



UTOPIA Changemaker Manifest 2011

Erster Zwischenbericht von **tegut...**



2. Utopia Changemaker-Forum – München, 16. Mai 2011

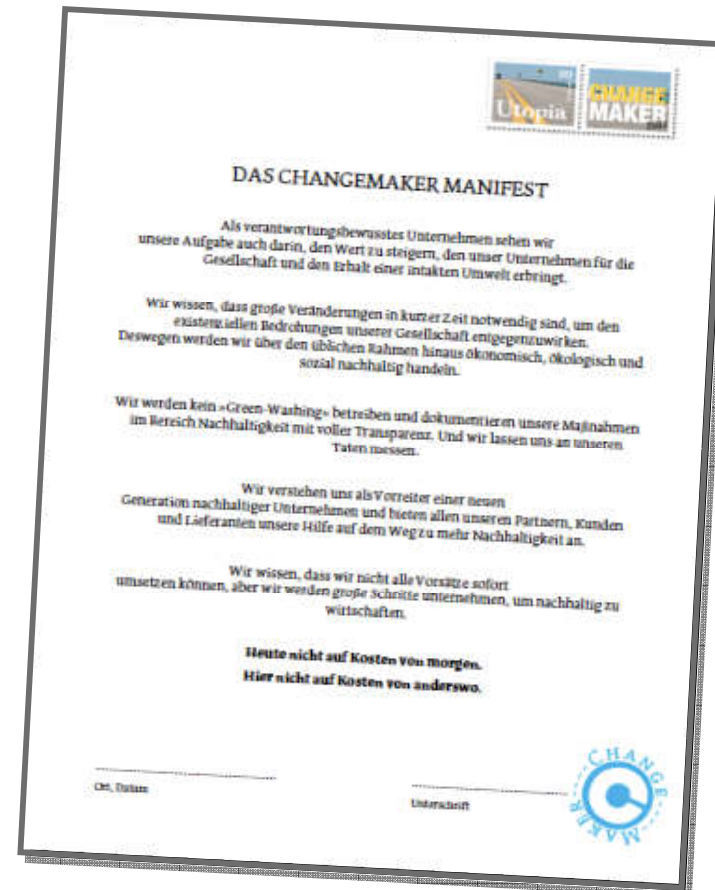
tegut...



Warum wir Changemaker sind

Das sind unsere Motive:

- Nachhaltiges Wirtschaften ist Grundlage unseres Selbstverständnisses und unserer Geschäftsidee
→ Es ist sinnvoll und notwendig
- Das Changemaker Manifest bietet die Chance zur Abgabe einer öffentlich überprüfbaren Selbstverpflichtung und mehr Sichtbarkeit der Bemühungen und Initiativen nach außen
- Die auf diesem Weg geschaffene Öffentlichkeit ermutigt andere zum Mitmachen und setzt gesellschaftspolitische Impulse





Unsere Initiativen und Leuchtturmprojekte 2010

- **Frischfisch aus nachhaltiger Herkunft**
- **Frisch-Ei Sortiment komplett ohne Gentechnik**
- **Das neue Produkt: Die faire Milch**
- **Vermarktung biologisch-dynamisch gezüchteter Sorten**
z.B. Rhodelika Möhre, herzberger Firmamentbrot
- **Banelino – tegut... FAIRbindet**
Bananos Ecológicos de la Línea Noroeste
- **5-Cent Aktion**
bei frischer Vollmilch zugunsten landwirtschaftlicher Projekte



Unsere wichtigsten Learnings aus dem Dialog mit der UTOPIA-Community

- Besseres Bewusstsein für die Erwartungshaltung des Teils der Bevölkerung, der Nachhaltigkeit als eigenes Werteprinzip lebt
- Dialogführung mit hoch involvierten Menschen zum Thema Nachhaltigkeit
- Messbare Formulierung ideeller Ziele
- Einfache Form der Informationsaufbereitung
- Verständliche Gliederungsstruktur von Nachhaltigkeitsthemen als Querschnitt durch das Unternehmen



tegut...

Zwischenbericht 2011

**Worauf wir uns verpflichtet haben und
was wir erreicht haben**





COMMITMENT 1: Wir machen Nachhaltigkeit zur Chefsache

Darauf haben wir uns verpflichtet:

Unsere Ziele:

- Überarbeitung der tegut... Nachhaltigkeitspolitik

Unser Zeitplan:

2010



COMMITMENT 1: Wir machen Nachhaltigkeit zur Chefsache

Das haben wir erreicht:

Grad der Zielerreichung und unsere Maßnahmen:

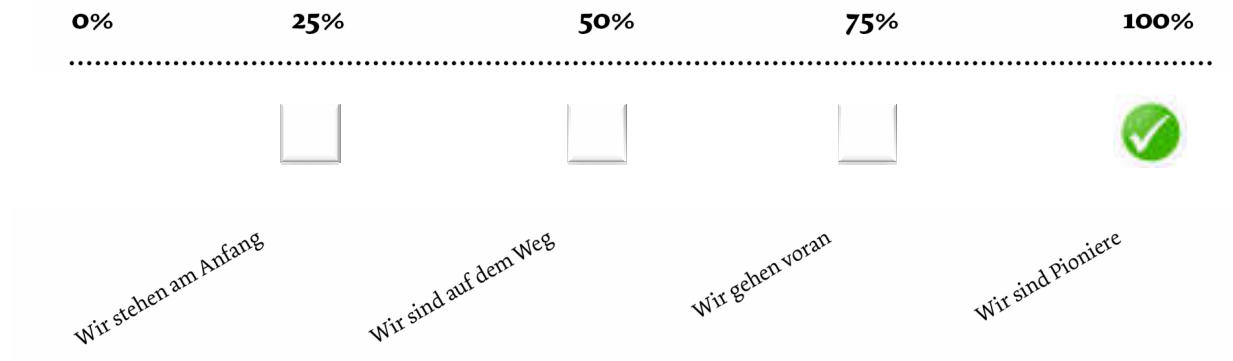
- Nachhaltigkeitspolitik: 100%
- Auszug aus der tegut... Nachhaltigkeitspolitik:
Die Erde ist zur Entwicklungsgrundlage für uns Menschen, unsere Kinder und Kindeskiner geschaffen. Wir wollen sie dazu erhalten und pflegen und deshalb in den wirtschaftlichen Prozessen verantwortungsbewusst und tragfähig handeln, damit die Existenzgrundlage zukünftiger Generationen erhalten bleibt und deren Entwicklung gefördert wird.
- Nachhaltigkeit übersetzt tegut... also in verantwortungsbewusstes und tragfähiges Handeln, das sich an der menschengemäßen Entwicklung orientiert. Dazu verpflichtet sich die Arbeitsgemeinschaft und stellt sich der Herausforderung, durch ihr eigenes Handeln im Wirtschaftskreislauf einen wachsenden Beitrag dafür zu leisten.

→ Nachhaltigkeitsmaßnahmen in allen GL-Bereichen verankert



COMMITMENT 1: Wir machen Nachhaltigkeit zur Chefsache

CHANGEMAKER BEWERTUNG: Selbsteinschätzung – Da stehen wir heute





COMMITMENT 2: Wir integrieren nachhaltige Prinzipien in unsere Managementprozesse und unsere gesamte Wertschöpfungskette

Darauf haben wir uns verpflichtet:

Unsere Ziele:

- Frischfisch aus nachhaltiger Herkunft
- Umstellung des kompletten Sortiments auf Ei „ohne Gentechnik“
- Bio mit Gesicht
- tegut... Eigenmarken Sortiment ohne Gentechnik
- FAIRbindet

- Biologisch dynamische Züchtung
- Schulartikel memo im Sortiment

Unser Zeitplan:

2010
2010
2010
2010 und 2011
dauerhafte
Unterstützung von Projekten
2010 und 2011
2010



COMMITMENT 2: Wir integrieren nachhaltige Prinzipien in unsere Managementprozesse und unsere gesamte Wertschöpfungskette

Das haben wir erreicht:

Grad der Zielerreichung und unsere Maßnahmen:

- Frischfisch: 100%; seit Dezember 2010 an der Bedientheke aus bestandserhaltendem Wildfang oder Aquakultur
- Ei: 100%; seit Januar 2011 ist das komplette Sortiment Ei „ohne Gentechnik“
- Bio mit Gesicht: 100%; Bio mit Gesicht: 60 bis 80 Produkte im Sortiment
- Eigenmarken: 100%; bspw. Molkereiprodukte der Molkerei Schrozberg (insgesamt 8 Artikel); Obst und Gemüse (z. Zt. ca. 5 Sorten), z. B. Rhodelika Möhre; Eierteigwaren, Landprimus, TK, und Geflügel (insgesamt ca. 40 Artikel)
- FAIRbindet: 100%; Kartoffelkiste, Josefs Brauerei, Eigenmarken Milch „ohne Gentechnik“
- Biologisch dynamische Züchtung: 100%; bspw. Roggensorte Firmament
- Schulartikel memo: 100% seit Juni 2010, Schreib- und Malartikel in Recycling-Qualität mit dem Blauen Engel

