



**TRANSGOURMET**

**Wie bringen wir Nachhaltigkeit  
auf den Tisch?**





# Im Gespräch mit ...

## ... den Vorsitzenden der Geschäftsführung Frank Seipelt und John Matthew

### Inhalt

Seite 3	<b>Im Gespräch mit den Vorsitzenden der Geschäftsführung Frank Seipelt und John Matthew</b>
Seite 4	<b>Transgourmet Deutschland auf einen Blick</b>
Seite 6	<b>Unser Anspruch: Nachhaltigkeit gehört auf den Tisch</b>
Seite 10	<b>Tischlein deck dich – Nachhaltiger Genuss vom Feld bis auf den Teller</b>
Seite 15	Zurück zu den Wurzeln: Transgourmet Ursprung
Seite 20	„Woche der Nachhaltigkeit“
Seite 22	<b>Verantwortungsvoll aufgetischt – Die Umwelt im Fokus</b>
Seite 27	Energiesparen bei voller Fahrt
Seite 29	<b>Wir sitzen alle an einem Tisch – Gemeinsam Nachhaltigkeit leben</b>
Seite 32	Vereinbarkeit von Beruf und Familie
Seite 34	Vom Kostenfaktor zum Glücksfaktor in der Seniorenverpflegung
Seite 38	Restlos genießen: Lebensmittel wertschätzen statt verschwenden

#### Was bedeutet „Verantwortung übernehmen“ für Transgourmet?

FS: Als eines der führenden Unternehmen in der Abholung und Zustellung von Lebensmitteln, handeln wir verantwortlich und sorgfältig gegenüber den Menschen, der Umwelt und den von uns genutzten Ressourcen. Denn wir sind uns unserer gesellschaftlichen Bedeutung und Pflicht bewusst. Dieser Verantwortung stellen wir uns jeden Tag in den verschiedensten Formen, sei es in Bezug auf erneuerbare Energien, Alternativantriebe für unsere Fahrzeuge, die Beschaffungswege unserer Ware oder die Förderung unserer Mitarbeiter.

#### Nachhaltigkeit und Unternehmenserfolg – wie hängen diese Begriffe für Sie zusammen?

JM: Der Bereich Nachhaltigkeit nimmt mittlerweile eine zentrale Rolle ein. Wir haben uns das Ziel gesetzt, zum nachhaltigsten Unternehmen des Lebensmittelgroßhandels zu werden. Unser Vorbild ist unsere Mutter Coop in der Schweiz. Als genossenschaftlich organisiertes Unternehmen sind wir nicht ausschließlich auf Gewinnmaximierung ausgerichtet. Wichtige Faktoren für den Unternehmenserfolg sind z. B. unsere Mitarbeiter. Sie tragen jeden Tag durch ihr Engagement zum Erfolg bei. Im Produktbereich sind wir bereits überaus erfolgreich mit unserer Eigenmarke „Transgourmet Ursprung“. Die Produkte aus nachhaltiger Landwirtschaft kommen bei unseren Kunden sehr gut an.

#### Ist Nachhaltigkeit eine Frage des Preises? In welche Richtung tendieren die Konsumenten?

JM: Natürlich ist Nachhaltigkeit auch eine Frage des Geldes. Direkt spürbar wird der Preis bei nachhaltigen Produkten, wie bei Transgourmet Ursprung oder Artikeln mit Fairtrade- oder Biosiegel. Selbstverständlich sind diese Produkte teurer als konventionelle Produkte, doch die Kunden sind zunehmend bereit, den Mehrwert entsprechend zu vergüten. Gerade bei der Nachhaltigkeit ist die „Geiz ist geil“-Einstellung nicht gefragt, denn der Kunde ist sich bewusst, wohin dies führt.

#### Wo steht Transgourmet derzeit in der Umsetzung und Zielerreichung?

FS: Transgourmet hat sich bereits 2014 anspruchsvolle Ziele gesetzt, die es bis 2020 zu erfüllen gilt. Dabei sind wir auf sehr gutem Wege – so haben wir in den letzten zwei Jahren tragfähige Strukturen geschaffen, die wir weiter ausbauen. Über unseren Fortschritt berichten wir in aller Ausführlichkeit in unserer Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex; diese haben wir Ende 2017 auf freiwilliger Basis veröffentlicht. Auch dass wir von der renommierten Plattform für Nachhaltigkeitsbewertungen EcoVadis mit Silber ausgezeichnet wurden, zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind – aber auch noch einige Aufgaben zu bewältigen haben.

## Transgourmet Spezialist für Belieferung

Zuverlässige Zustellung  
in einem  
**national lückenlosen Vertriebs- und  
Distributionsnetz**



Über **41.000** Profi-Kunden



aus Gastronomie, Hotellerie,  
Betriebsverpflegung und sozialen Einrichtungen

Kurzfristig verfügbares, qualitativ hochwertiges  
**Profi-Vollsortiment** aus über



Food- und Non-Food-Artikeln –  
innerhalb von **24h in 1 Stopp** lieferbar

**Starke Marken** für professionelle Bedürfnisse:



Für noch mehr **Information und Innovation:**

frische Rezepte,  
inspirierende Videos,  
praxisnahe Seminare  
und



**4** Transgourmet-Fachmessen pro Jahr

## Selgros Cash&Carry Spezialist für Abholung

Der **Partner** vor Ort:  
**40** großzügig gestaltete  
Selgros Cash&Carry-Märkte



immer in der **Nähe des Kunden**  
– standortspezifisch mit **regionalem Zustellservice**

Über **1.000.000** Kunden



Profis und Genießer aus Gastronomie,  
Handel und anderem Gewerbe

Aus einer Hand:  
**Vollsortiment** aus über



Food- und Non-Food-Artikeln  
**mit Gastro-Fokus**

## Transgourmet Deutschland auf einen Blick

Die Transgourmet Deutschland GmbH & Co. OHG ist als führender Multi-Channel-Anbieter Liefer- und Abholspezialist für gastronomische Profiküchen und Teil der Transgourmet Central and Eastern Europe – mit einem Umsatz von 5,1 Milliarden Euro im Jahr 2017. Sie geht historisch zurück auf ein Joint Venture zwischen der Coop Schweiz und der Rewe Group, zwei Unternehmen, bei denen Nachhaltigkeit schon seit vielen Jahren eine wichtige Rolle spielt. Unter Transgourmet Deutschland sind die Spezialisten Transgourmet, Selgros Cash&Carry sowie Transgourmet Cash&Carry vereint – mit rund 10.000 Mitarbeitern.

Transgourmet ist der Spezialist für die zuverlässige deutschlandweite Belieferung mit einem qualitativ hochwertigen Profi-Vollsortiment an Großverbraucher in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Transgourmet unterstützt nachhaltig seine Kunden mit persönlicher und freundlicher Fachberatung, ganzheitlichen Konzepten und innovativen Lösungen dabei, effizienter und besser zu arbeiten.

Selgros Cash&Carry ist der Spezialist, der Profis und Genießern aus Gastronomie, Handel und anderem Gewerbe ein umfassendes Food- und Non-Food-Vollsortiment anbietet. Als kompetenter Partner bietet Selgros Cash&Carry Vielfalt, hervorragende Frischekompetenz, hauseigene Metzgereien, persönliche und freundliche Beratung für professionelle Bedürfnisse sowie standortspezifisch eine regionale Zustellung.

Transgourmet Cash&Carry verfügt über ein auf die Bedürfnisse und Wünsche von Gastronomen und Profiküchen zugeschnittenes Profi-Vollsortiment zur Abholung – in Kombination mit einem regionalen Lieferservice.

Zusammen mit den Aktivitäten in der Schweiz, Frankreich und Österreich ist die Transgourmet-Gruppe Europas zweitgrößtes Cash & Carry- und Food-Service-Unternehmen. Die Holding mit ihren über 25.000 Mitarbeitern hat ihren Hauptsitz in Basel und gehört seit 2011 vollständig zur Schweizer Coop-Gruppe.





# Unser Anspruch:

## Nachhaltigkeit gehört auf den Tisch

Nachhaltig wirtschaften bedeutet für uns, auf Unternehmens- und auf Produktebene mehr Verantwortung für Mensch und Natur zu übernehmen. Dafür identifizieren wir unsere Chancen und Risiken entlang unseres Kerngeschäfts, um für die Auswirkungen unseres Tuns vom Unternehmensstandort über die Wertschöpfungskette bis hin zur Gesellschaft einzustehen und vorausschauend handeln zu können.

Gerade die Bereiche Tierwohl und das Angebot von Produkten aus nachhaltiger Herstellung stehen für Transgourmet Deutschland im Fokus, genauso die Einsparung von Energie, die Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen und das Engagement für unsere Mitarbeiter und die Gesellschaft. Als Unternehmen der Lebensmittelbranche ist auch die Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung für uns ein zentrales Thema.

Wir wollen als führender Akteur im Lebensmittelgroßhandel unsere Chancen wahrnehmen und Pionier im Bereich Nachhaltigkeit werden. Mit unserer Eigenmarke „Transgourmet Ursprung“ nehmen wir bereits eine Vorreiterrolle ein. Darüber hinaus leisten wir einen positiven Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung und engagieren uns besonders für Themen und Zielgruppen, die sonst eher im Hintergrund stehen. Das Projekt „Emotionale Genusskonzepte in der Seniorenverpflegung“ liegt uns sehr am Herzen, da wir hier gemeinsam mit Experten und Pflegeeinrichtungen wichtige Impulse für neue Verpflegungskonzepte setzen.



## Unser Nachhaltigkeitsansatz

In unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist definiert, welche Bereiche für uns besonders hohen Stellenwert besitzen. Unser Drei-Säulen-Modell umfasst die Bereiche „Verantwortungsvolle Produkte und Beschaffung“, „Ressourceneffizienz und Klimaschutz“ sowie „Guter Arbeitgeber und gesellschaftliches Engagement“. Wo immer möglich, integrieren wir Nachhaltigkeitsaspekte in Unternehmensabläufe und -prozesse. Zudem werden unsere Fachkräfte und Mitarbeiter zum Thema sensibilisiert und in die Weiterentwicklung und Implementierung von Nachhaltigkeitsthemen einbezogen.

