



---

Globale Kompetenz.  
Regionale Verantwortung.

# Inhalt



Dieses Symbol mit Webcode zeigt im Bericht immer wieder den Weg zu ergänzenden Informationen im Internet: Rufen Sie dazu im Browser [www.uelzena.de](http://www.uelzena.de) gefolgt von dem vollständigen Webcode auf.

04



## ÜBER DIESEN BERICHT

Der Nachhaltigkeitsbericht ist unsere ökonomische, soziale und ökologische Bilanz des Jahres 2015

06



## UNTERNEHMEN

Die Uelzena-Gruppe gehört zu den Leistungsfähigsten der Branche – auch in schwierigen Zeiten

12



## PRODUKTE

Nachhaltigkeit bei Milch- und bei innovativen Nicht-Milch-Produkten

18



## SCHWERPUNKT

Moderne Milcherzeugung zahlt sich aus für alle: die Bauern, ihre Tiere und den Verbraucher. Ein Hofbesuch

24



## PRODUKTION

Wir stellen die Verbindung her zwischen mehr Geschäftserfolg und weniger Umweltbelastung

28



## MITARBEITER

Mit einer modernen Personalstrategie festigen wir unseren Erfolgskurs

32



## REGIONALE VERANTWORTUNG

Zum Wohl der Standort-Regionen: Wir engagieren uns für Land und Leute

34

## GRI-INDEX

38

## IMPRESSUM

39

## JAHRESABSCHLUSS



Sehr geehrte Damen und Herren,

das Geschäftsjahr 2015 war erneut für die Uelzena eG wirtschaftlich überaus erfolgreich. Allerdings konnte die für unsere Mitglieder so wichtige Marke von 30 Cent pro Kilogramm für die angelieferte Rohmilch nicht gehalten werden. Die weltweite Steigerung der Milch-erzeugung in wichtigen Erzeugerregionen traf auf eine zurückhaltende Nachfrage. Die Folge war ein teils dramatischer Preisverfall für alle wichtigen Milchprodukte.

Trotz der deutlichen Absatzsteigerung in allen strategischen Geschäftsbereichen musste die Uelzena-Gruppe einen deutlichen Umsatzrückgang hinnehmen. Den Marktgegebenheiten konnte auch die Uelzena eG sich nicht entziehen – die Folgen für unsere Mitglieder aber dank unseres speziellen Sortimentprofils dämpfen: Die Auszahlungsleistung für unsere Mitgliedsbetriebe ist weiterhin auf wettbewerbsfähigem Niveau. Zusätzlich konnte die Eigenkapitalquote als Puffer gegen künftige geschäftliche Risiken auf knapp 36 Prozent verbessert werden.

Auch 2015 haben wir weiter in die Zukunft des Unternehmens investiert. Der Mitarbeiterstamm wurde nochmals ausgebaut. Besonders stolz sind wir auf unsere hohe Ausbildungsquote von sieben Prozent, die für uns ein wichtiger Teil der Sicherung qualifizierter Fachkräfte für die Zukunft ist. Unsere ethischen Einkaufskriterien werden bereits von 94 Prozent der Lieferanten mit Rohstoffen aus sensiblen Weltregionen erfüllt. Und bei der Altmark-Käserei in Bismark wurde ein Blockheizkraftwerk in Betrieb genommen. Durch diese Investition konnte der CO<sub>2</sub>-Ausstoß nochmals deutlich reduziert werden. Das Motto „Mehr leisten, weniger verbrauchen“ wird uns auch in Zukunft leiten, ökonomischen Erfolg von ökologischen Auswirkungen zu entkoppeln.

Dieser zweite Nachhaltigkeitsbericht zeigt auf, was wir in den fünf strategischen Handlungsfeldern der Uelzena-Gruppe erreicht haben. Zum ersten Mal fassen wir die

interne Bewertung der im Geschäftsjahr 2015 erbrachten Leistung im Hinblick auf die gesteckten Ziele in einer Prozentzahl je Handlungsfeld zusammen. So erhalten Sie einen schnellen Überblick, in welchen Bereichen wir unsere Leistungsfähigkeit noch weiterentwickeln wollen. Weitere Informationen zu diesem Bericht finden Sie auf den nächsten beiden Seiten und unter [www.uelzena.de](http://www.uelzena.de) auf unserer Homepage.

In den nächsten Jahren wird die weltwirtschaftliche Verflechtung der Molkereibranche weiter zunehmen und damit auch die Volatilität der Märkte. Aber auch die ethischen Ansprüche an die Erzeugung von Agrarrohstoffen sowie deren Verarbeitung werden sich weiterentwickeln. Als ergänzende Herausforderung wird die Gewinnung von Fachkräften im ländlichen Raum immer stärkere Bedeutung für den geschäftlichen Erfolg haben.

Unser Ziel ist es, mit einer ausgewogenen und langfristig orientierten Strategie eine stabile Weiterentwicklung unserer Leistungsfähigkeit zu erreichen. Im laufenden Geschäftsjahr 2016 wird der Fokus allerdings vor allem auf einer nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Milchgeldauszahlung liegen müssen. Die Marktpreise sind mittlerweile so bedenklich niedrig, dass auch gut aufgestellte Höfe aus der Milcherzeugung aussteigen könnten.

In den kommenden drei bis fünf Jahren werden aber noch weitere Aufgaben eine entscheidende Rolle spielen, etwa die Beschaffung wichtiger Rohstoffe noch nachhaltiger zu gestalten, das Arbeitgebermarketing weiter zu intensivieren und den Aufbau der Nachhaltigkeitsberichterstattung nach den G4-Richtlinien abzuschließen. Ich bin fest davon überzeugt: Wir sind gut aufgestellt und werden unseren Weg weitergehen. Begleiten Sie uns auch in Zukunft, und schenken Sie uns Ihr Vertrauen.

Claus-Peter Witt  
Vorstandsvorsitzender der Uelzena eG



# Zweiter Bericht, neues Konzept

Der zweite integrierte Jahres- und Nachhaltigkeitsbericht der Uelzena-Gruppe dokumentiert unsere Entwicklungen. Nicht alles, aber vieles an dem Konzept haben wir überarbeitet. In den nächsten Jahren wollen wir unsere Berichterstattung vollständig GRI-konform umsetzen.

Nächstes Jahr ist es so weit: 2017 wird die Europäische Union große Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern – voraussichtlich nur große Kapitalgesellschaften – dazu verpflichten, nicht nur über finanzielle Aspekte zu berichten, sondern zusätzlich auch über ökologische, soziale und ethische Belange. Die Uelzena-Gruppe hat 2014 beschlossen, umfassender zu berichten, und 2015 den ersten integrierten Jahres- und Nachhaltigkeitsbericht herausgebracht. In diesem Jahr folgt der zweite. Das Konzept haben wir weiterentwickelt. Vieles ist daher neu und anders.

Die Inhalte aus dem Jahresbericht, der zuletzt ein separates Kapitel im Nachhaltigkeitsbericht hatte, sind nun in die Kapitelstruktur integriert: Informationen über Branchen- und Geschäftsentwicklungen stehen in den Kapiteln Unternehmen und Produkte. Geändert hat sich auch die eigentliche Kapitelstruktur, die sich an den aktuell fünf Handlungsfeldern der Uelzena-Gruppe orientiert und so für Klarheit sorgt.

## Fortschritte und neue Themen

Diese Handlungsfelder sind die Leitplanken für unsere tägliche Arbeit. Denn für den ersten Bericht haben wir ein Nachhaltigkeitsmanagement anhand einer integrierten strategischen Scorecard eingeführt: fünf Handlungsfelder mit jeweils drei konkreten Zielen und einem internen Auswertungs- und Bewertungsprozess. Die Zielerreichung veröffentlichen wir im vorliegenden Bericht erstmals durch einen Prozentwert in farbigen Boxen je Kapitel. Über die durchweg guten Zahlen freuen wir uns – die Werte liegen zwischen 84 und fast 100 Prozent und zeigen: Die Uelzena-Gruppe ist auf einem guten Weg.

Neu ist ebenfalls das Schwerpunktthema als eigenständiges Kapitel. Unabhängig von den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) möchten wir uns hier jedes Jahr näher mit Themen beschäftigen, die uns und unseren Interessengruppen (Stakeholdern) besonders am Herzen liegen. Aus dem Feedback zum vorangegangenen Bericht haben wir beispielsweise mitgenommen, dass die Tierhaltung für viele Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner, Investoren und Mitgliedsunternehmen ein wichtiges Thema ist. Deshalb haben wir stellvertretend für die vielen modern und verantwortungsbewusst produzierenden Milcherzeuger einen der unseren im Wendland in Niedersachsen besucht und stellen seinen Betrieb vor (siehe Seite 18).

## Arbeitsteilung Online & Print

Eine weitere Neuerung ist die Arbeitsteilung zwischen der Berichterstattung in diesem Heft und im Internet. Im Magazin werden Sie jetzt vor allem Neues lesen, also etwa über aktuelle Ergebnisse unserer Nachhaltigkeitsleistungen. Im Internet sind zusätzlich alle Informationen, die sich von Jahr zu Jahr nicht wesentlich verändern. Zusammengefasst: Unter [www.uelzena.de/nachhaltigkeit](http://www.uelzena.de/nachhaltigkeit) gibt es alle Informationen, im Magazin die aktuellen. Rote Webcodes verlinken zu den Kapiteln im Internet (siehe auch Hinweis im Inhaltsverzeichnis).

## Weiterentwicklung der Berichtsqualität

Einen großen Schritt weiter sind wir darin gekommen, die verschiedenen GRI-Angaben noch besser umzusetzen. Einer der zentralen Fortschritte bei unserer Berichterstattung ist der G4-konforme Aufbau der GRI-Zusammenfassung (GRI-Index) mit Angaben zu Aus-

lassungen (siehe Seite 34). Da sich unser Management und Berichtswesen für Nachhaltigkeit noch in der Entwicklung befindet, haben wir an einigen Stellen entsprechende Aufgaben noch vor uns. Diese Auslassungen dokumentieren wir sorgfältig und transparent.

Weiterhin orientieren wir uns an dem international anerkannten GRI-Reporting-Standard 4.0 Food Processing. Der Schwerpunkt liegt auf den vier Werksstandorten in Uelzen, Bismark, Ratzeburg und Warmsen. Der Berichtszeitraum deckt sich mit unserem Geschäftsjahr, das vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2015 reicht. Unser Ziel ist es, den GRI-Reporting-Standard 4.0 Food Processing bis 2017 entlang der Option „In Übereinstimmung‘ – Kern“ vollständig umzusetzen.

### Keine neue Materialitätsanalyse

Unverändert sind die für die Uelzena-Gruppe als wesentlich identifizierten Aspekte (Materialitätsanalyse). Eine neue Analyse ist für 2016/17 geplant. Zugleich entwickeln wir den Dialog mit unseren wichtigsten Interessengruppen weiter und werden die Ergebnisse in die Analyse einfließen lassen. Und wie schon im ersten Bericht beziehen wir uns in allen Texten bei allgemeinen Bezeichnungen wieder durchgängig auf weibliche und männliche Personen gleichermaßen.

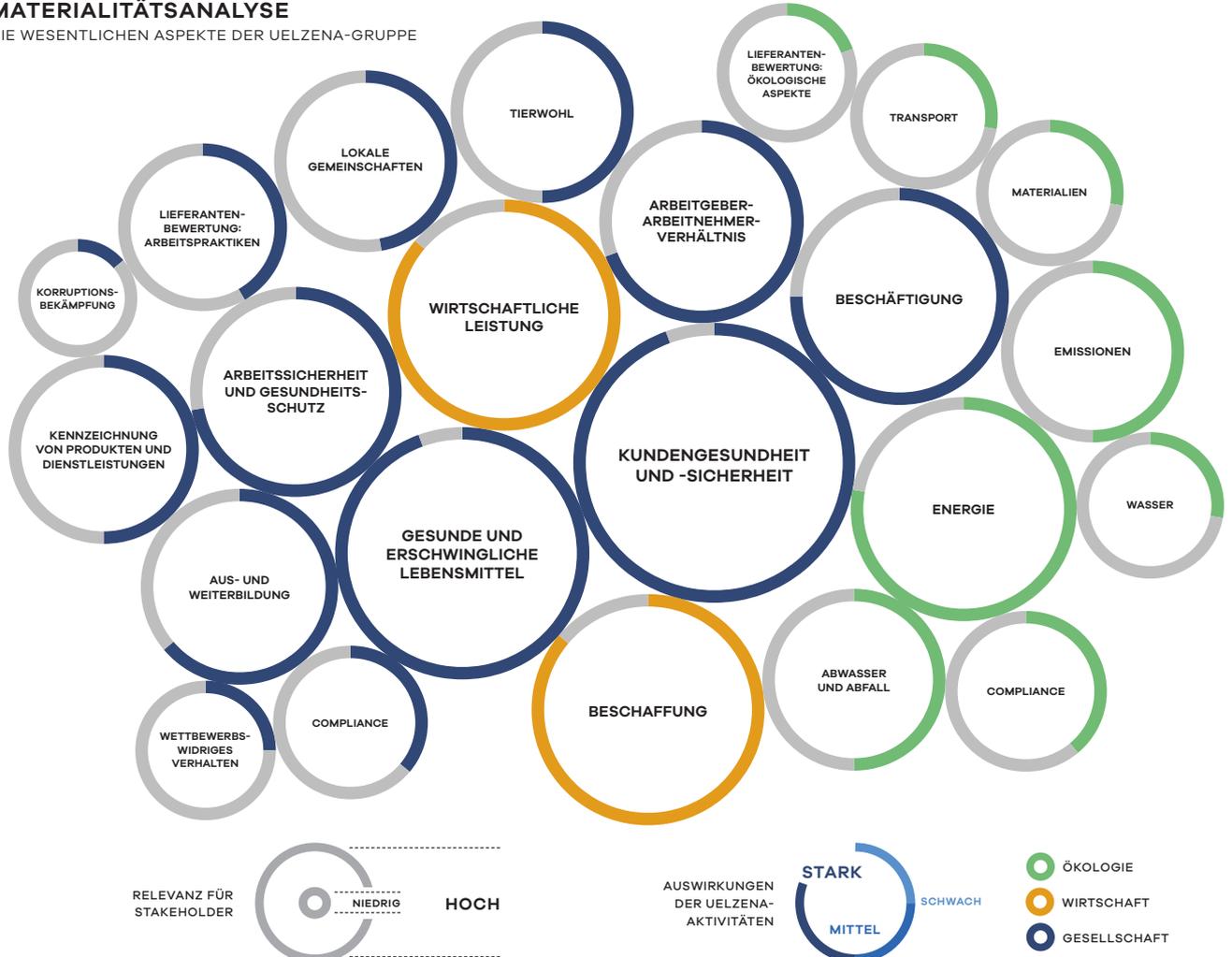


**Uwe Radke**  
Geschäftsführer Marketing & Vertrieb

„Dieser neu strukturierte Nachhaltigkeitsbericht gibt Auskunft über die wichtigsten Entwicklungen in den fünf Handlungsfeldern der Uelzena-Gruppe. Er soll unseren Kontrollorganen und allen Interessierten eine gute Informations- und Bewertungsbasis bieten. Die nutzerorientierte Weiterentwicklung des Berichts ist uns auch zukünftig ein zentrales Anliegen.“

## MATERIALITÄTSANALYSE

DIE WESENTLICHEN ASPEKTE DER UELZENA-GRUPPE





---

# Trotz Gegenwind weiter auf Erfolgskurs

 [/unternehmen#mehr](#)

---

Der niedrige Milchpreis macht der Branche zu schaffen – auch uns und unseren Mitgliedern. Dennoch wächst die Uelzena-Gruppe, weil sie ein gesundes, gut aufgestelltes Unternehmen ist. Gerade in schwierigen Zeiten zeigt sich, dass Uelzena zu den Leistungsfähigsten der Branche zählt.



