



# ***Nachhaltigkeitsstrategie des Deutschen Milchkontors***

25. Baumgartenberger Fachgespräche  
Dr. Philipp Inderhees

3. Mai 2012

# DMK im Überblick

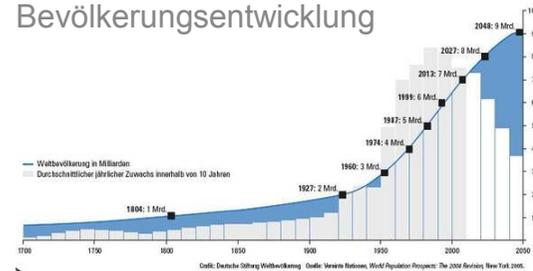


- 11.100 Milcherzeuger (eG)
- 5.500 Mitarbeiter
- 6,7 Milliarden kg Milch
- 24 Standorte in 7 Bundesländern
- Ca. 4 Mrd. € Umsatz
- Juristischer Sitz: Zeven
- Sitz der Geschäftsführung / Verwaltungssitz Everswinkel

# Nachhaltigkeit betrifft uns als Mitarbeiter, Verbraucher und Bürger

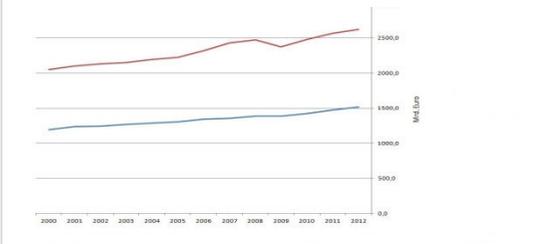
Mensch

### Bevölkerungsentwicklung



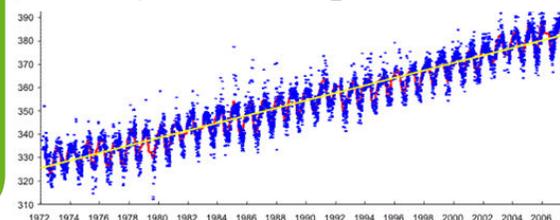
Konsum

### Entwicklung BIP und privater Konsum



Ressourcen

### Atmosphärische CO<sub>2</sub>-Konzentration



# Unser tägliches Handeln hat Umweltauswirkungen

- Temperaturerhöhung
- Verringerte Bodenfruchtbarkeit
- Ressourcenknappheit



- Artensterben
- Verlust an Biodiversität
- Naturkatastrophen/-störungen
- Steigende Lebensmittelpreise



Erstmals in der Erdgeschichte werden Veränderungsprozesse auf unserem Planeten durch menschliches Wirken und Tun hervorgerufen.

