

# Berglandmilch

eGen

---

# NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2017

---

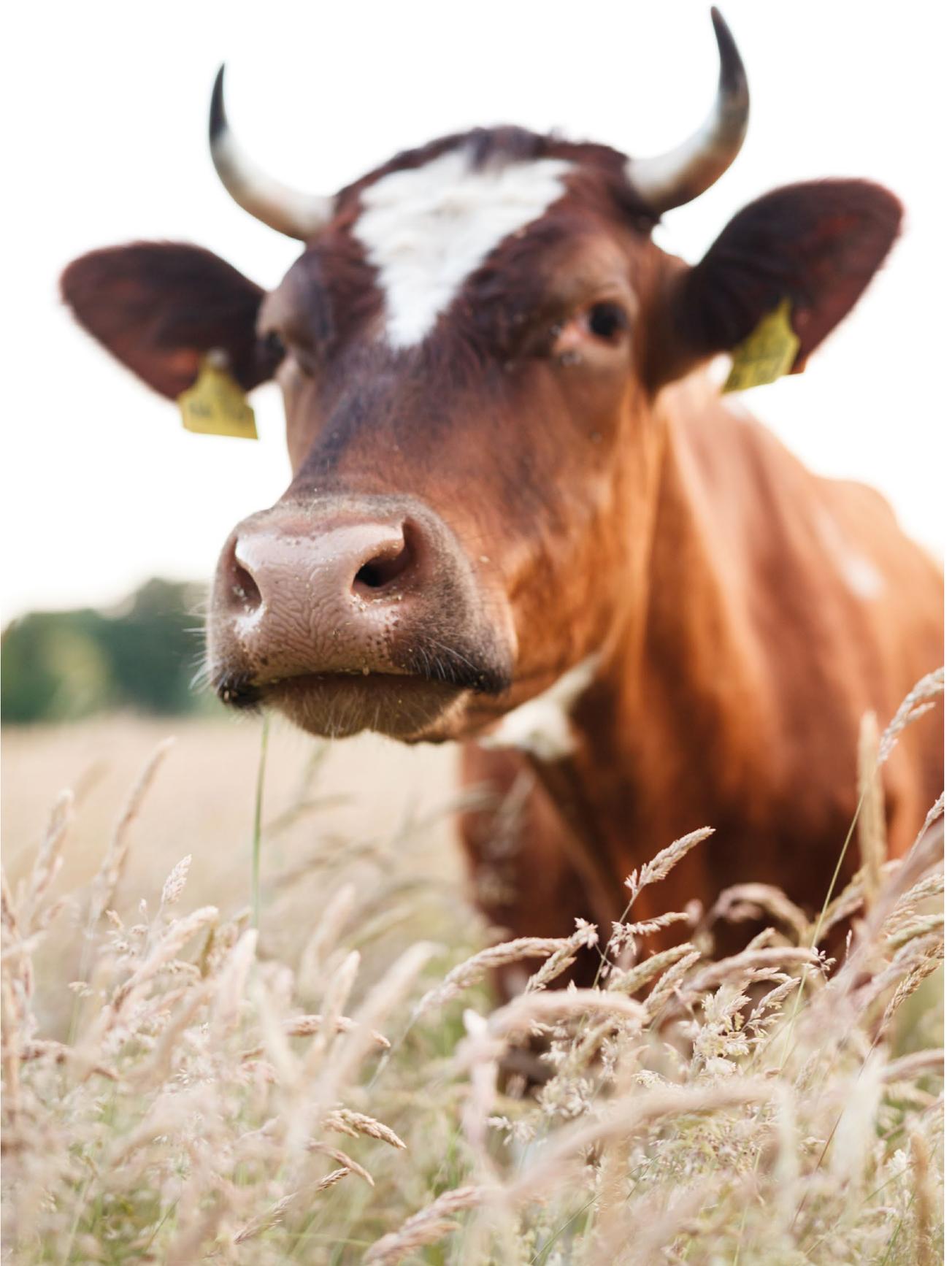


**Lattella**



# INHALTSVERZEICHNIS

<b>VORWORT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG</b>	<b>5</b>
<b>BERGLANDMILCH eGen AUF EINEN BLICK</b>	<b>6</b>
Unternehmensprofil . . . . .	6
Unsere Marken . . . . .	6
Genossenschaft/Struktur . . . . .	6
Molkerei Standorte . . . . .	7
Kennzahlenübersicht 15/16/17 . . . . .	7
Zentrale Lieferkette der Berglandmilch eGen . . . . .	8
Geschichte . . . . .	9
<b>STRATEGIE UND WERTE – UNSER NACHHALTIGES HANDELN AUF EINEN BLICK</b>	<b>10</b>
Unser Leitbild . . . . .	10
Mission und Strategie . . . . .	11
Über diesen Nachhaltigkeitsbericht . . . . .	11
Beitrag der Berglandmilch zur nachhaltigen Entwicklung . . . . .	11
<b>LANDWIRTSCHAFT UND MILCHBAUERN</b>	<b>12</b>
Woher kommen die Futtermittel? . . . . .	12
Partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Bauern . . . . .	12
Serviceleistungen . . . . .	12
Kommunikation . . . . .	13
Bauern gestalten Unternehmen . . . . .	14
Gesunde Kühe liefern gesunde Milch . . . . .	14
<b>BESTE PRODUKTE AUS BESTER MILCH</b>	<b>16</b>
Produkte im Überblick . . . . .	16
Höchste Qualität . . . . .	18
Produktsicherheit – Food Safety . . . . .	19
Anforderungen unserer Kunden und Konsumenten . . . . .	19
Bekanntheit österreichischer Markenartikel-Hersteller . . . . .	20
<b>NACHHALTIGKEIT: SCHONENDER UMGANG MIT RESSOURCEN</b>	<b>22</b>
Energieverbrauch senken, Energieeffizienz erhöhen . . . . .	22
Energie und Klimawandel . . . . .	22
Innovative Verpackung . . . . .	23
Der Einsatz von Wasser . . . . .	23
Optimierung der Logistik vom Bauern bis ins Regal . . . . .	24
<b>UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER SICHERN UNSEREN ERFOLG</b>	<b>26</b>
Lehrlingsoffensive: Fachkräfte der Zukunft . . . . .	26
Kommunikation mit Mitarbeiter/innen . . . . .	27
Motivation Für Mitarbeiter/innen . . . . .	27
Mitarbeiterdaten 2017 . . . . .	27
<b>KOMMUNIKATION MIT UNSEREN KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN</b>	<b>28</b>
Transparente Kommunikation . . . . .	28
Zufriedene Kundinnen und Kunden . . . . .	28
Beschwerdemanagement . . . . .	28
<b>IMPRESSUM</b>	<b>30</b>



# VORWORT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG



**DI Josef Braunshofer**  
Geschäftsführer Berglandmilch eGen

## Sehr geehrte Leserinnen, sehr geehrte Leser!

Nachhaltigkeit beginnt dort, wo wir unsere Einstellung ändern und nicht nur nachhaltig denken, sondern beginnen nachhaltig zu leben und zu arbeiten.

Nachhaltigkeit bedeutet Verantwortung zu übernehmen. Verantwortung für die Umwelt, für die Gesellschaft, für unsere Milchbäuerinnen und Milchbauern, für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

In der Milchproduktion gibt es viele Faktoren, die Einfluss auf unsere Umwelt und Gesellschaft nehmen. Von unseren Eigentümern, die als Landwirte im Einklang mit der Natur arbeiten und so die beste Grundlage für einen hochwertigen Rohstoff schaffen, über die Verarbeitung und Veredelung zu innovativen Produkten und deren Vermarktung über unsere Handelspartner bis hin zu unseren Konsumentinnen und Konsumenten. Die Berglandmilch ist dabei in vielerlei Hinsicht ein Bindeglied, zwischen Bauern und Konsumentinnen, zwischen Tradition und Innovation, zwischen ländlichen Regionen und urbaner Gesellschaft, zwischen Heimat und fernen Exportländern.

Wir haben in diesem Nachhaltigkeitsbericht vier Dimensionen formuliert, an denen wir unser Handeln ausrichten:

- ✓ Herstellung von hochwertigen, gesunden und sicheren Lebensmitteln
- ✓ Sorgsamer Umgang mit Ressourcen
- ✓ Lebensgrundlage für Milchbauern und künftige Generationen
- ✓ Förderung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Alle diese Missionen bedingen einander und sind Voraussetzung für den gemeinsamen Erfolg.

