mal in Folge als **prämierter Betrieb** ausgezeichnet. Die Marke **Patros** erlangte im Jahr 2019 zum zweiten Mal die Auszeichnung **Marke des Jahrhunderts** der Wochenzeitung *Die Zeit*. Der Verpackungspreis **Silverpack Award** wurde Hochland Anfang des Jahres 2018 für die FSC-Pappschachtel der **Hochland Schmelzkäsescheiben** verliehen. Produkte der Marke **Grünländer** wurden im Jahr 2018 von der Fachzeitschrift *Lebensmittel Praxis* sowohl als **Produkt des Jahres** als auch mit dem **ersten Platz in der Handelsbefragung HIT** ausgezeichnet. Bei der Zeitschrift *Milch-Marketing* erhielten im Jahr 2017 Produkte der Marken **Almette** und **Grünländer** jeweils eine **Goldmedaille**. Im Jahr darauf gab es eine **Silbermedaille** für die Produkte **Patros Hirtencreme**, **Patros Ofen Genuss** sowie für die **Hochland Sandwich Scheiben**. Im Jahr 2019 erreichte der Hochland **Hofkäse aus dem Allgäu Platz eins**. Im Rahmen der Qualitätsprüfungen für Milcherzeugnisse hat die **Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG)** Hochland im Berichtszeitraum mit **90 Gold- und 12 Silbermedaillen** ausgezeichnet.

MITGLIEDSCHAFTEN

Hochland ist in einer Vielzahl von Verbänden, Initiativen und Arbeitsgruppen aktiv. Zu den wichtigsten Mitgliedschaften zählen:

Arbeitgeberverband der Bayrischen Ernährungswirtschaft e.V.

Tarifkommission der Bayerischen Milchwirtschaft

Bayerischer Milchförderungsfonds

Milchindustrie-Verband e.V.

Verband der Bayerischen Privatmolkereien

Verband der Bayerischen Privaten Milchwirtschaft e.V.

Verband der Milcherzeuger Bayern e.V.

Zentrum für Lebensmittel- und Verpackungstechnologie e.V.

GRI Index

Der Hochland Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich am international anerkannten Leitfaden der *Global Reporting Initiative (GRI)* und wurde in Übereinstimmung mit den *GRI-Standards – Option »Kern«* erstellt.

Der Inhaltsindex mit einer Tabelle der GRI-Indikatoren findet sich auf der Hochland Website unter folgender Adresse:



nachhaltigkeitsbericht.hochland-group.com/gri-index

Über diesen Bericht

GRI 102-46, 102-50

Zu verantwortungsvollem Handeln gehören auch transparente Informationen. Wir legen hiermit unseren dritten Nachhaltigkeitsbericht vor. Er soll umfassend über unsere Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen sowie über die bisherigen Ergebnisse unseres Nachhaltigkeitsengagements informieren.

Dieser Report dient zur Information aller Mitarbeitenden, Geschäftspartner, weiterer Stakeholder sowie der interessierten Öffentlichkeit. Der nächste Bericht wird voraussichtlich im Jahr 2023 erscheinen und sich auf den Zeitraum 2020 bis 2022 beziehen. Im Rahmen regelmäßiger Umwelterklärungen äußert sich Hochland darüber hinaus ausführlich zu den Bereichen Umwelt, Arbeitssicherheit, Gesundheit und Energiemanagement.

Berichtszeitraum und Berichtsgrenzen

Der vorliegende *Hochland Nachhaltigkeitsbericht 2017 bis 2019* umfasst den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2019. Den Report ergänzen Informationen zu wesentlichen Aktivitäten, die entweder vor oder nach dem genannten Zeitraum bis zum Redaktionsschluss im April 2020 stattfanden. Die Kennzahlen beziehen sich jeweils auf die Jahre 2017 bis 2019. Die Daten wurden über die etablierten Managementsysteme in den jeweiligen Unternehmensbereichen erfasst. Geltungsbereich ist die *Hochland Deutschland GmbH* mit ihren Produktionsstätten in Heimenkirch im Allgäu und Schongau in Oberbayern. Die *Hochland Deutschland GmbH* wurde zum 1. Januar 2007 als hundertprozentige Tochter der *Hochland SE* gegründet und ist innerhalb der Unternehmensgruppe für das deutsche *Markengeschäft* sowie für die internationalen Geschäftsfelder *Food Service* und *Private Label* verantwortlich. Der Vertrieb für den Bereich *Private Label* erfolgt durch eine eigenständige Gesellschaft. Einige Maßnahmen gesellschaftlichen Engagements in Deutschland werden von der *Hochland SE* gesteuert. Dies ist an den entsprechenden Textstellen gekennzeichnet.