Unsere Nachhaltigkeitsleistungen werden mittels eines strukturierten Nachhaltigkeits-Controllings überwacht und gesteuert. Basierend auf unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir uns für jede Säule mehrere Ziele gesetzt, die wir bis 2020 erreichen wollen. In der Broschüre werden einige der 24, teils qualitativen und teils quantitativen, Ziele dargestellt.

Auch strukturell und personell ist das Thema verankert: Der Fachkreis Nachhaltigkeit leitet konkrete Projekte aus unseren Zielen ab und führt Erfolgskontrollen durch.

Er setzt sich aus den zuständigen Bereichsleitern und dem Nachhaltigkeitsteam zusammen. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit den Nachhaltigkeitsexperten der Coop-Gruppe zusammen und nutzen durch diese Vernetzung das Know-how der gesamten Unternehmensgruppe.

Verschiedene Arbeitskreise zur Umsetzung der einzelnen Projekte werden nach Bedarf zusammengesetzt. In den Cash & Carry-Märkten und Zustelllagern sorgen unsere Nachhaltigkeitsbotschafter vor Ort für die Verankerung der Nachhaltigkeitsaspekte. Sie sind auch Ansprechpartner für alle Kollegen und Kunden vor Ort und arbeiten eng mit dem zentralen Nachhaltigkeitsteam zusammen.

Um unsere Nachhaltigkeitsbemühungen transparent darzustellen, veröffentlichen wir diese zum Beispiel in unserer Mitarbeiterzeitschrift, im Kundenmagazin Passion Genuss und auf unserer Website. Zusätzlich werden sie in die Berichterstattung der Coop-Gruppe integriert. Über unsere Fortschritte berichten wir in aller Ausführlichkeit in unserer Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex; diese haben wir Ende 2017 auf freiwilliger Basis veröffentlicht. Die Erklärung ist auf unserer Website öffentlich zugänglich: [bit.ly/transgourmet-nachhaltigkeit](http://bit.ly/transgourmet-nachhaltigkeit)

Das zahlt sich aus: Im Dezember 2017 wurde Transgourmet Deutschland für seine nachhaltigen Unternehmensaktivitäten durch die international anerkannte Plattform für Nachhaltigkeitsbewertungen EcoVadis mit der Silbermedaille für Corporate Social Responsibility ausgezeichnet. Im Juni 2018 wurden wir für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis, die renommierteste Auszeichnung für Nachhaltigkeit bundesweit, nominiert.



## Unsere Säulen der Nachhaltigkeit

**Verantwortungsvolle Produkte und Beschaffung**

**Ressourceneffizienz und Klimaschutz**

**Gute Arbeitgeber und gesellschaftliches Engagement**

### Unser Kunde kommt zu Wort

**>> Nachhaltig vom Acker auf den Teller ist nur mit einer zuverlässigen Lieferkette möglich!<<**

Christoph Wörner, Director Supply Chain Management, Aramark Holding Deutschland GmbH





# Tischlein deck dich

## Nachhaltiger Genuss vom Feld bis auf den Teller

Nachhaltigkeit, Regionalität und Saisonalität sind zunehmend wichtige Entscheidungskriterien in der Lebensmittelbranche. Die Herkunft der Produkte und damit die Transparenz und Verantwortung in der Lieferkette spielen eine immer größere Rolle – für die Konsumenten wie auch für die Gastronomie. Lebensmittel aus ökologischem Anbau werden auch für den Außer-Haus-Markt immer relevanter. Laut der Studie „Regionaler Biomarkt NRW“ entfallen etwa fünf Prozent des Biomarktes in Deutschland auf die Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie und Hotellerie – Tendenz steigend.

Das Thema Tierwohl gewinnt zunehmend an Bedeutung. Laut dem „Ernährungsreport 2017“ sind 88 Prozent der Deutschen bereit, mehr für Lebensmittel zu zahlen, wenn die Tiere dafür besser gehalten werden.

Nachhaltigkeit ist somit entlang der gesamten Lieferkette – vom Feld bis auf den Teller – ein wichtiges Thema und bezieht sich auch auf die Reduktion von Lebens-

mittelverschwendung. Denn uns ist wichtig, was auf den Tellern landet und auch wie dies geschieht. Besonders stolz sind wir auf unsere Eigenmarke „Transgourmet Ursprung“. Hier fördern wir direkt nachhaltige Landwirtschaft und traditionelle Handwerkskunst.

Für Transgourmet stehen das Angebot von nachhaltigen Produkten und eine verantwortungsvolle Beschaffung im Mittelpunkt des Nachhaltigkeitsengagements. Daher erwarten wir auch von unseren Geschäftspartnern einen aktiven Beitrag zur Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens. Zusammen mit unseren Lieferanten achten wir auf die Einhaltung der Menschenrechte und setzen uns für den respektvollen Umgang mit der Umwelt und mehr Tierwohl ein. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, Nachhaltigkeit in ihre Küchenprozesse zu implementieren und verantwortungsbewusst aufzutischen.

<sup>1</sup> [https://www.umwelt.nrw.de/fileadmin/redaktion/Broschueren/biomarkt\\_2015\\_broschuere.pdf](https://www.umwelt.nrw.de/fileadmin/redaktion/Broschueren/biomarkt_2015_broschuere.pdf)

<sup>2</sup> [http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Ernaehrungsreport2017.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Ernaehrungsreport2017.pdf?__blob=publicationFile)

## Nachhaltiges Sortiment

Um den kontinuierlich steigenden Anforderungen von Kunden und Gesellschaft gerecht zu werden, baut Transgourmet das Nachhaltigkeitsengagement im Bereich Produkte und Beschaffung stetig weiter aus. Das heißt, wir erweitern unser Sortiment durch Produkte, die hohe Nachhaltigkeitsstandards erfüllen, und schaffen mehr Transparenz in der Produktions- und Lieferkette. Unser Ziel ist es, bis 2020 den Anteil unseres Nachhaltigkeitsumsatzes auf mindestens 3,6 Prozent zu steigern. Darüber hinaus wollen wir die Haltungsbedingungen von Nutztieren verbessern sowie die Umweltauswirkungen in den Bereichen Anbau, Produktion, Transport und Verpackung reduzieren.

Auch die Schulung unseres Personals stellt dabei ein wichtiges Element dar. Die Fachkräfte aus den Abteilungen Einkauf, Category Management und Vertrieb werden zu Nachhaltigkeitsstandards und -labels geschult.

### Herkunft und Tierwohl sind uns wichtig

Transgourmet arbeitet eng mit den siegelgebenden Organisationen zusammen, um Themen wie ökologische Produkte, Tierwohl und Fairtrade in der Außer-Haus- und dabei insbesondere in der Gemeinschaftsverpflegung weiterzuentwickeln. Dadurch wächst unser Sortiment an Bioprodukten stetig – auch bei unseren Eigenmarken. Ein nachhaltiger Anbau garantiert unter anderem einen geringeren Einsatz von Pestiziden und eine höhere Artenvielfalt durch den Verzicht auf Monokulturen, wodurch Lebensräume für Insekten und Vögel erhalten bleiben.

Auch bei Eiern haben wir hohe Standards: Wir erweitern unser Sortiment an Bioeiern und verwenden seit 2014 bei unserer Eigenmarke „Transgourmet Quality“ keine Eier aus Käfighaltung. Bei Fisch und Seafood ersetzen wir konventionelle Produkte, abhängig von der Verfügbarkeit, durch MSC- und ASC-zertifizierte Ware. Der Anteil an Fisch aus nachhaltiger Fischerei beträgt innerhalb unseres Sortiments bereits fast 30 Prozent.

Speziell für die Förderung des Tierwohls erweitern wir unsere Eigenmarke „Transgourmet Ursprung“ stetig. Mit ihr haben wir eine Marke geschaffen, bei der wir die Herkunft der Produkte sowie die Herstellungs- und Verarbeitungsprozesse transparent bis zum Erzeuger nachvollziehen können. Mehr zu „Transgourmet Ursprung“ und den Produkten auf den Seiten 15 bis 17.



### Umweltschonender Umgang mit Verpackungen

Sowohl in der Produktion als auch in unseren Verkaufsstellen ist uns ein verantwortungsbewusster und maßvoller Umgang mit Verpackungsmaterial wichtig. Deswegen arbeiten wir kontinuierlich an der Verringerung von Verpackungsmengen innerhalb der Wertschöpfungskette.

So haben wir beispielsweise in den Transgourmet-Fleischmanufakturen eine neue Verpackungsanlage für Großgebilde angeschafft und benötigen so sechs-

mal weniger Material. Auch in den Selgros-Märkten stellen wir unser Verpackungsmaterial auf nachhaltige Alternativen um. So setzen wir z. B. neue Frischfleischverpackungen ein, die anschließend ins Altpapier geworfen werden können oder führen Pappe anstatt Kunststoff für Foodtainer ein. Außerdem implementieren wir für den Transport unserer Ware im Belieferungsgeschäft wiederverwendbare Rollcontainer-Sicherungen. Dadurch sparen wir jährlich über 38.000 Rollen Wickelfolie, das entspricht der Strecke Düsseldorf – Buenos Aires hin und zurück.

## Die wichtigsten Nachhaltigkeitssiegel





# Zurück zu den Wurzeln: Transgourmet Ursprung

## Produzentengeschichten mit Mehrwert

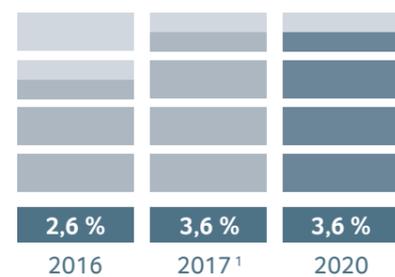
Mit „Transgourmet Ursprung“ erfüllen wir den Wunsch unserer Kunden und bieten eine hervorragende kulinarische Qualität, ursprüngliche Produzentengeschichten sowie nachhaltige Landwirtschaft nach klar definierten und transparenten Kriterien. Neben der Herkunft und Haltung achten wir zum Beispiel auch darauf, dass möglichst viele Teile eines Tieres genutzt werden – normalerweise werden nur knapp sieben Prozent verarbeitet. Mit dieser innovativen Eigenmarke bieten wir unseren Kunden Produkte aus traditioneller Landwirtschaft und mit absoluter Herkunftstransparenz. „Transgourmet Ursprung“ verbindet damit in einzigartiger Weise den Wunsch nach Nähe und Ursprünglichkeit.

wie weit das Produkt über den gesetzlich geforderten Standards liegt. Durch das Rating ist es ganz einfach, den Mehrwert des entsprechenden Produkts auf einen Blick zu erkennen. Dabei orientieren wir uns an den bedeutendsten Nachhaltigkeitsthemen für die Warengruppe und legen die Kriterien von etablierten Labels und Standards wie dem EU-Bio-Siegel, dem Label des Deutschen Tierschutzbundes „Für mehr Tierschutz“ oder Bioland zugrunde.