In diesem Bericht stellt sich Ihnen Österreichs größte Molkerei in Zahlen vor und berichtet von Zielen in diesen definierten Bereichen; Ziele, die wir bereits erreicht haben und Ziele, die wir uns noch gesetzt haben.

Wir freuen uns über unsere Erfolge und auch darüber, diese mit Ihnen teilen zu dürfen, wir hoffen damit nachhaltigen Eindruck bei Ihnen zu hinterlassen.

DI Josef Braunshofer  
Geschäftsführer Berglandmilch eGen

# BERGLANDMILCH eGen AUF EINEN BLICK

## UNTERNEHMENSPROFIL

Die Berglandmilch ist das größte österreichische Milchverarbeitungs- und Vertriebsunternehmen mit 10 Standorten und steht im alleinigen Eigentum von 11.000 Milchbauern.

Das Milchsammelgebiet mit seiner landschaftlichen Vielfalt, die besondere geografische Lage von den Alpen bis ins Flachland sowie die bäuerliche Tradition und bodenständige Haltung verleihen der Berglandmilch gelebte Authentizität. Ganzheitliches Qualitätsdenken, der Mut neue und zukunftsweisende Wege zu gehen sowie die einzigartige Unternehmensstruktur bilden die Basis für den Erfolg.

## UNSERE MARKEN

Die Berglandmilch verarbeitet unter starken Marken wie Schärldinger, Tirol Milch, Lattella, Landfrisch, Stainzer, Alpi und Jogurella mehr als 1.3 Mrd. Kilogramm Milch pro Jahr! Damit zählt die Berglandmilch zu einem der größten Markenartikelhersteller in Österreich.



**Vorrangiges Ziel** ist es: hochwertige, nachhaltige, gesunde und sichere Lebensmittel für KonsumentInnen herzustellen.

## GENOSSENSCHAFT/STRUKTUR

Die Geschäfte führt der bäuerliche Vorstand (10 heimische Bauern) gemeinsam mit der Geschäftsführung. Alle 5 Jahre findet eine Generalversammlung statt. Innerhalb der genossenschaftlichen Struktur der Berglandmilch ist neben dem Aufsichtsrat als „Kontrollorgan“ ein bäuerlicher Beirat und ein Jugendbeirat als Bindeglied zwischen der Genossenschaft und den Mitgliedern eingerichtet.

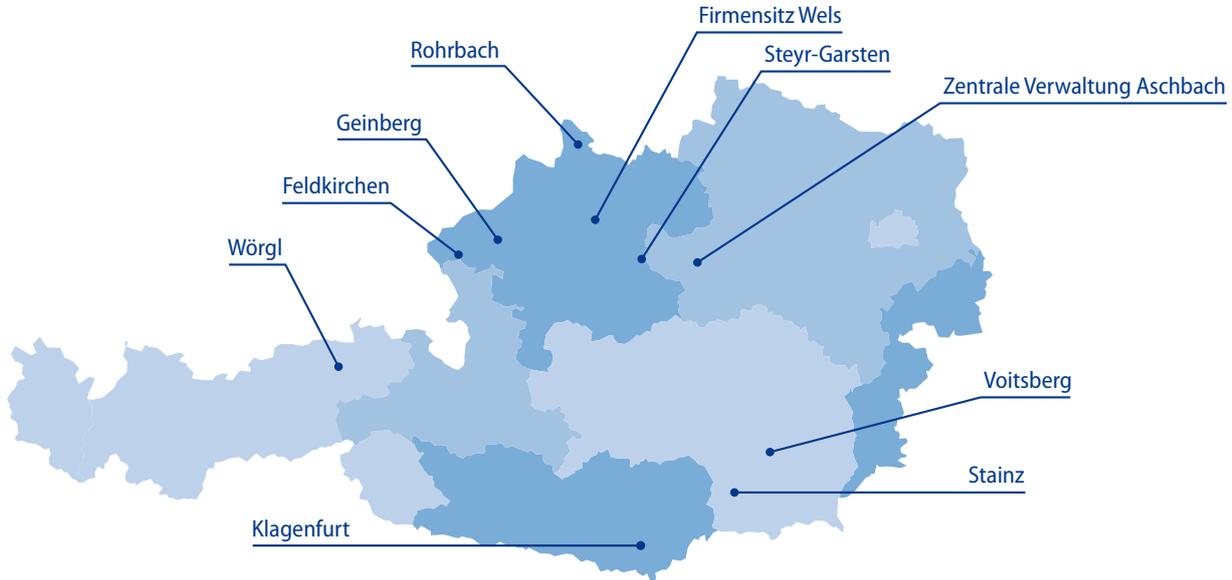
*Das Prinzip der Vergangenheit ist auch das Prinzip der Zukunft. Durch gemeinsames Arbeiten, gemeinsames Wirtschaften und die gemeinsame Beteiligung am genossenschaftlichen Unternehmen Berglandmilch, können die bäuerlichen Eigentümer ihre Existenz auch in der Zukunft sichern. Außerdem ist die genossenschaftliche Struktur der Garant dafür, dass das Unternehmen auch in der Zukunft ausschließlich in bäuerlicher Hand bleibt.*



Werk Aschbach

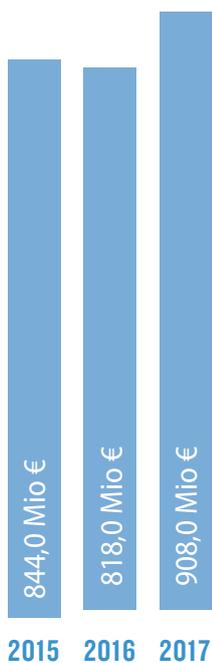
## MOLKEREI STANDORTE

Je nach Kategorie werden die Produkte der Berglandmilch eGen auf einem der 10 Standorte in Österreich produziert. Bei jedem der Werke liegt hier der Schwerpunkt auf einer anderen Produktkategorie oder Marke. Österreichs größte Molkerei ist das Schärdinger-Werk in Aschbach. Hier und in den 9 anderen Molkereien der Berglandmilch werden laufend Optimierungen umgesetzt, um die Abläufe vor, nach und während der Produktion nachhaltiger zu gestalten und die Produktionsprozesse auf dem neuesten Stand der Technik zu halten.



## KENNZAHLENÜBERSICHT 15/16/17

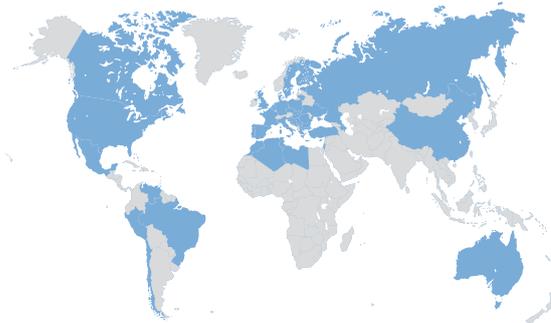
### Umsatzentwicklung



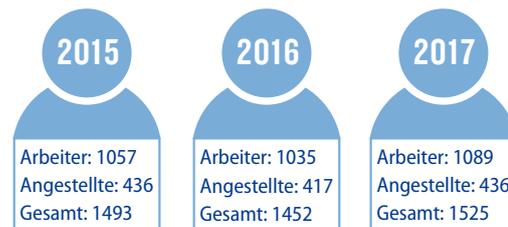
### Exportanteil



### Exportländer



### Zahl der Arbeitnehmer



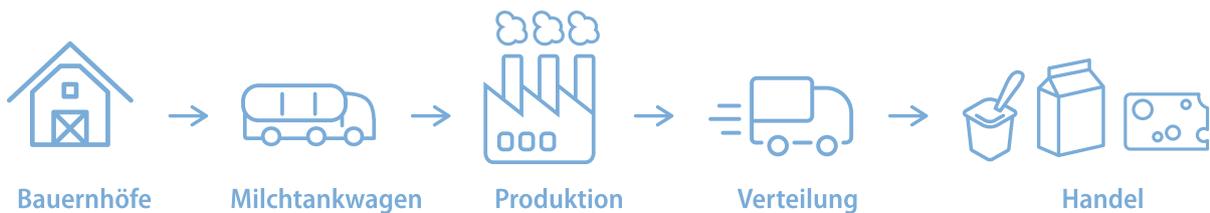
### Milchverarbeitung jährlich in to.