#### ZIELERREICHUNG

# 99,9 %

WETTBEWERBSFÄHIGES MILCHGELD  
UND ABNAHMESICHERHEIT FÜR DIE  
MITGLIEDER

ERREICHUNG DAUERHAFT GUTER  
UNTERNEHMENSERGEBNISSE

LANGFRISTIGER ERHALT ALS SELBST-  
STÄNDIGE UNTERNEHMENSGRUPPE

## AUSZAHLUNGSLEISTUNG

2015 lag die erreichte Auszahlungsleistung der Uelzena eG auf einem wettbewerbsfähigen Niveau im Vergleich zum veröffentlichten Durchschnitt sämtlicher Molkereien in ganz Deutschland.

BUNDESDURCHSCHNITT\*

UELZENA eG

**29,29** ct/kg

**29,16** ct/kg

\*vorläufige Daten gemäß ZMP/AMI

**B**ei 29,29 Cent pro Kilogramm lag 2015 der durchschnittliche Milchpreis in Deutschland. Damit fiel er unter die für Milcherzeuger wichtige Marke von 30 Cent. Auch Uelzena konnte sich diesem Branchentrend trotz seines geschäftlichen Erfolgs nicht entziehen – allerdings zahlen wir mit 29,16 Cent pro Kilogramm Rohmilch weiterhin besser als der Durchschnitt norddeutscher Molkereien. Was sind die Gründe für den Verfall des allgemeinen Milchpreises?

Da die ehemals regionalen Milchmärkte zu einem globalen Weltmarkt verwachsen sind, verstärken sich die Einflüsse auf den Preis und machen ihn schwankungsanfälliger. Dass er momentan so niedrig ist, hängt mit dem weltweit großen Angebot an Milch und einer schwächelnden Nachfrage zusammen.

### Großes Angebot, schwache Nachfrage

In den letzten Jahren sind die weltweit produzierten Milchmengen kräftig gestiegen, von rund 762 Millionen Tonnen 2012 auf mehr als 800 Millionen im Jahr 2015. Auch Europa trägt zu dieser Situation bei. Denn in der EU sind die produzierten Mengen ebenfalls gewachsen, zwischen 2010 und 2014 von rund 149 auf knapp 160 Millionen Tonnen. Und seit dem Fall der Milchquote am 15. April 2015 sind allein in der EU nochmals 5,3 Millionen Tonnen Milch zusätzlich auf den Markt gekommen (Stand Februar 2016). Die Exporte der EU erreichten daher 2015 ein neues Rekordniveau, während Deutschland seine Exportmengen behaupten konnte. Auch andere Länder außerhalb Europas wie die USA, Indien oder Neuseeland steigerten ihre Produktion. Insbesondere Neuseeland, das traditionell viel mehr Milch erzeugt, als seine Bevölkerung verbraucht, platzierte seine wachsenden Überschüsse auf dem Weltmarkt.



**Herzstück Milchlieferung**

*Knapp 528.000 Tonnen Milchrohstoffe haben Lieferanten der Uelzena-Gruppe 2015 zu unseren Werken gefahren. Das sind täglich rund 60 Lkw, die auch nach Warmen 1 und Bismark 2 kommen.*



Doch während das Angebot weltweit steigt, schwächt die globale Nachfrage. Für die deutsche Milchbranche ist das ein Problem. Denn Deutschland exportiert etwa die Hälfte seiner Produktion und ist deshalb von der Entwicklung in den europäischen Nachbarländern und auf dem Weltmarkt abhängig. Insbesondere die schwache Nachfrage aus China und Russland bereitet aktuell Sorgen. Denn beide Länder sind wichtige Absatzmärkte für Milchprodukte. China importierte 2015 rund 2,7 Millionen Tonnen weniger Milchprodukte, in Russland sank die eingeführte Menge innerhalb von zwei Jahren ebenfalls um etwa 2,7 Millionen Tonnen. Auch die Nachfrage der Öl exportierenden Staaten wuchs nicht. Stattdessen sprangen andere Länder als Abnehmer ein, konnten aber aufgrund des großen Angebots Preisnachlässe aushandeln.

**Uelzenas Erfolgsrezept**

Das niedrige Preisniveau hat Folgen für Uelzena. Es drückte 2015 unseren konsolidierten Umsatz um 31

Millionen Euro auf 526 Millionen Euro. Von diesem Trend in der Branche konnten wir uns nicht abkoppeln. Alle anderen wesentlichen wirtschaftlichen Kennzahlen haben sich jedoch verbessert. Beispielsweise sind unsere Absätze bei den wichtigsten Produktgruppen um 20 Prozent gestiegen. Nur wirtschaftlich gesunde und erfolgreiche Unternehmen sind zu einer derart starken Leistungssteigerung fähig.

Unser Erfolgsrezept lautet: Die Unternehmensgruppe – die Uelzena eG (eingetragene Genossenschaft) als Muttergesellschaft mit Hauptsitz in Uelzen sowie die fünf operativen Tochtergesellschaften – gilt in der Branche als einer der führenden Problemlöser bei der Verarbeitung von Nahrungsmitteln und der Veredelung von Milch. Dank jahrzehntelanger Erfahrung und modernster Produktionstechnologie können wir unseren gewerblichen und industriellen Kunden maßgeschneiderte Lösungen anbieten. Das ist eine unserer besonderen Stärken, die Kunden schätzen und sich deshalb am Markt bezahlt machen.



## DIE UELZENA-SUPPLY-CHAIN

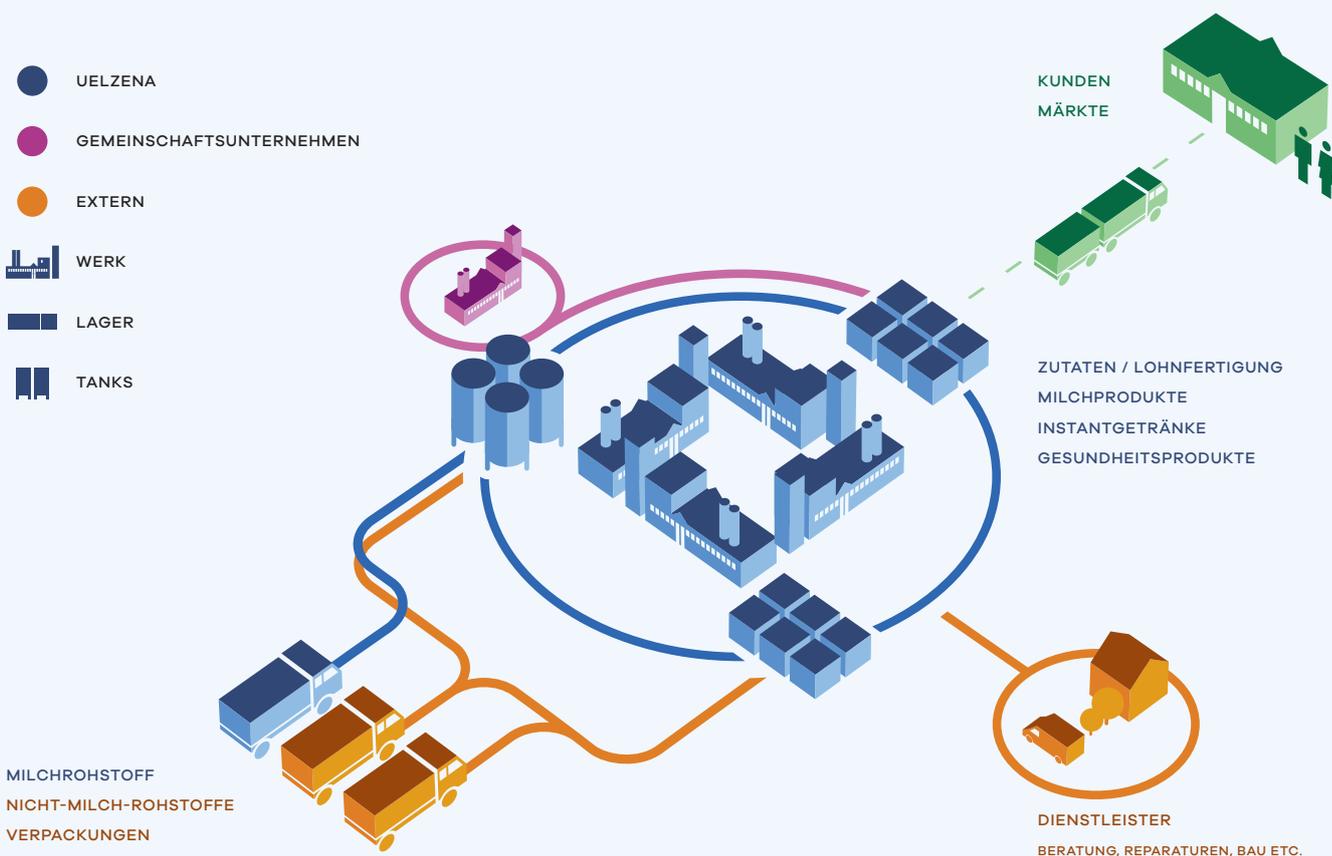
MIT VOR- UND NACHGELAGERTEN WERTSCHÖPFUNGSSTUFEN

Vorgelagerte Wertschöpfung: Von unseren Lieferanten beziehen wir verschiedene Agrarrohstoffe. Die Rohmilch kommt zum allergrößten Teil von Mitglieds-molkereien. Außerdem benötigen wir für unsere Produkte etwa Kakao, Zucker und Kaffee. Zum Teil wurden diese Rohstoffe bereits weiterverarbeitet. Hinzu kommen Verpackungsmaterialien.

Eigene Wertschöpfung in vier Werken und in einem Gemeinschaftsunternehmen: Aus Milchrohstoffen stellen wir Milchzutaten sowohl für die gewerbliche und industrielle Weiterverarbeitung als auch für den

Eigenbedarf her. Zudem produzieren wir Konsumprodukte wie Butter und Butterfett. Und wir veredeln selbst hergestellte und zugekaufte Zutaten und Rohstoffe wie Kakao, Kaffee oder Zucker. In mehrstufigen Produktionsverfahren entstehen so Fertigprodukte, die wir in großen oder kleinen Einheiten abpacken.

Nachgelagerte Wertschöpfung: Unsere Erzeugnisse werden von Nahrungsmittelherstellern weiterverarbeitet, von Kunden als Fertigware (Private Label) vermarktet oder vom Handel als Markenartikel an Endkonsumenten verkauft.





**Verpackungskünstler**

1 Am Ende der Produktion steht die Verpackung, Pulver etwa per Beutelabfüllung. 2 Kommen wie bei Kakaopulver verschiedene Rohstoffe zusammen, sorgt zuvor ein moderner Mischer für die exakte Rezeptur.



**50 Prozent plus seit 2012**

Unsere Verkaufszahlen steigen stetig, nicht nur 2015. Seit 2012 konnten wir unser Geschäft nahezu um die Hälfte ausbauen. Dieser Erfolg zeigt sich in vielen Geschäftsbereichen, etwa bei den Zutaten für die Lebensmittelindustrie, den Instantgetränken oder den Gesundheitsprodukten. Unsere langfristige Strategie – Diversifizieren und Wachsen in strategischen Geschäftsbereichen – greift und geht damit auf.

Positiv ist auch, dass wir unseren Mitgliedern und Vertragslieferanten 2015 deutlich mehr Milchrohstoffe abgenommen haben als 2014. Die Anlieferungen stiegen um 21,7 Millionen Kilogramm, das entspricht einer Steigerung von 4,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Da wir mehr absetzen, können wir unseren Mitgliedern auch nach dem Ende der Milchquote weiterhin die Abnahme ihrer Milchrohstoffe zusichern. Und wir haben auch 2015 wieder neue Mitarbeiter

eingestellt, sodass die Gesamtzahl der Beschäftigten erneut leicht gestiegen ist.

**Wirtschaftlich unabhängig**

Darüber hinaus haben wir unsere Eigenkapital-Quote auf fast 36 Prozent erhöht. Zum Vergleich: Die durchschnittliche Quote des deutschen Mittelstands lag 2014 bei knapp 30 Prozent. Es ist ein bilanzieller Puffer, der uns vor den aktuellen geschäftlichen Risiken der Branche schützt. Das Ziel dieser Ausrichtung: Wir wollen dauerhaft zu den leistungsfähigsten Unternehmen der Branche gehören.

Nur wenn wir als Unternehmen wirtschaftlich unabhängig und leistungsfähig bleiben, können wir die Erwartungen an uns bestmöglich erfüllen, etwa gegenüber unseren Genossenschaftsmitgliedern und Lieferanten, als Arbeitgeber, Steuerzahler, regionaler Wirtschaftsmotor und Hersteller von hochwertigen Lebensmitteln.



**Uelzena eG, Uelzen**

Vertrieb von Zutaten und Lohnfertigung für die Lebensmittelindustrie. Unter der Marke nutrineo Vertrieb von Gesundheitsprodukten an Private-Label-Kunden. Herstellung von Milchpulver, Butterfett, Lohn-trocknung und Trockenmischungen.



**Altmark-Käserei Uelzena GmbH, Bismark**

Herstellung von Butter und Schnittkäse der Sorten Gouda und Edamer als foliengereifte Blockware – exklusiv für feste Vertriebspartner, die die Lebensmittelbranche beliefern.



**Hoche Butter GmbH, Uelzen**

Vertrieb von Butter und Butterfett für Konsumenten und für das Backhandwerk über den Fachgroßhandel, Frischdienste und den klassischen Lebensmitteleinzelhandel.

