

MALZERS CSR- STATUSREPORT

Strategie

6

Qualität

12

Verpackung

22

Beschaffung

28

Beschaffung
Regionalität
Gesundheit
Befragung

28
32
36
40

SEIT
1901

MALZERS 

**Maßnahmen und Ziele
eines nachhaltigen Bäckers
im Ruhrgebiet.**

Stand: 10.2022

STATUS EINER NACHHALTIGEN AUSRICHTUNG.

Als Traditionsunternehmen der Metropolregion Ruhr stellen wir uns aktuellen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen ganz konkret. So übernehmen wir Verantwortung für unsere Mitarbeitenden und

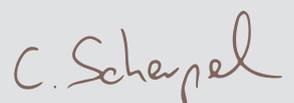
alle Außenstehenden –
besonders in unserer
Region. Mit dieser
Publikation möchten wir
unseren Freund:innen,
Partner:innen und Interes-
sent:innen Einblicke
in die neuesten Entwick-
lungen und Früchte
unserer Bestrebungen
zum nachhaltigen Wandel
bei MALZERS gewähren.

4/5

Lassen Sie sich mitnehmen
und inspirieren.



HANS-JOACHIM SCHERPEL



CHRISTIAN SCHERPEL

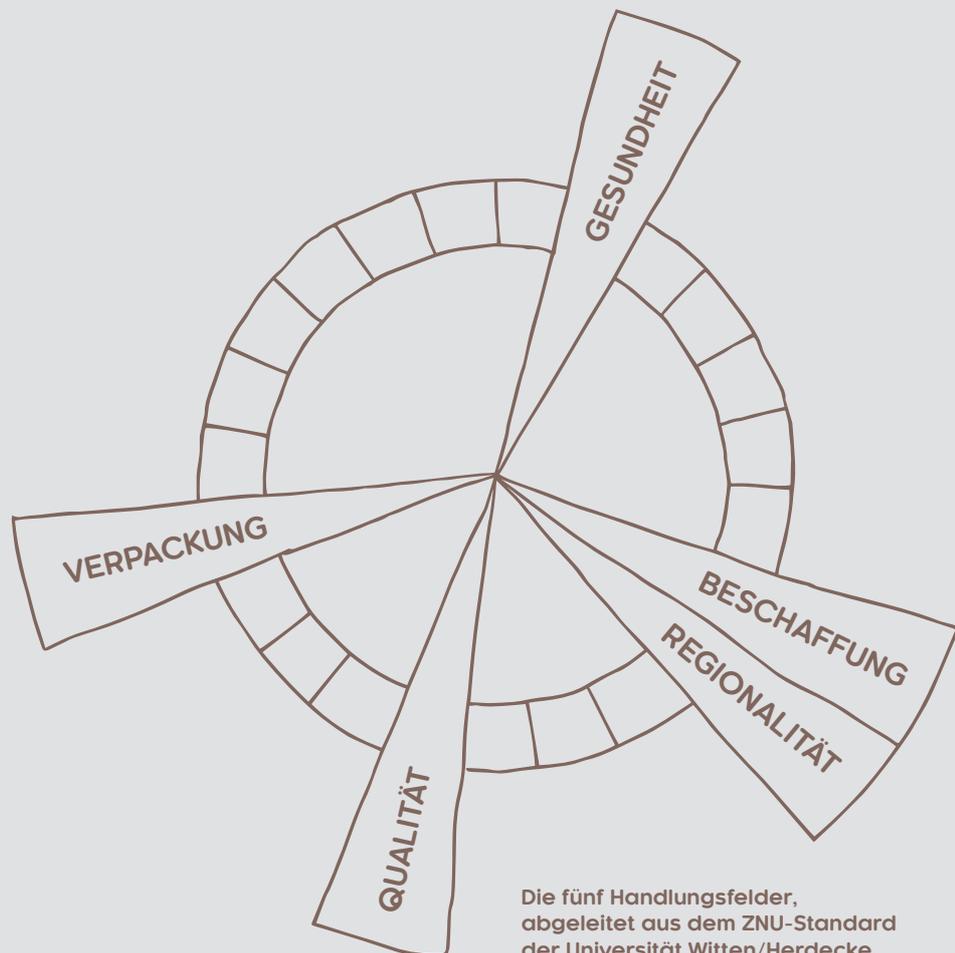
„Die Entwicklung
zur Nachhaltigkeit
muss jeden Winkel
des Unternehmens
erreichen.“

MARTINA MALCHEREK
Energiemanagement- und
Nachhaltigkeitsbeauftragte
bei MALZERS



UNSERE STRATEGIE ZUM LANGFRISTIGEN ERFOLG.

Konsequente Fokussierung ist unser Erfolgsrezept. Das heißt: Neben unserer Hingabe für das Handwerk sind wir allem gegenüber aufgeschlossen, was unsere Arbeit einfacher, leichter und innovativer macht – ganz im Sinne unserer Nachhaltigkeitsstrategie.



Die fünf Handlungsfelder,
abgeleitet aus dem ZNU-Standard
der Universität Witten/Herdecke.

Der Fahrplan zur Nachhaltigkeit wird im Rahmen von fünf Handlungsfeldern umgesetzt, die besonders im Fokus stehen.

Ganz oben ist hier die Qualität und das Management, das die Entwicklung unseres eigenen Qualitätsanspruchs sichert.

Bei der Beschaffung gilt es Aspekte der nachhaltigen Produktion zu überprüfen und geeignete Zuliefer:innen auszuwählen.

Regionales Engagement, das einen positiven Beitrag zum Gemeinwohl leistet, rundet die wirtschaftlichen Aspekte ab.

Das vierte Handlungsfeld bezieht sich auf den präventiven Schutz der Gesundheit von Mitarbeitenden – genauso wie von Menschen außerhalb des Unternehmens.

Die Vermeidung unnötiger Verpackung bildet das fünfte Handlungsfeld, das der Verantwortung gegenüber der Umwelt Ausdruck verleiht.

MASSNAHMEN UND ZIELE 2022-2025 IN DER ÜBERSICHT

Qualität

ZIELE FÜR 2022

- 2022 | 01 Keine Verwendung von Azofarbstoffen
- 2022 | 02 Keine Konservierungsstoffe in Brot, Kleingebäck und Kuchen
- 2022 | 03 Keine Geschmacksverstärker in Brot, Kleingebäck und Kuchen
- 2022 | 04 Reduktion von Konservierungsstoffen bei Fleisch- und Wurstwaren
- 2022 | 05 Reduktion von Geschmacksverstärkern bei Fleisch- und Wurstwaren
- 2022 | 06 Keine Verwendung von Cystein
- 2022 | 07 Mind. 20 Artikel langzeitgeführt
- 2022 | 08 Teilnahme an jährlichen standardisierten Qualitätstests
- 2022 | 09 Teilnahme am jährlichen IFS-Audit
- 2022 | 10 Wir bieten unseren Kund:innen ein abwechslungsreiches und vielseitiges Sortiment
- 2022 | 11 Minimierung der Entsorgung
- 2022 | 12 Testlauf der App „Too Good To Go“
- 2022 | 13 Unser Goldbrötchen Frischeversprechen

ZIELE FÜR 2023

- 2023 | 01 Einsatz ausschließlich natürlicher Aromen
- 2023 | 02 Kein Einsatz von industriellen Fertigsauerteigen oder getrockneten Sauerteigen in unseren Produkten

ZIELE FÜR 2024/25

- 2024/25 | 01 Keine Verwendung von Farbstoffen tierischen Ursprungs
- 2024/25 | 02 Eliminierung von zwei Allergenen
- 2024/25 | 03 Reduktion von Emulgatoren tierischen Ursprungs
- 2024/25 | 04 Kein Einsatz von deklarationspflichtigen Antioxidationsmitteln
- 2024/25 | 05 Reduzierung der Verwendung von Backmischungen
- 2024/25 | 06 Reduzierung des Einsatzes von Palmöl/Palmfett um 50%

Verpackung

ZIELE FÜR 2022

- 2022 | 14 Verzicht auf unnötige Einweg-, Einzel- und Umverpackungen bei der Arbeitskleidung
- 2022 | 15 Awareness-Kampagne Nachhaltigkeit
- 2022 | 16 Reduzierung des Gewichts der Verpackungen in unseren Filialen um 10%
- 2022 | 17 Verzicht auf unnötige Einweg-, Einzel- und Umverpackungen beim Non-Food
- 2022 | 18 Verzicht auf unnötige Einweg-, Einzel- und Umverpackungen in der Produktion
- 2022 | 19 Schulung aller Mitarbeitenden im Verkauf
- 2022 | 20 Steigerung der Mehrwegpfandquote bei den Kaltgetränken um 55%