Werk Wörgl

## ZENTRALE LIEFERKETTE DER BERGLANDMILCH eGen



Am Beginn der Lieferkette stehen die vielen Landwirtinnen und Landwirte der Berglandmilch. Auf ihren Betrieben werden strenge Auflagen und Richtlinien eingehalten/umgesetzt um die Qualität der Milch zu sichern. Ein besonderes Augenmerk wird hier auf das Wohl der Kühe gelegt, schließlich liefern sie den wichtigsten Rohstoff für alle Berglandmilch-Produkte: die Milch.

Die frische Milch verlässt den Bauernhof in einem der Milchtankwagen. Für eine effiziente Abwicklung der Logistik sorgen angepasste und laufend aktualisierte Tourenpläne. Der Milchtankwagen liefert die Milch je nach Region in das nächst gelegene Werk, wo die Milch bei Ankunft zuerst auf ihre Qualität geprüft wird.

In der Produktion werden mit der angelieferten Milch Artikel in den Bereichen Frischeprodukte, H-Milch, Käse, Butter, Joghurt und Topfen produziert und verarbeitet. Die Produkte werden nach Fertigstellung und wenn notwendig nach Einhaltung der jeweiligen Quarantänezeiten verladen oder an den Produktionsstandorten bis zur Verladung zwischengelagert.

Mit LKWs, für den Export auch mit Schiff und Flugzeug, werden die Produkte an die Kunden verteilt. Im Handel haben die EndkonsumentInnen Zugang zu einer breiten Produktpalette der verschiedenen Dachmarken und Handelseigenmarken aus dem Hause Berglandmilch.

## GESCHICHTE



**1900**

Einige Landwirte in Schärzing gründen die erste österreichische Zentrale Theebutter Verkaufsgenossenschaft.

**1910**

Mittlerweile gehören 15 Molkereigenossenschaften zur Zentralen Theebutter Verkaufsgenossenschaft.



**1937**

Die Schärzing Theebutter Verkaufsgenossenschaft hat 34 Mitglieds-genossenschaften.

**60er**

Die 1-Milliarden-Schilling-Umsatzgrenze wird durchbrochen und der Schwerpunkt auf Produktion und Absatz von Markenkäse und Butter gelegt.

**1952**

Der Name wird in „Schärzing OÖ Molkereiverband“ geändert.

**1940**

Die Zentrale Theebutter Verkaufsgenossenschaft umfasst 41 Molkereigenossenschaften, 6 Käsegenossenschaften und 40.000 Mitglieder.

**80er**

Der Umsatz beträgt bereits 4,3 Mrd. Schilling. Der Molkereiverband erlebt einen Aufschwung.

**1994–1995**

Schärzing und fünf weitere Molkereiverbände werden Teil der 1990 gegründeten AMF-Austria Milch- und Fleischvermarktung reg. Gen.m.b.H.

**1995–1996**

Die sechs Molkereiverbände, Schärzing Landmolkerei, Linzer Molkerei, Milchunion Alpenvorland, Bäuerliche Milchunion Kärnten, Molkerei im Mostviertel und Milchverarbeitung Desserta gründen mit ihrem Zusammenschluss die Berglandmilch. Milchaktivitäten und die dazugehörigen Marken der AMF werden übernommen, mit dem Ziel die österreichische Milchwirtschaft am europäischen Markt zu stärken.



**2011**

Stainzer Milch schließt sich an.



**2010**

Tirol Milch schließt sich an.

**2009**

Landfrisch Molkerei schließt sich an.

**1999**

Rottaler Milchwerk wird Teil von Berglandmilch.

**2018**

Die Berglandmilch betreibt zur Zeit 10 Werke in Österreich und zählt zu den stärksten Molkereien in Mitteleuropa.

# STRATEGIE UND WERTE – UNSER NACHHALTIGES HANDELN AUF EINEN BLICK

## UNSER LEITBILD

*Was man gern macht, macht man gut.*

### **Das ist unsere EINSTELLUNG.**

Daran glauben wir. Danach leben wir.

Und das macht uns nicht nur zur größten Molkerei Österreichs.  
Sondern vor allem zur täglichen Wahl tausender Kunden.

*Was man gern macht, macht man gut.*

### **Das ist unser ANSPRUCH.**

Wir schaffen die Bedingungen, gestellte Aufgaben gern zu tun.  
Durch Motivation und Anerkennung für unsere Mitarbeiter.  
Und ein Verhältnis zu unseren Partnern, das von Respekt getragen wird.

*Was man gern macht, macht man gut.*

### **Das ist unsere VERANTWORTUNG.**

Für unsere Natur. Und für kommende Generationen.  
Für Nachhaltigkeit gepaart mit Wirtschaftlichkeit.

*Was man gern macht, macht man gut.*

### **Das ist unser schönster ERFOLG.**

Wenn unsere Kunden den Unterschied schmecken.  
Bei der Milch, Butter, beim Joghurt und Käse.  
Bei jedem unserer Produkte. Jeden Tag.

## MISSION UND STRATEGIE

### Lebensgrundlage für Milchbauern und für künftige Generationen

Durch partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Eigentümern gemeinsame Anliegen umsetzen – unter Berücksichtigung von Interessen der Gesellschaft und der Öffentlichkeit.

### Hochwertige, gesunde und sichere Lebensmittel für KonsumentInnen

Durch Ehrlichkeit, Vertrauen schaffen und mit durchgehender Qualität und Innovationen die Interessen und Bedürfnisse der KonsumentInnen befriedigen.

### Förderung unserer MitarbeiterInnen

Aufbauend auf Gleichberechtigung jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter Aus- und Weiterbildungen sowie Schulungen zu ermöglichen um gemeinsam an Innovationen zu arbeiten.

### Sorgsamer Umgang mit den Ressourcen

Berglandmilch ist Klima:aktiv Projektpartner. Maßnahmen in den Bereichen Energie, Wasser, Verpackung, Rohstoffe und Transport setzen und in Innovationen und Entwicklung investieren.



## ÜBER DIESEN NACHHALTIGKEITSBERICHT

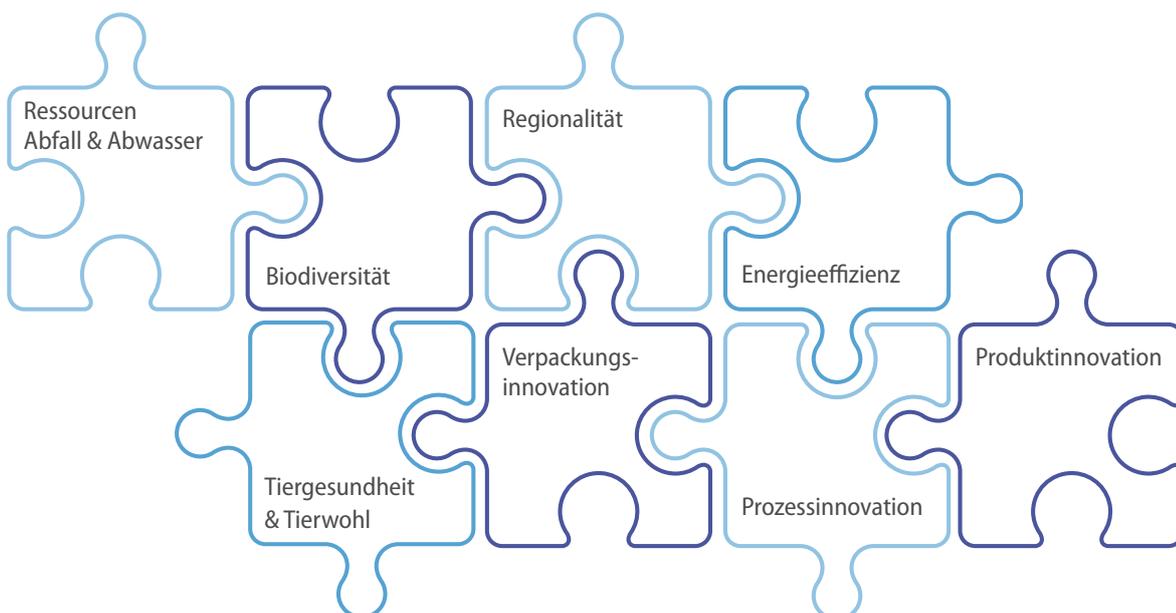
Der Nachhaltigkeitsbericht ist für die Berglandmilch wichtig um Konsumenten und Partnern zu verdeutlichen, dass wir starke Nachhaltigkeitsbemühungen haben.