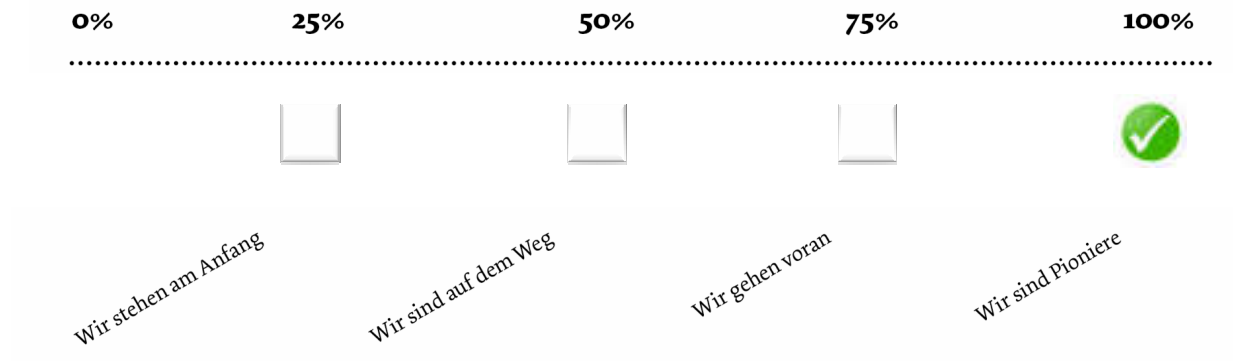
Unsere neuen Ziele 2011:

- Eröffnung von ca. 10 neuen „tegut... Lädchen für alles“
- Geplant ab Aussaat 2011: Lichtkornroggen, Weizensorten (Wiwa, Ataro, Asita)



COMMITMENT 2: Wir integrieren nachhaltige Prinzipien in unsere Managementprozesse und unsere gesamte Wertschöpfungskette

CHANGEMAKER BEWERTUNG: Selbsteinschätzung – Da stehen wir heute





COMMITMENT 3: Wir beziehen unsere Mitarbeiter aktiv ein und wollen Sie für Nachhaltigkeit begeistern

Darauf haben wir uns verpflichtet:

Unsere Ziele:

- tegut... Lernende werden durch gezielte Projekte aktiv an Nachhaltigkeit und Einsparprogrammen beteiligt, Beispiel: Projekt „Umweltexperten“ mit 21 Lernenden aus dem ganzen Vertriebsgebiet und Zentralen Diensten
- Umsetzung einer Kooperation mit Wirtschaftsgymnasium innerhalb der Projektarbeit (Klasse 11)
- Nachhaltigkeits-Newsletter für die unternehmensweite Kommunikation für die breite Öffentlichkeit (monatlich)

Unser Zeitplan:

2010

2010 und 2011

2010 und 2011



COMMITMENT 3: Wir beziehen unsere Mitarbeiter aktiv ein und wollen Sie für Nachhaltigkeit begeistern

Das haben wir erreicht:

Grad der Zielerreichung und unsere Maßnahmen:

- Nachhaltigkeitsprojekt Lernende: 100% Umweltexperten-Themen: Eigenverbrauch von Strom, Wasser, Energie, Wärme und Mülltrennung und –verwertung mit Erkenntnisweitergabe an die jeweiligen Vorgesetzten
- Projekt Kooperation: 100%
- Nachhaltigkeits-Newsletter in modifizierter Form über twitter als zeitnahes Nachhaltigkeits- Sprachrohr von tegut... : 100% und alle aktuellen Themen finden sich auf der UTOPIA-hompae (<http://www.utopia.de/changemaker>)

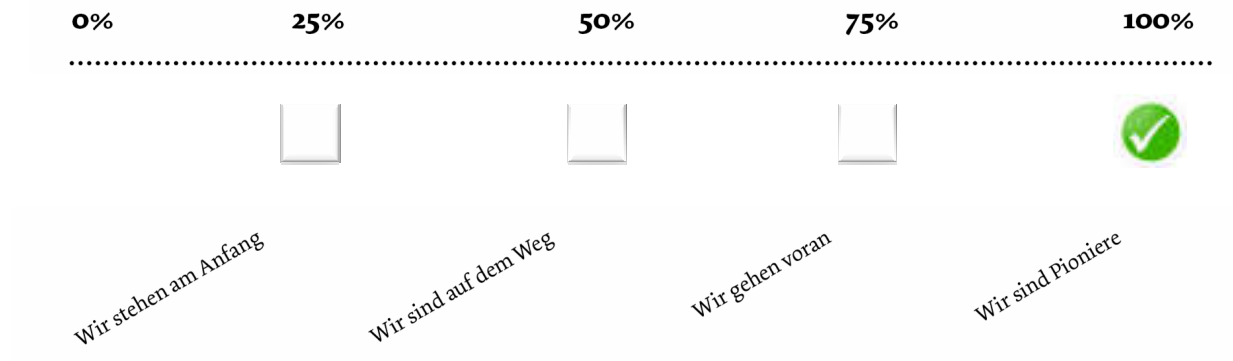
Unsere neuen Ziele 2011:

- Teilnahme an dem Projekt "Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen durch Einbindung und Förderung privater Nachhaltigkeitsorientierung von Mitarbeitern" (Partner: Karma Konsum, TU Berlin)



COMMITMENT 3: Wir beziehen unsere Mitarbeiter aktiv ein und wollen Sie für Nachhaltigkeit begeistern

CHANGEMAKER BEWERTUNG: Selbsteinschätzung – Da stehen wir heute





COMMITMENT 4: Wir reduzieren unsere Schadstoffemissionen und unseren Ausstoß von Treibhausgasen deutlich. Dazu haben wir einen Plan entwickelt, der messbare Ziele und Meilensteine enthält

Darauf haben wir uns verpflichtet:

Unsere Ziele:

- Test von CO₂ als natürliches Kältemittel der kältetechnischen Anlagen anstelle von HFCKW-Kältemitteln
- Einsatz von LED-Technik in Beleuchtungsanlagen und Test von Photovoltaik-elementen
- Prüfen und Test von geothermischen Heizungsanlagen in ausgewählten tegut... Märkten
- Wärmerückgewinnung in technischen Anlagen der tegut... Märkte
- Abschaltung von Heizkesselanlagen durch die Optimierung des eigenen Blockheizkraftwerks (BHKW) am Zentralstandort Fulda

Unser Zeitplan:

2010 und 2011

2011

2011 und 2012

2010

2011



COMMITMENT 4: Wir reduzieren unsere Schadstoffemissionen und unseren Ausstoß von Treibhausgasen deutlich. Dazu haben wir einen Plan entwickelt, der messbare Ziele und Meilensteine enthält

Das haben wir erreicht:

Grad der Zielerreichung und unsere Maßnahmen:

- 3 tegut... Märkte mit Kältemittel CO₂
- In Planung: 20 tegut... Märkte, Einsatz von LED-Beleuchtung in Kühlregalen (ab der 2.Hälfte 2011)
- Optimierung und Umstellung des Blockheizkraftwerks zum 31.03.2011 abgeschlossen

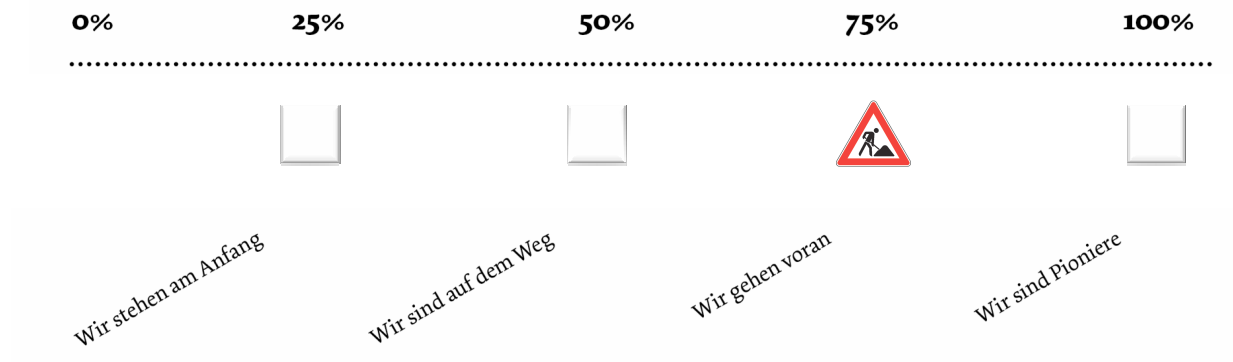
Unsere neuen Ziele 2011:

- 4 Märkte folgen nach Umbau/ Neueröffnung in der 2. Hälfte 2011
- Geothermie Kälte-Wärmeversorgungsanlage (Erdsonden) inkl. Wärmepumpenanlage im tegut... Markt Marburg-Cappel
- Rest-/ Abwärme von Klein-Abluftanlagen mittels hocheffektiver Wärmerückgewinnung im tegut... Markt Marburg-Cappel



COMMITMENT 4: Wir reduzieren unsere Schadstoffemissionen und unseren Ausstoß von Treibhausgasen deutlich. Dazu haben wir einen Plan entwickelt, der messbare Ziele und Meilensteine enthält

CHANGEMAKER BEWERTUNG: Selbsteinschätzung – Da stehen wir heute





COMMITMENT 5: Wir minimieren den Einsatz natürlicher Ressourcen, verbessern kontinuierlich unsere Energieeffizienz und setzen uns dafür ein, dass der Strombedarf aus erneuerbaren Energien gedeckt wird