ZIELE FÜR 2023

- 2023 | 03 Mehrwegquote bei den Kaffeebechern steigern
- 2023 | 04 Einwegbecher aus umweltschonenden Materialien
- 2023 | 05 Reduzierung von Papiertüten und Polybeuteln
- 2023 | 06 Reduktion von Sahnepapier und Umstellung auf umweltschonendere Materialien
- 2023 | 07 Reduktion gedruckter Werbemittel

ZIELE FÜR 2024/25

- 2024/25 | 07 Ersatz von Plastikbechern als Verpackung für Paniermehl
- 2024/25 | 08 Jeder Artikel kann plastikfrei aus der Filiale mitgenommen werden
- 2024/25 | 09 Papierlose Verwaltung

 = **100%** Zielerfüllung

Beschaffung

ZIELE FÜR 2022

- 2022 | 21 **Pflichtenheft für Lieferant:innen**
- 2022 | 22 **Entscheidungsfaktor Nachhaltigkeit**

ZIELE FÜR 2023

- 2023 | 08 **5% unserer Produkte in Bioqualität**
- 2023 | 09 **Regionalität**
- 2023 | 10 **Kein Einsatz von Soja in unseren Produkten, Substitution durch regionale Ackerbohnen**
- 2023 | 11 **Ein System zur Ermittlung der Treibhausgasemissionen für unsere MALZERS Filialen und den Betrieb wurde eingeführt**
- 2023 | 12 **Mindestens drei zusätzliche klimaneutrale Produkte sind im Sortiment vorhanden**
- 2023 | 13 **MALZERS Sozialstandard**

ZIELE FÜR 2024/25

- 2024/25 | 10 **Eigene, effiziente Stromproduktion**

Regionalität

ZIELE FÜR 2022

- 2022 | 23 **Festlegung des MALZERS Regional-Standards**
- 2022 | 24 **Definition des Engagement-Standards**
- 2022 | 25 **Erweiterung der Verteilung von Backwaren an Bedürftige**
- 2022 | 26 **Standort-Versprechen für Ausgaben**
- 2022 | 27 **Standort-Versprechen für Rohstoffherkunft**
- 2022 | 28 **Einsatz von deutschem Getreide**

ZIELE FÜR 2023

- 2023 | 14 **Einsatz von regionalem Obst und Gemüse**
- 2023 | 15 **Zum deutschen „Earth-Overshoot-Day“ (Erdüberlastungstag) gestalten wir unsere erste Nachhaltigkeitswoche bei MALZERS**
- 2023 | 16 **Eine Mitarbeitenden-App, um über Nachhaltigkeitsthemen informieren zu können**

ZIELE FÜR 2024/25

- 2024/25 | 11 **MALZERS Standortversprechen für Ausgaben**
- 2024/25 | 12 **Transparenz in der Produktion**

Gesundheit

ZIELE FÜR 2022

- 2022 | 29 **Eigenes MALZERS Vollkornbrot**
- 2022 | 30 **Minimierung von Arbeitsunfällen 2022**

ZIELE FÜR 2023

- 2023 | 17 **Die Teilnahme an einer Blutspendeaktion für alle Mitarbeitenden**
- 2023 | 18 **Die Teilnahme an einer Aktion zur Typisierung des Knochenmarks für alle Mitarbeitenden**
- 2023 | 19 **Förderung gesunder Ernährung der Mitarbeitenden**
- 2023 | 20 **Erweiterung des Sportprogrammes für Mitarbeitenden**
- 2023 | 21 **Minimierung von Arbeitsunfällen im Vergleich zum Vorjahr**
- 2023 | 22 **Optimierte Ergonomie an den Arbeitsplätzen**
- 2023 | 23 **Konzept für mehr Sicherheit**

ZIELE FÜR 2024/25

- 2024/25 | 13 **Lärmreduktion in der Produktion**
- 2024/25 | 14 **Verbesserung der Luftqualität**
- 2024/25 | 15 **Lichtoptimierung für Mitarbeitende und Kund:innen**
- 2024/25 | 16 **Minimierung von Arbeitsunfällen im Vergleich zum Vorjahr**
- 2024/25 | 17 **Salzreduzierung**
- 2024/25 | 18 **Zuckerreduzierung**
- 2024/25 | 19 **Reduktion von Treibhausgasen**



„Die Wertschätzung für gute Lebensmittel habe ich schon von meinen Großeltern mitbekommen.“

HANS-JOACHIM SCHERPEL
Inhaber und Geschäftsführer

Durch die Auswahl unbedenklicher Zutaten und eine handwerkliche Herstellung entstehen Backwaren von herausragender Qualität. Dabei entspricht es unserer Überzeugung, dass Konservierungsstoffe oder Geschmacksverstärker in unserer Produktionskette nichts verloren haben. Damit unsere Backwaren stets lecker und bekömmlich sind.

Wir definieren unseren Qualitätsstandard ambitioniert und schrauben diesen kontinuierlich nach oben.

2022



Ziel 2022 | 01

KEINE VERWENDUNG VON AZOFARBSTOFFEN

Azofarbstoffe sind chemisch oder synthetisch hergestellte Lebensmittelfarbstoffe. Man findet diese Stoffe zumeist unter den E-Bezeichnungen auf Zutatenlisten.

Wir konnten lediglich in einem unserer Produkte die Verwendung von einem Rohstoff mit enthaltenem Azofarbstoff identifizieren und verzichten fortan in allen unseren Produkten auf den Einsatz dieser Farbstoffe.

Aktueller Status:

100 %

Ziel 2022 | 02

KEINE KONSERVIERUNGSTOFFE IN BROT, KLEINGEBÄCK UND KUCHEN

Alle unsere verwendeten Zusatzstoffe sind im Rahmen einer EU-Zulassung geprüft, einer Risikobewertung unterworfen und für den Einsatz in Lebensmitteln freigegeben.

Aktueller Status:

100 %

Ziel 2022 | 03

KEINE GESCHMACKSVERSTÄRKER IN BROT, KLEINGEBÄCK UND KUCHEN

Alle unsere verwendeten Zusatzstoffe sind im Rahmen einer EU-Zulassung geprüft, einer Risikobewertung unterworfen und für den Einsatz in Lebensmitteln freigegeben.

Aktueller Status:

100 %

Qualität ist das Wichtigste. Deshalb legen wir viel Wert auf unsere Langzeitführung der Brötchen, die besten Geschmack und Rösche garantiert.



„Wir verzichten auf unnötige Zusätze, weil Geschmacksverstärker und Zusatzstoffe einfach nicht ins Brot gehören.“

CHRISTIAN SCHERPEL

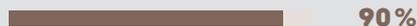
Inhaber und Geschäftsführer

Ziel 2022 | 04

REDUKTION VON KONSERVIERUNGSTOFFEN BEI FLEISCH- UND WURSTWAREN

Unser Ziel ist es, bei zugelieferten Fleisch- und Wurstwaren für unsere Snacks, wie belegte Brötchen, Panini und Pizza, künftig nur noch mit Partner:innen zusammenzuarbeiten, die dieselben nachhaltigen Ziele wie wir verfolgen. Das gilt auch für das folgende Ziel 2022 | 5.

Aktueller Status:



Ziel 2022 | 05

REDUKTION VON GESCHMACKS-VERSTÄRKERN BEI FLEISCH- UND WURSTWAREN

In diesen Produkten kommt hauptsächlich Glutamat als Geschmacksverstärker zum Einsatz. Es intensiviert den Geschmack der verwendeten Rohstoffe und Gewürze. Da Glutamat auch natürlicherweise in fast allen Zellen vorkommt, gilt es als unbedenklich, jedoch möchten wir Lieferant:innen bevorzugen, die auf ein rein natürliches Geschmackserlebnis setzen.

Aktueller Status:



Ziel 2022 | 06

KEINE VERWENDUNG VON CYSTEIN

Cystein ist ein Mehlbehandlungsmittel, welches das „Gashaltevermögen“ von Teigen beeinflusst und diese damit voluminöser und luftiger macht sowie die Reifezeit und Backzeit verkürzt.

Diese Aminosäure kommt auch natürlicherweise im menschlichen Körper vor, gilt als gesundheitlich unbedenklich und kann uneingeschränkt verzehrt werden.