„Transgourmet Ursprung“ bietet Kunden eine umfassende Produktpalette an – sowohl tierischen Ursprungs als auch Obst und Gemüse sowie weitere regionale Spezialitäten. Das Sortiment bauen wir kontinuierlich weiter aus, es umfasst inzwischen 276 Artikel von 28 verschiedenen Lieferanten. Für jede einzelne Produktkategorie sind eigene Nachhaltigkeitsstandards definiert. Sie sind nach einem Drei-Level-Rating-System aufgeteilt, Good – Better – Best. Dieses beschreibt,

Mit der Marke „Transgourmet Ursprung“ bieten wir so eine echte, tragfähige Lösung im Außer-Haus-Markt: Die Kunden brauchen keine eigene Zertifizierung, um nachhaltige Produkte auf ihre Speisekarte setzen zu können. Unter [www.transgourmet-ursprung.de](http://www.transgourmet-ursprung.de) stellen wir alle Landwirte und Produzenten im Detail vor, so ist die regionale Herkunft direkt nachvollziehbar. In Sachen Transparenz gehen wir noch einen Schritt weiter und nehmen unsere Kunden regelmäßig zu Besuchen bei unseren Landwirten mit. Dadurch können wir unseren Kunden einzigartige und handwerkliche Produkte näherbringen.

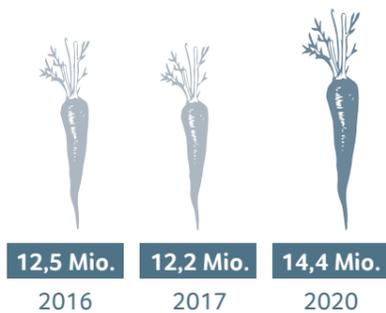
## Unsere Ziele bis 2020



Wir steigern den Anteil unseres Nachhaltigkeitsumsatzes auf 3,6 Prozent.



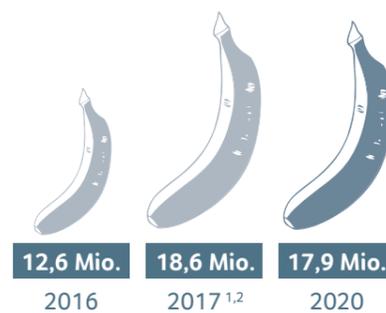
Wir bieten unseren Kunden ein kompetentes Sortiment an regionalen und lokalen Produkten an.



Wir steigern den Umsatz mit Bio-Produkten auf 14,4 Millionen Euro.



Wir achten das Tierwohl im Gesamtsortiment und profilieren uns in ausgewählten Sortimenten.



Wir steigern den Umsatz von Produkten mit sozialem Mehrwert auf 17,9 Millionen Euro.



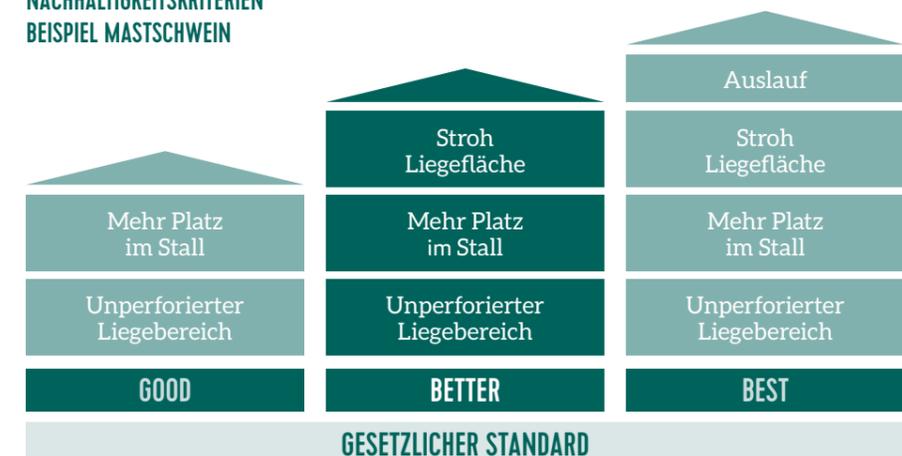
Wir analysieren die relevanten und beeinflussbaren Verpackungsmengen und leiten Reduktions- und Optimierungsziele ab.

<sup>1</sup>Das Ziel wurde bereits vorzeitig erreicht.

<sup>2</sup>Hierzu zählen wir Fairtrade, Rainforest Alliance und UTZ. Der Umsatz ist aufgrund folgender Aspekte innerhalb eines Jahres überdurchschnittlich gestiegen: Zum einen werden mehr Siegel für den Nachhaltigkeitsumsatz akzeptiert. Zum anderen ist mehr zertifizierte Ware auf dem Markt verfügbar, das betrifft insbesondere Produkte wie Kakao, Schokolade, Kaffee, Tee und Bananen.



### NACHHALTIGKEITSKRITERIEN BEISPIEL MASTSCHWEIN



## Herkunft mit Geschichte: das Lübchiner Strohschwein

Der Landwirtschaftsbetrieb der Familie Roders züchtet mit Leidenschaft das Lübchiner Strohschwein. Der Hof der Roders liegt am Rande des knapp 1.000-Seelen-Dorfs Behren-Lübchin, unweit der Ostseeküste. Die Roders sind Produzenten, die sich in keine Schublade stecken lassen.

Die Haltung der Tiere auf Stroh, wie sie hier praktiziert wird, ist selten. Klassisch werden Schweine auf Betonböden gehalten. Die Roders setzten hingegen schon immer auf Stroh. Das ist zwar aufwendiger für den Bauern, aber viel besser für die Tiere. Die nutzen das Stroh ausgiebig zum Spielen, und wenn sie ruhen wollen, haben sie mit der dicken Einstreu immer eine weiche Liegefläche.

Wer den Stall betritt, sieht entspannte Tiere. Wer mit den Landwirten des Familienbetriebs spricht, sieht entspannte Menschen. Vater und Sohn sind Weiterdenker. Sie züchten konsequent selbst, Ferkelproduktion und Schweinemast finden innerhalb eines Betriebs statt.

Die Roders hätten ihre Schweinehaltung schon fast aufgegeben, da niemand den Mehraufwand der besseren Tierhaltung zu zahlen bereit war – bis Transgourmet kam.

Transgourmet honoriert nicht nur die Tierhaltung, sondern garantiert auch die Abnahme der kompletten Tiere. Nur so kann der Landwirt kalkulieren und Transgourmet dauerhaft ein hervorragendes Produkt zu einem attraktiven Preis anbieten.

Das Lübchiner Strohschwein ist mit dem Ein-Stern-Label des Deutschen Tierschutzbundes zertifiziert. Dies bedeutet: Die Tiere haben unperforierte Liegeflächen und 40 Prozent mehr Platz in ihrem Stall, als der Gesetzgeber vorschreibt. Die Tiere dürfen nicht betäubungslos kastriert werden (bei den Roders werden sie gar nicht kastriert). Prophylaktische Antibiotika-Gaben sind verboten. Der Weg zum Schlachthof darf höchstens 200 km betragen und dieser muss ebenfalls vom Deutschen Tierschutzbund zertifiziert sein.

Da die Lübchiner Strohschweine konsequent auf Stroh gehalten werden, stufen wir sie in der Rating-Stufe „Better“ ein. Dass die Roders zusätzlich umweltfreundliche Energie erzeugen, finden wir wunderbar.



## Kernig und mit Charakter: Bioäpfel aus dem Alten Land

Schon mit sanfter Röte hängen die Äpfel an teilweise 60 Jahre alten Apfelbäumen auf dem Obsthof der Familie Münch. Wir befinden uns im Alten Land zwischen Hamburg und Stade. Hier wachsen unsere Bioäpfel.

Claus-Peter Münch, Geschäftsführer und Apfelvater des Obsthofs, ist hier im Alten Land geboren und aufgewachsen. Zusammen mit seiner Tochter und dem Schwiegersohn leitet Claus-Peter Münch heute den Betrieb.

Mit den ersten, von seinem Onkel geerbten 1,3 Hektar Land finanzierte sich Claus-Peter Münch nebenbei sein Studium der Philosophie und Politikologie und spürte schon früh, dass es für ihn und seine Obstwirtschaft nur eine Zukunft geben würde: und zwar die ökologische. „Herr Münch, Sie tun sich damit keinen Gefallen. Lassen Sie das. Sie verhungern. Sie werden nächstes Jahr in Tränen aufgelöst vor mir stehen und mich anflehen, Ihnen zu helfen.“ – versprach ein Obstbau-Berater aus der konventionellen Landwirtschaft, als dieser in den Anfängen hörte, dass hier ein Bioobsthof entstehen sollte. „Das war vor 30 Jahren“, lacht Claus-Peter Münch. Heute ist der Bioland-Betrieb mit 130 Hektar der größte Bioobsthof Deutschlands.

Mehrere Dutzend Apfelsorten werden hier angebaut. „Unsere Äpfel wachsen unter härteren Bedingungen, da die Bäume im norddeutschen Klima mit anderen Pflanzen konkurrieren müssen. Dazu gehören ganz einfach die Kräuter und Gräser unter den Bäumen. Im konventionellen Obstanbau wird jede Konkurrenz vermieden. Bei uns bleibt alles natürlich. Der Baum muss daher mehr arbeiten, um an seine Nährstoffe zu kommen.“

Von Mitte September bis Ende Oktober herrscht dann großes Treiben auf dem Betrieb. Es ist Erntezeit. Jeder Apfel wird dabei noch von Hand gepflückt. Das muss man sich mal vorstellen. 130 Hektar Land, 3.000 Bäume pro Hektar – und jeder Apfel wird fachmännisch und händisch vom Ast gedreht, in die Ernteboxen gelegt, sortiert, gewaschen und verpackt.