Unternehmen stehen großen Herausforderungen gegenüber. In der Milchproduktion gibt es viele entscheidende Faktoren, welche Einflüsse auf unsere Umwelt und Gesellschaft nehmen. Von der Bewirtschaftung der Landflächen über die Tierhaltung bis zur Produktveredelung und -verarbeitung. Und letztendlich zum Verkauf der Produkte über den Handel.

Ziel des Berichts ist es, Glaubwürdigkeit und Vertrauen in die Berglandmilch allgemein, sowie ihren Produkte und Marken zu erreichen. Die Bereiche mit der höchsten Priorität für Berglandmilch werden im Zuge dieses Berichts erörtert.

## BEITRAG DER BERGLANDMILCH ZUR NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG

Unter anderem liegen uns folgende Kernaspekte besonders am Herzen:



# LANDWIRTSCHAFT UND MILCHBAUERN

Milchbäuerinnen und Milchbauern übernehmen eine große Rolle bei der Schaffung und dem Erhalt von Landschaftsflächen. Die Milchkuh hat eine zentrale Bedeutung für unser Landschaftsbild. Durch nachhaltige Bewirtschaftung der Flächen werden Lebensräume geschützt.

Gerade in Zeiten der Urbanisierung und Landflucht bleiben durch die Milchproduktion ländliche Strukturen erhalten und werden belebt. Arbeitsplätze werden geschaffen. Der Erhalt der Kulturlandschaft wertet auch den Tourismus auf.

## WOHER KOMMEN DIE FUTTERMittel?

Die Berglandmilch verwendet KEINE Futtermittel aus Übersee. Nur Futtermittel aus Europa kommen zum Einsatz. Dies führt auch zur deutlichen Reduktion unseres CO<sub>2</sub> Fußabdruckes. Weitere Eckpfeiler sind:

- ✓ Gentechnikfreie Fütterung der Milchkühe.
- ✓ Glyphosatverbot für alle Wiesen und Äcker der Berglandmilch-Bauern
- ✓ Verzicht auf den Einsatz von Palmöl in der Fütterung

*„Unsere bäuerlichen Familienbetriebe setzen auf Futtermittel, welche am eigenen Hof wachsen. Wenn geringe Mengen an ergänzenden gentechnikfrei erzeugten Futtermittel in den Rationen eingesetzt werden, so stammen diese aus zertifizierten Quellen. Um dieses Selbstverständnis der bäuerlichen Betriebe auch klar darzustellen, haben wir uns zum ausschließlichen Einsatz von europäischen Futtermitteln verpflichtet“, erläutert Obmann Johann Schneeberger*

### ZIELE & MASSNAHMEN

- ✓ Steigerung des nachhaltigen/regionalen Futtermittelbezugs
- ✓ Umsetzung von Maßnahmen zur Steigerung der nachhaltigen Futtermittelproduktion
- ✓ Erhöhung des Grundfutteranteils in den Rationen
- ✓ Verstärkter Einsatz heimischer Eiweiß-Futtermittel
- ✓ Förderung des Weidegangs

## PARTNERSCHAFTLICHE ZUSAMMENARBEIT MIT UNSEREN BAUERN

### Abnahmegarantie/ wettbewerbsfähiger Milchpreis

Die Milchindustrie ist durch Volatilität gekennzeichnet, umso wichtiger ist es für die Berglandmilch in Zusammenarbeit mit den Eigentümern die Abnahme der Milch zu garantieren und einen wettbewerbsfähigen Milchpreis zu erwirtschaften.

Die Berglandmilch hat eine Abnahmeverpflichtung gegenüber ihren Mitgliedern. Ziel ist die Erwirtschaftung eines wettbewerbsfähigen Dauermilchpreises. Um dies zu erreichen ist es wichtig, die Bäuerinnen und Bauern bestmöglich zu unterstützen.

## SERVICELEISTUNGEN

### Hofberatung

Hofberater sind auch nach Dienstschluss für ihre Bäuerinnen und Bauern da. Sie haben für die Sorgen der Milchlieferanten in den ihnen zugewiesenen Einzugsgebieten stets ein offenes Ohr und beraten und helfen, wo sie können.

### Sozialfond

Es gibt einen eigens für die Berglandmilch-Bäuerinnen und Bauern eingerichteten Sozialfond. Dieser wird von der Berglandmilch gespeist. Werden Bäuerinnen oder Bauern der Berglandmilch von Schicksalsschlägen getroffen und benötigen finanzielle Hilfe/ Unterstützung, so wird ihnen mit dem Sozialfond geholfen.

## KOMMUNIKATION

Wie gelangen Informationen zu ihren Mitgliedern? Da gibt es mehrere Kanäle: durch Informationsveranstaltungen, Sitzungen, Klausuren, durch den Milknet-Informationskanal für die Bäuerinnen und Bauern, durch Apps, Rundschreiben, SMS-Info und kostenlose Beratungen durch Hofberater.

### Schärdinger /Tirol Milch Kundenmagazin

2007 erschien die erste Ausgabe vom Kundenmagazin DER SCHÄRDINGER. Das Magazin informiert über die vielen Entwicklungen und Herausforderungen - und natürlich stets über die neuesten Produkte im Kühlregal.

### Hoftafeln/Hofplakate

Um die Höfe der Berglandmilch als Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft zu erkennen, wurden tausende Hofplakate angebracht. Hier geht es in erster Linie um den Transport der Informationen nach innen und nach außen.

### Informationsveranstaltungen

Im Jahr finden ca. 60 Veranstaltungen statt. Die Informationen umfassen unter anderem Marktentwicklungen, Projekte sowie Produktinnovationen.

### Milknet

Seit 2002 bietet die Berglandmilch ihren Lieferanten über das Internetportal Milknet einen raschen Zugang zu allen für sie besonders wichtigen Informationen sowie speziellen Serviceangeboten.

### APPS

Als spezielle Serviceleistungen werden laufend Applikationen am Smartphone entwickelt, z.B. die APP – „Weidegang“.



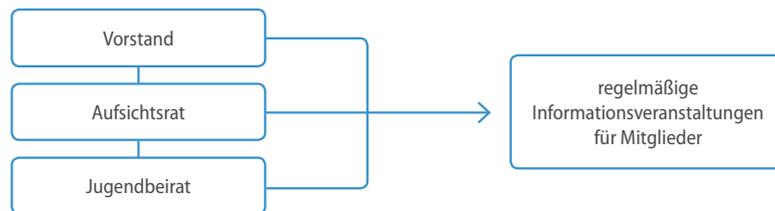
## BAUERN GESTALTEN UNTERNEHMEN

### Entscheidungsrecht/Organisation Genossenschaft

Genossenschaftsstruktur bedeutet: die Bauern bestimmen mit – sie sind die Eigentümer. Zudem gibt es regelmäßige Informationsveranstaltungen, in welchem die Bauern informiert werden.

### Jugendbeirat

Der Jugendbeirat ist eine Plattform, in der sich die jungen Hofnachfolger in das Unternehmen mit Ideen einbringen. Die frischen Sichtweisen, die konstruktiven Diskussionen und der gemeinsame Austausch mit den Milchlieferanten von Morgen wird im Unternehmen sehr geschätzt.



### ZIELE & MASSNAHMEN

- ✓ Anbieten von Serviceleistungen für unsere Milchbauern
- ✓ Weiterentwicklung des Lieferantenonlineportals ( Umsetzung bis 2019)
- ✓ Integration eines Webshops auf der Onlineplattform
- ✓ Zusätzliche individuelle Kennzahlen implementieren
- ✓ Weiterentwicklung unserer Apps

## GESUNDE KÜHE LIEFERN GESUNDE MILCH

### Tierwohl- und Tiergesundheit

Das Tierwohl wird im Rahmen des Berglandmilch-Programmes „kontrollierte Tiergesundheit“ abgesichert. Bei allen unseren Produkten der Marken Tirol Milch und Stainzer ist zudem – neben dem Programm der „kontrollierten Tiergesundheit“ - das Tierwohl durch Mitgliedschaft beim Tiergesundheitsdienst auf einer noch höheren Stufe abgesichert.