Zurzeit verwenden wir in nur noch einem einzigen Artikel einen „Rohstoff“, in dem Cystein enthalten ist, aber erste Backversuche laufen bereits, um diesen Rohstoff zu ersetzen.

Aktueller Status:





Unser mit DLG-Gold prämiertes Baguette nach französischer Rezeptur.

Ziel 2022 | 07

MIND. 20 ARTIKEL LANGZEITGEFÜHRT

Eine lange Teigführung bedeutet, dass diese Teige eine besonders lange Gärzeit bekommen. Im Gegensatz zu industriell hergestellten und im Supermarkt verkauften Backwaren, bei denen die Teige oft nur maximal eine Stunde gären, geben wir als Handwerksbäcker den Teigen wesentlich mehr Zeit.

Die Vorteile einer langen Führung sind eine bessere Verquellung der Teigbestandteile, eine krossere Kruste, längere Haltbarkeit und ein deutlich besserer Geschmack.

Für viele Menschen mit sensitiver Verdauung sind langzeitgeführte Backwaren wesentlich verträglicher, da potenzielle Allergene, Gluten und FODMAPs durch die lange Gehzeit reduziert werden, teilweise bis auf ein Zehntel.

Dagegen werden mehr wichtige Mineralstoffe wie Zink und Eisen in biologisch verwertbarer Form freigesetzt.

Aktueller Status:



WAS SIND FODMAPS?

Die Abkürzung FODMAP steht für fermentierbare Oligo-, Di-, Monosaccharide und Polyole.

Das sind Milchzucker (Lactose) und verschiedene andere Zucker wie Fructose sowie Zuckeralkohole, die im Darm von Bakterien vergärt werden. Dadurch kann es bei FODMAP-sensiblen Menschen zu erhöhter Gasbildung und vermehrter Darmbewegung kommen.

FODMAP-REDUZIERTE ARTIKEL

- Goldbrötchen
- Kartoffelbrötchen
- Berliner Jungs
- Malzini
- Käsebrötchen
- Kürbiskernbrötchen
- Mohnbrötchen
- Röggelchen
- Kümmelbrötchen
- Dinkelbrötchen
- Sesambrötchen
- Baguette
- Chia-Brötchen
- Buttercroissant
- Schokocroissant
- Mini-Croissant
- Mini-Käsecroissant
- Mini-Rosinenschnecke
- Mini-Schokocroissant
- Käseschnecke
- Steinofen-Kruste 500 g
- Saatenkruste 500 g
- Knusper-Baguette





**TEILNAHME AN JÄHRLICHEN
STANDARDISIERTEN
QUALITÄTSTESTS**
(DLG & Stollenprüfung)

Wir sind mächtig stolz darauf, auch in diesem Jahr wieder achtmal die Goldmedaille im DLG-Wettbewerb gewonnen zu haben.

Für den Wettbewerb „Brot und Feine Backwaren 2022“ werden die frischen Brote aus der laufenden Produktion genommen und umfangreichen Qualitätskontrollen unterzogen. Für die sensorischen Tests werden alle Erzeugnisse anonymisiert. Das heißt, die DLG-Expert:innen beurteilen die Produktqualität ohne Kenntnis der Herstellerin bzw. des Herstellers. Das garantiert objektive Testergebnisse mit hoher Aussagekraft.

Unter diesen Bedingungen erstellen die Sachverständigen für jedes Produkt ein Experten-Gutachten. In diesem Jahr wurden acht von neun getesteten MALZERS Broten mit der goldenen DLG-Medaille ausgezeichnet. Nur Produkte, die höchsten Qualitätsansprüchen in Aussehen, Konsistenz, Geruch und Geschmack entsprechen, dürfen sich mit dem goldenen Siegel schmücken.

Unsere Gewinner:

- Bauernbrot
- Kasseler
- Röstbrot
- Knusper-Baguette
- Dinkel-Chia-Brot
- Berliner Jungs
- Butterkuchen
- Butter-Streuselkuchen

Aktueller Status:

100 %

„Bei uns in der Backstube
war immer schon Qualität
das oberste Gebot.
Und Geschmack.“

RAINER KRAUSE
Betriebsleiter

Die Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH kürte MALZERS 2021 zur beliebtesten Bäckereikette Deutschlands.

Das DISQ, das Deutsche Institut für Servicequalität GmbH & Co. KG, kürte MALZERS 2022 zum Service-Testsieger unter den Bäckereiketten.



Das MALZERS Enkel-Brot ist ein frisches Roggenmischbrot mit Nachhaltigkeits-Plus für die Generation von morgen. Es wird mit Anteilen von Brot aus der Überproduktion vom Vortag gebacken.



Mit dem neuen Filial-Konzept ist MALZERS einem wichtigen Impuls gefolgt, der modernes Design, Funktionalität und Nachhaltigkeit perfekt vereint.

Ziel 2022 | 09
TEILNAHME AM JÄHRLICHEN IFS-AUDIT
 (Zertifizierung)

IFS-Standards sind einheitliche Lebensmittel-, Produkt- und Service-standards.

Sie sollen sicherstellen, dass die geprüften Unternehmen dem Standard entsprechende Produkte produzieren. Des Weiteren wird überprüft, ob das Unternehmen an einer ständigen Verbesserung seiner Abläufe arbeitet.

Dies ist ein freiwilliger Test, den wir jährlich durchführen, um die Lebensmittelsicherheit hochzuhalten.

Aktueller Status:

100%

Ziel 2022 | 10
WIR BIETEN UNSEREN KUND:INNEN EIN ABWECHSLUNGSREICHES UND VIELSEITIGES SORTIMENT
 (jährlich 500 Artikel)

Zur umfangreichen Produktpalette gehören in erster Linie viele verschiedene Brote und Brötchen. Die Brote werden unterteilt in die Sortenauswahl herzhaft, mild, fein, mediterran und körnig. MALZERS Brötchen gibt es in herzhaft und süß. Abgerundet wird dieses Produktangebot durch eine Auswahl an Biowaren.

Zum weiteren Leistungsumfang zählen Backartikel aus den Bereichen Teilchen und Gebäck, Kuchen, Feinbäckerei und Snacks. Das Sortiment hält ferner ein Angebot an glutenfreien Backwaren bereit. Zudem bietet das Sortiment auch Kaffeespezialitäten, Tee und Kaltgetränke.

Aktueller Status:

100%

Ziel 2022 | 11
MINIMIERUNG DER ENTSORGUNG
 von Backwaren und Lebensmitteln, die nicht im Lebensmittelkreislauf verbleiben

Hier handelt es sich um Rückläufer aus den Filialen (Snackretouren, Rücksendungen wegen abgelaufenem MHD) sowie Rückstände aus Flotat-Abwässern und Fettabscheidern im Betrieb.

Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, dass der Anteil am Produktionswert von Backwaren und Lebensmitteln, die nicht im Lebensmittelkreislauf verbleiben, in 2022 kleiner als 1,15% ist. Wir konnten uns sogar übertreffen und liegen derzeit bei unter 1,10%.

Aktueller Status:

100%

Der Duft frisch gebackener Goldbrötchen zieht durch die gesamte Filiale.



Ziel 2022 | 12

TESTLAUF DER APP „TOO GOOD TO GO“

in zehn Filialen,
Ausrollen auf alle Filialen

Die App „Too Good To Go“ hilft weltweit mehr als 4.840 Bäckereien in 17 Ländern, ihre Retouren an neue, lokale Kund:innen zu verkaufen. Die am Abend nicht verkauften Brote, Backwaren oder Snacks werden dadurch nicht verschwendet. Die Kundin bzw. der Kunde bekommt gegen Ladenschluss eine vorher per App reservierte Überraschungstüte zu einem Drittel des ursprünglichen Verkaufspreises.

Der Testlauf in zehn Filialen verlief sehr positiv. Alle angebotenen Tüten wurden verkauft, es gab positive Bewertungen von im Durchschnitt 4,8 von 5,0 Punkten.

Aus diesem Grund werden wir im Herbst in drei Teilschritten alle unsere MALZERS Filialen in das Konzept „Too Good To Go“ mit aufnehmen und gemeinsam Lebensmittel retten.

Aktueller Status:

100%

„Der Start ist gemacht und gibt Energie für weitere Ziele.“

CHRISTIAN SCHERPEL

Inhaber und Geschäftsführer

Ziel 2022 | 13

UNSER GOLDBRÖTCHEN FRISCHEVERSPRECHEN

Verkauf innerhalb von vier
Stunden nach dem Backen

Unser beliebtes Goldbrötchen – innen zart und außen knusprig. Ständig frisch in der Filiale gebacken. Frisch gebacken bedeutet bei MALZERS frisch gebacken und nicht irgendwann mal gebacken, tiefgekühlt, aufgetaut und wieder aufgebacken.