## ÜBERSICHT KONZERN-KENNZAHLEN

DEN JAHRESABSCHLUSS 2015 DER UELZENA eG (AUSZUG) FINDEN SIE AUF SEITE 39

		2013	2014	2015
MILCHANLIEFERUNG	MIO. KG	465	506	528
AUSZAHLUNGSPREIS	CT/KG	37,30	37,56	29,16
UMSATZ	MIO. EURO	515	557	526
JAHRESÜBERSCHUSS	MIO. EURO	5,05	4,14	7,41
MITARBEITER	GESAMTZAHL	640	655	663
SACHANLAGEN	MIO. EURO	66	65	67
EIGENKAPITAL-QUOTE	PROZENT (%)	26,4	31,2	35,5
BILANZSUMME	MIO. EURO	149	135	143
DIREKT ERZEUGTER MONETÄRER WERT (GRI-INDIKATOR: EC1)	MIO. EURO	520	562	531



**Jörg Fink**

Geschäftsführer Finanzen & Personal

„Ein wichtiges Ziel des Unternehmensverbundes ist es, bei der Sicherung der Geschäftsguthaben der Mitglieder die Selbstständigkeit zu bewahren, die Ergebnisse, Rücklagen und Eigenkapital-Quote auszubauen und gleichzeitig einen wettbewerbsfähigen Milchauszahlungspreis für unsere Anteilseigner darzustellen.“



### Standort mit langer Geschichte

Mit 65 Jahren hat der Sitz der Muttergesellschaft in Uelzen eine lange Tradition. Um Effizienz und Qualität auf dem hohen Niveau zu sichern, fließen laufend Investitionen in die Produktionsanlagen.



**H. Schoppe & Schultz  
GmbH & Co. KG, Ratzeburg**

Vertrieb und Herstellung von Instantgetränkpulver als Private Label für die Vending-Branche, für Kaffeeröster, die Lebensmittelindustrie, den Fachhandel und für den Einzelhandel.



**WS Warmseener Spezialitäten  
GmbH, Warmsen**

Vertrieb von Milchzutaten für die Lebensmittelindustrie. Herstellung von gezuckerter Kondensmilch, Joghurt- und Sahnerzeugnissen.



**Trilactis GmbH, Saarbrücken**

Vertrieb von Butter, Butterfett und Käse an das Backhandwerk und Fleischerfachgeschäfte über den Fachgroßhandel in Deutschland und an Kunden in Frankreich.



# Die Welt ein Stück besser machen

 /produkte#mehr

Die Uelzena-Gruppe wächst in allen strategischen Märkten. Mit innovativen Produkten auch jenseits klassischer Milchprodukte – und erwirtschaftet so eine wettbewerbsfähige Auszahlungsleistung für ihre Mitglieder. Zudem steigert sie die regionale Wertschöpfung und stößt weitere nachhaltige Entwicklungsschritte in ihrer Lieferkette an.

Etwa 21.000 Tankwagen sind notwendig, um 527.978 Tonnen zu transportieren. So viel wogen die Milchrohstoffe, die unsere Lieferanten 2015 an uns geliefert haben. Die Uelzena-Gruppe hat diese gewaltigen Mengen Rohmilch, Rahm und Konzentrate dann zu Milchpulver, Käse, Butter oder Butterfetten weiterverarbeitet. Das belegt: Milch ist mit großem Abstand unser wichtigster Rohstoff. Das hohe Absatzniveau der Milchprodukte Butter, Butterfett und Käse wollen wir in den nächsten Jahren halten. Wachsen wollen wir künftig vor allem im Bereich der Milchzutaten sowie ergänzend mit dem Absatz unserer Nicht-Milch-Produkte, also den Instantgetränken, Gesundheitsprodukten und der Lohnrocknung.

## Erfolgreiche strategische Geschäftsbereiche

Die größten Absatzzuwächse wurden mit 37 Prozent durch den Bereich Zutaten und Lohnfertigung reali-

siert. Dank des weltweit ausgerichteten Milchpulververtriebs haben wir etliche neue Kunden dazugewonnen und neue Kontraktmengen in der Lebensmittelindustrie platziert. Europas modernstes Milchtrockenwerk, die schnelle Verarbeitung der regionalen Rohmilch und die in etlichen Kunden-Audits bestätigte Qualität trugen zu dem guten Ergebnis erheblich bei.

Auch die Geschäftsbereiche Instantgetränke mit sieben Prozent und Gesundheitsprodukte mit fünf Prozent Absatzzuwachs sprechen für die seit Jahren von Kunden geschätzten maßgeschneiderten Produktlösungen. Die bekannte Verlässlichkeit als Produktionspartner großer Markenkunden zahlt sich weiterhin aus. Mit mehr als 20 Prozent Absatzanteil sind die Nicht-Milch-Produkte ein strategisch bedeutendes Zusatzgeschäft für die Uelzena-Gruppe.

Butter und Butterfett für das Backhandwerk und für Konsumenten sowie Käse für Großvermarkter sind die



ZIELERREICHUNG

84,5 %

PROFITABLES WACHSTUM  
IN STRATEGISCHEN  
GESCHÄFTSBEREICHEN

HERSTELLUNG VON SICHEREN  
UND HOCHWERTIGEN PRODUKTEN  
DAUERHAFT GEWÄHRLEISTEN

AUSBAU DER NACHHALTIGEN  
BESCHAFFUNG VON  
ROHSTOFFEN UND MATERIALIEN

zweitstärkste Säule der Uelzena-Gruppe. Wie angestrebt konnten die Mengen in den drei Segmenten knapp behauptet werden. Dank der kontinuierlichen Pflege der Marken Hoche Butter, Buttaris sowie unserer Profi-Marke Trilactis konnte unsere führende Marktposition selbst in stagnierenden und wettbewerbsintensiven Märkten behauptet werden.

### Milchmengen steigen

Ein in der Milchbranche und der Öffentlichkeit viel diskutiertes Ereignis war der Fall der Milchquote im April 2015. Die weltweit 2015 produzierten Mengen stiegen im Vergleich zu 2014 nur leicht – anders als in den Jahren zuvor, in denen große Zuwächse zu verzeichnen waren. Ähnliches gilt für Deutschland. Zwischen 2006 und 2014 stieg die produzierte Gesamtmenge hierzulande von 26,9 Millionen auf 31,3 Millionen Tonnen, von 2014 zu 2015 fiel der Anstieg auf 31,5 Millionen Tonnen dagegen gering aus.

Dennoch: Das Angebot an Milch ist deutlich höher als die Nachfrage, sodass die Preise sinken. Wir haben in diesem Jahr wieder mehr Milchrohstoffe verarbeitet als in den Vorjahren. Zwischen 2012 und 2014 erhöhte sich die Menge um 67.300 Tonnen, zwischen 2014 und 2015 nochmals um 21.672 Tonnen (4,3 Prozent). Dabei konnten wir dieses Jahr nochmals den Anteil der regional beschafften Milchrohstoffe steigern – von 90 Prozent auf 94 Prozent – und somit unserer Verantwortung für die regionale Beschaffung noch besser gerecht werden.

Mit unseren Produkten wollen wir wettbewerbsfähige Auszahlungsleistungen für unsere Genossenschaftsmitglieder erwirtschaften. Das ist ganz klar unser vorrangiger Auftrag. Doch wir sind auch Teil der Ernährungsindustrie. Und als solcher fühlen wir uns auch dafür verantwortlich, unsere Partner in aller Welt mit hochwertigen und sicheren Lebensmitteln zu versorgen.



**Von unseren Werken in die Welt**

Unser modernes Hochregallager im Werk Bismark: Eine ausgeklügelte Technik sorgt für die reibungslose Ein- und Auslagerung von Rohstoffen und fertigen Waren. Uelzena beliefert Kunden weltweit.



**Bernd Nörenberg**

Leiter Zentraleinkauf

*„Neben den existierenden Programmen für faires Handeln, auf deren Basis wir nach Kundenwunsch nichtheimische Rohstoffe einkaufen, haben unsere Kakaolieferanten eigene Förderprogramme ins Leben gerufen – mit dem Ziel, die Existenzgrundlage für Kakaobauern, ihre Gemeinschaften sowie für zukünftige Generationen grundlegend zu verbessern. Die Programme umfassen die Weiterentwicklung von Farmen, Schulungen der Bauern sowie die Unterstützung von Gemeinschaften.“*

**Verlässlich hochwertig**

Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung arbeiteten 2015 auf gewohnt hohem Niveau. Alle Werke wurden wieder ISO-zertifiziert. Auch die IFS-Zertifizierung „higher level“ war erfolgreich. Zusätzlich wurden 24 ergänzende Kunden-Audits durchgeführt und dafür 24 Tage aufgewendet. Das heißt, dass sich Qualitätsmanager unserer Kunden unsere Werke ansehen. Zur Qualitätssicherung bei Materialbeschaffungen führen wir aber auch Audits bei unseren Lieferanten durch.

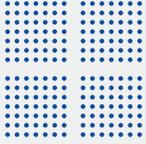
Es gab keine ernsthaften Reklamationen, bei denen die Gesundheit oder gar das Leben von Konsumenten gefährdet gewesen wären – dementsprechend auch keine Rückrufaktionen. Wie gewohnt mussten wir für Kennzeichnungen keine Bußgelder zahlen oder Strafen verbüßen. Ein normales Aufkommen an Reklamationen und internen Sperrungen haben wir durch unsere

bewährten Verfahren sicher aufgefangen, gesteuert und korrigiert. Das Ergebnis ist verlässliche, höchste Produktqualität und Produktsicherheit – dank eines überdurchschnittlichen Qualitätsmanagements und hoher Standards.

Die Uelzena-Gruppe hat mittlerweile eine Größe erreicht, die es ermöglicht, positiven Einfluss auf ihre Lieferanten auszuüben. Diesen Hebel wollen wir nutzen, um die Produktionsbedingungen am Anfang unserer Lieferkette zu verbessern.

**Rohstoffe nachhaltiger beschaffen**

Bei Rohstoffen wie Kakao oder Kaffee aus sensiblen Erzeugerregionen sind wir ein gutes Stück vorangekommen. 94 Prozent unserer Lieferanten erfüllen mittlerweile unsere Kriterien, die wir an die Ethical-Trading-Initiative angelehnt haben. Wir sind auf einem guten Weg, 100 Prozent zu erreichen. Um sich als Lieferant



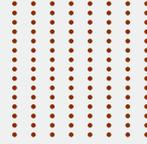
## Zutaten und Lohnfertigung

Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Ingredients (Milchpulver, Milchfett, gezuckerte Kondensmilch, Sahne-, Joghurt-, Sauermilcherzeugnisse) und Lohnfertigung aus Kundenrohstoffen.



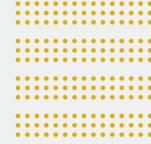
## Gesundheitsprodukte

Entwicklung und Produktion von Health-Food-Produkten als Private Label für die Leistungsbereiche Gewichtsreduzierung, Sportlernahrung und Lohnfertigung nach Kundenrezepturen.



## Instantgetränke

Entwicklung und Produktion von Instantgetränke-Produkten wie kakao- und koffeehaltigen Getränkepulvern, Toppings und Kaffeeweißer als Private Label sowie als Eigenmarken.

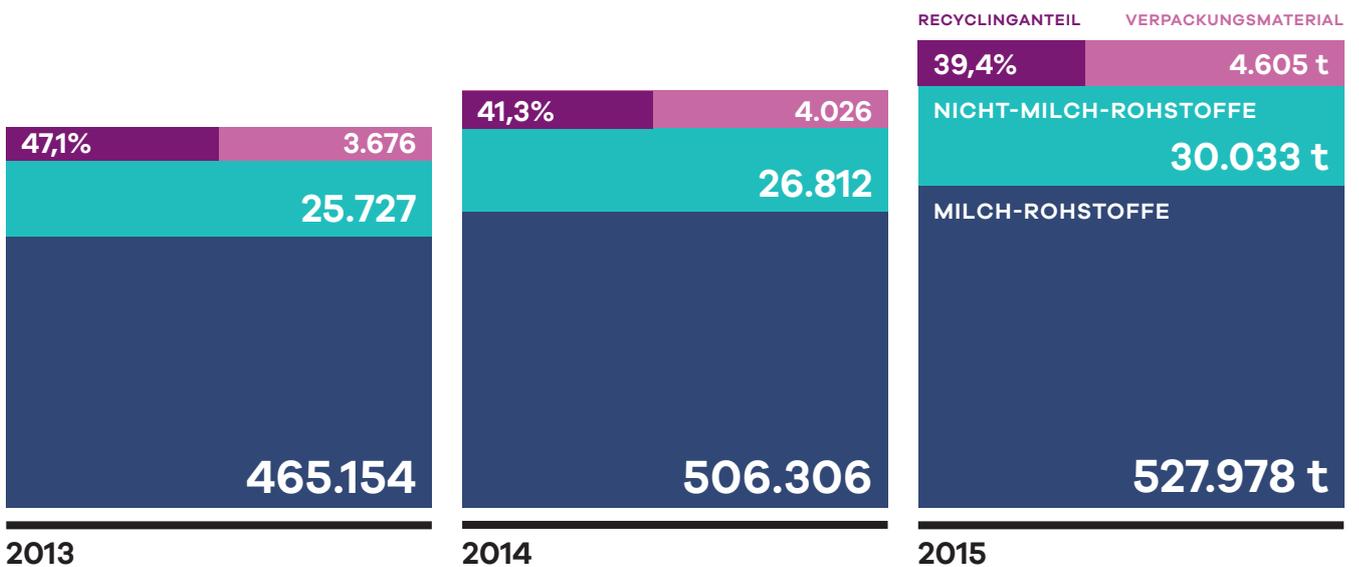


## Milchprodukte

Produktion und Vertrieb von milchbasierten Produkten wie Butter, Butterfett und Käse als eigenes Markengeschäft oder als Private Label. Abnehmer sind etwa das Backhandwerk oder der Handel.



### ROHSTOFF- UND MATERIALEINSATZ DER UELZENA-GRUPPE (EN1 / EN2\*)



Die Angabe "verwendeter Anteil Sekundärrohstoffe" ist bei Lebensmittel-Rohstoffen nicht sinnvoll. Milchrohstoffe sind zu 100 % erfasst und beziehen sich auf die gesamte Uelzena-Gruppe. Bei den nach Gewicht wichtigsten Nicht-Milch-Rohstoffen sind 90 % der Beschaffungsmengen erfasst (Uelzena-Gruppe ohne Werk in Warmssen).

Bei den nach Gewicht wichtigsten Verpackungsmaterialien sind 90 % des Beschaffungsvolumens erfasst (Uelzena-Gruppe ohne Werk in Warmssen). Zu Hilfs- und Betriebsstoffen gibt es keine Angaben, da die Beschaffungsmengen als unwesentlich eingestuft wurden. \*EN1 / EN2 sind GRI-Indikatoren, siehe auch GRI-Index ab S. 34.



## ROHSTOFFANLIEFERUNG

		2013	2014	2015
ROHMILCH	TONNEN	348.276	381.103	407.094
RAHM	TONNEN	73.840	81.060	78.600
MAGERMILCH / BUTTERMILCH / MILCHPERMEATE	TONNEN	6.648	4.499	3.009
MAGERMILCH- UND BUTTERMILCH-KONZENTRAT	TONNEN	36.390	39.644	39.275
<b>GESAMT</b>		<b>465.154</b>	<b>506.306</b>	<b>527.978</b>

Der Rohstoffeingang in der Uelzena-Gruppe stieg 2015 um 4,3 %. Der Anteil der Rohmilch an der Gesamtlieferung lag bei 77,1 % (Vorjahr: 75,3 %).