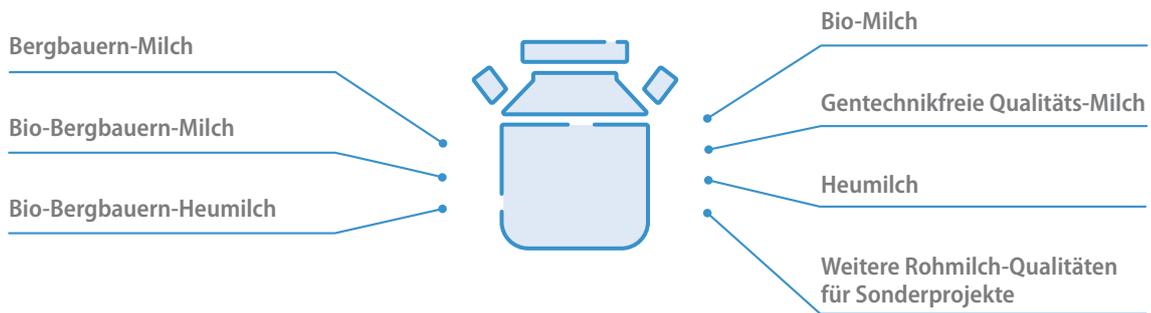
### Welche Maßnahmen tragen außerdem zu Tierwohl- und Tiergesundheit bei?

- ✓ Hofberater unterstützen die Bäuerinnen und Bauern in beratender Funktion – die zusätzlichen Auflagen zu Tierwohl- und Tiergesundheit einzuhalten.
- ✓ AMA-Standard zur Haltung von Milchkühen
- ✓ Zusammenarbeit mit Tierärzten
- ✓ Kooperation mit Forschungseinrichtungen und Universitäten

### Qualität der Milch

Rohmilchmonitoring (dazu gibt es 4 x im Jahr Audits in den Betrieben) Zellzahl, Keimzahl, S-Qualität. Weiters wöchentliche Probenanalyse Keimzahl, Zellzahl, Fett, Eiweiß, GFZ für Milchgeldabrechnung.

## Die Vielfalt der Milch



### ZIELE & MASSNAHMEN

- ✓ Zusammenarbeit mit involvierten Parteien, Tierärzten, den Bäuerinnen und Bauern
- ✓ Weiterentwicklung Tierwohl und Haltungsbedingungen der Milchkühe



# BESTE PRODUKTE AUS BESTER MILCH

## PRODUKTE IM ÜBERBLICK

### Verschiedene Standorte: Was wird wo produziert?

Die Berglandmilch produziert rund 350 verschiedene Artikel aus den Bereichen Frischeprodukte, H-Milch, Käse, Butter, Joghurt und Topfen. Die Schwerpunkte in der Produktion liegen je Standort in verschiedenen Bereichen.

#### Geinberg OÖ

ist das zentrale Schäringer Aufschneide- und Verpackungszentrum für Käsestücke, Käsescheiben und Reibkäse. Dient als Logistikzentrum. Abpackung von mehr als 30 Mio. kg Käse/Jahr

#### Steyr-Garsten OÖ

Schäringer Spezialitätenkäserei für paraffinierten Käse (z.B. Geheimratskäse, Exportspezialitäten).

#### Rohrbach OÖ

ist der Standort für Quargel-Produktion.

#### Aschbach NÖ

Hier ist die größte Molkerei Österreichs (Produktionsareal: „8 Fußballfelder“) angesiedelt. Produkte z.B.: Sommerbutter, Primina, Joghurt-Träume, Topfennockerl, Formil, Bojar, Jogurella,...

#### Feldkirchen OÖ

größte Käserei Österreichs. Hauptaugenmerk auf foliengereifte Käsespezialitäten und Mozzarella. Produkte z.B.: Bergbaron, Traungold, Gouda, Edamer, Bergkäse, Mozzarella.

#### Wels

Zentrale Verwaltung und Standort für Landfrischkäse-, Topfen Rollino- und Frischkäse Produktion.

#### Voitsberg

Steirische Schäringer Spezialitätenkäserei für z.B.: Jerome, Moosbacher, Dachsteiner, Asmonte, Spezialitäten für den Export.

#### Klagenfurt

Spezialisierung auf: H-Milch, PET-Produkte (z.B.: Smoojo, Träume, Berghof Bergbauern Milch).

#### Wörgl Tirol

Hier werden sehr viele Projekte im Bereich Energieeffizienz umgesetzt. Produktion von: Käse, Trinkmilch, Joghurt, Obers, Sauerrahm, Topfen, Pudding. Die jährliche Produktionskapazität liegt bei 30 000 Tonnen Käse. Spezialitätenkäserei für Bergkäse und Emmentaler.

#### Stainz

Stainzer ist die stärkste Regionalmarke der Steiermark. Frischmilchbetrieb (Trinkmilch, Joghurt, Milchmischgetränke).



Werk Geinberg

## Unsere Innovationen



## Unsere Produkt-Zertifizierungen



Heumilch g.t.S.



Bergkäse g.U.



## HÖCHSTE QUALITÄT

Alle organisatorischen Maßnahmen, die der Erhaltung und Verbesserung der Prozessqualität dienen werden in der Berglandmilch umgesetzt.

Für unsere Konsumenten produzieren wir sichere, nachhaltige, hochwertige, wohlschmeckende und gesunde Lebensmittel. Um dies zu erfüllen betreiben wir aktives Lebensmittelsicherheits- und Qualitätsmanagement. Berglandmilch ist an allen Standorten seit 2005 – „IFS (higher level)“ zertifiziert.

Als größte Molkerei Österreichs ist es unser Ziel – Vorreiter im Bereich Qualität zu sein. Nicht zuletzt durch das Engagement der Mitarbeiter ist es gelungen, die Systeme stetig weiterzuentwickeln und Verbesserungen in allen Geschäftsbereichen zu erzielen. Sogenannte IFS-Audits finden laufend und unangekündigt in unseren Betrieben statt.

An den Standorten gibt es zusätzliche Zertifizierungen für speziell ausgelobte Produkte.

### Aufgaben des Qualitätsmanagement-Systems:

- ✓ Einhaltung der geltenden Gesetze
- ✓ Lebensmittelsicherheit und –Qualität planen, implementieren, anwenden, aufrechterhalten und aktualisieren
- ✓ Legalität der Produkte sicherstellen
- ✓ Produktqualität definieren, dokumentieren und verbessern
- ✓ Prozesse / Abläufe definieren, dokumentieren und verbessern (Effizienz und Effektivität)
- ✓ Auslieferung fehlerhafter Produkte verhindern
- ✓ Unterstützung bei der Reduktion der Umweltauswirkungen
- ✓ Arbeitssicherheit und Mitarbeiterzufriedenheit verbessern
- ✓ Vorbeugend Fehler vermeiden und aus Fehlern lernen
- ✓ Unterstützung bei Veränderungen des Marktes sowie der Organisation



## PRODUKTSICHERHEIT – FOOD SAFETY

In jedem Werk wurde ein HACCP und Food Defense System zur Absicherung der Lebensmittelsicherheit eingeführt.

Es erfolgen auch interne und externe Produktanalysen. Intern werden von jeder produzierten Charge Proben laut einem Probenahmeplan gezogen und sensorisch, mikrobiologisch und chemisch untersucht, bevor die Charge zur Auslieferung freigegeben wird.

Extern erfolgt die Prüfung in akkreditierten Labors. Es gibt hier z.B. quartalsmäßiges Rohmilchmonitoring, bei denen die Rohmilch untersucht wird. Zudem werden speziell ausgelobte Produkte (z.B. AMA-Gütesiegel, Halal, ...) laut den entsprechenden Richtlinien untersucht.

Zusätzlich zu den Fertigproduktanalysen sind risikobasierte Stufenkontrollpläne und Umfeldkontrollpläne in den Werken integriert.



## ANFORDERUNGEN UNSERER KUNDEN UND KONSUMENTEN

Auf die Anforderungen und speziellen Bedürfnisse unserer KundenInnen ausreichend einzugehen, liegt uns sehr am Herzen. Neben der Herstellung laktosefreier Produkte sehen wir eine verstärkte Nachfrage nach neuen Produkten. Darauf aufbauend entwickeln wir unsere Produktinnovationen.

### Verpackungsneugestaltung

Des Weiteren sind Verpackungsoptimierungen ein permanentes Thema bei Berglandmilch. Ein großes Anliegen ist uns auch die Reduktion der Verpackung. Eine vermehrte Glasverpackung bei Milch und Joghurt wird angestrebt.