Aktueller Status:

70%

2023



Ziel 2023 | 01

EINSATZ AUSSCHLIESSLICH NATÜRLICHER AROMEN

Ein Brot kann bis zu 500 verschiedene Aromen enthalten. Aromen werden eingesetzt, um den Geschmack von Gebäck abzurunden. Für Hefeteige werden zum Beispiel Zitronen- und Vanillearomen eingesetzt.

Aromen gibt es in flüssiger, pastöser und pulveriger Form. Flüssige und pastöse Aromen haben den Vorteil, dass sie sich leicht in Teige und Massen einrühren lassen, die noch gebacken werden müssen. Pulvrige Aromen sind sehr gut dosierbar und können mit dem Mehl vorvermischt werden. Natürliche Aromen werden ausschließlich aus natürlichen Rohstoffen gewonnen.

MALZERS wird hierbei vollumfänglich auf den Einsatz künstlicher Aromastoffe verzichten.

Ziel 2023 | 02

KEIN EINSATZ VON INDUSTRIELLEN FERTIGSAUERTEIGEN ODER GETROCKNETEN SAUERTEIGEN IN UNSEREN PRODUKTEN

Aktuell setzen wir sieben verschiedene Sauerteige an, deren Rezepte teilweise schon von den Gründern unserer Bäckerei entwickelt worden sind. Wir backen nur mit unserem eigenen Drei-Stufen-Natursauerteig.



Täglich werden alle gebackenen Produkte sorgfältig kontrolliert.
Nur einwandfreie Ware gelangt in den Verkauf.

2024/25



Ziel 2024/25 | 01

KEINE VERWENDUNG VON FARBSTOFFEN TIERISCHEN URSPRUNGS

Diese verbergen sich fast immer unter E-Bezeichnungen wie E 120, E 104 etc. Der rote Farbstoff E 120 wird beispielsweise aus Schildläusen hergestellt. Wir werden stattdessen färbende Lebensmittel, wie zum Beispiel Rote Beete, einsetzen.

Ziel 2024/25 | 02

ELIMINIERUNG VON ZWEI ALLERGENEN

Aktuell leiden fast 30% der Bevölkerung in Deutschland unter Allergien. Manche davon reagieren auch auf verschiedene Brotsorten und deren Zutaten und vor allem auf diverse Zusatzstoffe allergisch. Wir werden über unsere gesamte Produktpalette hinweg zwei Allergene gänzlich eliminieren, um unsere Produkte für noch mehr Menschen verträglicher zu machen.

Ziel 2024/25 | 05

REDUZIERUNG DER VERWENDUNG VON BACKMISCHUNGEN

Die Verwendung von Backmischungen wird im Vergleich zu 2020 um 75% reduziert.

Salz und Hefe dürfen nie zusammen abgewogen werden, sonst leidet die Qualität.



20/21

Qualitätsversprechen

Ziel 2024/25 | 03

REDUKTION VON EMULGATOREN TIERISCHEN URSPRUNGS

Kein Einsatz von E 471

Größtenteils wird der Zusatzstoff E471 aus den pflanzlichen Fetten von Sojabohnen produziert. Es ist jedoch auch üblich, tierische Fette wie Schweineschmalz, Rinder- oder Milchl-fett für die Herstellung zu nutzen.

Um die Halal-Konformität für Muslim:innen sicherzustellen und Ansprüchen von Vegetarier:innen und Veganer:innen zu genügen, werden wir auf diesen Zusatzstoff verzichten.

Ziel 2024/25 | 04

KEIN EINSATZ VON DEKLARATIONSPFLICHTIGEN ANTIOXIDATIONSMITTELN

außer in Fleisch- und Wurstwaren

Ziel 2024/25 | 06

REDUZIERUNG DES EINSATZES VON PALMÖL/PALMFETT UM 50%

im Vergleich zu 2020

Durch die hohe Nachfrage nach dem Öl der Ölpalme entstanden weltweit große Monokulturen, für die wertvoller Regenwald abgeholzt wurde. Daher möchten wir seinen Einsatz bei uns halbieren. Für das noch verwendete Palmöl wird außerdem eine RSPO-Zertifizierung angestrebt.

Verpackung

24



Um Tradition zu leben, braucht man Zeit, Beständigkeit und Nähe zum:zur Kund:in. In 120 Jahren MALZERS entstand so eine tiefe, direkte Verbindung zur Heimat und den Menschen einer Metropolregion, die bunt und vielfältig ist. Um einen deutlichen Beitrag zum Schutz unserer Umwelt zu leisten, übernehmen wir Verantwortung für unsere Kund:innen, vermeiden unnötige Verpackung oder verwenden alternativ wiederverwertbare Materialien.

2022



Ziel 2022 | 14

VERZICHT AUF UNNÖTIGE EINWEG-, EINZEL- UND UMVERPACKUNGEN BEI DER ARBEITSKLEIDUNG

Vorgabe für Lieferat:innen

Kleidungsstücke werden häufig einzeln in Polybeuteln verschweißt geliefert. Da kommt bei 2.800 Mitarbeitenden schnell eine Menge Plastikmüll zusammen, daher haben wir mit unseren Lieferant:innen vereinbart, darauf zu verzichten.

Dies war ein Thema, das bei unserem Nachhaltigkeits-Workshop durch unsere Kollegin Bianca Stark aus der Personalabteilung angeregt wurde. Sie hat sich direkt dem Thema gewidmet und konnte gemeinsam mit unseren Lieferant:innen die Verpackungssituation optimieren:

Vorher:

5.530 kleine Beutel x 6 g = 33.180 g

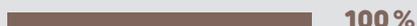
Jetzt:

160 große Beutel x 26 g = 4.160 g

Ersparnis:

29,020 kg/Jahr

Aktueller Status:



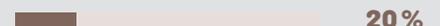
„In unserer klimaneutralen Frischetüte bleiben die Brote viel länger frisch als in industriellen Plastikverpackungen.“

TIM GRAJEK
Einkäufer

Ziel 2022 | 15

AWARENESS-KAMPAGNE NACHHALTIGKEIT

Aktueller Status:



Ziel 2022 | 16

REDUZIERUNG DES GEWICHTS DER VERPACKUNGEN IN UNSEREN FILIALEN UM 10 %

ohne Beeinträchtigung der Qualitätsmerkmale, die die Verpackung garantieren muss.

Bisherige Veränderungen:

- Papptablets mit Frischfaser- statt Kunststoffbeschichtung
- Dünnere Polybeutel
- Sahneschale von Kunststoff auf Pappe umgestellt
- Neue Deckel für Sahne

Gewichtsreduzierung/Jahr um 29,6 Tonnen

Einsparung des Verpackungsgewichts für Kunststoff innerhalb der drei neuen Alternativ-Verpackungen **um 43,41%**

Einsparung des Verpackungsgewichts im Vergleich zum Gesamtgewicht aller Verpackungen in 2021 (500,8 Tonnen) **um 5,91%**

Als aktueller Test läuft in den Filialen der Verzicht auf Brot-Klipse. Stattdessen werden einfache Knoten in die Polybeutel für Schnittbrot gemacht. Hier läge die jährliche Gewichtsreduzierung bei **ca. 2,2 Tonnen.**

Aktueller Status:



Ziel 2022 | 17

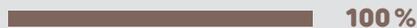
VERZICHT AUF UNNÖTIGE EINWEG-, EINZEL- UND UMVERPACKUNGEN BEIM NON-FOOD

Vorgabe für Lieferant:innen

Über mehrere Monate hinweg wurden sämtliche Non-Food-Artikel von unserem Einkauf und der Lagerleitung bei Anlieferungen und Inventuren darauf überprüft, ob es hier ein mögliches Potenzial für den Verzicht auf unnötige Verpackungsmaterialien gibt.

Derzeit können wir sagen, dass wir kein unnötiges Verpackungsmaterial verwenden und auch künftig bei Warenannahmen stets darauf achten werden.

Aktueller Status:



Ziel 2022 | 19

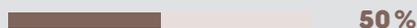
SCHULUNG ALLER MITARBEITENDEN IM VERKAUF

Unsere Mitarbeitenden im Verkauf werden zum Thema „Umgang mit Verpackungsmaterialien“ intensiv geschult.

Dazu gehören beispielsweise die Herausgabe angemessener Tütengrößen, das Nachfragen bei den Kund:innen, ob sie eine Serviette wünschen, oder der sparsame Einsatz von Sahneschutzpapiere.