Herrn Münch hat eine tiefe Überzeugung hin zur Ökologie und Menschlichkeit geführt: „Man muss sich immer fragen: Bin ich stolz auf das, was ich da produziere? – Sie fragen, ob mich der Beruf nach mehr als 30 Jahren, trotz aller Schwierigkeiten und Hindernisse, noch immer erfüllt – meine Antwort darauf ist ein klares Ja.“ Der Obsthof der Familie Münch ist ein tief mit der Natur verbundener Betrieb. Hier trifft Fachwissen auf innere Ruhe, Urvertrauen sowie auf den Wunsch, Gutes zu leisten.

## Verantwortungsvolle Herkunft

Als Handelsunternehmen produziert Transgourmet die angebotenen Produkte nicht selbst, dennoch achten wir, soweit es möglich ist, auf eine umweltverträgliche Herstellung. Für die Beschaffung, Sicherheit und Qualität der Rohstoffe, die für unsere Eigenmarken verwendet werden, setzen wir höchste Standards an. In der Lieferkette gilt es, die Einhaltung von Menschenrechten und sozialen Arbeitsbedingungen sicherzustellen sowie die Transparenz voranzutreiben.

### Standards für eine nachhaltige Beschaffung

Der Umgang mit kritischen Rohstoffen, das heißt, mit Rohstoffen und Waren, bei deren Produktion und Verarbeitung soziale und Umweltrisiken bestehen, ist für Transgourmet eine wichtige Aufgabe. Dazu gehören auch die Verbesserung der Handlungsbedingungen für Nutztiere und die Etablierung entsprechender strengerer Standards für Produzenten im In- und Ausland. Zu den als kritisch eingestuften Rohstoffen gehören Fleisch, Milch und Molkereiprodukte, Früchte und Gemüse, Fisch und Seafood, Kaffee, Kakao und Palmöl.

Bereits Ende 2016 haben wir mit unserer Richtlinie für nachhaltige Beschaffung feste Standards für einen verantwortungsbewussten Einkauf definiert. Darüber hinaus arbeiten wir an separaten Richtlinien mit konkreteren Vorgaben und Zielen für Palmöl aus verantwortungsbewussten Quellen, nachhaltige Fischerei sowie für den Bereich Tierwohl.

Neben Standards für verwendete Rohstoffe definiert die Richtlinie auch Vorgaben für Lieferanten: Transgourmet verlangt von allen Geschäftspartnern, dass länderspezifische rechtliche Bestimmungen sowie die relevanten Leitsätze der ILO (International Labour Organization) eingehalten werden und, dass in den Unternehmen sowie in den vorgelagerten Stufen ein möglichst schonender Umgang mit den natürlichen Ressourcen erfolgt. Wir verlangen bei allen Transgourmet-Eigenmarken eine Rückverfolgbarkeit und Transparenz mindestens bis zur letzten Verarbeitungsstufe. Bei kritischen Rohstoffen muss unser Geschäftspartner die Rückverfolgbarkeit und Transparenz sogar bis auf die Stufe des Anbaus gewährleisten können.

### Unser Lieferant kommt zu Wort

>> Für uns bei Greenyard Frozen beginnt Nachhaltigkeit bereits auf dem Feld: Zum Beispiel analysieren wir die Anbaufelder und das Saatgut. Durch Verträge mit den ansässigen Landwirten werden gemeinsam Standards für den nachhaltigen Anbau und die Produktqualität festgelegt. Wir minimieren den Einsatz von Pestiziden und verfolgen eine gentechnikfreie Anbaupolitik. Darüber hinaus verpflichten sich die Landwirte zu verbindlichen Anbauberichten. <<

Kris Vanoverschelde, Head of Quality Management Flanders, Greenyard Frozen Belgium NV



### Höchste Standards in der Qualitätssicherung

Wir legen höchste Standards in der Qualitätssicherung an – denn nur so kann die Sicherheit unserer Lebensmittel gewährleistet werden. Alle Transgourmet-Zustellbetriebe und unsere beiden Fleischmanufakturen sind auf dem höchsten erreichbaren Niveau „Higher Level“

nach dem International Food Standard (IFS) Logistics zertifiziert. Alle Selgros-Märkte haben eine TÜV-Zertifizierung. Zudem wird im gesamten Unternehmen ein hochwertiges Qualitätsmanagement angewandt, welches den Anforderungen von Hazard Analysis Critical Control Points (HACCP) entspricht, und ein ausgefeiltes und zuverlässiges Krisenmanagement aufgesetzt.

## Unsere Ziele bis 2020



Wir können bei den Eigenmarken die Warenkette transparent aufzeigen und über die Produktionsstufen zurückverfolgen.



Wir fördern Nachhaltigkeitsstandards für die kritischen Rohstoffe, die bei unseren Eigenmarken verwendet werden.



# „Woche der Nachhaltigkeit“

## Der Einstieg in verantwortungsbewusste Konzepte für unsere Kunden

Seit 2017 rufen wir unsere Kunden zu einer „Woche der Nachhaltigkeit“ auf. In dieser Woche dreht sich alles um Nachhaltigkeitssiegel, ökologische und saisonale Produkte und geeignete vegetarische und vegane Optionen für Speisepläne. Unsere Kunden handeln in einer von ihnen frei gewählten Woche besonders „grün“, führen neue Gerichte ein oder probieren neue Konzepte aus. Unsere Experten unterstützen sie dabei auf vielfältige Weise: Mit Rezepten, Speiseplänen und Kommunikationsmaterialien sowie mit vielen Tipps und Tricks stehen sie ihnen zur Seite. Zum Beispiel erleichtert der von Transgourmet entwickelte Menümanager, ein Softwaretool zur Menüplanung, die Implementierung von vegetarischen und veganen Gerichten oder solchen mit Bioerzeugnissen. Auch unsere Produkte der Marke „Transgourmet Ursprung“ eignen sich hervorragend, da sie für Genuss, authentische Geschichten und transparente Nachhaltigkeitskriterien stehen.

Sinn der Aktionswoche ist es, unsere Kunden mit individuellen Ideen, angepasst an ihre jeweiligen Voraussetzungen, zu unterstützen. Die „Woche der Nachhaltigkeit“ kann für jede Einrichtung – unabhängig von Größe und Finanzkraft – ein Einstieg in ein ökologisches Menümanagement sein und Chancen für nachhaltige Strategien sichtbar machen.

Transgourmet hilft so bei den ersten Schritten hin zu mehr Nachhaltigkeit und unterstützt die Kunden dabei, die eigene Philosophie auch an den Tisch und nach außen zu tragen. Weitere Informationen rund um die Nachhaltigkeitswoche finden Sie unter: [www.transgourmet-nachhaltigkeit.de](http://www.transgourmet-nachhaltigkeit.de)

Auch auf unseren Fachmessen, deren Durchführung ab Herbst 2018 ebenfalls klimaneutral ist, informieren wir unsere Kunden und Lieferanten über die Nachhaltigkeitswoche und unser weiteres Engagement.

## Symrise bietet nachhaltigen Genuss – auch unter festen Preisvorgaben

Nachhaltige Maßnahmen, Strategien und Ziele sind für die Firma Symrise, einem globalen Anbieter von Aromen, Duft- und Geschmacksstoffen, wesentliche Aspekte der Unternehmensphilosophie, die auch in der Kantine des größten Arbeitgebers der Region angekommen sind.

Seit August 2017 gibt es bei Symrise einmal pro Woche einen „Transgourmet-Ursprung-Tag“, bei dem Küchenleiter Matthias Hamann verstärkt auf Qualität, Transparenz und Nachhaltigkeit beim Essen setzt. Der gelernte Koch hat, wie er selbst sagt, eine wichtige Entscheidung in die richtige Richtung getroffen: „Symrise positioniert sich mit seinen gut 2.800 Mitarbeitern am Standort Holzminden bereits seit über zehn Jahren als nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen, nur die Küche wurde diesbezüglich lange Zeit vernachlässigt.“

Den nachhaltigen Anstoß zum Richtungswechsel in der Kantine gab zunächst eine Transgourmet-Werbeaktion für Hofgeflügel. Matthias Hamann wagte ein spannendes Experiment: Er ließ seinen Gästen die Wahl zwischen bayrischem Hofbauerngeflügel und konventionellem Hähnchen. „75 Prozent der Kollegen haben sich für die hochwertigere Ware, die immerhin 70 Cent mehr kostete, entschieden“, erzählt der Küchenleiter. Ins Rollen kam die Sache dann später wieder während der Europäischen Nachhaltigkeitswoche Anfang Juni 2017. In dieser verarbeitete die Kantinenküche bewusst nachhaltige Lebensmittel. Nicht zuletzt aufgrund der positiven Resonanz der Gäste entstand im Folgenden die Idee, die hochwertigen Produkte nicht nur einmalig, sondern im regelmäßigen Turnus fest in den Speiseplan zu integrieren. Zwei der drei Gerichte setzen beim wöchentlich wechselnden „Transgourmet-Ursprung-Tag“ dabei hauptsächlich auf Biofleisch. Darüber hinaus finden auch an anderen Tagen immer wieder nachhaltige Produkte Verwendung.

Dass der Aspekt Nachhaltigkeit in Küchen verstärkt Berücksichtigung findet, ist vor allem in der Gemeinschaftsverpflegung heutzutage noch keine Selbstverständlichkeit. „Als Hemmfaktor erweist sich häufig das Budget, das in Kantinen in der Regel knapp bemessen ist“, berichtet Benjamin Karl, Transgourmet-Fachberater. Seit Einführung des „Transgourmet-Ursprung-Tags“ wird die Symrise-Kantine beispielsweise dreimal pro Woche und damit einen Tag häufiger beliefert. Dadurch können die absolute Frische und Qualität der Produkte gewährleistet werden.