### Haltbarkeit der Produkte – wie wird mit Mindesthaltbarkeiten umgegangen?

Informationen an KonsumentInnen und die Aufklärung über den Konsum der Produkte auch nach Ablauf des MHDs, werden im Internet und auf Produktverpackungen kommuniziert. Hochwertige Herstelltechnologien und Produktverpackungen garantieren eine möglichst lange Haltbarkeit der Produkte. Rechtliche Anforderungen hinsichtlich Haltbarkeit werden erfüllt.

### Was ist zu tun, wenn ein Produkt abgelaufen ist?

Auf unsere natürlichen Sinne können wir uns zu 100 % verlassen!

- ✓ Sehen
- ✓ Riechen
- ✓ Schmecken



## BEKANNTHEIT ÖSTERREICHISCHER MARKENARTIKEL-HERSTELLER

Quelle: European Brand Institute, 2018

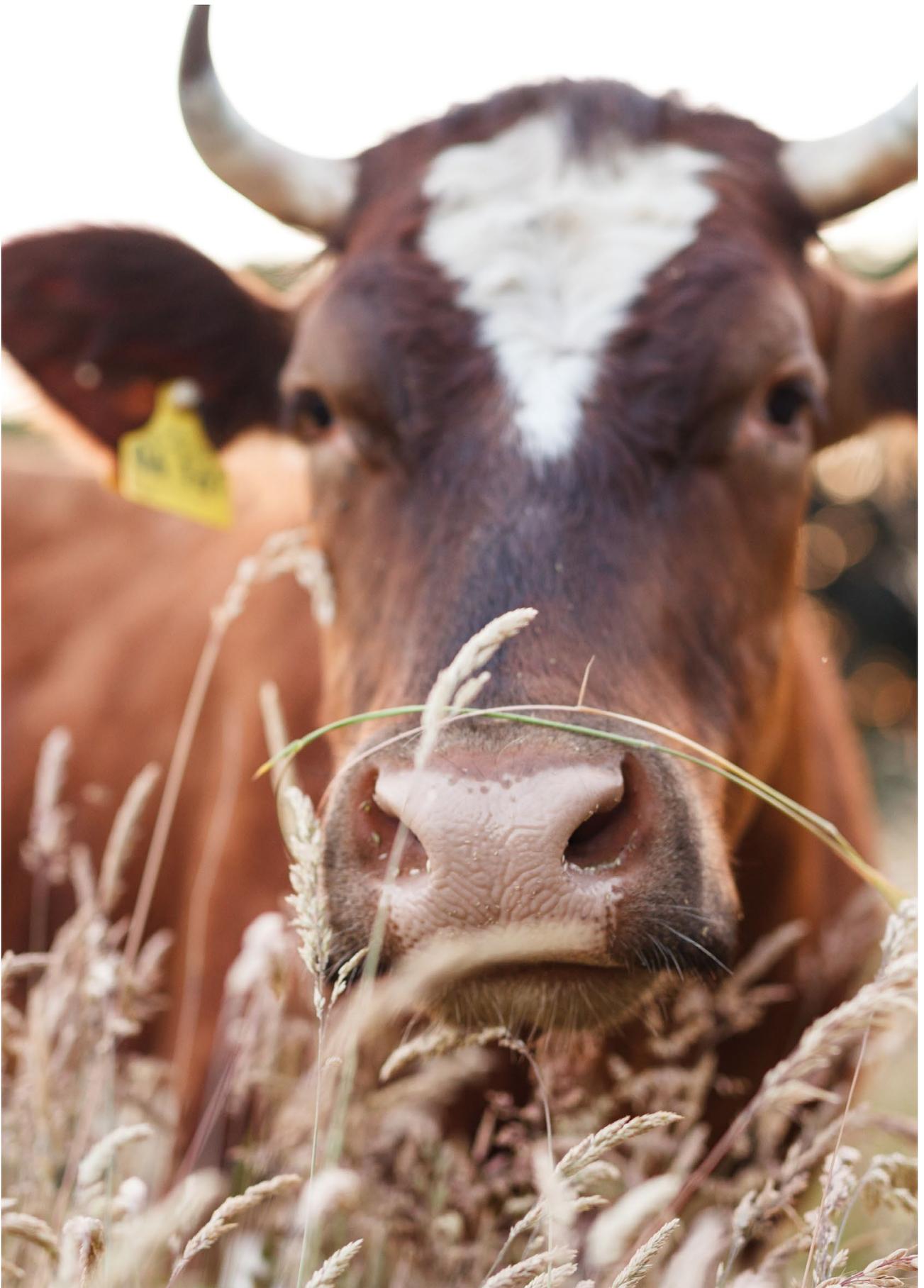
Rang	Markenname
1	Red Bull
2	Rauch
3	<b>Berglandmilch</b> eGen
4	Vivatis
5	Manner
6	Darbo
7	Ottakringer Getränke
8	Stiegl
9	NÖM Konzern
10	Spitz Gruppe

### ZIELE & MASSNAHMEN

- ✓ Steigerung der Wertschöpfung durch Produktinnovationen bei gleichzeitiger Beibehaltung eines breiten Produktsortiments
- ✓ Ausbau der Marktanteile von Schärding, Tirol Milch, Stainzer & Lattella



Werk Voitsberg



# NACHHALTIGKEIT: SCHONENDER UMGANG MIT RESSOURCEN

## ENERGIEVERBRAUCH SENKEN, ENERGIEEFFIZIENZ ERHÖHEN

Nachhaltigkeit ist für die Berglandmilch mehr als nur ein Schlagwort. Bei uns wird Nachhaltigkeit praktiziert und spiegelt sich in allen unseren Unternehmensentscheidungen wider. So konnte z.B. die abgelaufene Ware von 2015 bis 2017 um 41,4% reduziert werden.

### ZIELE & MASSNAHMEN

- ✓ Optimierungen im Produktionsplanungssystem
- ✓ Entwicklung weiterer IT-Tools zur Lagerbewirtschaftung
- ✓ Zusammenführung von Produktions- und Lagerstandorten
- ✓ Einführung von Cross Docking Lösungen
- ✓ Optimierung der Gesamthaltbarkeiten

## ENERGIE UND KLIMAWANDEL

Im Zuge von Instandhaltungsmaßnahmen werden sukzessive die bestehenden Beleuchtungssysteme auf LED umgerüstet.

### 100% Grünstrom

Seit Mai 2013 wird bei Berglandmilch ausschließlich Ökostrom aus Wasserkraft eingesetzt. Dadurch wird wiederum ein wesentlicher Beitrag zu einer nachhaltigen Energiebilanz geleistet.

- ✓ klima:aktiv Projektpartner seit 2014
- ✓ Biomasseheizwerk in Wörgl
- ✓ Photovoltaikprojekt 2017/2018

Gemeinsam mit der Firma Clean Capital erneuerbare Energien GmbH hat die Berglandmilch ein zukunftsweisendes Projekt im Sinne einer nachhaltigen Energiegewinnung gestartet. Es werden auf Werksdächern Photovoltaik-Anlagen installiert.

Mit PV-Anlagen auf bisher drei Werksgebäuden will man künftig jährlich rund 1.480.000 kWh Ökostrom erzeugen. Dieser wird für die ersten 13 Jahre zur Gänze in das Stromnetz eingespeist.

### Energiekooperation mit der Stadt Wörgl-Abwärmenutzung (Energy Globe Tirol)

#### ENERGY GLOBE AWARD TIROL 2017 für Tirol Milch

Im Jahre 2017 wurde die Tirol Milch für ihr innovatives Wärmerückgewinnungsprojekt gemeinsam mit den Stadtwerken Wörgl mit dem Tiroler Energy Globe 2017 prämiert. Mit der Energie aus der in der Produktion nicht mehr benötigten Wärme, die früher verpuffte, können umgerechnet 640 Haushalte versorgt werden.

„Für die Tirol Milch ist die ressourcenschonende Verwendung von Energie ein wichtiges Anliegen. Neben betriebswirtschaftlichen Aspekten gehört der sorgsame und sparsame Umgang mit allen Energieträgern zu unserer Unternehmenskultur“, erklärt Dipl.-Ing. Josef Braunshofer - Geschäftsführer der Berglandmilch.

Die Tirol Milch hat schon früh auf die Unabhängigkeit von fossilen Brennstoffen gesetzt. Im Zuge der Standortzusammenlegung der Tirol Milch am Standort Wörgl wurde 2009/2010 ein Biomasse-Heizwerk eröffnet. Das Wärmekooperationsprojekt der Tirol Milch und der Stadtwerke Wörgl wurde bereits im Herbst 2016 vom ehemaligen Bundesminister Andrä Rupprechter mit dem klima:aktiv Preis ausgezeichnet.