## PRODUKTABSATZ

		2013	2014	2015
BUTTER, BUTTERFETT	TONNEN	42.809	44.528	45.257
KÄSE	TONNEN	31.346	32.766	31.102
MILCHPULVER	TONNEN	15.034	31.120	67.694
FEINKOST / GEZUCKERTE KONDENSMILCH	TONNEN	21.980	24.529	22.715
SPEZIALPRODUKTE*	TONNEN	39.678	41.878	44.379
<b>GESAMTABSATZ HAUPTPRODUKTGRUPPEN</b>		<b>150.847</b>	<b>174.821</b>	<b>211.147</b>

\* Zusammenfassung von Instantgetränken, Gesundheitsprodukten, Spezial-Trockenzutaten und Lohn-trocknung

dieser Produktgruppe bei uns zu qualifizieren, müssen Lieferanten entweder unsere – um Nachhaltigkeitsaspekte erweiterte – Hersteller-Selbstauskunft ausfüllen, eine SEDEX-Mitgliedschaft nachweisen oder über vergleichbare Erklärungen den Nachweis zu ethischen und sozialen Grundsätzen in der Unternehmenspolitik erbringen. 2016 werden wir ein Lieferanten-Onlineportal einrichten, bei dem sich neue Lieferanten registrieren lassen und alle von uns geforderten Angaben selbst eingeben können. Erfüllt ein Lieferant der oben genannten Produktgruppe unsere Nachhaltigkeitskriterien nicht, lehnen wir ihn ab.

Um zukünftig sicherzugehen, dass alle Angaben stimmen, werden wir die Lieferanten kontrollieren und von Jahr zu Jahr entscheiden, ob und wen wir überprüfen wollen. Dabei werden wir mit Augenmaß vorgehen, etwa wenn jemand auffällig ist. Unsere Qualitätsmanager besuchen dann gemeinsam mit unseren Einkäufern die Lieferanten beziehungsweise Importeure vor Ort in

ihren europäischen Firmenzentralen. Dort prüfen sie sämtliche relevanten Dokumente und Daten.

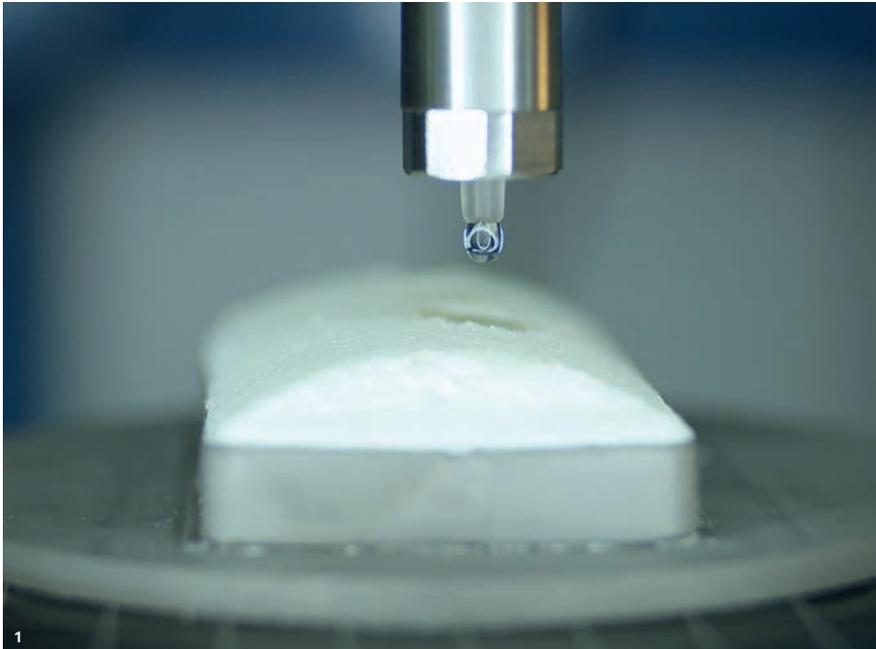
Ein Nachhaltigkeitsmodul für Milch etablieren wir bei Uelzenas Milcherzeugern ab 2016. Da sich die verschiedenen Branchenvertreter bundesweit bisher noch nicht auf ein gemeinsames Vorgehen einigen konnten, setzen wir das Modul in einem Pilotprojekt – zusammen mit dem Thünen-Institut und unseren Mitgliedsmolkereien – dennoch wie geplant um. Das Modul wird uns in die Lage versetzen, Kundenanfragen zu Themen wie Tierwohl oder Umweltschutz bei der Milcherzeugung noch besser beantworten zu können.

Seit 2012 haben wir unsere Marktbedeutung – gemessen am Absatz der Hauptproduktgruppen – fast um die Hälfte gesteigert. Eine erfolgreiche, aber auch notwendige Entwicklung für eine mittelständische Molkerei, die ihren national und international agierenden Kunden ein verlässlicher Partner und Lebensmittellieferant sein will.

# 94 %

## Regionale Milchrohstoffe

2015 konnten wir den Anteil der regional beschafften Milchrohstoffe von 90 auf 94 Prozent erhöhen.



### Perfektes Pulver

Viele Schritte sind notwendig, um Trockenprodukte nach Maß zu entwickeln und herzustellen. 1 Löslichkeit und Qualität von Pulverprodukten prüfen wir etwa mittels Benetzungstest. 2 Feinstes Kakaopulver.



**Volker Suderburg**  
Leiter Milchmanagement

### Warum hat Uelzena ein so großes Interesse daran, das Nachhaltigkeitsmodul von QM-Milch auf Milcherzeuger-Ebene umzusetzen?

„Kunden fragen uns häufig, wie unsere Milch erzeugt wird. Da spielen natürlich vor allem Qualitätsfragen eine wichtige Rolle. Aber eben zunehmend auch Fragen zu Tierwohl, Arbeitsbedingungen oder Umweltschutz, also typische Nachhaltigkeitsthemen. Durch dieses Modul werden wir hierzu die wichtigsten Informationen von den Milcherzeugern systematisch abrufen können. Und sind so auf entsprechende Kundenanfragen vorbereitet.“

### Können Sie ein paar konkrete Beispiele dafür nennen, welche Informationen das Modul von den Landwirten abrufen – und damit Ihnen zur Verfügung stehen?

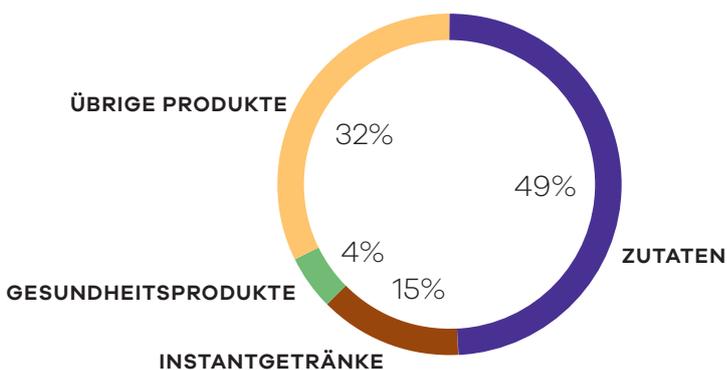
„Es ist ein Bogen mit 19 Seiten, der die verschiedensten Bereiche bearbeitet. Unter anderem werden Fragen gestellt zu den unterschiedlichen Haltungsförmern der Milchkühe, zum Kuhkomfort, dem Anteil der Weidehaltung und zur Melktechnik. Aber auch zur Bewirtschaftung von Grünland und Ackerland, zum Einsatz von Wirtschaftsdünger sowie dem Anteil von Flächen mit besonderem ökologischen Wert und zur Erzeugung von regenerativer Energie. Erstmals werden auch Fragen zur Ausbildung des Betriebsleiters, zum Einsatz von Familien- und Fremdarbeitskräften, Freizeit, Urlaub, Weiterbildung und Öffentlichkeitsarbeit gestellt. Für uns als Verarbeitungsbetrieb sind darüber hinaus die ökonomischen Fragen von großer Bedeutung, weil wir diese Informationen bei unseren langfristigen Planungen und Investitionen berücksichtigen müssen. Der Umfang der Fragen war und ist nicht immer unumstritten, ist aber zur Beurteilung des gesamten Prozesses erforderlich.“

### Wie will Uelzena kontrollieren, ob die gemachten Angaben auch wirklich stimmen?

„Geplant ist, dass die QM-Auditoren bei ihren Prüfungen der Betriebe das Nachhaltigkeitsmodul gleich mit abfragen. Es wird bei dem Modul allerdings keine K.o.-Kriterien wie bei dem QM-Audit geben. Sinn und Zweck des Nachhaltigkeitsmoduls ist für uns vorrangig, Informationen zu erhalten.“

## UMSATZ 2015

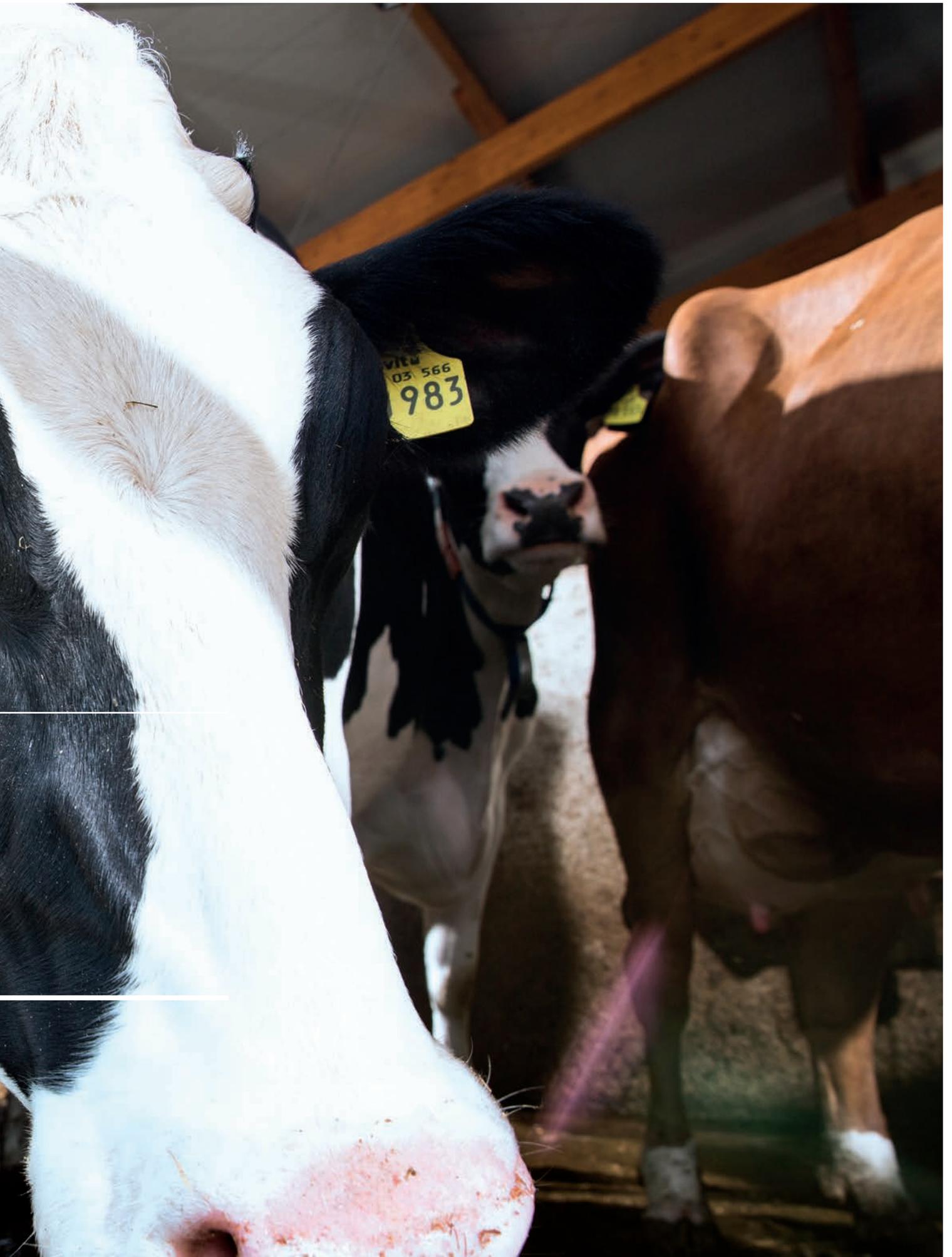
NACH GESCHÄFTSBEREICHEN





# Milcherfassung per Datenband

Eine Familie aus dem Wendland hat viel in die Modernisierung ihres Hofes investiert. Ihr Betrieb gilt in der Region als gutes Beispiel für moderne Milcherzeugung. Ein Hofrundgang bei Uelzena-Lieferanten.





1



3



2

**Im Sinne der Kuh gebaut**

1 Dank der offenen Bauweise dringt viel frische Luft und Sonnenlicht ins Innere des neuen Stalls. 2 Genügend Platz und Extras wie die Kuhbürste steigern das Tierwohl. 3 Das moderne Melkhaus mit Kühlturm.

Lauf sind nur die Spatzen und Schwalben, die schnell unter dem Stalldach hin und her fliegen und kräftig zwitschern. Die rund 150 Kühe hingegen geben kaum einen Ton von sich. Hier und da raschelt es, wenn sich eines der Tiere am Futter bedient, gemächlich aus einer der Liegeboxen erhebt oder durch einen der Laufgänge geht. Ansonsten ist es still.

„Diese Ruhe unter den Kühen ist ein gutes Zeichen. Es bedeutet, dass sie zufrieden sind“, sagt Karola Stegemann. Dass sich ihre Kühe so wohlfühlen, ist kein Zufall. Stegemann und ihr Lebensgefährte Christian Dreyer haben hart dafür gearbeitet und mehr als eine Million Euro in ihren Hof investiert.

Die beiden sind Landwirte in Dangelstorf, einem Dorf im Wendland, Landkreis Lüchow-Dannenberg. Uralte, restaurierte Fachwerkhäuser säumen die wenigen Straßen, es gibt einen Gasthof, einen Sportplatz und eine freiwillige Feuerwehr. Früher war der Ort mit rund 200 Einwohnern landwirtschaftlich geprägt. Heute ist der Betrieb von Stegemann und Dreyer einer von wenigen. Gemeinsam halten sie auf ihrem Hof rund 150 Milchkühe und etwa genauso viele Kälber und Jungrinder. Die frische Milch liefern sie seit 30 Jahren exklusiv an die gleiche Molkerei, die heutige Milcherfassung Uelzena, die frühere Wendlandmilch in Lüchow, seit jeher ein Genossenschaftsmitglied der Uelzena eG.

**Milchwirtschaft im Wandel**

Die Arbeitstage von Karola Stegemann und Christian Dreyer beginnen um sechs Uhr morgens mit dem ersten Melkgang und enden nach zwölf Stunden mit dem zweiten, im Sommer sogar noch später. Die Kühe müssen gemolken werden, sieben Tage in der Woche. Angestellte haben sie keine, aber die beiden erwachsenen Söhne helfen tatkräftig mit. Der 26-jährige Julian hat bereits seinen Meister als Landwirt gemacht. Philipp ist 19 Jahre alt und noch in der Ausbildung. In ein paar Jahren wollen die Brüder den Hof gemeinsam weiterführen.