Wir bitten die Mitarbeitenden auch, unsere Kund:innen auf die Nutzung und den nachhaltigen Effekt unserer Mehrwegalternative bei den Kaffeebechern (FairCup) aufmerksam zu machen.

Aktueller Status:



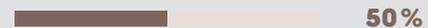
Ziel 2022 | 18

VERZICHT AUF UNNÖTIGE EINWEG-, EINZEL- UND UMVERPACKUNGEN IN DER PRODUKTION

Hier handelt es sich darum, Verpackungsmaterialien, die wir tagtäglich während der Arbeit in der Produktion benutzen, wenn möglich, auf Mehrwegverpackungen umzustellen. Ein Beispiel dafür ist die Vermeidung von Einweg-Plastikhauben in der Konditorei. Es wird erwo-gen, stattdessen Abdeckplatten einzusetzen.

Diese Maßnahme läuft noch weiterhin.

Aktueller Status:

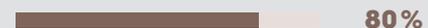


Ziel 2022 | 20

STEIGERUNG DER MEHRWEG-PFANDQUOTE BEI DEN KALTGETRÄNKEN AUF 55 %

Zu mindestens 55% möchten wir auf kalte Getränke aus Einwegverpackungen verzichten. Weitere Kaltgetränke bieten wir in Mehrweg-Glasflaschen statt wie bisher mit PET-Einweg-Pfand an.

Aktueller Status:



2023



Ziel 2023 | 03

MEHRWEGQUOTE BEI DEN KAFFEEBECHERN STEIGERN

Durch Begeisterung unserer Kund:innen für unser Mehrwegsystem FairCup möchten wir die Mehrwegbecher-Quote bei den Heißgetränken auf 2,5% steigern.

FairCup-Produkte revolutionieren den To-go- oder Takeaway-Markt. Es ist das einzige System, in dem der Mehrwegdeckel im Pfandsystem inklusive ist. Die Becher können bis zu 1.000-mal gewaschen und wiederverwendet werden.

Sie können vollkommen recyclet werden und enthalten weder Additive, Weichmacher noch BPA oder Melamin.

FairCup ist das einzige System, in dem Mehrwegdeckel im System integriert sind.



Ziel 2023 | 04

EINWEGBECHER AUS UMWELTSCHONENDEN MATERIALIEN

Hier möchten wir zukünftig Naturmaterialien wie Mais oder Bambus einsetzen, sowohl für die Becher als auch für die Deckel.

26/27

Verpackungsversprechen

Ziel 2023 | 05

REDUZIERUNG VON PAPIERTÜTEN UND POLYBEUTELN

Bis 2023 streben wir durch Mehrwegalternativen in unseren Filialen eine Reduzierung von 5% an.

Ziel 2023 | 06

REDUKTION VON SAHNEPAPIER UND UMSTELLUNG AUF UMWELTSCHONENDERE MATERIALIEN

Nichts geht über frisch gebackenen Kuchen mit Sahne. Das Schutzpapier über der Sahne möchten wir durch eine umweltbewusstere Alternative zum bisherigen Verpackungsmaterial ersetzen und die Verwendung um 5% reduzieren.

Ziel 2023 | 07

REDUKTION GEDRUCKTER WERBEMITTEL

25% unserer Werbemittel gestalten wir rein in digitaler Form, um so gedruckte Werbemittel zu reduzieren.



Unsere Mitarbeitenden werden darin geschult, den Kund:innen die jeweils umweltverträglichste Verpackungsmöglichkeit anzubieten.



Unnötige Doppelverpackungen möchten wir in Zukunft vermeiden.

2024/25



Ziel 2024/25 | 07

ERSATZ VON PLASTIKBECHERN ALS VERPACKUNG FÜR PANIERMEHL

Die Plastikbecher als Verpackung für Paniermehl in den Filialen werden durch eine Verpackung aus umweltbewussterem Material ersetzt.

Ziel 2024/25 | 08

JEDER ARTIKEL KANN PLASTIKFREI AUS DER FILIALE MITGENOMMEN WERDEN

Wir schulen unsere Verkäufer:innen darin, den Kund:innen immer auch eine plastikfreie Verpackungsalternative anzubieten.

„Wenn man die vielen kleinen Maßnahmen zusammenrechnet, kann man eine große Menge Papier- und Plastikmüll einsparen.“

BIANCA STARK
Mitarbeiterin Personal

PAPIERLOSE VERWALTUNG

Unsere gesamte Verwaltung soll papierlos geführt werden.

Bereits noch in diesem Jahr realisieren wir die papierlose Finanzbuchhaltung und Rechnungsprüfung. Dazu werden wir ein elektronisches Dokumentenmanagementsystem einführen.

Die Abteilung Rechnungsprüfung wird Vorreiter in der papierlosen Verwaltung sein.



Beschaffung

30

„Wir legen Wert auf zertifizierte Zulieferbetriebe, zu denen wir ein langjähriges Vertrauensverhältnis aufgebaut haben.“

KLAUS-JÜRGEN MADER
Kaufmännischer Leiter & Prokurist



2022



Ziel 2022 | 21

PFLICHTENHEFT FÜR LIEFERANT:INNEN

Unsere Lieferant:innen und Dienstleister:innen sowie unsere internen Schlüsselpositionen beim Thema Beschaffung in allen Bereichen sind dazu angehalten, stets gemeinsam neue Möglichkeiten aufzuzeigen, wie wir unseren Weg der Nachhaltigkeit kontinuierlich verbessern können.

Durch eine offene Kommunikation werden wir durch viele Ideen bereichert und können entscheiden, welche:r Geschäftspartner:in zu uns passt und uns dabei unterstützt, die MALZERS Nachhaltigkeitsziele voranzutreiben.



Unser Dinkel wird in Oberhausen angebaut, so können wir uns auf kurzem Weg vom Anbau und von der Qualität überzeugen.

Wir überprüfen, bewerten und selektieren unsere Lieferant:innen kontinuierlich, um unseren Einkauf so nachhaltig wie möglich zu gestalten.

Daher richten wir unsere Qualitätsstandards so aus, dass unsere Kund:innen darauf vertrauen können, dass wir die bestmögliche und finanziell tragbarste Einkaufsentscheidung treffen. Zudem haben wir mit einigen unserer Zuliefer:innen für unsere Rohstoffe bereits ein Mehrwegsystem für die Transportverpackungen etabliert.

Entscheidungen, die wir für die MALZERS Nachhaltigkeitsversprechen festgelegt haben, werden niedergeschrieben und bauen sich stetig weiter zu einem Fundament auf, auf das die Abteilungen zurückgreifen können, um mit Lieferant:innen und Dienstleister:innen unsere Vorgaben abzustimmen.

Aktueller Status:



50%

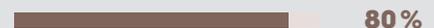
Ziel 2022 | 22

ENTSCHEIDUNGSFAKTOR NACHHALTIGKEIT

In Pflichtenheften für Auftragsvergaben und Positionsvergleichen bei Bestellungen wird auch immer die Wirksamkeit in Bezug auf die MALZERS Nachhaltigkeitsversprechen geprüft.

Es soll immer ein Blick auf den Beitrag zur Nachhaltigkeit geworfen werden, sodass dieser das Zünglein an der Waage bei Kaufentscheidungen sein kann.

Aktueller Status:



80%

2023



Ziel 2023 | 08

5% UNSERER PRODUKTE IN BIOQUALITÄT

5% unserer Artikelvielfalt werden in Bioqualität erhältlich sein. Dazu bieten wir Brot und Backwaren unserer Partnerbäckerei Back Bord aus Bochum an. Back Bord und MALZERS sind einander auch familiär verbunden. Mit der Gründung des Intra-company-Start-ups PULLE bietet MALZERS zudem klimaneutrale, natürliche Bio-Schorlen an.

Erwachsen aus der gleichen Familientradition können beide Bäckereien auf die Erfahrung von fünf Generationen Bäckerhandwerk zurückgreifen. Back Bord verwendet nur beste Zutaten aus kontrolliert-ökologischem Anbau nach den strengen Richtlinien von Bioland, täglich frisch vermahlen in der eigenen Bio-Mühle.

Ziel 2023 | 09

REGIONALITÄT

Lokaler bzw. regionaler Einkauf bedeutet CO₂-Reduzierung. Wenn möglich, erfolgen nur noch kurze Transportwege für unsere Rohstoffe. Damit stärken wir zusätzlich die regionale Wirtschaft und bewahren unsere kulturelle Vielfalt. Und wir können viel besser vor Ort kontrollieren, wie Anbau und Produktion erfolgen.