## ZIELE & MASSNAHMEN

### Klagenfurt

- ✓ Umbau und Optimierung der Warmwassererzeugung des ganzen Werkes

### Aschbach

- ✓ Errichtung einer neuen Milchübernahmehalle und Mozzarellaproduktion
- ✓ Im Zuge des Projektes wird bei der Planung und Ausführung auf energiesparende Systeme gesetzt und das bestehende Wärmerückgewinnungssystem erweitert.

### Voitsberg

- ✓ Werkserweiterung
- ✓ Die gebäudetechnische Heizung und Kühlung wird mit Niedertemperatursystemen erfolgen. Das Ziel ist den Grundverbrauch ohne zusätzliche Primärenergie abzudecken.

## INNOVATIVE VERPACKUNG

Gerade im Bereich Verpackung gibt es laufend Innovationen um Rohstoffe einzusparen und einen höheren Recyclinggrad zu erreichen. Wir arbeiten hier mit unseren Lieferanten ständig an neuen Verpackungen und möchten auch hier in den nächsten Jahren eine deutliche Einsparung der Ressourcen erreichen.

## ZIELE & MASSNAHMEN

- ✓ Wiederverschließbarkeit
- ✓ Recyclingfähigkeit der Verpackungsmaterialien (wie trennbar sind die Verpackungen)
- ✓ Recycling von Stoffströmen (Papier, Pappe, Karton, Kunststoff)
- ✓ FSC-Zertifizierungen aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung
- ✓ Optimierung Überkartone

## DER EINSATZ VON WASSER

Die Trinkwasserversorgung in den Molkereien der Berglandmilch erfolgt entweder mit Eigenwasser oder über kommunale Versorger. Die Berglandmilch ist bestrebt den Wasserverbrauch zu senken. Daher erfolgt der Einsatz von Prozesswasser für jene Abläufe, die kein Trinkwasser erfordern. Durch zyklische Optimierungen wird der Wassereinsatz und dadurch der Abwasseranfall stetig reduziert. Mehrfachverwendung von Wasser für gewisse Anwendungszwecke bewirkt weiters eine Mengenreduktion.



## OPTIMIERUNG DER LOGISTIK VOM BAUERN BIS INS REGAL

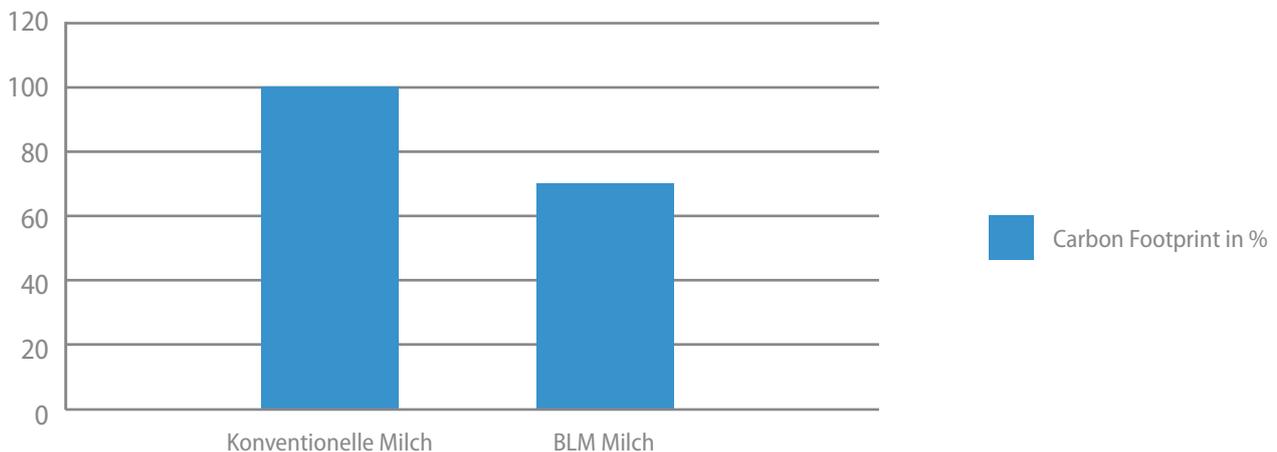
### Transport und Logistik vom Bauer bis zum Werk

- ✓ Die Tourenplanung erfolgt auf Basis der kürzesten Wegstrecke und optimalen Auslastung der Milchsammelwagen.
- ✓ Milchlieferanten im selben Sammelgebiet mit geringer Milchmenge werden auf Sammelstellen zusammengefasst.
- ✓ In Gebieten mit mehreren Milchsorten werden 2 Sorten gleichzeitig gesammelt (z.B. Almen) und in unterschiedliche Kammern getrennt, um die Anfuhrkosten niedrig zu halten.
- ✓ Zeitliche Abstimmung der Tourenplanung mit den Werken damit nach Beendigung einer Tour innerbetriebliche Transporte (Rahm, Molke) mit dem Milchsammelwagen durchgeführt werden können.
- ✓ Neue Milchsammelwagen und Hänger müssen den Anforderungen unseres Pflichtenheftes entsprechen und ein möglichst geringes Leergewicht aufweisen.

### Carbon Footprint der Produkte

Die CO<sub>2</sub>-Bilanz (engl. Carbon Footprint) ist ein Maß für den Gesamtbetrag von Kohlenstoffdioxid-Emissionen. In Zusammenarbeit mit der Firma Denkstatt wurde der Corporate Carbon Footprint für ca. 1.238 Artikel der Berglandmilch erarbeitet. Fazit: Unsere Milch weist beispielsweise einen deutlich niedrigeren Carbon Footprint im Gegensatz zur konventionellen Milch von Mitbewerbern am Markt auf.

### Carbon Footprint bei unterschiedlicher Landnutzung



### Was sagen uns die Erkenntnisse über CCF? (Corporate Carbon Footprint)

Es geht primär um die Verteilung des CO<sub>2</sub> Ausstoßes in unserer Lieferkette. Der Großteil der CO<sub>2</sub> Emissionen entsteht in der Primärerzeugung. Deshalb ist es für uns besonders wichtig weiterhin auf den Bezug der Futtermittel aus Europa zu setzen.

Unser vorrangiges Ziel ist es unseren CCF mit weiteren Maßnahmen in den Bereichen Transport, Verpackung, Milchproduktion und Zusatzstoffe in den nächsten Jahren deutlich zu senken.

#### ZIELE & MASSNAHMEN

- ✓ Energieverbrauch senken -15 %
- ✓ Abfallreduktion -10 %
- ✓ Abwasserreduktion -15 %
- ✓ Wasserverbrauch reduzieren -15 %
- ✓ Kapazitäten ausbauen
- ✓ Weiterer Ausbau der Vorreinigung in den eigenen Werkskläranlagen
- ✓ Den CO<sub>2</sub> Verbrauch bis 2020 um 10 % senken
- ✓ Zusammenführung von Logistikströmen
- ✓ Interne Logistikzentren ausbauen



# UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER SICHERN UNSEREN ERFOLG

Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter stehen an oberster Stelle. Die Mitarbeiter sind für die Erreichung unserer Ziele der wesentlichste Faktor. Daher investiert Berglandmilch laufend in Personalentwicklung, Arbeitsplatzsicherheit, Mitarbeitergesundheit sowie der Aus- und Weiterbildung.

Berglandmilch zieht fortwährend das Expertenwissen von Arbeitsmedizinern, externen Beratern, Betriebsärzten und Sicherheitsfachkräften heran. Sicherheitsschulungen um Unfälle zu vermeiden und spezielle Schulungen in Bezug auf Hygiene und Technik stehen ebenfalls an der Tagesordnung.

Sicherheits- und Gesundheitsdokumente liegen zur Einsicht für alle Arbeitnehmer auf.

Arbeitnehmer können auf faire Arbeitsbedingungen (Vielfalt und Chancengleichheit, Work-Life-Balance und faire Bezahlung) zählen. Ein entscheidender Faktor sind die gegenseitige Wertschätzung auf allen Ebenen und ein gutes Betriebsklima.