Der Gedanke an ihre Kinder war für Dreyer und Stegemann auch der

## Was aus 17 Litern Rohmilch entsteht:

17 Liter Vollmilch oder  
fast 4 Päckchen Butter oder  
1,5 Kilogramm Magermilchpulver oder aber  
1,9 Kilogramm Schnittkäse



**Schnell durch Technik: Nur 90 Minuten pro Melkgang**  
1 Jede Kuh trägt ein Datenband am Hals. 2 Das Melk-  
karussell hat Platz für 24 Tiere. 3 Eine Person schafft  
die Arbeit allein, besser sind dennoch zwei. 4 Julian  
Stegemann an der zentralen Steuerung der Anlage.

entscheidende Antrieb, den Hof im Jahr 2014 zu modernisieren und zu vergrößern. „In dem alten Stall war es doch recht eng und die Arbeit dauerte sehr lang. Jetzt geht alles viel einfacher und schneller“, erklärt Stegemann. Bis zu drei Stunden dauerte früher ein Melkgang. Heute schaffen sie es in einer Stunde und 30 Minuten. Zudem seien die Haltungsbedingungen wesentlich besser und die Kühe erkranken seltener, ergänzt Dreyer.

Und es gab noch einen weiteren Grund: Die Milchwirtschaft wandelt sich. Nach mehr als 30 Jahren hat die Europäische Union 2015 die Milchquote abgeschafft. Jetzt können Erzeuger wie Stegemann und Dreyer mehr Milch produzieren und

verkaufen. Diese Chance wollten sie nutzen und haben die Anzahl ihrer Kühe von 70 auf 150 mehr als verdoppelt. Sie sind sich sicher: Ihr Betrieb ist mit seiner fortschrittlichen Milcherzeugung gut für die Zukunft gerüstet. Herzstück der Modernisierung sind die neue Melkanlage und der neue Boxenlaufstall.

### Die Revolution im Kuhstall

Viele ältere Ställe sind vergleichsweise klein, eng und dunkel. Ganz anders dagegen der neue Stall von Stegemann und Dreyer: Wer ihn betritt, hat immer noch das Gefühl, draußen zu sein. Durch die offenen Seiten weht ungehindert kühle Luft hinein. Und es ist fast genauso hell wie draußen. Für die Kühe, die ein

ganz anderes Kälteempfinden haben als Menschen, ist diese Nähe zu Wind und Wetter angenehm.

Und groß ist der Stall. Dreyer blickt von einem Ende zum anderen. Rund 850 Quadratmeter Grundfläche, etwa so groß wie drei Tennisplätze – moderne Boxenlaufställe müssen geräumig sein, weil die Tiere darin nicht mehr angebunden gehalten werden. Stattdessen können sich die Kühe in den Laufgängen frei bewegen und selbst entscheiden, auf welchem Liegeplatz sie ruhen und wann sie wo fressen. „Die Haltungsbedingungen in unserem modernen Stall gleichen denen der Bio-Standards für Milcherzeugung – es gibt hier keine Unterscheidung“, so Dreyer.



## Kuhleistung:

Bei Dreyer und Stegemann gibt eine Kuh im Durchschnitt pro Jahr 11.000 Kilo Milch. Die wichtigen Qualitätsmerkmale Fett und Eiweiß liegen bei 4 Prozent Fett und 3,48 Prozent Eiweiß.

### Berufung statt Beruf

1 & 4 Das Futter für die Kühe fährt Philipp Dreyer im Stall mit dem Traktor aus. 2 Vor allem Kälber brauchen viel Zeit der Landwirte. 3 Karola Stegemann und ihre Familie arbeiten mehr als zwölf Stunden am Tag.

Für jede der 150 Kühe steht eine eigene Liegebox bereit, eingestreut mit einem weichen Gemisch aus Stroh, Sägespänen und einem speziellen Kalk, der den pH-Wert hebt und antibakteriell wirkt. Das beugt Eutererkrankungen vor und erhöht den Komfort der Kühe, die bis zu 16 Stunden am Tag liegen. Jeden Tag werden die Boxen zweimal gereinigt und frisch eingestreut. In den Laufgängen sorgt eine Art Schneepflug für Sauberkeit. Alle zwei Stunden schiebt er automatisch den Kuhmist in ein tiefer gelegenes Auffangbecken. So bleiben die Laufgänge trocken und die Klauen der Kühe gesund. Auch geeignetes Fut-

ter trägt zur Tiergesundheit bei. Die beiden Landwirte engagierten eigens einen Futterberater, der das Verhältnis zwischen den einzelnen Zutaten exakt einstellt. Es ist eine ausgewogene und bekömmliche Mischung aus Mais- und Gras-Silage, Getreide, Raps- und Sojaschrot, Stroh und Mineralfutter.

### Halbierte Kosten für den Tierarzt

Neben dem Hauptteil gibt es abgetrennte Stallbereiche: einen für trächtige Kühe kurz vor der Kalbung, einen für frisch geborene Kälber und einen für frisch abgekalbte

oder kranke Tiere. Dreyer kennt jede Kuh mit Namen und leidet mit, wenn es einer mal schlecht geht. „Unsere Kühe haben in dem neuen Stall mehr Platz, ihre Lebensbedingungen sind besser und sie sind weniger Stress ausgesetzt. Seitdem haben sich unsere Tierarztkosten halbiert“, sagt Dreyer. Gesunken seien auch die durchschnittlichen Zell- und Keimzahlen, wichtige Qualitätsmerkmale der Milch. Die Zellzahl verrät, ob die Kuh gesund ist oder ob sie an einer Mastitis, einer Euterentzündung, erkrankt ist. Je niedriger dieser Wert ist, desto besser. Die Keimzahl besagt, ob die Milch nach dem Melken auch gut

### Eine Familie und ihr Hof

1 Der neue, offene Stall steht direkt neben dem Gebäude mit der Melkanlage und dem Kühlturm.  
2 Philipp Dreyer, Karola Stegemann, Christian Dreyer und Julian Stegemann (von links nach rechts)



**Christian Dreyer**  
Landwirt

„Die Haltungsbedingungen in unserem modernen Stall gleichen denen der Bio-Standards für Milcherzeugung – es gibt hier keine Unterscheidung.“



gekühlt wird und wie hygienisch der Betrieb arbeitet. Ist dieser Wert zu hoch, muss nachgeforscht werden.

### Kuh mit Datenband

Direkt neben dem Stall steht die neue Melkanlage samt Kühlturm. Der neue Kühlturm ist haushoch, fasst bis zu 25.000 Kilo Milch und senkt ihre Temperatur in wenigen Minuten auf die erforderlichen fünf Grad ab. Die alte Kühlung brauchte dafür noch bis zu eine Stunde. Besonders stolz sind Stegemann und Dreyer auf die neue Melkanlage. Sie ähnelt einem Karussell. 24 Kühe können sie hier gleichzeitig

melken. Zuvor waren es zehn. Jede Kuh trägt ein Datenband mit einem Chip, der per Transponder automatisch ausgelesen wird. Im Computer des Überwachungsraums laufen dann Informationen über die erbrachte Milchmenge der Kuh ein. Jedes Tier gibt im Durchschnitt 17 Kilo pro Melgang. So füllt sich der Kühlturm pro Tag um rund 5000 Kilo. Und alle zwei Tage wird die Milch von der Milcherfassung Uelzена eG eingesammelt. „Das Gute ist, dass wir mit der neuen Anlage schnell und effektiv arbeiten können. Da bleibt mehr Zeit, uns noch intensiver um die einzelnen Kühe zu kümmern“, sagt Dreyer.

Wenn sie an ihre Zukunft denken, sind Dreyer und Stegemann optimistisch. Zwar sind sie durch den Fall der Milchquote stärker den schwankenden Weltmarktpreisen ausgesetzt, aber sie denken langfristig. Auch dass ihnen ihre Milchmenge von der Molkerei garantiert abgenommen wird, gibt ihnen Sicherheit. Sie schließen sogar eine weitere Vergrößerung des Betriebs nicht aus. „Unsere neue Melkanlage könnte durchaus noch mehr Kühe schaffen. Und sogar der Platz für einen weiteren neuen Stall wäre da“, sagt Stegemann. Das sei dann aber Aufgabe der nächsten Generation.



# Wir wachsen, die Umweltbelastung nicht

 /produktion#mehr

Bislang galt: Je stärker Unternehmen wachsen, desto mehr Emissionen verursachen sie und desto höher fällt der Verbrauch an Ressourcen aus. Die Entkoppelung von Geschäftserfolg und steigender Umweltbelastung ist eine unserer wichtigsten Aufgaben. Diesem Ziel sind wir 2015 ein gutes Stück näher gekommen.

ZIELERREICHUNG

93,3 %

SENKUNG DER EMISSIONEN  
JE PRODUZIERTE TONNE

SENKUNG DES RESSOURCEN-  
VERBRAUCHS  
JE PRODUZIERTE TONNE

VERBESSERUNG DER  
PRODUKTIVITÄT





**A**uch 2015 war wieder ein ausgesprochen gutes Jahr für den Klimaschutz durch Uelzena: Wir konnten die Menge an Treibhausgasen gegenüber dem Vorjahr nochmals um 6562 Tonnen verringern. Damit hat die Uelzena-Gruppe ein selbstgestecktes Ziel früher als geplant erreicht – und sogar übertroffen: Die Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen von 2012 um 30 Prozent bis 2020. Denn bereits im Jahr 2015 sind unsere absoluten Treibhausgas-Emissionen im Vergleich zu 2012 sogar um gut 42 Prozent gesunken – bei gesteigerter Produktion. Das sind gegenüber 2012 insgesamt 21.714 Tonnen weniger Kohlendioxid pro Jahr, die das Klima belasten. Ein toller Erfolg.

### **CO<sub>2</sub>-Emission pro Tonne fast halbiert**

Die im Vergleich zu 2014 zusätzlichen starken CO<sub>2</sub>-Einsparungen liegen vor allem an unserem zweiten eigenen Blockheizkraftwerk in Bismark (siehe Bild links). Diese Anlage in Sachsen-Anhalt versorgt seit Anfang 2015 unser dortiges Werk – die Altmark-Käserei Uelzena – hocheffizient mit Strom, Wärme und Dampf. Das erste Blockheizkraftwerk steht seit 2013 in Uelzen, und beide haben einen hohen Wirkungsgrad von 84 Prozent. So verbrauchen wir zwar durch die Anlagen mehr Erdgas, aber wir müssen entsprechend weniger Gewerbestrom zukaufen. Und zugleich blieb die konzernweit verbrauchte Strommenge mit 40,2 MWh fast unverändert im Vergleich zum Vorjahr.

Die Blockheizkraftwerke sind ein Teil mehrerer Maßnahmen, mit denen wir unerwünschte Umwelt-Effekte wie Treibhausgas-Emissionen so weit wie möglich verringern möchten. Denn wir wissen, dass die Herstellung unserer Produkte energie- und ressourcenintensiv ist. Unser Kernziel lautet daher: In den strategischen Geschäftsbereichen soll der Absatz der Uelzena-Gruppe wachsen, nicht aber die Menge der anfallenden Emissionen oder der Verbrauch an Energie und Wasser. Die Zahlen zeigen: Der eingeschlagene Weg ist richtig. Pro Kilogramm hergestelltem Produkt haben sich die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Uelzena-Gruppe gegenüber 2012 fast halbiert, von 293 auf 150 Gramm.



**42 %**

CO<sub>2</sub>-Reduktion

2015 sind Uelzenas absolute Treibhausgas-Emissionen um 42 Prozent gegenüber 2012 gesunken – trotz steigender Produktion.



**Produktion im Blick**

1 Druckmesser: Wasser und Dampf spielen in der Produktion eine entscheidende Rolle. 2 Der Motor des Blockheizkraftwerks im Werk Bismark. Die Anlage versorgt den Standort mit Strom, Dampf und Wärme.



**Dr. Peter Fichtl**  
Geschäftsführer Produktion und Technik

„Das geplante Absatzwachstum in den strategischen Geschäftsbereichen soll zunehmend von deren ökologischen Wirkungen entkoppelt werden, zum Beispiel durch eine Verringerung der Treibhausgas-Emissionen pro Tonne hergestelltem Produkt. Daher haben wir uns in den Jahren 2012 bis 2015 vor allem auf eine optimale Erzeugung der in der Gruppe benötigten Mengen an Strom, Wärme und Dampf ausgerichtet.“

**Zertifiziertes Energiemanagement**

Wir prüfen laufend, inwieweit durch innovative Energiekonzepte auch an den anderen Werksstandorten Verbesserungen erreicht werden können. Künftige Fortschritte werden wir vor allem durch einen sparsameren Energieverbrauch erzielen. Dabei hilft uns das Energiemanagement nach ISO 50001, das wir im Jahr 2015 in der gesamten Unternehmensgruppe erfolgreich etabliert und zertifiziert haben. Damit setzen wir unseren erfolgreichen Weg des Klima- und Ressourcenschutzes fort.

**Weniger Abwässer, konstantes Recycling**

Erfolgreich sind auch unsere Maßnahmen, mit denen wir die relative Menge unserer Abwässer verringert haben. Diese sank 2015 unternehmensweit um 1,1 Prozent – bei weitgehend unveränderter Leistung unserer Produktion. Gegenüber 2012 konnten wir diese Menge sogar um 14,3 Prozent mindern. Erfreulich: Im selben Zeitraum wurde die Abwasserbelastung je Kilogramm produziertem Produkt um 26 Prozent reduziert. In keinem der Werke musste die Uelzena-Gruppe eine Starkverschmutzer-Abgabe zahlen. Selbstverständlich haben wir auch im aktuellen Berichtszeitraum die notwendigen Umweltvorschriften eingehalten, Bußgelder oder Strafen wegen Missachtung gab es keine.

Wegen der Herstellung größerer Mengen koscher produzierter Produkte, bei der kein rückgewonnenes Wasser eingesetzt werden kann, ist unser Verbrauch an Frischwasser leicht angestiegen. Doch er liegt bezogen auf die Produktionsmenge immer noch um 5,5 Prozent niedriger als 2012. Zudem sind in diesem Jahr etwas mehr Abfälle angefallen, rund 52 Tonnen. Dabei ist der Anteil des recycelbaren, wiederverwertbaren Mülls gegenüber 2014 konstant geblieben.