Darauf haben wir uns verpflichtet:	
Unsere Ziele:	Unser Zeitplan:
• Aufbau und Implementierung eines Energiecontrollings für den Verbrauch von Strom, Gas, Wasser	2011
• Umsetzung technischer Maßnahmen zur Reduzierung des Energieeinsatzes (Gebäudeleittechnik)	2010-2012
• Glastüren vor den Kühlregalen der Molkereiprodukte Umstellung von Bestandsfilialen, ca. 75 Verbraucherfilialen	2011 und 2012



COMMITMENT 5: Wir minimieren den Einsatz natürlicher Ressourcen, verbessern kontinuierlich unsere Energieeffizienz und setzen uns dafür ein, dass der Strombedarf aus erneuerbaren Energien gedeckt wird

Das haben wir erreicht:

Grad der Zielerreichung und unsere Maßnahmen:

- Basissoftware ausgewählt, Anpassungen der Funktionalitäten an spezifischen LEH-Anforderungen (Sommer 2011), Pilottest und Einführungsphase (3. Tertial 2011), Vollumfängliche Nutzung (Ende 2011)
- GLT in 6 tegut... Märkten, Neueröffnungen 2011 und geplante Regenerationen 2011/2012 (Marburg-Cappel/ Bad Hersfeld)
- Glastüren vor Kühlregalen für Molkereiprodukte: Hünstetten im März 2010 (Nachrüstung); Frankfurt, Voltastraße, April 2010 (Neueröffnung); Bad Homburg (Neueröffnung Dez. 2010); Kassel, Frankfurter Str. (Umbau im Januar 2011)

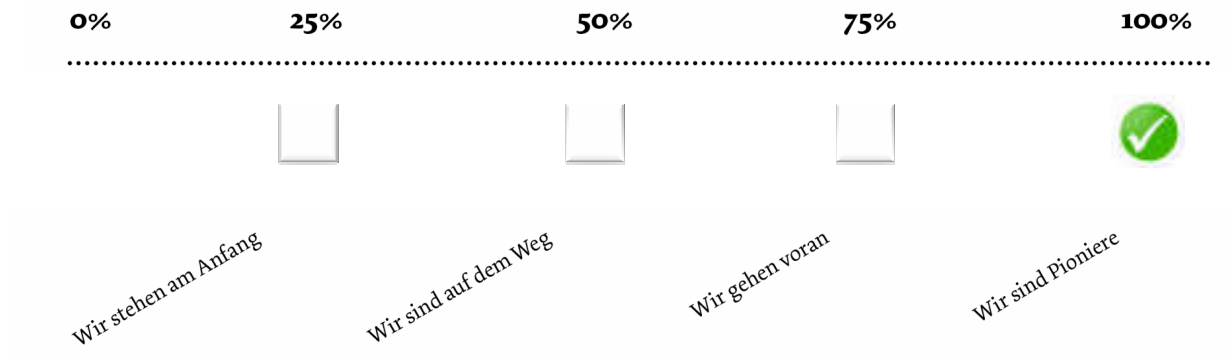
Unsere neuen Ziele 2011:

- 2. Hälfte 2011 Nachrüstung von Glastüren vor Kühlregalen, Einsatz von LED und Energiesparlampen in ca. 20-25 bestehenden tegut... Verbraucher-Märkten



COMMITMENT 5: Wir minimieren den Einsatz natürlicher Ressourcen, verbessern kontinuierlich unsere Energieeffizienz und setzen uns dafür ein, dass der Strombedarf aus erneuerbaren Energien gedeckt wird

CHANGEMAKER BEWERTUNG: Selbsteinschätzung – Da stehen wir heute





COMMITMENT 6: Wir vermeiden Abfall und optimieren unsere Stoffkreisläufe

Darauf haben wir uns verpflichtet:

Unsere Ziele:

- Verzicht auf Einwegkunststofftragetaschen
- Einsatz von eigenem Zählzentrum für Einweg-Getränke-Verpackungen, Optimierung des Kunststoffrecyclings und Reduzierung der Transportwege für Abfälle und Leergut
- tegut... testet Einsatz nachwachsender Rohstoffe, Einsatz von Biokunststoff in Produktverpackungen der Produktionsbetriebe u.a. im Bereich Brot- und Backwaren

Unser Zeitplan:

ab 2010
ab 2006
ab 2010



COMMITMENT 6: Wir vermeiden Abfall und optimieren unsere Stoffkreisläufe

Das haben wir erreicht:

Grad der Zielerreichung und unsere Maßnahmen:

- Permanenttragetaschen: 100%
- Ständige Optimierung verbessert Abfallverwertungsquote der tegut... Märkte um 5% in 2010. Die Menge der Restabfälle (Beseitigung) konnte in 2010 um ca. 16 % reduziert werden. Der Anteil der Restabfälle an der Gesamtabfallmenge der Filialen liegt nach dieser Optimierung bei 11 %. Die anderen 89 % der Abfälle werden verwertet.
- Biokunststoffverpackungen: 100%