# Verschiedene Interessengruppen setzen sich mit Nachhaltigkeitsthemen auseinander



Lebensmittel-  
einzelhandel und  
verarbeitende  
Industrie

Verbraucher



Politik und  
Nichtregierungs-  
organisationen

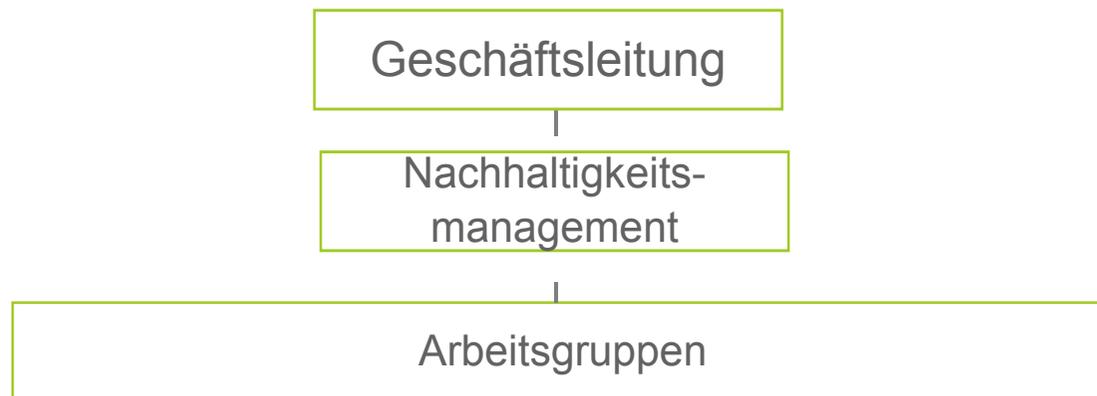
Wettbewerber



# ***Nachhaltigkeit bei DMK: Zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie***



## ***...und der Unternehmensstruktur***



# ***Konfrontation mit einer Vielzahl von Nachhaltigkeitsthemen***

Wasserverbrauch	Biodiversität	Güllelagerung	GVO-Fütterung	
Labels	Ehrenamt	Biodiesel	Mindestlohn	Abfall
Energieverbrauch	Verpackungsmaterial	Papiereinsparung		
Tiergesundheit	Dienstwagen	Recycling	Tierzucht	
Fuhrpark	Arbeitsplätze in der Region	Antibiotikaeinsatz	Weidehaltung	
Krankheitstage	Animal Welfare	Green IT	Futterbau	
Tarifverpflichtungen	Optimierung	Lagerhaltung	Anteil Leiharbeitskräfte	
Gebäudemanagement	Hormoneinsatz bei Kühen	Verbrauch		
Tarifverpflichtungen	Produktion von Ökostrom	Palmöl		



# Aufbau Nachhaltigkeitsmanagement DMK



# ***Fokus Milch***

**Energie**

**Wasser**

**Abfall**

**Fuhrpark**

**Produkte**

**Integriertes Managementsystem**

# ***Im Unternehmen: Ressourcenschonung und Effizienzsteigerung***



## **Kontinuierliche Senkung des Energie- und Wasserverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen durch gezielte Effizienzmaßnahmen**

- **Power 10**  
Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs des gesamten Unternehmens um 10 %
- **Abwassererregungsanlage in Hohenwestedt**  
Verregnung von nährstoffreichem Abwasser auf Grünland und Rückführung in den natürlichen Kreislauf
- **Inbetriebnahme von Biomasseheizwerken an den Standorten Waren und Bad Bibra**  
Der Energieträger Holz ist Kosten sparend und CO<sub>2</sub>-neutral

# Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Milcherfassung



## Kraftstoffeinsparungen durch effiziente Tourenplanung

- Gewichtsoptimierter Milchsammelwagen mit Anhänger
- Zweitägige Abholung und Anhängerabholung
- Seminare „Vorausschauendes Fahren – Verantwortungsbewusst und wirtschaftlich an das Ziel“
- Reifen mit geringem Rollwiderstand bei allen Milchsammelwagen
- Optimierung der Touren- und der Werkszuordnung

# ***Fokus Mensch***

## **Unsere Mitarbeiter**

- Arbeitssicherheit
- Gesundheitstage
- Traineeprogramme
- Weiterbildung
- Wiedereingliederung

## **Unsere Milcherzeuger**

- Gremienstruktur
- Gremienschulungen
- Junge Milcherzeuger

# ***Sicherheit hat Priorität: Hohes Niveau bei Arbeits- und Gesundheitsschutz***



**Arbeitsunfälle vermeiden und Gesundheitsschutz ständig verbessern**

- **Managementsystem Arbeitsschutz:** Standards zum Arbeitsschutz regelmäßig überprüft
- **Eigene Standards** zum Brand-, Explosions- und Werksschutz regeln die Sicherheit an allen Standorten
- **Weiterbildung und Information:** Schulungen von Führungskräfte und Mitarbeiter zu arbeitsschutzrelevanten Themen geschult
- **Gesundheitsschutz und Unfallvermeidung:** regelmäßige arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchungen

## ***Fokus Gesellschaft***

Schwerpunkte setzen

Wasser

Grünland

Dialog suchen

Unterstützung  
von Verbänden / Vereinen /  
Universitäten

# Was wir getan haben und tun werden, können wir auch kommunizieren

## Im Unternehmen

Regelmäßig informieren &  
Bewusstsein schaffen

### Mitarbeiter

- DMK intern
- Intranet
- Aushänge
- Betriebsversammlungen
- Einzelgespräche
- Mitarbeiteraktionen

### Mitglieder

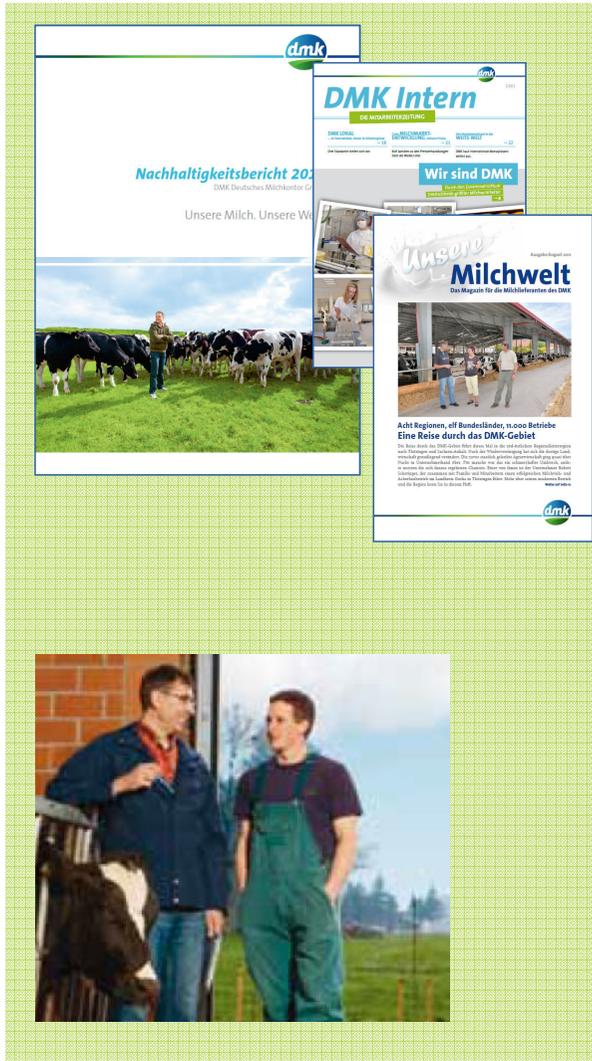
- Milchwelt
- webmelker
- Mitgliederversammlungen
- Einzelgespräche

## Nach außen

Erreichtes und Ziele nach außen  
kommunizieren und transparent  
berichten

- Nachhaltigkeitsbericht
- Nachhaltigkeitsnewsletter
- Website DMK Nachhaltigkeit
- Nachhaltigkeitskongressen
- Messen
- Presse-Informationen
- Anfragen durch Presse
- Präsentationen
- Social Media

# DMK im Dialog: Regelmäßige Kommunikation schafft Vertrauen



## Mitglieder, Mitarbeiter und weitere Stakeholder: Regelmäßige Berichterstattung und Information

- **Kunden, Zulieferer und weitere Geschäftspartner:** regelmäßige Kommunikation Qualitäts- und Umweltthemen und die Einhaltung von Standards
- **Endverbraucher:** Information durch Internet, Geschäftsberichte, aktive Pressearbeit sowie Messen und Infoveranstaltungen
- **Politik, Behörden und Medien:** Aktiver Meinungs- und Informationsaustausch über aktuelle Entwicklungen (Unternehmen, Milchmarkt)
- **Wissenschaft und Forschung, Verbände und Vereine:** Kooperationen, Förderprogramme und individuelles Engagement bei regionalen Initiativen

***Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!***