Damit das Essen für die Mitarbeiter bei Symrise bezahlbar bleibt, werden die etwas höheren Kosten anhand einer Mischkalkulation auf sämtliche Gerichte in der Woche umgelegt. Jedes Essen kostet 10 Cent mehr, für das Gericht am „Transgourmet-Ursprung-Tag“ ist der Preis um 20 Cent gestiegen. Eine Rechnung, die nicht nur für die betriebsinterne Bilanz aufgeht, sondern von den Angestellten auch gerne mitgetragen wird.





# Verantwortungsvoll aufgetischt

## Die Umwelt im Fokus

Der Lebensmittelhandel trägt in großem Ausmaß durch Landwirtschaft, Logistik und Kühlung zum Energieverbrauch und zu Emissionen bei. Gemäß dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit entstehen etwa 45 Prozent der Emissionen durch die Ernährung bei der Erzeugung unserer Lebensmittel, das heißt, zum Beispiel schon auf dem Acker, im Stall, bei der Ernte und Verarbeitung sowie beim Transport.<sup>1</sup>

Als Lebensmittelgroßhändler benötigt Transgourmet große Mengen an Energie für Betriebsstätten. Zusätzlich spielen auch direkte Emissionen durch den Transport und die Belieferung unserer Kunden sowie indirekte Emissionen durch die Produktion und Anlieferung der gehandelten Waren aus aller Welt eine Rolle. Deswegen sehen wir uns in besonderer Verantwortung und haben uns zum Ziel gesetzt, unseren Energieverbrauch sowie unsere Emissionen sowohl in der Belieferung als auch auf den Verkaufsflächen bis 2020 deutlich zu senken.

Wir sind gefragt, mit den natürlichen Ressourcen sorgsam umzugehen und aktiv an Lösungen zu arbeiten, um die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit zu verringern. Für uns ist es ein notwendiger kontinuierlicher Prozess, die Energieeffizienz in der Belieferung und in unseren Betrieben weiter zu steigern und unsere Abläufe zu optimieren, zum Beispiel durch eine moderne Fahrzeugflotte und den Einsatz von erneuerbaren Energien. Auch die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter gehört dazu. So wurde die so wichtige Biodiversität durch die Anschaffung eigener Bienen auf dem Firmengelände thematisiert.

<sup>1</sup> <http://www.bmub.bund.de/themen/wirtschaft-produkte-ressourcen-tourismus/produkte-und-umwelt/produktbereiche/lebensmittel/>

## Mit effizienter Logistik auf der Überholspur

Als wachsendes Unternehmen steigt zugleich die Zahl unserer Betriebsstätten und der eingesetzten Fahrzeuge. Hier steht Transgourmet vor der Herausforderung, die Verbräuche und Emissionen trotzdem zu verringern und die Energieeffizienz weiter zu steigern. Dies gelingt uns mit vielfältigen Maßnahmen im Bereich Flottenmanagement, Fahrsicherheit und durch das Testen von innovativen Mobilitätslösungen.

### Moderner Fuhrpark

Unsere Transgourmet-Lkw-Flotte ist auf dem neuesten technischen Stand. Durch die ständige Modernisierung senken wir sowohl unseren Verbrauch als auch die Emissionen. Wir ersetzen jährlich mindestens 10 Prozent unserer Fahrzeugflotte durch Neufahrzeuge mit der jeweils aktuellsten Abgasnorm. Das Durchschnittsalter der Lkw liegt somit konstant bei ca. 4,5 Jahren. Zudem ist die Lkw-Flotte seit fast zehn Jahren auf 82 km/h gedrosselt. Dadurch verbraucht jeder Lkw einen Liter Diesel weniger auf 100 km und der CO<sub>2</sub>-Ausstoß wird entsprechend reduziert.



### Innovative Mobilitätslösungen für die Logistik von morgen

Unser Berliner Fuhrpark setzt seit 2017 einen Elektro-Lkw ein – mit besten Erfahrungen. Er ist nicht nur besonders leise; da der Standort Berlin Ökostrom bezieht und selbst Strom durch eine Photovoltaikanlage erzeugt, wird der E-Lkw auch zu 100 Prozent CO<sub>2</sub>-neutral aufgeladen. Darüber hinaus testen wir weitere zukunftsfähige Technologien – zum Beispiel die Eignung von E-Transportern, Lastenrädern oder von gasbetriebenen Fahrzeugen für unser Unternehmen. 2018 wurden die ersten E-Transporter und gasbetriebenen Lkw angeschafft. Die ersten fünf Lkw mit klimaschonendem, schadstoffarmem und leisem Gasantrieb wurden im Juli 2018 feierlich übergeben – siehe Bild unten links.

### Fahrerschulungen

Seit 2015 schulen wir unsere Berufskraftfahrer in unserer „Truck-Akademie“ regelmäßig und verpflichtend hinsichtlich einer vorausschauenden und spritsparenden Fahrweise. Durch diese Trainings- und Sensibilisierungsmaßnahmen können langfristig spürbare Kraftstoffeinsparungen und eine Emissionsreduzierung von 1,5 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr und Lkw erzielt werden. Zusätzlich setzen wir unseren Fahrern konkrete Ziele für die Senkung des Spritverbrauchs – und belohnen die Erreichung z. B. durch gemeinsame Teamausflüge.

### Mehr Sicherheit durch Technik

Die Gesundheit unserer Fahrer und der weiteren Verkehrsteilnehmer ist uns ein wichtiges Anliegen. Deswegen investiert Transgourmet seit Jahren in moderne Sicherheitstechnik. 2017 wurden zum Beispiel 300 Lkw mit dem kamerabasierten Unfallpräventionssystem von „Mobileye“ nachgerüstet, welches dem Kraftfahrer potenzielle Gefahrensituationen signalisiert. So kann er rechtzeitig reagieren und Unfälle vermeiden. Mit diesen und zahlreichen weiteren Maßnahmen sorgen wir für mehr Sicherheit für unsere Fahrer sowie für Fußgänger, Fahrradfahrer und alle anderen Teilnehmer im Straßenverkehr.

## Nachhaltiger Umgang mit Ressourcen

Auch bei unseren Logistikzentren und Cash & Carry-Märkten setzen wir auf hohe Maßstäbe im Bereich Nachhaltigkeit. Vor allem der sparsame Einsatz von Energie hat für uns einen hohen Stellenwert, da durch Lagerung und Kühlung hohe Verbräuche entstehen. Darum kümmert sich bereits seit 2010 der Bereich Energiemanagement. 2018 werden wir für eine noch systematischere Herangehensweise und die Erschließung weiterer Optimierungspotenziale ein Energiemanagement nach ISO 50001 einführen.

### Intelligente Beleuchtung

Für die Beleuchtung setzt Transgourmet auf effiziente, energiesparende LED-Lampen und eine automatische Lichtsteuerung in den Lager- und Bürobereichen vieler Standorte. So brennt das Licht nur, wenn es benötigt wird. Zudem war Transgourmet 2011/2012 eines der ersten Unternehmen, das eine bedarfsgesteuerte Beleuchtung in Tiefkühlslagern installiert hat. Durch den Einsatz moderner LED-Lampen und die bedarfsabhängige Lichtsteuerung wird der Verbrauch um bis zu 70 Prozent gesenkt.

### Innovative und nachhaltige Kühlung

Die Kühlung von Produkten spielt in unseren Märkten und Lagern eine große Rolle. Deswegen setzt Transgourmet auf umweltfreundliche Kälteerzeugung und stellt nach und nach alle Anlagen auf CO<sub>2</sub>-Kühlung um. Zusätzlich sparen Verdunstungskondensatoren und eine von den Betriebszeiten abhängige, automatische Temperatursteuerung im Warenausgang Energie ein.

### Wärmegewinnung aus Abwärme

Generell streben wir an, unsere Neubauten ohne den Einsatz fossiler Brennstoffe zu beheizen und so die Installation konventioneller Gas- bzw. Ölheizungen zu vermeiden. Dies erreichen wir insbesondere durch Wärmerückgewinnung aus unseren Kälteanlagen. An mehreren Standorten wird bereits die Abwärme aus den Kälteanlagen unter Einsatz von hocheffizienten Wärmepumpen für die Wärmeversorgung im gesamten Büro- und Lagerbereich genutzt.

### Verwendung von Ökostrom

Transgourmet nutzt zu 100 Prozent Ökostrom aus Wind- und Wasserkraft. Zudem haben wir an vielen Standorten eigene Photovoltaikanlagen und Blockheizkraftwerke. Zählen wir alle Solaranlagen der Transgourmet-Standorte zusammen, erzeugen wir auf diese Weise rund zwei Millionen Kilowattstunden Strom pro Jahr. Das entspricht dem Bedarf von etwa 500 Vier-Personen-Haushalten.

### Abfallvermeidung

In der Logistik und im Handel sind Verpackungen unerlässlich und es fallen täglich Abfälle an. Wir reduzieren das Abfallaufkommen so weit wie möglich und sorgen dafür, dass die nicht vermeidbaren Abfälle sinnvoll verwertet werden. Nur so erreichen wir unsere hohe Abfallverwertungsquote, auf die wir sehr stolz sind, und leisten einen wichtigen Beitrag zum Recycling.

An unseren Standorten nutzen wir Recyclingpapier und haben die Mülltrennung optimiert. Außerdem setzen wir für den Transport unserer Ware teilweise eine wiederverwendbare, robuste Rollcontainer-Sicherung ein. Bis Ende 2018 entscheiden wir über den flächendeckenden Einsatz. Denn wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis 2019 den Einsatz von Wickelfolie um mindestens zwei Drittel zu verringern. Im Rahmen der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten nutzen wir vorzugsweise Mehrwegsysteme.



## Unsere Ziele bis 2020



Wir reduzieren den spezifischen Energieverbrauch in der Belieferung um 8,5 Prozent pro Tonne ausgelieferter Ware (im Vergleich zu 2015).



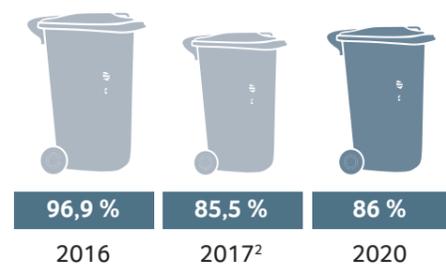
Wir reduzieren den spezifischen CO<sub>2</sub>-Ausstoß in der Belieferung um 8,3 Prozent pro Tonne ausgelieferter Ware (im Vergleich zu 2015).