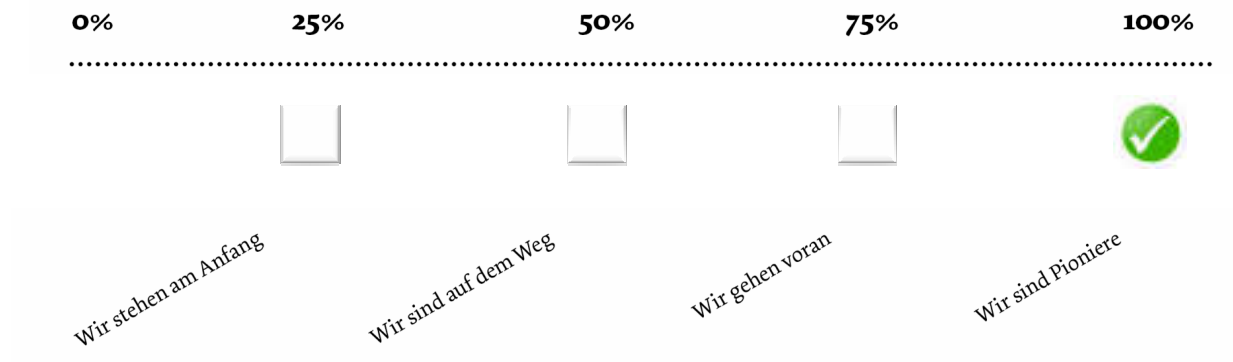
Unsere neuen Ziele 2011:

- Obst und Gemüse-Tüte, Aktion Permanenttragetasche
- herzberger bäckerei, Umstellung der Verpackung von (TK-) Dauerbackwaren auf SB-Verpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen



COMMITMENT 6: Wir vermeiden Abfall und optimieren unsere Stoffkreisläufe

CHANGEMAKER BEWERTUNG: Selbsteinschätzung – Da stehen wir heute





COMMITMENT 7: Wir legen Wert auf unsere Sozialstandards und übertreffen deshalb die branchenüblichen oder gesetzlich vorgeschriebenen Standards klar

Darauf haben wir uns verpflichtet:

Unsere Ziele:

- Teamstärkende Maßnahmen
- Lernende leiten eine Filiale
- Beratungsqualität
- Führungskulturschulung, Leitbild
- Befragung zur Mitarbeiterzufriedenheit
- gute Ideen bei tegut... -Betriebliches Vorschlagswesen

Unser Zeitplan und Zielerreichung:

Ganzjährig
Herbst 2011
Ganzjährig
Ganzjährig
Jährlich
Ganzjährig



COMMITMENT 7: Wir legen Wert auf unsere Sozialstandards und übertreffen deshalb die branchenüblichen oder gesetzlich vorgeschriebenen Standards klar

Das haben wir erreicht:

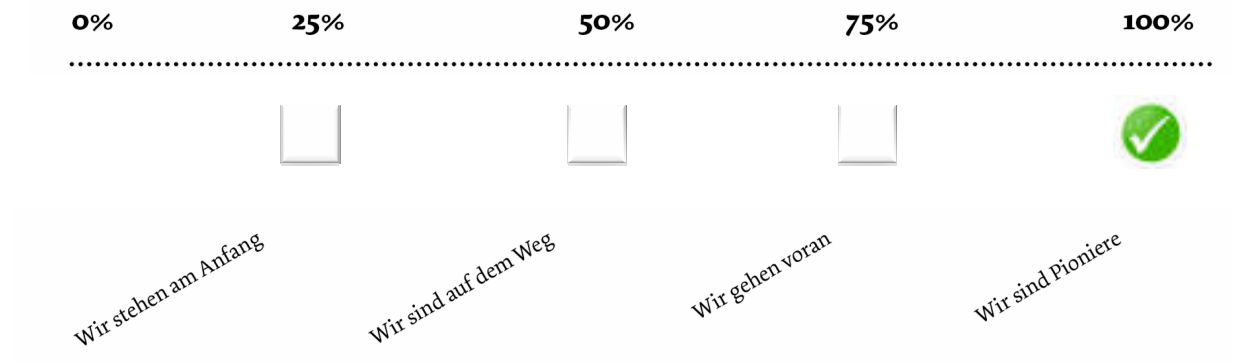
Unsere neuen Ziele 2011:

- 80 Führungsschulungen bis 31.12.2011
- 84 Seminartage Ausbildung Lernende
- 210 fachliche Seminare für Lernende und Führungskräfte
- Mitarbeiterförderung:
 - 732 Lernende (04/2011)
 - 506 Fördermitarbeitende (04/2011)



COMMITMENT 7: Wir legen Wert auf unsere Sozialstandards und übertreffen deshalb die branchenüblichen oder gesetzlich vorgeschriebenen Standards klar