Ziel 2023 | 10

KEIN EINSATZ VON SOJA IN UNSEREN PRODUKTEN, SUBSTITUTION DURCH REGIONALE ACKERBOHNEN

Der Einsatz von Soja in unseren Produkten soll durch regionale Ackerbohnen substituiert werden. Hier setzen wir auf die klimafreundlichere Alternative, da der Sojaanbau in Südamerika einer der Hauptverantwortlichen für die Zerstörung des Regenwaldes ist.

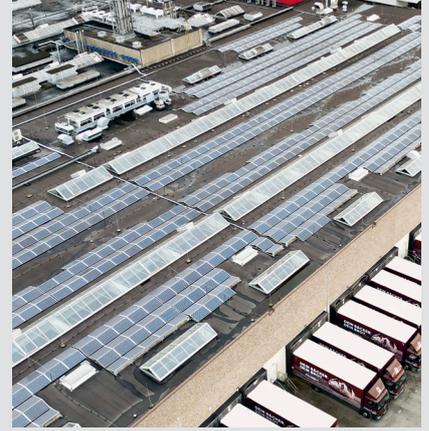


Ziel 2023 | 11

EIN SYSTEM ZUR ERMITTLUNG DER TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN

Damit wir schwarz auf weiß sehen können, inwieweit unsere Maßnahmen Erfolg haben, führen wir ein System zur Ermittlung der CO₂-Emission für alle unsere MALZERS Filialen und den Produktionsbetrieb ein.

77,8% des benötigten jährlichen Stroms in der Produktion und Verwaltung werden durch die 7.000 m² große Photovoltaikanlage auf dem Firmendach und das eigene 880-kW-Blockheizkraftwerk produziert.



Ziel 2023 | 12

MINDESTENS DREI ZUSÄTZLICHE KLIMANEUTRALE PRODUKTE SIND IM SORTIMENT VORHANDEN

Unser Enkel-Brot war ein sehr erfolgreicher Anfang in diesem Jahr. In Zukunft möchten wir drei weitere klimaneutrale Produkte in unserem Sortiment führen.

Ziel 2023 | 13

MALZERS SOZIALSTANDARD

Zur Sicherstellung der folgenden Aspekte überprüfen wir in der gesamten Lieferkette unsere Rohstoffe:

- Vermeidung von Kinder- und Zwangsarbeit
- Wahrung der Menschenrechte
- Schutz der Umwelt

2024/25



Ziel 2024/25 | 10
EIGENE, EFFIZIENTE STROM-PRODUKTION



„Vertrauen ist gut –
Regionalität ist besser.“

FRANK CLEMENS
Verkaufsleiter

Lebensmittel müssen schmecken. Dabei möchte MALZERS mit der Verwendung regionaler Zutaten zeigen, was aus den Rohstoffen des Ruhrgebiets, in Verbindung mit traditionellen handwerklichen Methoden, entstehen kann. Doch auch durch die Förderung von Bildung, Kultur und sozialen Einrichtungen werden stetig engagierte Beiträge zum regionalen Gemeinwohl geleistet.

2022



Ziel 2022 | 23

FESTLEGUNG DES MALZERS REGIONAL-STANDARDS

Diese Festlegung war wichtig, um den Verbleib der Ausgaben und die Abstammung von unseren Monorohstoffen ermitteln zu können.

So haben wir auch die Möglichkeit, auszusagen, wie sehr wir unsere Heimat, das Ruhrgebiet, unterstützen. Oder wir sehen schon auf einen Blick, in welchen Radiusbereich eine neue:r Lieferant:in oder Dienstleister:in fallen würde oder ob wir uns da nicht doch noch regionaler umschauen sollten.

Aktueller Status:

100%

Ziel 2022 | 24

DEFINITION DES ENGAGEMENT-STANDARDS

Wir haben Konzepte entwickelt, welche Bereiche wir mit den jährlichen Einnahmen aus unseren Verkäufen des MALZERS Kalenders (50 Cent pro Stück oder pro verkauftem Kalender) und den 2 Cent pro verkaufter Flasche der PULLE unterstützen möchten.

Wir haben uns für Projekte von Schulen in unmittelbarer Nähe unseres Produktionsstandortes in Gelsenkirchen entschieden. Damit möchten wir regional die Chancen auf Bildung erhöhen, zusätzlich zu unserem Angebot fundierter Ausbildungen im Bäckerhandwerk, dem Verkauf oder in der Verwaltung.

Wir werden in den Dialog mit den Schulen gehen und überall da helfen, wo wir den Schüler:innen eine echte Stütze für ihre Zukunft sein können.

Aktueller Status:

50%

Ziel 2022 | 25

ERWEITERUNG DER VERTEILUNG VON BACKWAREN AN BEDÜRFTIGE

Produkte, die wegen Abweichungen in Gewicht, Größe oder Optik nicht zu unserem versprochenen MALZERS Qualitätsstandard passen, werden direkt im Betrieb in Gelsenkirchen aussortiert und an festgelegte Tafeln (o.Ä.) in Gelsenkirchen weitergegeben.

Diese Produkte können direkt ab Werk bei uns in der Ulrichstraße abgeholt werden. Die Spenden an die Tafeln aus den einzelnen Filialen am jeweiligen Standort bleiben davon selbstverständlich unberührt.

Wert der Tafelspenden der Filialen 2014–2021 in Euro

1.327.619

Wir möchten aber auch noch unsere unmittelbare Umgebung in Gelsenkirchen unterstützen und sind auf der Suche nach einem:einer Partner:in, der:die mit uns gemeinsam vor Ort Gutes tut und unsere Backwaren an diejenigen Mitbürger:innen verteilt, die sie dringend benötigen.

Aktueller Status:

30%

Ziel 2022 | 26

STANDORT-VERSPRECHEN FÜR AUSGABEN

In unserer Verantwortung als einer der größten Nahversorger:innen in NRW und regionaler Arbeitgeber sind wir tief im Ruhrgebiet verwurzelt. Zusätzlich fördern und sichern wir Arbeitsplätze, indem wir lokale Dienstleisterfirmen beauftragen und einen Großteil unserer Rohstoffe und Sacheinkäufe regional beziehen. Damit haben wir die für dieses Jahr gesetzte Zielerreichung von 75% sogar schon übertroffen.

Anteil unserer Ausgaben, die lokal im Ruhrgebiet verbleiben

49,30 %

Anteil unserer Ausgaben, die im Raum NRW verbleiben

75 %

Aktueller Status:

100%

Ziel 2022 | 27

STANDORT-VERSPRECHEN FÜR ROHSTOFFHERKUNFT

Die Abstammung unserer Monorohstoffe wird ermittelt und die Aufteilung prozentual dargestellt:

- national 58%
- Europa 40%
- weltweit 2%

Monorohstoffe sind diejenigen, die nicht weiterveredelt, sondern in ihrer Ursprungsform eingesetzt werden, wie zum Beispiel Mehl, Butter, Eier, Salz, Zucker und Hefe.

Manche Rohstoffe müssen aufgrund ihrer Anbauweise in Übersee eingekauft werden, zum Beispiel Mandeln und Gewürze.

Aktueller Status:

100%



Ziel 2022 | 28

EINSATZ VON DEUTSCHEM GETREIDE

Die Hälfte unserer Getreide stammt aus Deutschland und wir produzieren einen Teil unserer Brote mit „alten“ (wiederentdeckten) Getreidesorten.

Grünkern, Emmer und Amaranth sind wieder auf dem Vormarsch. Sie wurden bereits vor 10.000 Jahren in Europa angebaut und bringen neue Vielfalt in unsere heute bekannten Brotsorten. Diese Sorten sind zwar nicht so ertragreich wie widerstandsfähiger Hohertrags-Zuchtweizen, dafür haben sie viele andere Vorteile. Sie gedeihen selbst auf mageren Böden und sind unempfindlicher gegenüber Schädlingen, Fäule und Pilzen.

Oft sind diese Sorten für viele Menschen verträglicher, da sie bestimmte allergene Proteine nicht enthalten. Vom Geschmack und Aroma her sind diese Sorten oft intensiver und weniger süß. Grünkern hat beispielsweise ein nussiges, leicht rauchiges Aroma sowie einen hohen Gehalt an B-Vitaminen und Mineralstoffen wie Eisen, Magnesium und Phosphor.