Wir reduzieren den spezifischen Energieverbrauch (Wärme und Strom) in unseren Verkaufsstellen um 5 Prozent pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (im Vergleich zu 2015).



Wir reduzieren den spezifischen CO<sub>2</sub>-Ausstoß (Wärme und Strom) in unseren Verkaufsstellen um 5 Prozent pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (im Vergleich zu 2015).



Wir erhöhen die Abfallverwertungsquote auf 86 Prozent.



Wir testen und implementieren innovative Mobilitäts- und Logistiklösungen.



Wir berücksichtigen Nachhaltigkeitsstandards bei unseren Neu- und Umbauten.

<sup>1</sup> Aufgrund des Wechsels zu einem günstigeren Strommix wurden das Ziel bereits vorzeitig erreicht.

<sup>2</sup> Seit 2017 hat sich die Berechnungsweise unserer Abfallverwertungsquote geändert. Alle Abfallfraktionen, die in die Müllverbrennungsanlage gehen, werden nun im Zuge einer Anpassung an die Konzernstandards als „beseitigt“ und nicht mehr als „verwertet“ betrachtet. Damit ist zugleich eine Anpassung unseres ursprünglichen Nachhaltigkeitsziels „Wir erhöhen die Abfallverwertungsquote auf 96 %“ notwendig geworden.



## Energiesparen bei voller Fahrt

### Umweltfreundliche Lkw-Kühlung

Angesichts der wachsenden Bedeutung von Themen wie Klimaschutz und Energieeffizienz wird auch unseren Kunden eine möglichst umweltfreundliche Belieferung immer wichtiger. Transgourmet unternimmt bereits große Anstrengungen, damit die Ware nicht nur einwandfrei und pünktlich, sondern auch möglichst emissions- und lärmreduziert beim Kunden ankommt.

Transgourmet hat als erstes Unternehmen in Deutschland die Kühlung der Lkw von Dieselaggregaten auf elektrische Kälteaggregate umgestellt. Durch diese Maßnahme sparen wir rund zehn Prozent Treibstoff ein. Transgourmet will künftig ausschließlich Lkw mit dieser äußerst innovativen und nachhaltigen Technologie auf die Straßen bringen. Bis Ende 2018 werden bis zu 230 Lkw mit neuen Kälteaggregaten beschafft. Mit dieser Entscheidung können pro Lkw in den kommenden acht Jahren knapp 12.000 Liter Diesel eingespart werden

– das entspricht knapp 104 vollen Badewannen. Die weitere gute Nachricht: Unsere neue, elektrische Kühlung ist wesentlich leiser und senkt so den Geräuschpegel.

Um die Sicherheit unserer Lebensmittel zu gewährleisten, muss dauerhaft eine ununterbrochene Kühltette garantiert sein. Deswegen müssen unsere Lkw auch vor der Beladung und bei Wartezeiten am Logistikzentrum gekühlt werden. Statt hierfür den Motor – und somit Diesel – zu verwenden, setzen wir auf eine elektrische Vorkühlung. Die Kälteaggregate werden über Außensteckdosen an unseren Logistikstandorten mit Strom versorgt. Und weil im gesamten Unternehmen seit dem Jahr 2008 Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien bezogen wird, findet unsere Lkw-Vorkühlung komplett CO<sub>2</sub>-neutral statt.



# Wir sitzen alle an einem Tisch

## Gemeinsam Nachhaltigkeit leben

Gesunde und motivierte Mitarbeiter sind der Grundstock eines Unternehmens. Gerade in Zeiten des demographischen Wandels und eines steigenden Fachkräftemangels ist eine nachhaltige Mitarbeiterpolitik unerlässlich, um genau solche Mitarbeiter zu finden und dauerhaft zu binden. Deswegen liegen uns die Unterstützung und Förderung aller Mitarbeiter am Herzen. Wir sind überzeugt: Guten Mitarbeitern gehört bei Transgourmet die Zukunft. Deswegen fördern wir unsere Mitarbeiter in jeder Lebensphase. Ihre Aus- und Weiterbildung, ein aktives Gesundheitsmanagement, die Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie eine fundierte Wertekultur sind besonders wichtige Themen.

Transgourmet ist als im Lebensmittelgroßhandel erfolgreich tätiges Unternehmen auch Teil der Gesellschaft und möchte dieser etwas zurückgeben. Als Partner der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung gilt unsere Verantwortung vor allem einer gesunden Ernährung und dem bewussten Umgang mit Lebensmitteln. Das heißt, wir tragen auch Verantwortung für die nachgelagerte Lieferkette. Daher kümmern wir uns um Themen, die mit unserem Kerngeschäft verknüpft sind und setzen uns so aktiv für die Gesellschaft ein. Dazu zählen z. B. gesunde Ernährung, Lebensmittelverschwendung oder auch Projekte für Schüler, Senioren und andere Bevölkerungsgruppen.

## Unsere Mitarbeiter im Fokus

Unsere Mitarbeiter und ihre Zufriedenheit sind uns wichtig. Wir sind uns bewusst, dass sie jeden Tag körperlich und geistig viel leisten. Gerade bei den Themen Aus- und Weiterbildung sowie Sicherheit und Gesundheitsvorsorge erhält unser Konzept der nachhaltigen Unternehmensführung deshalb eine ganz besondere Bedeutung. Schließlich geht es darum, Leib und Leben unserer Mitarbeiter nach Kräften zu schützen und den Geist durch vielfältige Bildungsangebote zu fördern und zu fordern.

### Exzellente Ausbildungsmöglichkeiten

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, ein vorbildlicher Ausbildungsbetrieb zu sein. Aktuell bilden wir über 300 junge Menschen in bis zu zwölf Ausbildungsberufen aus – vom Kaufmann im Einzelhandel bis zur Fachinformatikerin. Unsere Besteherrate von fast 90 Prozent – davon fast die Hälfte mit der Note gut oder sehr gut – zeigt unter anderem, dass wir auf unserem Weg schon weit vorangeschritten sind. Zudem bieten wir sechs verschiedene Fachrichtungen für ein duales Studium an. Im Dezember 2017 waren 26 Studenten bei Transgourmet beschäftigt. Rund 80 Prozent der Studierenden werden nach erfolgreichem Abschluss übernommen.

### Transgourmet gehört zu den besten Ausbildungsbetrieben Deutschlands

In der Zeitschrift Capital, Ausgabe 11/2017, werden wir unter „Deutschlands beste Ausbilder“ gelistet. Im gleichen Jahr erhielt die Transgourmet Niederlassung in Hildesheim von der IHK das EINS+-Qualitätssiegel für hervorragende Ausbildungsqualität. Das beweist, dass unsere tägliche, sehr gute Arbeit Früchte trägt und Beachtung findet. Auch die Leistungen unserer einzelnen Auszubildenden werden extern anerkannt, unter anderem erreichten unsere Azubis folgende Auszeichnungen: „Bestes Prüfungsergebnis der Abschlussprüfung Sommer 2017“, „2. Platz im Wettbewerb für Fleischer/-innen des Landesinnungsverbandes Thüringen“ und „Bestes Prüfungsergebnis im Ausbildungsberuf Kaufleute im Groß- und Außenhandel im Winter 2017“.

### Mit guten Ideen für mehr Nachhaltigkeit: unsere Azubi-Challenge

Unsere Azubis beschäftigen sich anhand von vielfältigen Projekten mit dem Thema Nachhaltigkeit. Eines davon ist die Azubi-Nachhaltigkeits-Challenge. 2017 nahmen 25 Teams aus den Transgourmet-Betrieben, den Selgros-Märkten und sogar den Tochterunternehmen teil. Ziel war es, die Auszubildenden an das Thema heranzuführen und für mögliche Anwendungsgebiete im Unternehmen zu sensibilisieren. Der Themenwahl und Kreativität wurden fast keine Grenzen gesetzt, einzige Bedingung: Eines der drei strategischen Themenfelder von Transgourmet sollte Teil des Projektes sein. Die eingereichte Idee zum Thema Nachhaltigkeit sollte jedoch nicht nur Kreativität beweisen, sondern zugleich gut umsetzbar und multiplizierbar sein. Drei Teams setzten sich schließlich durch und durften sich über eine Einladung in die Transgourmet-Zentrale in Riedstadt freuen – Übernachtung, Workshop und ein gemeinsames Abendessen inklusive.

### Mitarbeiter fördern und fordern

Guten Mitarbeitern gehört bei Transgourmet die Zukunft, deshalb hat die Personalentwicklung eine ganz besondere Bedeutung. Für unsere Mitarbeiter halten wir ein umfangreiches und maßgeschneidertes Weiterbildungsprogramm bereit, da wir der Überzeugung sind, dass ein breites Spektrum an Fortbildungsmöglichkeiten dafür sorgt, dass sich unsere Mitarbeiter – und damit das gesamte Unternehmen – bedarfsgerecht weiterentwickeln können. Von Führung über Kommunikation bis zu Vertrieb und Logistik: So vielfältig wie die täglichen Aufgaben unserer Mitarbeiter sind, so breit aufgestellt ist auch unser Seminarprogramm, an dem 2017 insgesamt 1.623 Personen teilgenommen haben.

### Betriebliches Gesundheitsmanagement

Die physische und psychische Gesundheit unserer Mitarbeiter ist ein wertvolles Gut und wichtiger Bestandteil unseres Erfolgs – darauf legen wir bei Transgourmet großen Wert. Der Fokus unseres ganzheitlichen, betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) liegt auf der kontinuierlichen Sensibilisierung unserer Mitarbeiter für das Thema Gesundheit und auf dem Aufbau einer individuellen und unternehmerischen Gesundheits-



kompetenz. An den einzelnen Standorten haben wir interne Gesundheitscoaches als Multiplikatoren und Motivatoren implementiert und auch im Ausbildungsplan ist das Thema Gesundheit fest integriert. Durch generations- und tätigkeitsspezifische Angebote möchten wir die unterschiedlichsten Bedürfnisse der Mitarbeiter auffangen.