CHANGEMAKER BEWERTUNG: Selbsteinschätzung – Da stehen wir heute





COMMITMENT 8: Wir verpflichten unsere Lieferanten und Partner auf nachhaltige Prinzipien

Darauf haben wir uns verpflichtet:

Unsere Ziele:

- Entwicklung und Einführung von Sozialstandards (Code of Conduct)
- Jahrestagung „gute Partner für gute Lebensmittel“ mit tegut... Eigenmarkenlieferanten und tegut... Direkt-Landwirten
- Wettbewerb zur Nachhaltigkeit der tegut... Eigenmarkenlieferanten
- „Die faire Milch“

Unser Zeitplan:

2010
2010
2010
2010



COMMITMENT 8: Wir verpflichten unsere Lieferanten und Partner auf nachhaltige Prinzipien

Das haben wir erreicht:

Grad der Zielerreichung und unsere Maßnahmen:

- Code of Conduct: 100%
- Tagung „gute Partner für gute Lebensmittel“: 100%
- Wettbewerb unter den Eigenmarkenlieferanten: 100%
Erhebung des Status der jeweiligen Nachhaltigkeitsinitiativen und Bewertung der besten Lieferanten, Gewinner: Peter Riegel, Erbacher, becker's Bester
- „Die faire Milch“: 100%

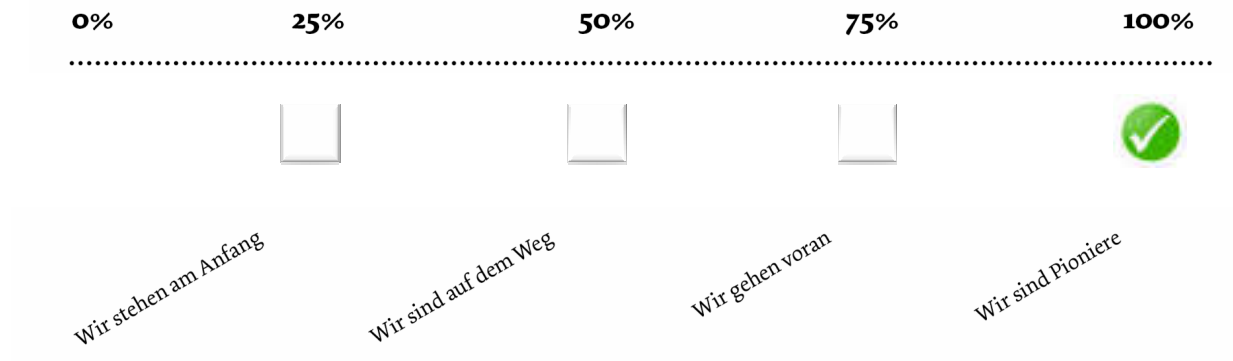
Unsere neuen Ziele 2011:

- Prüfung Kontrollsystem „Code of Conduct“
- Schulmilchprojekt 2011
- tegut... lokal: stärkere Vermarktung von regionalen Kleinproduzenten



COMMITMENT 8: Wir verpflichten unsere Lieferanten und Partner auf nachhaltige Prinzipien

CHANGEMAKER BEWERTUNG: Selbsteinschätzung – Da stehen wir heute





COMMITMENT 9 : Wir fordern und fördern aktiv nachhaltiges Verhalten bei unseren gesellschaftlichen Ansprechpartnern und machen unseren Kunden Angebote für einen nachhaltigen Lebensstil

Darauf haben wir uns verpflichtet:

Unsere Ziele:

- Vorstellung der regionalen Landwirte im Markt und Flugblatt
- Selbstversorgung der Kunden durch die Saisongärten
- Kundeninformation zur Ernährungslehre

Unser Zeitplan:

2010
2010 und 2011
2010



COMMITMENT 9 : Wir fordern und fördern aktiv nachhaltiges Verhalten bei unseren gesellschaftlichen Ansprechpartnern und machen unseren Kunden Angebote für einen nachhaltigen Lebensstil

Das haben wir erreicht:

Grad der Zielerreichung und unsere Maßnahmen:

- Vorstellung der Landwirte: 100%
- Saisongärten 2010: 100%
- Ernährungslehre: 100% (November 2010)