## UMWELT & PRODUKTION

			2013	2014	2015
<b>EN 3</b>	<b>ENERGIEVERBRAUCH INNERHALB DER ORGANISATION</b>				
	GAS ZUKAUF	KWH	202.479.463	212.465.329	<b>235.194.229</b>
	STROM ZUKAUF	KWH	22.759.282	19.825.930	<b>9.672.510</b>
	STROM VERKAUF	KWH	7.236.000	4.862.000	<b>3.179.763</b>
	ENERGIEEINSATZ <sup>1</sup>	KWH	218.002.745	227.429.259	<b>241.686.976</b>
<b>EN 5</b>	<b>ENERGIEINTENSITÄT AUF BASIS ENERGIEEINSATZ</b>	KWH/KG	1,166	1,153	<b>1,229</b>
	DAVON GAS	KWH/KG	1,083	1,077	<b>1,196</b>
	DAVON STROM	KWH/KG	0,083	0,076	<b>0,033</b>
	PRODUKTIONSMENGEN UELZENA-WERKE GESAMT <sup>2</sup>	TONNEN	186.898	197.292	<b>196.655</b>
<b>EN 15,16</b>	<b>GESAMTE DIREKTE UND INDIKRETE TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN</b>				
	KOHLENDIOXID-EMISSIONEN	TONNEN	36.792	36.089	<b>29.527</b>
<b>EN 18</b>	<b>KOHLENDIOXID-INTENSITÄT (CO<sub>2</sub>-EMISSION IN KG BEZOGEN AUF DIE PRODUKTIONSMENGE IN KG)</b>	KG/KG	0,197	0,183	<b>0,150</b>
<b>EN 19</b>	<b>REDUZIERUNG DER TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN</b>				
	BEZOGEN AUF DAS BASISJAHR 2012	TONNEN	-14.449	-15.152	<b>-21.714</b>
		RELATIV	-28,2%	-29,6%	<b>-42,4%</b>
	BEZOGEN AUF DIE PRODUKTIONSMENGE IN KG (INTENSITÄT) <sup>3</sup>	KG/KG	-0,097	-0,110	<b>-0,143</b>
		RELATIV	-32,9%	-37,6%	<b>-48,8%</b>
<b>EN 8</b>	<b>GESAMTWASSERENTNAHME NACH QUELLEN</b>				
	WASSERVERBRAUCH GESAMT	M <sup>3</sup>	1.046.131	1.069.331	<b>1.082.842</b>
	DAVON BRUNNEN	M <sup>3</sup>	850.897	899.253	<b>924.986</b>
	DAVON STADT	M <sup>3</sup>	195.234	170.078	<b>157.856</b>
	WASSERVERBRAUCH JE TONNE PRODUZIERTEM PRODUKT	M <sup>3</sup> /TONNE	5,60	5,42	<b>5,51</b>
<b>EN 22</b>	<b>ABWASSERVOLUMEN<sup>4</sup></b>	M <sup>3</sup>	651.772	656.809	<b>647.207</b>
	ABWASSERMENGE JE TONNE PRODUZIERTEM PRODUKT	M <sup>3</sup> /TONNE	3,49	3,33	<b>3,29</b>
	ABWASSERBELASTUNG IN KG CSB JE TONNE PRODUZIERTEM PRODUKT	KG/TONNE	10,48	10,94	<b>8,18</b>
<b>EN 23</b>	<b>GESAMTGEWICHT DES ABFALLS NACH ART UND ENTSORGUNGSMETHODE</b>				
	GESAMTGEWICHT ABFALL	TONNEN	1.073,78	1.296,80	<b>1.348,81</b>
	DAVON PRODUKTIONSMENGENUNABHÄNGIGER ABFALL <sup>5</sup>	TONNEN	36,08	104,20	<b>63,41</b>
	DAVON PRODUKTIONSMENGENABHÄNGIGER ABFALL	TONNEN	1.037,70	1.192,60	<b>1.285,40</b>
	DAVON RECYCELBAR	TONNEN	792,70	916,50	<b>985,70</b>
	DAVON NICHT RECYCELBAR	TONNEN	245,00	276,10	<b>299,70</b>
	ANTEIL RECYCELBARER ABFALL	RELATIV	76,4%	76,8%	<b>76,7%</b>
	GESAMTGEWICHT PRODUKTIONSMENGENABHÄNGIGER ABFALL PRO PRODUZIERTEM PRODUKT	KG/TONNE	5,55	6,04	<b>6,54</b>

<sup>1</sup> zugekaufte Energie minus verkaufte Energie; Energieeinsatz ohne geringfügige Verbräuche an Heizöl

<sup>2</sup> Produktionsmengen sind nicht konsolidiert, sondern additiv angegeben. Gegenüber dem Vorjahr wurden bestimmte Abpackmengen in die Berechnung aufgenommen. Die auf Basis Energieeinsatz ermittelte Energieintensität ist höher als die auf Basis des Verbrauchs ermittelte. (Energieeinsatz inkl. Eigenerzeugung Strom x Wirkungsgrad = Energieverbrauch)

<sup>3</sup> Die Reduktion wurde anhand des Basisjahres 2012 ermittelt.

<sup>4</sup> Abwasser nur für Werke Uelzen und Bismark; Abwassermengen Werk Ratzeburg vernachlässigbar klein; Werk Warmsen mit eigener Vollkläranlage

<sup>5</sup> produktionsmengenunabhängige Abfälle sind z. B. Bauschutt, Gartenabfälle, Alt-Akten



# Schubkraft für die Zukunft

 /mitarbeiter#mehr

Die Uelzena-Gruppe ist auf Erfolgskurs, und ihr Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern steigt. Die Kernziele unserer Personalstrategie lauten daher: junge Mitarbeiter gewinnen, bewährte halten, Kompetenzen fördern. Wir haben uns viel vorgenommen. Denn wir wollen langfristig erfolgreich sein.



---

**7%****Ausbildungsquote**

Wir bilden überdurchschnittlich viele Azubis aus. Der Bundesdurchschnitt liegt bei 5,7 Prozent.



---

**W**ie erfolgreich ist Uelzenas Personalstrategie? Greifen unsere Maßnahmen? Erreicht die Uelzena-Gruppe ihre Ziele? In weiten Teilen können wir diese Fragen sehr genau beantworten. Zum Beispiel wissen wir, dass unsere Ausbildung zu guten Ergebnissen führt. Unsere Azubis und Bacheloranden haben 2015 im Durchschnitt die Note 2,5 erhalten. Unsere absoluten Beschäftigungszahlen sind gestiegen, von 655 auf 663. Besonders in Bismark freuen wir uns über eine positive Entwicklung. Nachdem mehrere altgediente Mitarbeiter in Rente gegangen sind, konnten wir die frei gewordenen Stellen mit jungen Kollegen neu besetzen. Hier entfalten die verschiedenen Maßnahmen des Ausbildungsmarketings eine erste Wirkung.

Auch im Gesamtkonzern stimmen viele Anzeichen optimistisch: Der Altersdurchschnitt unserer Belegschaft ist leicht von 42,7 auf 42,6 Jahre gesunken. Unsere Ausbildungsquote liegt unverändert gut bei sieben Prozent. Zum Vergleich: Der Bundesdurchschnitt liegt bei 5,7 Prozent (Stand 2013). Und wir konnten 2015 mit 93 Prozent sogar noch mehr Azubis übernehmen als im Jahr zuvor. 2014 waren es 90 Prozent.

**ZIELERREICHUNG****85,3 %**VERSTÄRKUNG DER ATTRAKTIVITÄT  
ALS ARBEITGEBERERHALT DER LANGFRISTIGEN  
BESCHÄFTIGUNG VON  
QUALIFIZIERTEN MITARBEITERNENTWICKLUNG UND FÖRDERUNG  
VON MITARBEITERN

### **Bewährte Lösungen, frische Ideen**

Unsere 663 Mitarbeiter haben sich im Jahr 2015 insgesamt 3815 Stunden lang fortgebildet – exklusive Berufsschule. Das sind unverändert knapp sechs Stunden pro Kopf jährlich. Leicht gesunken im Vergleich zum Vorjahr ist die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit, nämlich von 14,2 auf 13 Jahre – ebenfalls ein Effekt der Neubesetzung von Arbeitsplätzen, die durch Rentenabgänge frei wurden, mit Neuzugängen. Zufrieden sind wir mit der Quote der Ausfalltage durch Unfälle oder Berufserkrankungen, die sich von 0,72 auf 0,33 mehr als halbiert hat. Das liegt vor allem daran, dass im Jahr 2015 nur wenig Ausfälle durch Unfälle entstanden sind.

Doch es gibt noch Lücken beim Messen unserer Leistung. Ein strategisches Analyse-Tool befindet sich in der Erprobung. Damit wollen wir unseren Bedarf an Mitarbeitern und Qualifikationen frühzeitig erkennen. Es soll uns eine Vorschau für jeweils vier Jahre ermöglichen und dieses Jahr zum ersten Mal zum Einsatz kommen.

### **Klick – und die Karriere startet**

Keine Frage, unsere neuen Karriereseiten im Internet unter [www.uelzena.de/karriere](http://www.uelzena.de/karriere) kommen bei den Nachwuchskräften gut an. Die Abrufzahlen sind hoch, junge Bewerber begeistert. Frisch, authentisch, emotional wirkte der Onlineauftritt, loben sie. Besonders gut kommen die Kurzfilme an, in denen Mitarbeiter sich und ihren Beruf vorstellen. Da das neue Angebot erst seit Mitte November 2015 live ist, werden nachhaltige positive Effekte noch etwas Zeit benötigen. Unser Erscheinungsbild im Web ist aber nur einer von vielen Bausteinen, mit denen wir verstärkt junge Menschen ansprechen und für eine Ausbildung oder eine Tätigkeit bei uns interessieren wollen.





**93 %**

Übernahmequote von Azubis

Noch mehr Azubis: Uelzena konnte die Übernahmequote im Jahr 2015 von 90 auf 93 Prozent steigern.



Ina Hinrichs  
Leiterin Personal

*„Die Menschen in unserer Unternehmensgruppe sind das Herz und der Motor unseres Erfolgs. Wir haben deshalb ganz bewusst einen wesentlichen Teil unserer Nachhaltigkeitsziele im Bereich Personal formuliert. Nur so stellen wir sicher, dass wir nicht nur heute und morgen, sondern auch für die Zukunft die passenden Menschen an Bord haben, die sich für unsere gemeinsamen Herausforderungen begeistern.“*



**Feine Sinne sind gefragt**

*Einige speziell geschulte Mitarbeiter unterziehen unsere Produkte laufend sensorischen Tests: Sie prüfen ihre speziellen Eigenschaften wie Geschmack, Geruch oder Farbe.*

Zum Beispiel übertragen wir auch unsere guten Erfahrungen, die wir mit dem Ausbildungsmarketing in Uelzen gemacht haben, auf sämtliche Standorte. Wir besuchen schulische Veranstaltungen zur Berufsorientierung, laden ausgewählte Schüler zu uns ein, bieten betriebliche Praktika an und sind auf Ausbildungsmessen präsent. Mit diesen und weiteren neuen Ideen möchten wir die Ziele unserer nachhaltigen Personalstrategie noch schneller und besser erreichen. Sie sollen uns noch mehr Schubkraft verleihen. Denn wir sind ein wachsendes Unternehmen, das auch zukünftig neue engagierte Mitarbeiter sucht.

Doch der demografische Wandel in Deutschland erschwert diese Suche zunehmend. So berichtet zum Beispiel die Bundesagentur für Arbeit in ihrer Fachkräfte-Engpassanalyse Ende 2015 unter anderem von Besetzungsschwierigkeiten sowohl bei technischen Berufen auf den Ebenen von Ingenieuren als auch bei nichtakademischen Fachkräften. Und eine Fokus-Studie der deutschen Kontaktstelle für das Europäische

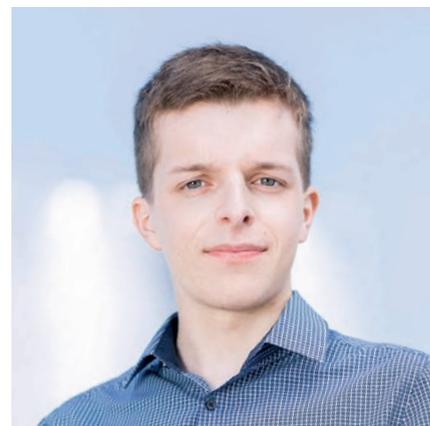
Migrationsnetzwerk (EMN) prognostiziert, dass die Zahl der Erwerbstätigen bis zum Jahr 2050 um acht bis elf Millionen sinken wird. Vor allem, wenn die geburtenstarken Jahrgänge der 50er- und 60er-Jahre das Rentenalter erreichen, stelle sich die Frage nach der Sicherung der Fachkräftebasis.

**Aus Verantwortung für das soziale Wohl in den Regionen**

Wie viele deutsche Unternehmen ist davon auch die Uelzena-Gruppe betroffen – vielleicht sogar mehr als andere, weil sich unsere Standorte zumeist in strukturschwachen, ländlichen Regionen befinden. Und wir gehören an unseren Standorten jeweils zu den größeren Arbeitgebern. Die Uelzena-Gruppe trägt daher eine besondere Verantwortung für das soziale Wohl der örtlichen Gemeinwesen. Um personelle Engpässe zu vermeiden und unserer Verantwortung noch besser gerecht zu werden, haben wir eine nachhaltige Personalstrategie entwickelt.

### Maßgeschneiderte Karriere

Die Uelzena-Gruppe fördert vielseitige berufliche Entwicklungswege ihrer Mitarbeiter, zum Beispiel duale oder berufsbegleitende Studiengänge, Meisterausbildungen und berufsbezogene Fortbildungen.



## MITARBEITER

		2013	2014	2015
<b>G4-9</b>	GESAMTZAHL	640	655	663
<b>G4-10</b>	MÄNNER	444	456	459
	FRAUEN	196	199	204
	UNBEFRISTETER ARBEITSVERTRAG	581	591	588
	BEFRISTETER ARBEITSVERTRAG	15	18	32
	AUSBILDUNG / PRAKTIKUM	44	46	43
	VOLLZEIT	602	616	621
	TEILZEIT	38	39	42
<b>LA6</b>	AUSFALLTAGE PRO MITARBEITER DURCH UNFÄLLE ODER BERUFSEKRANKUNG	0,99	0,72	0,33
<b>LA9</b>	DURCHSCHNITTLICHE JÄHRLICHE STUNDENZAHL FÜR AUS- UND WEITERBILDUNG PRO MITARBEITER	5	6	6
	DURCHSCHNITTSALTER DER BELEGESCHAFT IN JAHREN	43	42,7	42,6
	DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT IN JAHREN	14	14,2	13

Mitarbeiterbezogene Kennzahlen beziehen sich auf alle Mitarbeiter und Standorte der Gruppe. Sie sind als Kopfzahl benannt.



---

# Wir brauchen starke Regionen

 [/regionen#mehr](#)

---

Wirtschaft, Gemeinwohl, Lebensqualität: Die Uelzena-Gruppe fördert die nachhaltige Regionalentwicklung an ihren Standorten. Als verantwortungsvolles Unternehmen mit starker Bindung an Norddeutschland.