Mit der Nachfrage nach diesen Getreidesorten unterstützen wir regionale Anbieter:innen, die auf nachhaltige Landwirtschaft setzen und die Artenvielfalt erhalten. Im MALZERS Sortiment gibt es aktuell das schmackhafte Dinkel-Emmer-Brot mit unserem eigenen Drei-Stufen-Natursauerteig.

Anteil deutscher Getreidesorten in unseren Backwaren in 2021

76,45 %

Anteil unserer Brotsorten mit Dinkel

18 %

Aktueller Status:

100%

2023



Ziel 2023 | 14

EINSATZ VON REGIONALEM OBST UND GEMÜSE

15 Produkte werden pro Jahr ausschließlich als saisonale Artikel mit saisonalem Obst und Gemüse aus der Region angeboten. Damit meinen wir Obst und Gemüse für saisonale Sonderartikel wie Pflaumen, Erdbeeren, Äpfel, Rhabarber, Kartoffeln und Spargel.

Ziel 2023 | 15

ZUM DEUTSCHEN „EARTH-OVERSHOOT-DAY“ (ERDÜBERLASTUNGSTAG) GESTALTEN WIR UNSERE ERSTE NACHHALTIGKEITSWOCHE BEI MALZERS

mit dem Fokus auf alle nachhaltigen Themen und Produkte

Anlässlich des deutschen „Earth-Overshoot-Days“ planen wir unsere erste Nachhaltigkeitswoche bei MALZERS, in der wir den Fokus auf alle unsere Nachhaltigkeitsthemen und -produkte legen. Der sogenannte „Erdüberlastungstag“ markiert den Tag im Jahr, an dem die Menschheit alle natürlichen Ressourcen, die die Erde innerhalb eines Jahres zur Verfügung stellen kann, bereits verbraucht hat. 2022 fiel dieser Tag schon auf den 28. Juli. Die weltweiten Klimaziele sollen dazu führen, diesen Tag durch weniger Ressourcenverbrauch immer weiter nach hinten im Jahr zu verschieben.

Ziel 2023 | 16

EINE MITARBEITENDEN-APP, UM ÜBER NACHHALTIGKEITSTHEMEN INFORMIEREN ZU KÖNNEN

und somit die Möglichkeit zu bieten, sich aktiv in die MALZERS Nachhaltigkeitsversprechen mit einzubinden

Wir testen eine Nachhaltigkeits-App für unsere Mitarbeitenden. Hier wird man sich über alle Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen informieren und vor allen Dingen auch eigene Ideen und Impulse einbringen können. Damit möchten wir gemeinsam mit allen bei MALZERS an unserer Enkeltauglichkeit arbeiten.

2024/25



Ziel 2024/25 | 11

MALZERS STANDORTVERSPRECHEN FÜR AUSGABEN

Wir planen, dass 2024 insgesamt sogar 85% unserer Ausgaben für externe Dienstleisterfirmen, Rohstoffe und Sachkosten in NRW verbleiben.

Ziel 2024/25 | 12

TRANSPARENZ IN DER PRODUKTION

Wir haben nichts zu verstecken. Denn nur wer die Arbeit und Sorgfalt, die in unseren Produkten steckt, einmal mit eigenen Augen sieht, weiß echtes Handwerk zu schätzen.

Unsere Produktion wird für interessierte Mitarbeitenden und Kund:innen zu Besichtigungen geöffnet, um das Bäckerhandwerk für alle erlebbar zu machen. Dazu planen wir mehr Führungen, Tage der offenen Tür und Aktionen.



**„Sicherheit und Arbeits-
ergonomie lassen sich
immer weiter verbessern.“**

RUTH GROSS

Vorsitzende des Betriebsrats

Die Basis für ein soziales Zusammenleben bilden optimale gesundheitliche Voraussetzungen. Ein präventiver, systematischer Gesundheitsschutz der Menschen innerhalb und außerhalb des Unternehmens wird deshalb mit höchster Priorität behandelt und vorangetrieben.

2022



Das Vollkorn-Eck enthält wertvolle Keime wie Sonnenblumenkerne, Leinsaat, Sesam, Hirse und ganze volle Roggenkörner.



Ziel 2022 | 29

EIGENES MALZERS VOLLKORNBROT

Unser erstes Brot, komplett aus Vollkorn. Mit Vollkornmehl, besten Sonnenblumenkernen, Leinsaat, Sesam, Hirse und ganzen Roggenkörnern – eine echte Ballaststoff-Quelle.

Übrigens: Ballaststoffe sind gut für die Verdauung. Sie sind kalorienarm, quellen im Magen auf und sorgen dafür, dass man länger satt bleibt. Da sie Wasser binden, ist es besonders wichtig, genügend Flüssigkeit dazu zu trinken.

Aktueller Status:

100 %

Ziel 2022 | 30

MINIMIERUNG VON ARBEITSUNFÄLLEN

Durch umfangreiche Überarbeitung unseres Sicherheitskonzeptes für unsere Mitarbeitenden wurde die Anzahl der Arbeitsunfälle im gesamten Unternehmen um zehn Prozentpunkte zum Vergleichsjahr 2020 minimiert.

Aktueller Status:

100 %

2023



Ziel 2023 | 17

DIE TEILNAHME AN EINER BLUTSPENDEAKTION FÜR ALLE MITARBEITENDEN

Täglich werden laut DRK 14.000 Blutspenden in Deutschland benötigt – für die Akuthilfe nach Unfällen, in der Krebstherapie, bei Operationen und auch bei Immunkrankheiten. Blutspende ist ein Generationenvertrag. Durch den demografischen Wandel fallen immer mehr langjährige Blutspender:innen aufgrund der Altersgrenze oder gesundheitlicher Probleme aus. Deshalb braucht es mehr junge Menschen, die bereit sind, in ihre Fußstapfen zu treten, um die Versorgung zu sichern. Wir organisieren zentral eine innerbetriebliche Blutspendeaktion mit allen freiwilligen Mitarbeitenden.



Ziel 2023 | 18

DIE TEILNAHME AN EINER AKTION ZUR TYPISIERUNG DES KNOCHENMARKS FÜR ALLE MITARBEITENDEN

Wir möchten Teil der DKMS-Familie (Deutsche Knochenmarkspenderdatei) werden. Weltweit gibt es bereits 11 Millionen registrierte Spender:innen, damit konnten schon 100.000 zweite Lebenschancen für Blutkrebs-erkrankte durch Stammzellenspenden gesichert werden. Wir bieten nähere Informationen und organisieren für alle freiwilligen Mitarbeitenden eine freiwillige Typisierungsaktion, mit der man sich durch einen einfachen Rachenabstrich als potenzielle:r Spender:in registrieren lassen kann.



Ziel 2023 | 19

FÖRDERUNG GESUNDER ERNÄHRUNG DER MITARBEITENDEN

Die Teilnahme unserer Mitarbeitenden an Aufklärungsprogrammen zur gesunden Ernährung wird ermöglicht und die gesunde Ernährung der Mitarbeitenden gefördert.

Ziel 2023 | 20

ERWEITERUNG DES SPORTPROGRAMMES FÜR MITARBEITENDE

Das bereits geförderte Sportprogramm für unsere Mitarbeitenden als körperlicher Ausgleich und präventive Maßnahme wird erweitert.

Wir möchten die Angebote auf weitere Städte ausweiten, sodass für jeden Mitarbeitenden ein Sportangebot in der Nähe erreichbar sein wird.

Zudem möchten wir mehr Sportarten zur Auswahl stellen (zum Beispiel Fitnessstudio, Tanzen, Schwimmen, Fußball ...).

Ziel 2023 | 21

MINIMIERUNG VON ARBEITSUNFÄLLEN

Für das Zieljahr 2023 werden Arbeitsunfälle im gesamten Unternehmen um fünf Prozentpunkte zum Vergleichsjahr 2022 minimiert.

Ziel 2023 | 22

OPTIMIERTE ERGONOMIE AN DEN ARBEITSPLÄTZEN

An allen Arbeitsplätzen wird die Ergonomie verbessert. Dort, wo der Arbeitsprozess es zulässt, wird die Arbeitsumgebung an die Mitarbeitenden angepasst, beispielsweise durch höhenverstellbare Hocker.

Ziel 2023 | 23

KONZEPT FÜR MEHR SICHERHEIT

Durch Beseitigung von Stolperfallen und behindertengerechten Ladenbau wird die Sicherheit für unsere Kund:innen erhöht.