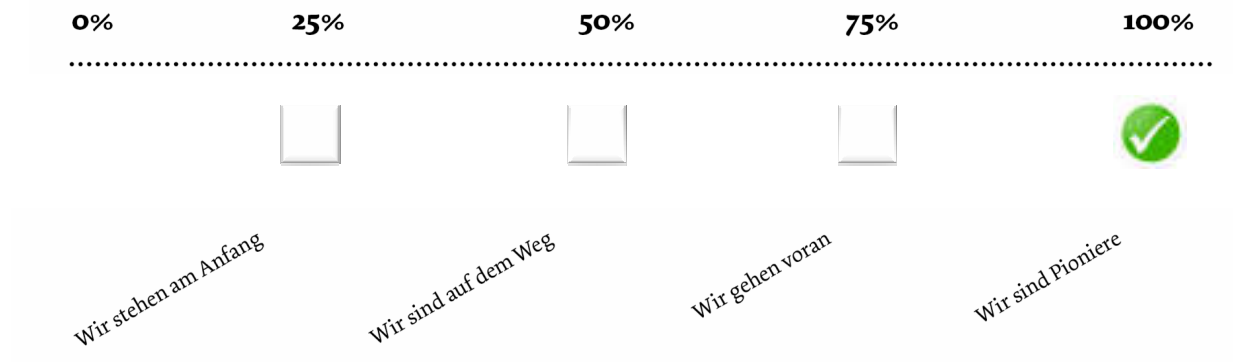
Unsere neuen Ziele 2011:

- Berichterstattung im Kundenmagazin
- 25 Kundenveranstaltungen



COMMITMENT 9 : Wir fordern und fördern aktiv nachhaltiges Verhalten bei unseren gesellschaftlichen Ansprechpartnern und machen unseren Kunden Angebote für einen nachhaltigen Lebensstil

CHANGEMAKER BEWERTUNG: Selbsteinschätzung – Da stehen wir heute





COMMITMENT 10: Wir fordern und fördern aktiv nachhaltiges Verhalten bei unseren Kunden und gesellschaftlichen Ansprechpartnern

Darauf haben wir uns verpflichtet:

Unsere Ziele:

- Einheitliches Erscheinungsbild Nachhaltigkeit:
Transparente Informationen über die Vorteile für die einzelnen Gruppen innerhalb des Projektes
- „Gut für mich, gut für Dich, gut für unsere Zukunft“

Unser Zeitplan:

2010

2010



COMMITMENT 10: Wir fordern und fördern aktiv nachhaltiges Verhalten bei unseren Kunden und gesellschaftlichen Ansprechpartnern

Das haben wir erreicht:

Grad der Zielerreichung und unsere Maßnahmen:

- Erscheinungsbild: 100%

Unsere neuen Ziele 2011:

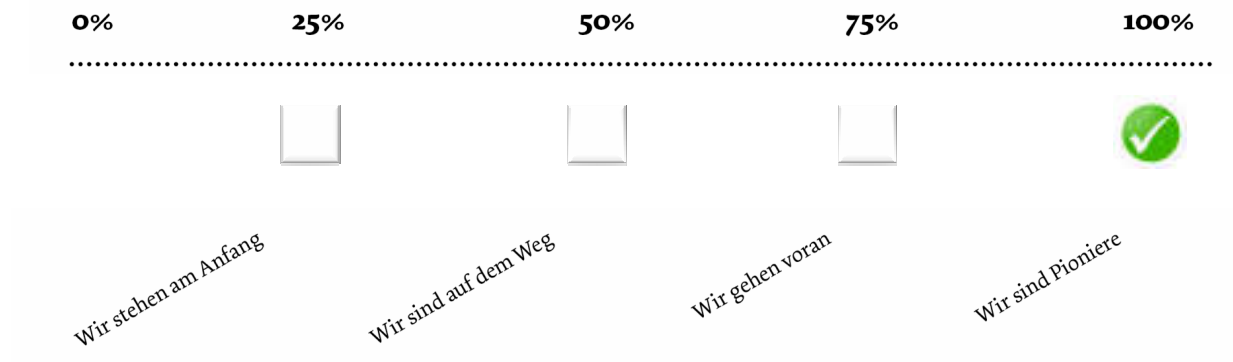
- Bio-Nachhaltigkeitskampagne 2011 auf allen Kanälen





COMMITMENT 10: Wir fordern und fördern aktiv nachhaltiges Verhalten bei unseren Kunden und gesellschaftlichen Ansprechpartnern

CHANGEMAKER BEWERTUNG: Selbsteinschätzung – Da stehen wir heute





Unsere Initiativen und Leuchtturmprojekte 2011

- **Saatgutförderung**
- **tegut... Lädchen für alles**
- **Teilnahme an dem Projekt "Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen durch Einbindung und Förderung privater Nachhaltigkeitsorientierung von Mitarbeitern"**
(Partner: Karma Konsum, TU Berlin)
- **Nachrüstung von Glastüren vor Kühlregalen, Einsatz von LED und Energiesparlampen in ca. 20-25 bestehenden tegut... Verbraucher-Märkten**
- **Schulmilchprojekt 2011**
- **tegut... lokal: stärkere Vermarktung von regionalen Kleinproduzenten**



Vielen Dank für ihre
Aufmerksamkeit.