ZIELERREICHUNG

88,3 %

BEVORZUGUNG REGIONALER  
LIEFERANTEN UND DIENSTLEISTER,  
WENN MÖGLICH

FÖRDERUNG DER PERSPEKTIVEN  
VON JUGENDLICHEN  
AN WERKSSTANDORTEN

FÖRDERUNG DES EHRENAMTLICHEN  
ENGAGEMENTS UNSERER MITARBEITER



**Karina Bode-Koch**  
PR-Managerin

*„Wir möchten dazu beitragen, dass das Umfeld unserer Werke noch attraktiver wird und unsere Mitarbeiter, ihre Familien und zukünftige Nachwuchskräfte sich hier wohlfühlen. So unterstützen wir zum Beispiel Veranstaltungen und Vereine, damit bessere kulturelle und soziale Rahmenbedingungen geschaffen werden. Auch die Förderung von Kindern und Jugendlichen liegt uns sehr am Herzen. Deshalb fördern wir Projekte, die Jugendliche sinnvoll beschäftigen und sie in der Berufsorientierung unterstützen.“*

Die Standorte der Uelzena-Gruppe haben eins gemeinsam: Sie liegen nicht in großen Städten, und die Entfernung zu Metropolen ist groß. Die Regionen um unsere Werke sind eher landwirtschaftlich geprägt, denn dort wird der Milchrohstoff erzeugt und verarbeitet. Für uns bedeutet das eine starke Bindung an die Regionen, und wir sehen darin auch die Verantwortung für ihr Wohlergehen.

### Strategien zur Stärkung der Region

Fachkräfte zu gewinnen, junge Menschen nachhaltig in den Regionen zu halten und sie für eine Ausbildung bei Uelzena zu begeistern sind Aufgaben, bei denen alle gewinnen: die Mitarbeiter, das Unternehmen, die jungen Menschen bei ihrer heimatnahen Ausbildung und die ganze jeweilige Region. Gerade in diesen ländlichen Bereichen sind viele Kinder und Jugendliche bei den Jugendfeuerwehren aktiv. Neugier und Interesse an Technik sind meistens die Basis für den Einstieg. Sie erwerben durch die Arbeit in den Gruppen soziale Kompetenzen und gewinnen Kenntnisse in Feuerwehrentechnik. Hier finden sich Interessierte, die altersgemäß an die Arbeit in technischen Berufen herangeführt werden. Ihnen berufliche Perspektiven in der Heimatregion aufzuzeigen ist sowohl für die Jugendlichen als auch für die jeweilige Region ein Gewinn. Deshalb haben wir im Jahr 2015 insbesondere die Jugendfeuerwehren an allen unseren Standorten finanziell gefördert.

Wir fördern Projekte für bessere Perspektiven Jugendlicher und diskutieren intern, wie wir das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter noch besser unterstützen können. Und wir verfolgen an allen unseren Produktionsstandorten eine Strategie zur nachhaltigen Entwicklung in den Regionen. So zeigten die Bemühungen, Aufträge und wirtschaftliche Leistung in den Regionen zu behalten, Erfolg. Der Ausgaben-Anteil für regionale Dienstleister, die Uelzena beauftragt, stieg von 14 Prozent im Jahr 2014 auf 18 Prozent im Jahr 2015. Dabei gilt ein 50-Kilometer-Umkreis um unsere Standorte. Auf diese Weise wird die Wirtschaftskraft im ländlichen Raum gestärkt und zur Existenzsicherung der Dienstleister in den Regionen beigetragen.

Unser Auszahlungspreis für Milchrohstoffe entsprach in den letzten Jahren einem wettbewerbsfähigen Niveau in Norddeutschland. Damit ist die Uelzena eG für ihre Landwirte ein leistungsfähiger Partner für die Vermarktung ihrer Erzeugnisse. Die 527.978 Tonnen Milchrohstoffe, die wir 2015 von unseren Lieferanten bezogen haben, stammen zu 94 Prozent aus regionaler Erfassung. Ein wichtiger Beitrag zur Wertschöpfung und Existenzsicherung der Landwirte in den Werksregionen. Durch die Einkommenssicherung für ihre Mitgliedsbetriebe und deren angeschlossene Milcherzeuger, das Einkommen unserer Mitarbeiter und die Ausgaben der Uelzena-Gruppe für regionale Dienstleister wird die Wirtschaftskraft in den Regionen gestärkt.

# GRI-INDEX "G4-FOOD-PROCESSING" FÜR DEN NACHHALTIGKEITSBERICHT DER UELZENA-GRUPPE 2015

## LEGENDE AUSLASSUNGEN & ANMERKUNGEN UND VERWEISE

(<sup>1</sup>) Eine Standardangabe, ein Teil einer Standardangabe oder ein Indikator ist nicht anwendbar.

(<sup>2</sup>) Die Informationen unterliegen speziellen Vertraulichkeitsauflagen.

(<sup>3</sup>) Es bestehen spezifische gesetzliche Verbote.

(<sup>4</sup>) Die Informationen sind gegenwärtig nicht verfügbar.

→ Anmerkungen

/G4-XXX Webcode als Link zu den jeweiligen Informationen im Internet. Zur Funktionsweise siehe Hinweis im Inhaltsverzeichnis auf Seite 2.

## ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

ID	INDIKATOR	AUSLASSUNGEN & ANMERKUNGEN	VERWEISE
<b>STRATEGIE UND ANALYSE</b>			
G4-1	ERKLÄRUNG DES VORSTANDS ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT		/G4-1 S. 3
<b>ORGANISATIONSPROFIL</b>			
G4-3	NAME DER ORGANISATION	→ Uelzena eG	
G4-4	WICHTIGSTE MARKEN, PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN		/G4-4 S. 10, 11, 17
G4-5	HAUPTSITZ DES UNTERNEHMENS	→ Uelzen in Niedersachsen	
G4-6	ANZAHL LÄNDER, IN DENEN DIE ORGANISATION TÄTIG IST	→ in Deutschland tätig; Vertrieb und Beschaffung Nicht-Milch weltweit, aber mit Schwerpunkt in Europa	
G4-7	EIGENTÜMERSTRUKTUR UND RECHTSFORM	→ eingetragene Genossenschaft mit 9 Mitgliedern	/G4-7
G4-8	MÄRKTE, DIE BEDIENT WERDEN		/G4-8
G4-9	GRÖSSE DER ORGANISATION (BESCHÄFTIGTE, STANDORTE, ERLÖSE, GESAMTKAPITALISIERUNG, MENGE DER GELIEFERTEN PRODUKTE)	→ Gesamtzahl der Geschäftsstandorte: 4 Produktionsstandorte (ohne MTW) und 1 Vertriebsstandort	S. 10, 11, 16, 29, 31, 39
G4-10	KERNDATEN ZUM PERSONAL	( <sup>1</sup> ) Standorte liegen in einer Region, daher keine Aufschlüsselung der Gesamtmitarbeiterzahl nach Region ( <sup>1</sup> ) "Feste freie" Mitarbeiter oder Arbeitnehmer von Vertragspartnern haben gar keine/nur eine sehr geringe Bedeutung. ( <sup>4</sup> ) keine Aufschlüsselung der Festangestellten und Vollzeitkräfte nach Geschlecht, wird erhoben bis 2017 → keine großen Schwankungen bzgl. der Zahl der Arbeitnehmer	S. 31
G4-11	PROZENTSATZ ARBEITNEHMER, DIE VON KOLLEKTIV-VEREINBARUNGEN ERFASST WERDEN	( <sup>2</sup> ) Diese Information ist aus Wettbewerbsgründen vertraulich.	
G4-12	LIEFERKETTE DER ORGANISATION		S. 9
G4-13	VERÄNDERUNGEN (GRÖSSE, STRUKTUR, EIGENTUMSVERHÄLTNISSE, STANDORTE, GESCHÄFTSTÄTIGKEITEN UND GESELLSCHAFTSKAPITAL) IM UNTERNEHMEN UND IN DER LIEFERKETTE WÄHREND DES BERICHTSZEITRAUMS	→ keine wesentlichen Veränderungen	
G4-14	VORSORGEANSATZ UND -PRINZIP	( <sup>4</sup> ) Angabe erfolgt bis 2017	
G4-15	WIRTSCHAFTLICHE, ÖKOLOGISCHE, GESELLSCHAFTLICHE CHARTAS, PRINZIPIEN, INITIATIVEN	( <sup>4</sup> ) Angabe erfolgt bis 2017	
G4-16	MITGLIEDSCHAFTEN IN VERBÄNDEN		/G4-16
<b>ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN</b>			
G4-17	LISTE GENANNTER UND NICHT GENANNTER UNTERNEHMEN IM JAHRESBERICHT	→ Firmen der Uelzena-Gruppe: Uelzena eG, Altmark-Käserei Uelzena GmbH, Hoche Butter GmbH, H. Schoppe & Schultz GmbH & Co. KG, WS Warsener Spezialitäten GmbH, Trilactis GmbH → Beteiligungen mit 50 Prozent oder weniger Anteilen sowie nicht operativ tätige Firmen werden nicht genannt.	S. 10–11
G4-18	VERFAHREN ZUR FESTLEGUNG DER BERICHTSINHALTE UND DER ABGRENZUNG DES ASPEKTS SOWIE DIE UMSETZUNG DER BERICHTERSTATTUNGSGRUNDSÄTZE	( <sup>4</sup> ) Angabe erfolgt bis 2017	
G4-19	VOLLSTÄNDIGE AUFLISTUNG DER ALS WESENTLICH ERMITTELTEN ASPEKTE	→ siehe Grafik „Materialitätsanalyse“	S. 5
G4-20	ABGRENZUNG DER ASPEKTE INNERHALB DES UNTERNEHMENS	( <sup>4</sup> ) Angabe erfolgt bis 2017	
G4-21	ABGRENZUNG DER ASPEKTE AUSSERHALB DES UNTERNEHMENS	( <sup>4</sup> ) Angabe erfolgt bis 2017	
G4-22	NEUDARSTELLUNGEN GEGENÜBER FRÜHEREN BERICHTEN & AUSWIRKUNGEN	→ Der Bericht wurde erweitert.	S. 4
G4-23	ÄNDERUNGEN IN UMFANG UND GRENZEN IM VERGLEICH ZU FRÜHEREN BERICHTEN	→ keine Änderung der Materialitätsmatrix in 2015 im Vergleich zu 2014	
<b>EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN</b>			
G4-24	LISTE DER EINGEBUNDENEN STAKEHOLDER		/G4-24
G4-25	GRUNDLAGE FÜR DIE ERMITTLUNG UND AUSWAHL DER STAKEHOLDER	( <sup>4</sup> ) Angabe erfolgt bis 2017	
G4-26	ART DER EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN	→ Die Einbindung erfolgt in etablierten Formen. Nach dem ersten Nachhaltigkeitsbericht hat es zudem Fokusgespräche mit allen Stakeholdern gegeben, um die Erfüllung von Erwartungen zu klären.	/G4-26
G4-27	THEMEN DER STAKEHOLDER		/G4-27

ID	INDIKATOR	AUSLASSUNGEN & ANMERKUNGEN	VERWEISE
<b>BERICHTSPROFIL</b>			
G4-28	BERICHTSZEITRAUM	→ 01.01.2015 bis 31.12.2015	S. 4
G4-29	DATUM DES VORANGEGANGENEN BERICHTS	→ 26.06.2015	
G4-30	BERICHTSZYKLUS	→ jährlich	
G4-31	KONTAKT	→ Uwe Radke	S. 38
G4-32	GEWÄHLTE GRI-INDEX-OPTION	→ Der aktuellen Bericht wurde in Anlehnung an die Option „In Übereinstimmung‘ – Kern“ der G4-Leitlinien (GRI) erstellt. Bis 2017 erfolgt die vollständige Umsetzung aller Anforderungen.	
G4-33	BESCHREIBUNG DER ART, DES UMFANGS UND DER GRUNDLAGE DER BERICHTSPRÜFUNG	→ interne Prüfung des Berichts	
<b>UNTERNEHMENSFÜHRUNG</b>			
G4-34	FÜHRUNGS- UND ENTSCHEIDUNGSSTRUKTUR		/G4-34
<b>ETHIK UND INTEGRITÄT</b>			
G4-56	WERTE, GRUNDSÄTZE SOWIE VERHALTENSSTANDARDS IM UNTERNEHMEN	( <sup>4</sup> ) Unternehmensleitlinien und Verhaltensstandards werden 2015/16 entwickelt.	
<b>SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN</b>			
<b>KATEGORIE: WIRTSCHAFTLICH</b>			
<b>WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG / ECONOMIC PERFORMANCE</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#WL S. 6–11
G4-EC1	DIREKT ERWIRTSCHAFTETER UND VERTEILTER WIRTSCHAFTLICHER WERT	( <sup>4</sup> ) Diese Angaben erfolgen bis 2017: Aufschlüsselung des verteilten wirtschaftlichen Werts nach Betriebskosten, Löhnen/betrieblichen Leistungen, Zahlungen an Kapitalgeber, Zahlungen an die Regierung, Investitionen in die Gemeinschaft und in Programme/Verfahren, die besonders zur Lebensmittelindustrie passen.	/G4-EC1 S. 11
<b>BESCHAFFUNG</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#BF S. 12–17, 32–33
G4-EC9	ANTEIL AN AUSGABEN FÜR LOKALE LIEFERANTEN AN STANDORTEN	( <sup>4</sup> ) Managementansatz wird bis 2016/17 vollständig aufgebaut → Angaben beziehen sich nur auf Dienstleister in einem Umkreis von 50 Kilometern um den jeweiligen Werksstandort. ( <sup>4</sup> ) Angaben zur lokalen produktbezogenen Beschaffung (z. B. Milch, Zucker oder Verpackungsmaterial) erfolgen bis 2017 ( <sup>1</sup> ) Rohstoffe wie Kakao oder Kaffee können nicht lokal bezogen werden.	S. 32–33
<b>KATEGORIE: ÖKOLOGISCH</b>			
<b>MATERIALIEN / MATERIALS</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#MT S. 24–27
G4-EN1	EINGESETZTE MATERIALIEN NACH GEWICHT ODER VOLUMEN	→ Angaben zu den Ressourcen Gas und Wasser finden sich bei den Aspekten Energie und Wasser. → Magermilchpulver vom MTW wird ausgeklammert, da Uelzena nur eine Minderheitsbeteiligung am MTW hält.	S. 15
G4-EN2	ANTEIL VERWENDETER SEKUNDÄRROHSTOFFE	( <sup>1</sup> ) Die Angabe „verwendete Sekundärrohstoffe“ ist bei landwirtschaftlichen Rohstoffen nicht sinnvoll. → EN2 ist eine freiwillige Zusatzangabe.	S. 15
<b>ENERGIE</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#E S. 24–27
G4-EN3	ENERGIEVERBRAUCH INNERHALB DES UNTERNEHMENS	→ Statt Gesamtenergieverbrauch wird der Energieeinsatz genannt: zugekaufte Energie minus verkaufte Energie. ( <sup>4</sup> ) Diese Angaben erfolgen bis 2017: gesamter Energieverbrauch, Kühlenergieverbrauch, Dampfverbrauch sowie verwendete Standards, Methoden, Annahmen und die Quelle von verwendeten Umrechnungsfaktoren.	S. 27
G4-EN5	ENERGIEINTENSITÄT	( <sup>1</sup> ) Verbrauch von Heizenergie ist geringfügig und wird nicht angegeben → EN5 ist eine freiwillige Zusatzangabe.	S. 27
<b>WASSER</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#W S. 24–27
G4-EN8	GESAMTWASSERENTNAHME NACH QUELLE	( <sup>4</sup> ) Angabe zu verwendeten Standards, Methoden und Annahmen erfolgt bis 2017	S. 27
G4-EN32	ÜBERPRÜFUNG NEUER LIEFERANTEN	( <sup>4</sup> ) Angaben erfolgen bis 2017	