Unsere Gesundheitsmaßnahmen reichen von Wissensvermittlung durch interne Seminare zu spezifischen Themen, wie z. B. Ernährung, Bewegung und Stress, über jährliche Gesundheitstage, Präventionskurse bis hin zu Ergonomie-Coachings und tätigkeitsspezifischen Bewegungsangeboten am Arbeitsplatz. Zudem fördern wir die individuelle Aktivität durch z. B. Laufgruppen oder „aktive Pausen“ und durch Kooperationen mit Fitnessstudios. Wir wollen nachhaltig „ein Unternehmen in Bewegung“ sein.

In all unseren Betrieben gibt es ein Arbeitsschutzkonzept und Sicherheitsbeauftragte. Darüber hinaus unterstützen wir Langzeitkranke mit einem betrieblichen Wiedereingliederungsmanagement. Wir bieten höhenverstellbare Fahrerkabine bei unseren Flurförderzeugen und ergonomische Sitze in der Lkw-Flotte.

An vielen Standorten steht unseren Mitarbeitern ein kostenfreies Angebot an Wasser und Obst zur Verfügung. Außerdem gibt es seit 2017 die Möglichkeit, über das Programm „JobRad“ ein Fahrrad oder Pedelec zu günstigen Konditionen zu leasen, womit der Weg zur Arbeit gut für Umwelt und Gesundheit ist. Transgourmet ist auch Projektmitglied beim Forschungsprojekt „Smart und gesund arbeiten“ (SUGAR) vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) mit dem Ziel, „präventive Maßnahmen für die sichere und gesunde Arbeit von morgen“ zu erarbeiten.

## Unsere Ziele bis 2020



Wir bieten den Mitarbeitern Zugang zu einem umfassenden, vielseitigen Weiterbildungsangebot und attraktiven Karrieremöglichkeiten.



Wir sind ein vorbildlicher Ausbildungsbetrieb.



Wir pflegen die Förderung einer Kultur von Respekt, Wertschätzung und Chancengleichheit.



# Vereinbarkeit von Beruf und Familie

ist bei Transgourmet kein Widerspruch

Den unterschiedlichen Anforderungen der modernen Arbeitswelt, der Familie, der Kindererziehung und der Pflege gleichzeitig gerecht werden zu können, ist eines der Kernthemen der nächsten Jahre – auch bei Transgourmet. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter aktiv darin, Beruf und Familie in allen Lebensphasen unter einen Hut zu bekommen – in der Elternzeit oder im Fall einer Pflegeverantwortung ebenso wie bei sonstigen familiären Herausforderungen.

Deshalb suchen wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitern nach individuellen Lösungen, um alle Bereiche miteinander zu vereinbaren. Hierzu zählen flexible Arbeitszeitmodelle, die individuell auf die Bedürfnisse des Mitarbeiters zugeschnitten werden. Unser vielfältiges Angebot, um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu fördern, wird beständig weiterentwickelt. Wir nehmen herausfordernde Lebenssituationen unserer Beschäftigten ernst und haben es uns zum Ziel gesetzt, unsere nachhaltige und lebensphasenbewusste Unternehmenskultur gemeinsam stetig weiterzuentwickeln.

## Zertifizierung „audit berufundfamilie“

Transgourmet ist mit dem Zertifikat „audit berufundfamilie“ ausgezeichnet worden, welches vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend verliehen und dessen Umsetzung ständig durch ein externes Auditorium überprüft wird. Mit der Zertifizierung unterstreichen wir die Absicht, unsere nachhaltig ausgerichtete und familienbewusste Personalpolitik noch weiter voranzutreiben. Die Belieferungssparte ist seit 2013 mit diesem Zertifikat ausgezeichnet, der Abholgroßhandel kam im Juni 2016 hinzu. Im Rahmen des Auditierungsprozesses, der sowohl die Stärken als auch weitere Potenziale aufzeigt, wurden in acht Handlungsfeldern passgenaue Maßnahmen und Ziele definiert, die wir innerhalb eines Zyklus von drei Jahren stetig umsetzen und weiterentwickeln, um dann eine weiterentwickelte Zielvereinbarung abzuschließen.

## Die richtige Lösung für alle Lebenslagen

Transgourmet fördert flexible Arbeitszeiten und bietet vielfältige Arbeitszeitmodelle wie Gleitzeit, Vertrauenszeit und Teilzeit an. Die Pausenzeiten sind in den einzelnen Teams flexibel regelbar. Bei Belastungsspitzen setzen wir individuelle Teamlösungen um. Auch bei Selgros gibt es vielfältige Teilzeitvarianten. In administrativen Arbeitsbereichen ist eine flexible Arbeitszeitgestaltung durch Gleitzeit möglich. Bei der Planung unserer Schichtarbeit berücksichtigen wir die individuellen Vereinbarkeitsanforderungen unserer Mitarbeiter.

Um Mitarbeiter bei der Betreuung pflegebedürftiger Angehöriger zu unterstützen, besteht eine Kooperation mit einem externen Pflegeberatungsdienst, den unsere Mitarbeiter zeitlich und örtlich flexibel nutzen können. Über ein Pflegeportal haben sie Zugang zu fallbasierten Ratgebern rund um das Thema Pflege sowie zu Vorlagen, Tipps und Checklisten zu verschiedenen Bereichen. Die angebotene Pflegehotline bietet eine Beratung zu allen Themen der Pflege durch Pflegefachkräfte, unterstützt bei der Suche und Auswahl von Pflegeanbietern und gibt Tipps zu finanziellen Unterstützungsangeboten.

Auch eine Ausbildung mit Kind ist bei Transgourmet ohne Probleme möglich. Wir unterstützen die jungen Eltern mit flexiblen Teilzeitlösungen, damit sie den Spagat zwischen Beruf und Familie meistern. An drei unserer Standorte gibt es zudem Eltern-Kind-Arbeitsplätze. Das sind Arbeitsplätze, die von Mitarbeitern mit Kind genutzt werden können, zum Beispiel wenn Kitas oder Schulen geschlossen haben und eine sonstige Betreuung nicht möglich ist. Momentan bietet Transgourmet solche Plätze in Riedstadt, Ulm und im Transgourmet Contact Center in Berlin an. In Zukunft soll es diese in weiteren Betrieben geben.



## Unsere Mitarbeiterin kommt zu Wort

>> Wir wohnen in einem Mehrgenerationenhaus und mein Schwiegervater ist dieses Jahr im Frühjahr schwer erkrankt. Als ich meiner Schwiegermutter sagen konnte, dass auch ich sie kurzfristig bei der Pflege unterstützen kann, wurde mir wieder mal klar, dass Transgourmet viel für seine Mitarbeiter möglich macht. <<

Daniela Zahn, Leitung Kundenbetreuung GV Zentral, Bayreuth





# Vom Kostenfaktor zum Glücksfaktor

## Emotionale Genusskonzepte in der Seniorenverpflegung

Die Bevölkerung und damit auch jeder Einzelne von uns wird älter. In 30 Jahren wird jeder Dritte unserer Gesellschaft zu den Senioren zählen. Die Zahl der bundesweiten Senioreneinrichtungen wird in den nächsten Jahren weiter steigen und damit der Bereich Seniorenverpflegung stark anwachsen. Die Ausarbeitung von neuen, zeitgemäßen Verpflegungskonzepten ist eine der ganz großen Herausforderungen der Zukunft für Senioreneinrichtungen.

Das tägliche Essen in Senioreneinrichtungen ist für die Bewohner ein wichtiges Element. Es strukturiert ihren Tag, oft sind die Mahlzeiten die Höhepunkte ihres Alltags. Leider werden die Mahlzeiten heute vor allem als Kostenfaktor und weniger als Genusserebnis für die Bewohner betrachtet. Niedrige Verpflegungssätze von oft weniger als vier Euro pro Tag machen es Heimköchen schwer, für ein Highlight auf dem Teller zu sorgen. Das wollen wir ändern. Mit frischen Ideen und neuen Konzepten.

Mit unserem Projekt „Vom Kostenfaktor zum Glücksfaktor“ wollen wir neue Konzepte für emotionalen Genuss in den Häusern fördern und gleichzeitig eine höhere Sensibilität für das Thema Seniorenverpflegung in der Öffentlichkeit erreichen. Unser Ziel ist es, dass die Verpflegungsqualität zunimmt und neben Themen wie Nährwerten und Kalorien auch Geschmack, Genuss und die persönliche Essbiografie der einzelnen Senioren Beachtung finden. Essen hat einen großen Einfluss auf das Wohlbefinden und soll genau deshalb zum emotionalen Genuss werden! Es geht darum, die Senioren wieder miteinzubeziehen, z. B. durch „Schnippelgruppen“ oder selbst betriebene Tante-Emma-Läden.

Unser bundesweit einzigartiges Projekt besteht aus Schulungen für Küchen-, Pflege- und Hauswirtschaftspersonal und einem bundesweiten Wettbewerb für Senioreneinrichtungen. Bei dem 2016 gestarteten, jährlichen Wettbewerb sind wir auf der Suche nach praxisnahen Ansätzen und Impulsgebern, die ein Plus an Lebensfreude und emotionalem Genuss in der Küche leben.

Darüber hinaus bieten wir auf unserem Blog [www.kochen-fuer-senioren.de](http://www.kochen-fuer-senioren.de), auf Facebook und im Newsletter viele spannende und hilfreiche Informationen.

Damit ist unsere Arbeit nicht nur sehr erfolgreich, sondern auch prämiert – Transgourmet Deutschland wurde 2016 für das Projekt „Essen in Senioreneinrichtungen – vom Kostenfaktor zum Glücksfaktor“ im Rahmen einer Galaveranstaltung mit dem renommierten Politik-Award in der Kategorie „Corporate-Kampagne“ geehrt.





## Wir engagieren uns

Wir wollen unsere Kunden bei der Umsetzung nachhaltiger und gesundheitsfördernder Ernährungskonzepte unterstützen und uns für die Vermeidung von Lebensmittelabfällen einsetzen.