Inhalte und Berichtsstandard

Bei der Auswahl der Themen hat sich Hochland am Prinzip der **Wesentlichkeit** und an den zentralen Erwartungen seiner Stakeholder orientiert. Letztere hat das Unterneh-

men in einer umfangreichen Stakeholderanalyse, zum Beispiel über Interviews mit internen und externen Stakeholdern, ermittelt. Die Berichtsinhalte wurden überdies auf Basis der Hochland Unternehmensstrategie sowie branchenspezifischer Themen gewichtet. In den Kapiteln *Unternehmensführung*, *Produkte*, *Umwelt* sowie *Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter* sind jeweils die relevanten Herausforderungen und Maßnahmen formuliert. Der abschließende *Anhang* fasst alle wichtigen *Kennzahlen* zusammen. Der Hochland Nachhaltigkeitsbericht 2017 bis 2019 wurde in Übereinstimmung mit den *GRI-Standards – Option »Kern«* erstellt. Er berücksichtigt zudem die branchenspezifischen Ergänzungen für lebensmittelverarbeitende Unternehmen – *Food Processing Sector Supplement (FPSS)*. Ein Audit zur externen Bestätigung wurde nicht durchgeführt. Der GRI-Inhaltsindex wird aus dem Nachhaltigkeitsbericht ausgegliedert und als eigenständiges Dokument online veröffentlicht unter: nachhaltigkeitsbericht.hochland-group.com/gri-index

Format und Kontakt

Dieser Bericht steht allen Interessierten in deutscher und englischer Sprache auch als Download auf der Hochland Website zur Verfügung: www.nachhaltigkeitsbericht.hochland-group.com Darüber hinaus ist er als Printausgabe erhältlich. Ansprechpartnerinnen bei Rückfragen und Hinweisen zum Hochland-Nachhaltigkeitsbericht sind *Petra Berners, Public Relations*, petra.berners@hochland.com und *Simone Grunwald, Nachhaltigkeitsmanagerin*, simone.grunwald@hochland.com.

Redaktionelle Anmerkung

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit ist nicht an jeder Stelle auch die weibliche Sprachform genannt. Gleichwohl werden stets alle Geschlechter gleichermaßen adressiert.

Impressum

GRI 102-53

HERAUSGEBER

Hochland Deutschland GmbH
Kemptener Straße 17
88178 Heimenkirch
Deutschland
Telefon +49 (0)8381 502-0
www.hochland-group.com

ANSPRECHPARTNER NACHHALTIGKEIT

Karsten Roth, Leiter Qualitätsmanagement und Nachhaltigkeit
E-Mail karsten.roth@hochland.com
Telefon +49 (0)8381 502-633

ANSPRECHPARTNERIN PRESSE

Petra Berners, PR-Managerin
E-Mail petra.berners@hochland.com
Telefon +49 (0)8381 502-692

PROJEKTMANAGERIN

NACHHALTIGKEITSBERICHT
Simone Grunwald
Nachhaltigkeitsmanagerin
E-Mail simone.grunwald@hochland.com

BERATUNG

Scholz & Friends Reputation, Berlin
s-f.com/reputation



ONLINEVERSION

Eine Onlineversion dieses Nachhaltigkeitsberichts finden Sie unter nachhaltigkeitsbericht.hochland-group.com

KONZEPTION, TEXT UND GESTALTUNG

Jasten, Büro für Gestaltung und Kommunikation, Irsee
www.jasten.de

FOTOGRAFIE

Michael Jasten, Irsee
Ausgenommen folgende Bilder: Seite 23, Gärtnerei Herzogsägmühle: Johann Jilka; Seite 62 f., Molkereikongress: Hans-Rudolf Schulz für dfv Conference Group GmbH; Seite 63, Laufteam: Hochland; Seite 68: Barbara König für Great Place to Work. Besonderer Dank gilt allen Hochländerinnen und Hochländern, die sich als Fotomodelle zur Verfügung gestellt haben.

ICONS

Icons in Infografiken: Noun Project

© 2020

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Hochland Deutschland GmbH



Almette

PATROS

Grünländer



GERVAIS