ID	INDIKATOR	AUSLASSUNGEN & ANMERKUNGEN	VERWEISE
<b>EMISSIONEN</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#EO S. 24-27
G4-EN15	DIREKTE THG-EMISSIONEN	( <sup>1</sup> ) Diese Angaben erfolgen bis 2017: verwendete Standards, Methoden, Annahmen; der gewählte Konsolidierungsansatz für Emissionen; Gründe für die Wahl des Basisjahres; Kontext für alle signifikanten Veränderungen. → Emissionen im Basisjahr siehe Nachhaltigkeitsbericht 2014.	S. 27
G4-EN16	INDIREKTE THG-EMISSIONEN	→ Uelzerna fasst seine direkten und indirekten THG-Emissionen zusammen. → EN16 ist eine freiwillige Angabe.	S. 27
<b>ABWASSER UND ABFALL</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#AA S. 24-27
G4-EN22	GESAMTVOLUMEN ABWASSEREINLEITUNG NACH QUALITÄT UND EINLEITUNGSORT	( <sup>2</sup> ) Einleitungsort ist als standortbezogene Information vertraulich. Es werden prinzipiell nur Konzernangaben gemacht. ( <sup>4</sup> ) Angabe zu verwendeten Standards, Methoden und Annahmen erfolgt bis 2017	S. 27
G4-EN23	GESAMTGEWICHT DES ABFALLS NACH ART UND ENTSORGUNGSMETHODE	→ EN23 ist eine freiwillige Angabe.	S. 27
<b>COMPLIANCE</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>4</sup> ) Managementansatz wird bis 2017 vollständig aufgebaut	
G4-EN29	BUSSGELDER UND STRAFEN WEGEN NICHT-EINHALTUNG VON UMWELTAUFLAGEN	→ keine Bußgelder im Berichtszeitraum	
<b>TRANSPORT</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>4</sup> ) Managementansatz wird bis 2017 vollständig aufgebaut	
G4-EN30	ERHEBLICHE ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH DEN TRANSPORT VON PRODUKTEN, GÜTERN, MATERIALIEN	( <sup>4</sup> ) Angaben erfolgen bis 2017	
<b>BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#BLOE S. 12-17
G4-EN32	ÜBERPRÜFUNG NEUER LIEFERANTEN	( <sup>4</sup> ) Managementansatz wird bis 2016/17 vollständig aufgebaut ( <sup>4</sup> ) Angaben erfolgen bis 2017	
<b>KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH</b>			
<b>UNTERKATEGORIE: ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG</b>			
<b>BESCHÄFTIGUNG</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#BE S. 28-31
G4-LA1	GESAMTZAHL UND RATE NEU EINGESTELLTER MITARBEITER SOWIE PERSONALFLUKTUATION	( <sup>4</sup> ) Diese Angaben erfolgen bis 2017: Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter; Personalfluktuationsrate (Gesamtzahl und Rate), jeweils aufgeschlüsselt nach Altersgruppe und Geschlecht. ( <sup>1</sup> ) Die Standorte liegen in einer Region, daher keine Aufschlüsselung der Gesamtmitarbeiterzahl nach Region.	
<b>ARBEITGEBER-ARBEITNEHMER-VERHÄLTNIS / LABOR/MANAGEMENT RELATIONS</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>4</sup> ) Managementansatz wird bis 2017 vollständig aufgebaut	
G4-LA4	MINDESTMITTEILUNGSFRISTEN VON BETRIEBLICHEN VERÄNDERUNGEN	→ Mitteilungsfristen sind gesetzlich und tariflich geregelt.	
<b>ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#AG S. 28-31
G4-LA6	ART DER VERLETZUNG, BERUFSKRANKHEITEN, AUSFALLTAGE, ABWESENHEITEN	( <sup>4</sup> ) Diese Angaben für die Gesamtbelegschaft sowie für Vertragspartner erfolgen bis 2017: Art der Verletzungen, Verletzungsrate, Berufskrankheitsrate, die Abwesenheitsrate sowie arbeitsbedingte Todesfälle jeweils aufgeschlüsselt nach Geschlecht und das verwendete Regelwerk zur Aufnahme und Angabe von Unfallstatistik. ( <sup>1</sup> ) Die Standorte liegen in einer Region, daher keine Aufschlüsselung der Gesamtmitarbeiterzahl nach Region.	S. 31
<b>AUS- UND WEITERBILDUNG</b>			
G4-DMA	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	( <sup>2</sup> ) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen.	/G4-DMA#AW S. 28-31
G4-LA9	STUNDENANTEIL PRO MITARBEITER UND JAHR	( <sup>4</sup> ) keine Aufschlüsselung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie, Angabe erfolgt bis 2017	S. 31

**BEWERTUNG LIEFERANTEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN**

<b>G4-DMA</b>	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	(?) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen. (*) Managementansatz wird bis 2016/17 vollständig aufgebaut	/G4-DMA#BLAP S. 12-17
<b>G4-LA14</b>	PROZENTSATZ NEUER ÜBERPRÜFTER LIEFERANTEN ANHAND VON ARBEITSPRAKTIKEN	(*) Angaben erfolgen bis 2017	

**UNTERKATEGORIE: GESELLSCHAFT**

**LOKALE GEMEINSCHAFTEN**

<b>G4-DMA</b>	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	(?) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen. → 100 Prozent der Werkstandorte setzen Förderprogramme um. → Eine Prüfung der sozialen Auswirkungen sowie Umweltverträglichkeitsprüfungen erfolgte 2015 nicht. Die laufende Überwachung der Umweltverträglichkeit erfolgte gemäß der gesetzlichen Vorgaben. → Für Stakeholder-Einbindung an allen Standorten siehe G4-26 → Es besteht regelmäßiger Kontakt zu lokalen Behörden und politischen Gremien an den Werksstandorten.	/G4-DMA#LG S. 32-33
<b>G4-SO1</b>	PROZENTSATZ STANDORTE MIT EINBINDUNG LOKALER GEMEINEINSCHAFTEN	(*) Diese Informationen werden bis 2017 erhoben: formelle Beschwerdeverfahren für lokale Gemeinschaften; Betriebsräte, Arbeitsschutzausschüsse und andere Arbeitnehmervertretungen für den Umgang mit Auswirkungen.	

**KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG**

<b>G4-DMA</b>	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	(*) Managementansatz wird bis 2017 vollständig aufgebaut	
<b>G4-SO3</b>	GESAMTZAHL UND PROZENTSATZ AUF KORRUPTIONSRISIKEN GEPRÜFTER GESCHÄFTSSTANDORTE	(*) Angaben erfolgen bis 2017	

**WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN**

<b>G4-DMA</b>	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	(*) Managementansatz wird bis 2017 vollständig aufgebaut	
<b>G4-SO7</b>	GESAMTZAHL DER VERFAHREN AUFGRUND VON WETTBEWERBSWIDRIGEM VERHALTEN UND DEREN ERGEBNISSE	→ keine Verfahren	

**COMPLIANCE**

<b>G4-DMA</b>	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	(*) Managementansatz wird bis 2017 vollständig aufgebaut	
<b>G4-SO8</b>	STRAFEN WEGEN NICHT-EINHALTUNG VON GESETZEN UND VORSCHRIFTEN	→ keine Verstöße	

**GESUNDHEIT UND ERSCHWINGLICHE LEBENSMITTEL**

<b>G4-DMA</b>	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	(*) Managementansatz wird bis 2017 vollständig aufgebaut	
<b>EIGENER INDIKATOR</b>		(*) Indikator wird bis 2017 entwickelt, Angaben erfolgen bis 2017	

**TIERWOHL**

<b>G4-DMA</b>	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	(*) Managementansatz wird bis 2017 vollständig aufgebaut	
<b>EIGENER INDIKATOR</b>		(*) Indikator wird bis 2017 entwickelt, Angaben erfolgen bis 2017	

**UNTERKATEGORIE: PRODUKTVERANTWORTUNG**

**KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT**

<b>G4-DMA</b>	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	(?) Je Handlungsfeld fassen wir mehrere interne Kennzahlen und Messgrößen zu einem einfach nachvollziehbaren Zielerreichungswert zusammen. Bis 2017 lassen wir die Angaben durch einen Dritten überprüfen. → 100 Prozent	/G4-DMA#KGS S. 12-17
<b>G4-PR1</b>	PROZENTSATZ PRODUKT- UND DIENSTLEISTUNGSKATEGORIEN, DEREN AUSWIRKUNG AUF GESUNDHEIT UND SICHERHEIT GEPRÜFT WERDEN		

**KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN**

<b>G4-DMA</b>	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	(*) Managementansatz wird bis 2017 vollständig aufgebaut	
<b>G4-PR3</b>	PROZENTSATZ UND ART DER ERFORDERLICHEN PRODUKT- UND DIENSTLEISTUNGSINFORMATIONEN	→ Alle geforderten Informationen sind verpflichtend und werden genannt. → 100 Prozent	

**COMPLIANCE**

<b>G4-DMA</b>	ANGABEN MANAGEMENTANSATZ	(*) Managementansatz wird bis 2017 vollständig aufgebaut	
<b>G4-PR9</b>	BUSSGELDER UND STRAFEN WEGEN NICHT-EINHALTUNG VON GESETZEN UND VORSCHRIFTEN IN BEZUG AUF DIE NUTZUNG UND BEREITSTELLUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN	→ keine Strafen und Bußgelder	

---

# Impressum

---

## MITGLIEDER DER ARBEITSGRUPPE NACHHALTIGKEIT

### Uwe Radke

Geschäftsführer Marketing & Vertrieb  
Uelzena eG  
Nachhaltigkeitsbeauftragter und  
Leiter der Arbeitsgruppe

### Dr. Peter Fichtl

Geschäftsführer Produktion & Technik  
Uelzena eG  
Stellvertretender Nachhaltigkeitsbeauftragter

### Olaf Braumann

Geschäftsführer Produktion & Technik  
H. Schoppe & Schultz GmbH & Co. KG

### Heino Albrecht

Geschäftsführer  
Altmark-Käserei Uelzena GmbH

### Hinrich Kröger

Geschäftsführer Verwaltung,  
Produktion & Technik  
WS Warmseener Spezialitäten GmbH

### Jörg Fink

Geschäftsführer Finanzen & Personal  
Uelzena eG

### Ina Hinrichs

Leiterin Personal  
Uelzena eG

### Bernd Nörenberg

Leiter Zentraleinkauf  
Uelzena eG

### Volker Suderburg

Leiter Milchmanagement  
Uelzena eG

### Timo Klabunde

Leiter Controlling  
Uelzena eG

### Karina Bode-Koch

PR-Managerin  
Uelzena eG

---

## HERAUSGEBER

Uelzena eG  
Im Neuen Felde 87  
29525 Uelzen  
Tel. +49 581 806-0  
Fax +49 581 806-90 00  
www.uelzena.de

---

## KONZEPT, DESIGN UND REALISATION

NKI NETZKREATIVE GmbH  
Hamburg

BINAR DESIGN  
Berlin / Bremen

---

## FOTOS

Thies Rätzke  
Martin Foddanu  
Ulrich Paschek  
Ludolf Dahmen

---

## DANK, HAFTUNGSAUSSCHLUSS UND ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Uelzena dankt dem Hof Stegemann-Dreyer in Dangenstorf für die Zeit und die Informationen zum Schwerpunktthema (siehe Seite 18) im diesjährigen Nachhaltigkeitsbericht.

Die Daten in diesem Bericht sind mit größter Sorgfalt erhoben worden. Dennoch können wir Fehler nicht gänzlich ausschließen. Zudem beinhaltet dieser Bericht Zukunftsaussagen, die auf Annahmen und aktuell zur Verfügung stehenden Informationen beruhen. Der künftige Geschäftsverlauf kann jedoch von diesen Prognosen abweichen, weil verschiedene Faktoren nicht unserem Einfluss unterliegen und zu abweichenden Entwicklungen führen können, die am Erscheinungstag unvorhersehbar waren.

Fragen und Anregungen zu diesem Nachhaltigkeitsbericht an: [kontakt@uelzena.de](mailto:kontakt@uelzena.de)

Redaktionsschluss: 31. Mai 2016  
Veröffentlichung: 1. Juli 2016  
Copyright © 2016 Uelzena eG

---

## DRUCK

Druckerei Schlüter GmbH, Dahlenburg/Gienau

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier

# Auszug aus dem Jahresabschluss 2015 der Uelzena eG

<b>AKTIVA BILANZ</b>	<b>2014 IN T€</b>	<b>2015 IN T€</b>
A. <b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>50.943</b>	<b>54.614</b>
DAVON SACHANLAGEN	31.435	34.946
DAVON FINANZANLAGEN	18.115	18.141
B. <b>UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>75.286</b>	<b>80.202</b>
DAVON VORRÄTE	18.880	17.780
DAVON FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE	55.063	59.630
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	228	156
<b>SUMME DER AKTIVSEITE</b>	<b>126.457</b>	<b>134.973</b>
<b>PASSIVA BILANZ</b>		
A. <b>EIGENKAPITAL</b>	<b>40.737</b>	<b>43.475</b>
DAVON JAHRESÜBERSCHUSS	3.274	1.531
B. <b>RÜCKSTELLUNGEN</b>	<b>12.674</b>	<b>13.168</b>
C. <b>VERBINDLICHKEITEN</b>	<b>73.046</b>	<b>78.330</b>
<b>SUMME DER PASSIVSEITE</b>	<b>126.457</b>	<b>134.973</b>
<b>GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG ZEITRAUM 01.01.-31.12.</b>		
UMSATZERLÖSE	566.322	532.944
BESTANDSVERÄNDERUNGEN, AKTIVIERTE EIGENLEISTUNGEN, SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE	5.199	2.421
<b>ERLÖSE GESAMT</b>	<b>571.522</b>	<b>535.364</b>
MATERIALAUFWAND	526.560	489.110
<b>ROHERGEBNIS</b>	<b>44.961</b>	<b>46.254</b>
PERSONALAUFWAND	24.026	24.987
ABSCHREIBUNGEN	4.135	4.156
SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN	13.556	15.891
<b>BETRIEBSERGEBNIS</b>	<b>3.208</b>	<b>1.219</b>
FINANZERGEBNIS	93	561
<b>ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>	<b>3.300</b>	<b>1.780</b>
STEUERN	-26	-250
<b>JAHRESÜBERSCHUSS</b>	<b>3.274</b>	<b>1.531</b>



[WWW.UELZENA.DE](http://WWW.UELZENA.DE)