2024/25



Ziel 2024/25 | 13

LÄRMREDUKTION IN DER PRODUKTION

Steigerung der Lärmreduktion in der Produktion in Anlehnung an die geltende Arbeitsstätten-Verordnung. Die lärmintensivsten Maschinen und Anlagen werden identifiziert, die Lärmemissionen gemessen und eine nachweisbare Lärmpegelminderung unter Berücksichtigung der betrieblichen Möglichkeiten wird vorgenommen.



Ziel 2024/25 | 14

VERBESSERUNG DER LUFTQUALITÄT

Steigerung der aktuellen Luftqualität in der Produktion in Anlehnung an die geltende Arbeitsstätten-Verordnung durch ein effizienteres Belüftungskonzept/-system.

Ziel 2024/25 | 15

LICHTOPTIMIERUNG FÜR MIT-ARBEITENDEN UND KUND:INNEN

Jeder Arbeitsplatz in der Verwaltung, in der Produktion und in den Filialen wird über ideale Lichtbedingungen für die jeweils auszuübenden Tätigkeiten verfügen.

Ziel 2024/25 | 16

MINIMIERUNG VON ARBEITS-UNFÄLLEN

Wiederum um fünf Prozentpunkte im Vergleich zum Jahr 2023.

Ziel 2024/25 | 17

SALZREDUZIERUNG

Der Salzgehalt unserer Brote wird reduziert. Dazu werden sogenannte „Salzspitzen“ nach Ermittlungsgrundlage der nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft in unserem Brotsortiment identifiziert und reduziert.

Ziel 2024/25 | 18

ZUCKERREDUZIERUNG

Der Anteil von zugesetztem Zucker in den zehn Top-Seller-Artikeln unserer süßen und feinen Backwaren wird um 2% reduziert.

Ziel 2024/25 | 19

REDUKTION VON TREIBHAUS-GASEN

Die Treibhausgasemissionen im gesamten Unternehmen werden in Anlehnung an die festgelegten Klimaziele der Regierung reduziert. Diese Ziele definieren eine Minimierung dieser Gase bis 2030 um 65% im Vergleich zu 1990.

KRITISCH NACHGEFRAGT

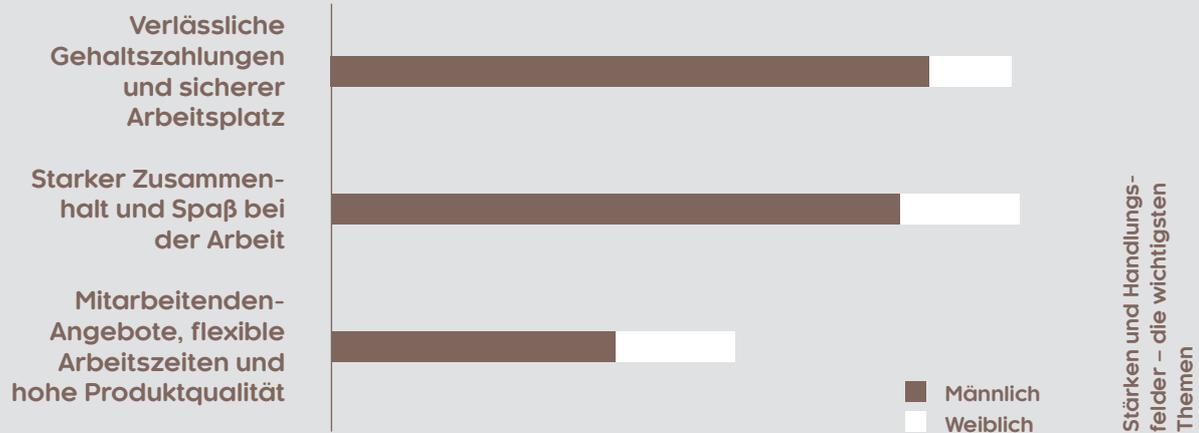
Zufriedene Mitarbeitende sind für jedes Unternehmen ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg. Erst so wird es möglich, am Markt langfristig erfolgreich zu sein. Grundsätzlich ist es für MALZERS eine Selbstverständlichkeit, den persönlichen Austausch mit Mitarbeitenden zu pflegen, was sich zum Beispiel in flachen Hierarchien und sozialem Engagement in Krisensituationen zeigt. Um jedoch auch Stimmen Gehör zu verleihen, die im täglichen Miteinander untergehen, lässt MALZERS von Zeit zu Zeit Befragungen durch Dritte durchführen. Im Rahmen der aktuellen „Great Place to Work“-Befragung* wurden dabei zwei offene Fragen gestellt.

Bei der ersten Frage konnten die Mitarbeitenden berichten, was sie an ihrem aktuellen Arbeitsplatz positiv erleben. Die zweite Frage zielte auf die Arbeitgeberwerte und deren Besonderheiten ab, die kurz und bündig beschrieben werden sollten.

* MALZERS Mitarbeitenden-Befragung aus 2022.

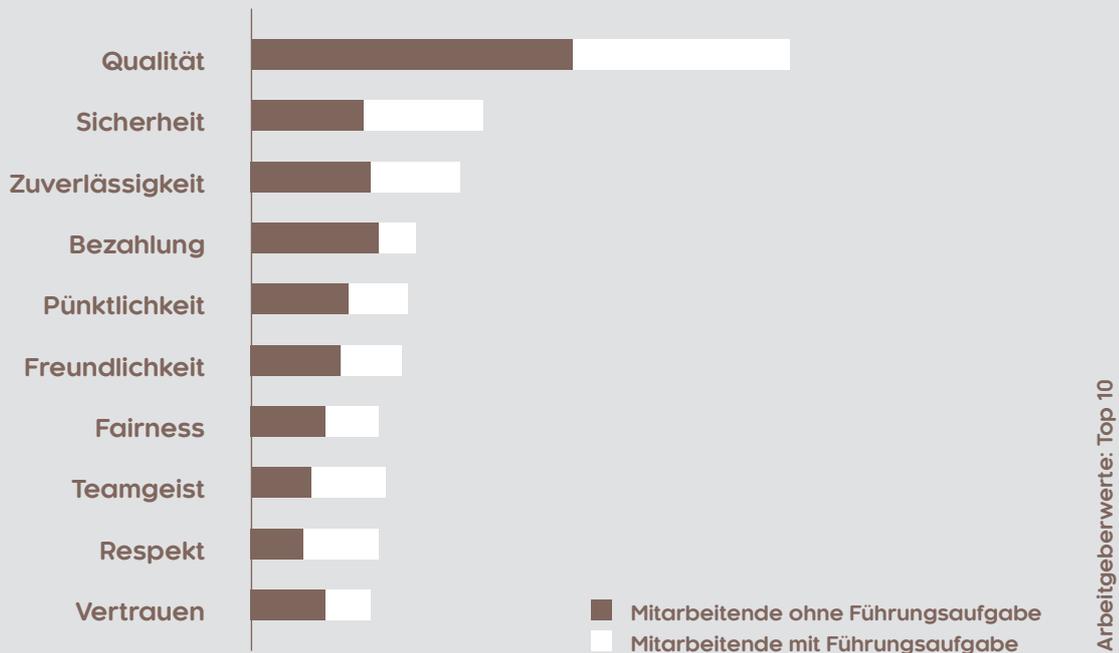
Erste Frage:

Gibt es in Ihrer Organisation etwas Außergewöhnliches oder Spezielles, durch das sich diese als Arbeitsplatz ganz besonders positiv hervorhebt?



Zweite Frage:

Für welche Werte steht Ihr Arbeitgeber? Bitte beschreiben Sie in drei Worten, was Ihren Arbeitgeber aus Ihrer Sicht vor allem ausmacht.



Zusammenfassung:

Bei den genannten Stärken und Handlungsfeldern werden am häufigsten die verlässliche Gehaltszahlung und der sichere Arbeitsplatz genannt. Übereinstimmend groß ist auch der Zuspruch in Bezug auf den starken Zusammenhalt und den Spaß bei der Arbeit. Als weitere Stärken werden Angebote für Mitarbeitende, flexible Arbeitszeiten und die hohe Produktivität angeführt.

Als führende Arbeitgeberwerte bilden Qualität, Sicherheit und Zuverlässigkeit einen Dreiklang, der aus unserer Sicht sehr positiv zu bewerten ist. Im Zuge der kontinuierlichen Verbesserung unserer Prozesse möchten wir in Zukunft jedoch auch Aspekte wie Teamgeist, Respekt und Vertrauen weiter in den Vordergrund bringen, um unsere nachhaltig orientierte Grundhaltung stärker im Bewusstsein unserer Mitarbeitenden zu verankern.