### Gesunde Ernährung in allen Lebensphasen

Die gesunde Ernährung ist eines der Trendthemen der letzten Jahre. Transgourmet bietet hier ausgewogene Lösungen für jeden Kundentyp: von jungen Feinschmeckern in Kitas über die schnellen Pausenesser in der Betriebskantine bis hin zu traditionsverbundenen Genießern in Senioreneinrichtungen. Unsere Verpflegungskompetenz umschließt den gesamten Lebenszyklus des Menschen.

Gerade im Schulalter werden die Weichen für ein gesundes und individuelles Essverhalten gestellt. Transgourmet hat unter Mitwirkung von Schülern,

Wissenschaftlern der Hochschule Fulda und Profis der Gemeinschaftsverpflegung das ganzheitliche Konzept „take54You“ entwickelt. Ob Mensaverein, Schulträger oder Caterer: Unsere Berater begleiten diese bei der Optimierung ihres Schüler-Verpflegungskonzeptes von der Planung bis hin zur Implementierung und erarbeiten ein maßgeschneidertes Lösungspaket. Zusammen mit der Hochschule Fulda haben wir das Siegel „whatsEAT“ entwickelt. Das ist das erste Prüfsiegel für „gute Schulcatering-Produkte“: Es kennzeichnet getestete und bewertete Lebensmittel, die sich für die Schulverpflegung besonders eignen, das heißt, die gesund sind und den Schülern schmecken.

Auch auf Haus- und externen Messen sowie Kundeninformationstagen engagieren wir uns für gesunde Schülerernährung, führen an die nachhaltige kindgerechte Speiseplanung heran und weisen auf Vorteile durch die Nutzung unserer speziellen IT-Lösungen hin.

## Gutes bewirken

Zusammen mit unseren Märkten und Logistikzentren engagieren wir uns in vielfältiger Weise und unterstützen proaktiv soziale und ökologische Projekte. Dazu gehört z. B. die Initiative „Mach Mittag“ in Kiel. Zustellbetriebe im Norden spendeten die Erlöse einer Tombola und finanzierten damit rund 1.500 warme Mittagessen für Kinder in den Kieler Schulen. Des Weiteren wirkt Transgourmet Deutschland 2018 erstmals an der Biobrotbox-Aktion mit. Rund 7.800 Erstklässler an Frankfurter Grund- und Förderschulen bekommen zur Einschulung eine Vesperbox mit Bioartikeln, um ihnen einen gesunden und munteren Start ins neue Schuljahr zu ermöglichen. Einen wesentlichen Teil der Lebensmittel, die qualitativ einwandfrei sind, jedoch nicht mehr verkauft werden dürfen, geben wir an „Die Tafeln“. Zum Teil erhalten Bedürftige auch Sachspenden wie z. B. Kleidung und Schuhe von unseren Märkten.

Zudem fördern wir von Anfang an das soziale Engagement unserer Mitarbeiter: Unsere Auszubildenden sammeln für gemeinnützige Organisationen oder packen Päckchen für hilfsbedürftige Kinder. Auch können die Azubis ein Praktikum – zum Beispiel in der Küche einer Senioreneinrichtung – machen: So lernen sie den Alltag unserer Kunden kennen und arbeiten auch im sozialen Bereich mit.

Seit April 2018 beherbergt Transgourmet Deutschland in Riedstadt zwei Bienenstöcke, um so einen weiteren Beitrag zur Biodiversität zu leisten. Die Bienen erfreuen sich an einem sehr fruchtbaren Umfeld, wo Raps in Hülle und Fülle blüht. Auch bei unserem Fischhandelsbetrieb in Bremerhaven steht Artenschutz an erster Stelle. Er unterstützt regelmäßige Aalbesatzmaßnahmen.



## Unsere Ziele bis 2020



Wir tragen zu einer sicheren, vielseitigen und preisgünstigen Versorgung in der Gemeinschaftsverpflegung und im Sozialbereich bei.



Wir engagieren uns gemeinsam mit unseren Stakeholdern für eine nachhaltige und gesunde Ernährung, insbesondere bei der Schulverpflegung.



Wir unterstützen soziale Einrichtungen durch die Abgabe von noch konsumfähigen Lebensmitteln an Bedürftige.

# Restlos genießen

## Lebensmittel wertschätzen statt verschwenden

### Das große Wegschmeißen

Über 18 Millionen Tonnen Nahrungsmittel landen in Deutschland pro Jahr im Müll, davon wären bereits heute zehn Millionen Tonnen vermeidbar. Die Ursachen hierfür sind unterschiedlich: Verpackungsmängel, falsche Lagerung und auch zu große Portionen in der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung tragen ihren Teil zu dieser Zahl bei. 2,3 Millionen Tonnen dieser vermeidbaren Verluste fallen laut WWF bei Großverbrauchern an.<sup>1</sup> Das ist sowohl sozial, ethisch als auch wirtschaftlich problematisch.

Als Lebensmittelhändler und Partner der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung gilt unsere Verantwortung auch dem bewussten Umgang mit Lebensmitteln. Deswegen setzen wir sowohl bei uns selbst als auch bei unseren Kunden an, um die Verschwendung zu verringern. Denn wir kennen den Küchenalltag und dessen Herausforderungen, insbesondere wenn es um Warenplanung und Lebensmittelabfälle geht. Der Einsatz gegen Lebensmittelverschwendung lohnt sich doppelt: Er schont nicht nur Ressourcen und entlastet die Umwelt, sondern spart gleichzeitig auch Geld.

### Transgourmet geht seit Jahren voran

Transgourmet beschäftigt sich schon lange auf verschiedenen Wegen mit der Reduzierung von Lebensmittelabfällen und ist Gründungsmitglied von „United Against Waste e.V.“. Das Motto des 2012 gegründeten globalen Aktionsbündnisses mit dem Ziel, die Lebensmittelverschwendung im gesamten Food-Service-Markt aktiv zu bekämpfen, lautet „Gemeinsam gegen Verschwendung“. Die Initiative bietet praxisorientierte Lösungen für Einrichtungen, um Abfälle langfristig zu reduzieren. Hierzu gehören unter anderem das „Abfallanalyse-Tool“, bei dem Quantität, Qualität sowie die Ursachen anfallender Lebensmittelabfälle ausgewertet werden.

### Vielfältige Angebote für unsere Kunden

Aus zahlreichen Gesprächen mit unseren Kunden wissen wir, dass viele Betriebe den Anspruch haben, Lebensmittelabfälle zu reduzieren. Häufig ergeben sich jedoch Schwierigkeiten bei der Umsetzung.

Um unsere Kunden hier zu unterstützen, bieten wir verschiedene Seminare und Workshops für Betriebsleiter, Küchenleiter und Köche an. Unser Seminar „Abfallmanagement – Lebensmittelabfälle vermeiden und Geld sparen“ beispielsweise wird in Kooperation mit United Against Waste e.V. durchgeführt. Hier erfahren unsere Kunden, bei welchen Prozessschritten Lebensmittelabfälle entstehen und wie sie deren Menge drastisch senken und dadurch Kosten sparen können.

Im Rahmen einer Abfallanalyse und einer darauf aufbauenden Beratung erhalten unsere Kunden eine Beschreibung ihres Status quo bezüglich ihres Abfallaufkommens und bekommen Lösungsansätze vermittelt. Dabei sollen das Erreichen von mehr Effizienz im Einkaufs- und Logistikprozess, eine kontinuierliche Überwachung der Lagerhaltung sowie die Abfallvermeidung und -reduzierung an oberster Stelle stehen. Zudem bieten wir ganzheitliche Küchenanalysen an, die sich mit der Prozessoptimierung in Großküchen beschäftigen.

Die bedarfsgerechte Planung des Einkaufs ist eine entscheidende Voraussetzung für die Vermeidung von Lebensmittelresten. Mithilfe des „Menümanagers“ bietet Transgourmet seinen Kunden die Möglichkeit, sich in diesem Prozess IT-basiert unterstützen zu lassen. Der „Menümanager“ ist ein von uns entwickeltes Tool für die Menüplanung. Durch im System hinterlegte, auf den individuellen Bedarf abgestimmte Rezepte wird der



Verpflegungsaufwand im Vorfeld kalkuliert, sodass bereits beim Einkauf keine zu großen Mengen bestellt werden. Ein weiterer Ausbau des bestehenden Seminarangebots und der Inhouse-Schulungen für unsere Kunden ist geplant.

### Interne Maßnahmen zur Abfallreduktion

Auch im Rahmen unserer eigenen Prozesse versuchen wir, Abfallmengen zu reduzieren und Müll zu vermeiden. Wir setzen intelligente Warenwirtschaftssysteme ein, um den Anteil nicht mehr verkäuflicher Ware kontinuierlich zu minimieren. Dazu gehört z. B. der mehrstufige Prozess, Ware, die demnächst abläuft, abzuverkaufen. Mit dem verbesserten Online-Abverkauf beschäftigte sich 2017/18 sogar eine Bachelorarbeit. Lebensmittel, die nicht mehr verkäuflich, aber noch essbar sind, spenden wir an Organisationen wie „Die Tafeln“.

Darüber hinaus gibt es zahlreiche Projekte, die sich mit der Analyse von Ursachen beschäftigen, um weitere Einsparpotenziale aufzuzeigen. So wurden z. B. innerhalb einer Projektarbeit die Abfallmengen in den Selgros-Märkten erfasst und darauf aufbauend Lösungen zur Reduzierung erarbeitet. Eine Abfallanalyse am Standort Riedstadt lieferte wichtige Erkenntnisse für die Entwicklung weiterer Einsparmaßnahmen für unsere Betriebsrestaurants.

<sup>1</sup> [https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF\\_Studie\\_Das\\_grosse\\_Wegschmeissen.pdf](https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF_Studie_Das_grosse_Wegschmeissen.pdf)

## Impressum

Transgourmet Deutschland GmbH & OHG  
Albert-Einstein-Str. 15, 64560 Riedstadt

Ihre Ansprechpartnerin für Nachhaltigkeit:  
Melanie Prengel  
Telefon: 06158 180 1606  
E-Mail: [nachhaltigkeit@transgourmet.de](mailto:nachhaltigkeit@transgourmet.de)  
[www.transgourmet.de](http://www.transgourmet.de)