## LEHRLINGSOFFENSIVE: FACHKRÄFTE DER ZUKUNFT

Die Berglandmilch als führendes österreichisches Molkereiunternehmen bietet jungen Menschen in den Lehrberufen Molkereifachmann/frau, Milchtechnologe/in, Bürokauffrau/mann, Mechatroniker/in, Elektrotechniker/in, Chemie-Labortechniker/in, IT-Techniker/in beste Perspektiven für eine Karriereentwicklung.

Während der Ausbildung haben unsere Lehrlinge die Möglichkeit mehrere Werke der Berglandmilch kennenzulernen. Es finden regelmäßig Lehrlingsworkshops zum gegenseitigen Wissensaustausch statt.



## KOMMUNIKATION MIT MITARBEITER/INNEN

Es findet eine jährliche Mitarbeiterinformation durch die Geschäftsführung in den Werken statt. Informationen über Produkte, Prozesse und Neuigkeiten über das Unternehmen finden unsere MitarbeiterInnen auch im Intranet.

## MOTIVATION FÜR MITARBEITER/INNEN

Den MitarbeiterInnen steht monatlich ein Gutschein zum Einkauf von Berglandmilch-Produkten zur Verfügung. Zudem existiert für Arbeitnehmer der Berglandmilch ein eigener Sozialfond. Über die Nutzung des Sozialbudgets stimmen sich Werk und Betriebsräte ab.

## MITARBEITERDATEN 2017

Anzahl der Lehrlinge:	37
Mitarbeiter mit Behinderung:	38
Neu eingestellte Mitarbeiter:	60

**220**  
Tausend Euro  
Schulungskosten



### Mitarbeiteranzahl/Mitarbeiterdaten 2017

	Arbeiter	Angestellte	männlich	weiblich	TZ-männl.	TZ-weibl.
Berglandmilch-Gruppe = 1525	1089	436	1092	433	55	116

### Betriebszugehörigkeit

unter 5 Jahre	.568
5-10 Jahre	.364
11-15 Jahre	.206
16-20 Jahre	.147
21-25 Jahre	.65
26-30 Jahre	.57
31-35 Jahre	.47
36-40 Jahre	.44
41-45 Jahre	.27

### Herkunft der MitarbeiterInnen 2017

staatenlos	.2	Italien	.3
Afghanistan	.5	Irak	.1
Armenien	.1	Litauen	.1
Bulgarien	.3	Polen	.3
Bosnien Herzegowina	.27	Kosovo	.7
Brasilien	.1	Rumänien	.27
Schweiz	.1	Russische Föderation	.1
Tschechische Republik	.2	Slowakei	.10
Deutschland	.55	Slowenien	.11
Griechenland	.1	Serbien	.11
Ungarn	.23	Türkei	.39
Kroatien	.21	Ukraine	.2

### ZIELE & MASSNAHMEN

- ✓ Ausbau der Berglandmilch Lehrlingsausbildung: Die Zahl der in Ausbildung befindlichen Lehrlinge von 2017-2020 um 20 % erhöhen.
- ✓ Informationsoffensive
- ✓ Vertretung auf Messen, in Schulen, Online (Homepage) verstärken
- ✓ Information zur Lehre auf Produktverpackungen

# KOMMUNIKATION MIT UNSEREN KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN

## „Zufriedene KundenInnen sind unser oberstes Ziel“

Die Konsumenteninformation liegt uns sehr am Herzen, denn die Kunden möchten wissen, welche Lebensmittel sie konsumieren. Daher beantworten wir Fragen unserer KonsumentenInnen via Website, via Kundenservice und auf unseren Social Media Plattformen. Produktinnovationen werden auch über die klassischen Medien – wie Fernsehen – kommuniziert.

Die wichtigsten Informationen zum Produkt – wie die Herkunft, die Zutaten, die Inhaltsstoffe und besondere Zertifizierungen – findet man auf der Produktverpackung.

## TRANSPARENTE KOMMUNIKATION

- ✓ Information auf unseren Webseiten
- ✓ Informationen zu unseren Produkten
- ✓ Social Media
- ✓ Klassische Werbung, Rezepte „Schärdinger Kochbuch“
- ✓ Veranstaltungen

## ZUFRIEDENE KUNDINNEN UND KUNDEN

- ✓ Beschwerdemanagement/Kundenzufriedenheit
- ✓ Kundenservice
- ✓ Umgang mit Reklamationen

## BESCHWERDEMANAGEMENT

Unsere Marketing-Verkaufsabteilung betreibt in regelmäßigen Abständen Kundenzufriedenheitsbefragungen.

Über die Konsumentenhotline werden Reklamationen gemeldet. Hauptsächlich gibt es Fragen zu den Inhaltsstoffen bzw. zur Herstellung oder der Verpackung einzelner Produkte.

Die Reklamation wird vom Qualitätsmanagement im jeweiligen Werk systematisch bearbeitet. Entsprechende Lösungsansätze werden in Abstimmung mit der Werksleitung getroffen.

Eine monatliche Reklamationsstatistik dient als Grundlage um geeignete Korrekturmaßnahmen vom Werksleiter und vom Werks-Qualitätsmanagement einzuleiten um eine nachhaltige Verbesserung zu erzielen.

### UNSER ZIEL

Die Reklamationsmenge jährlich um 5 % senken.



## Social Media-Zahlen 2017

### Entwicklung Fan/Likes Zahlen 2017

FB Seite	Likes 01.01.17	Likes 31.12.17	Zuwachs
Schärdinger	88.905	99.415	10.510
Meine Linie	70.033	74.437	4.404
Tirol Milch	41.885	47.554	5.669
Jogurella	20.332	23.463	3.131
Stainzer	11.710	15.850	4.140
<b>Gesamt</b>	<b>232.865</b>	<b>260.719</b>	<b>27.854</b>



3,8 MIO. PERSONEN  
AUS ÖSTERREICH

Reichweite > 54 % ab 14 Jahren  
69 % Reichweite bis 35 Jahr

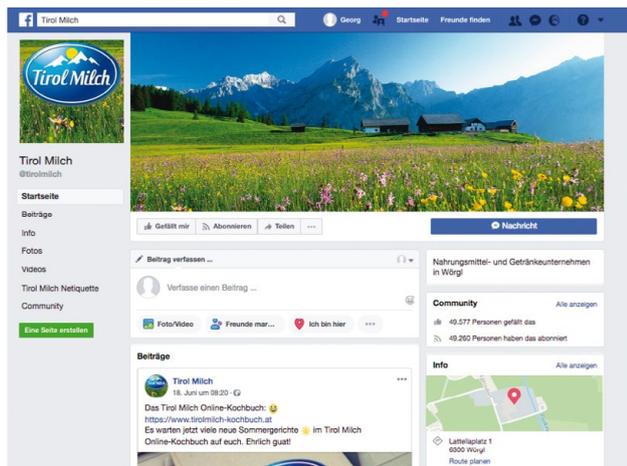
Personen täglich mehr als 120 min auf der Plattform

### MEHR ALS

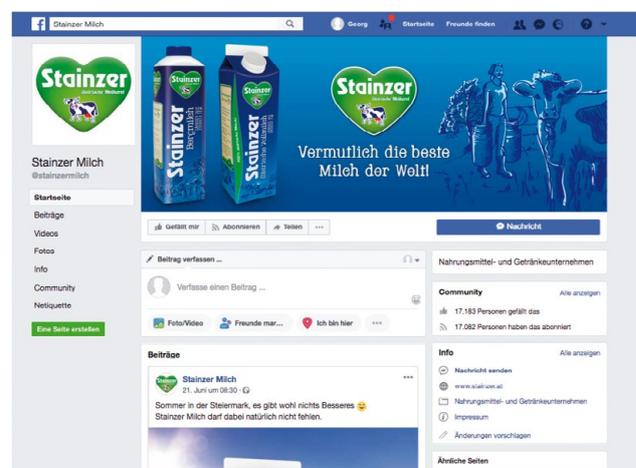
# 260.000

## FACEBOOK FREUNDE FÜR SCHÄRDINGER, MEINE LINIE, JOGURELLA, TIROL MILCH & STAINZER

- ✓ Nr. 1 im MOPRO Bereich auf Facebook in Österreich
- ✓ 40 % aller Fans in Österreich im Bereich FMCG







# IMPRESSUM

## Herausgeber

**Berglandmilch eGen**  
Schärdinger Platz 1  
A-3361 Aschbach-Markt  
  
+43 (0) 7476 77311-0  
office@berglandmilch.at  
www.berglandmilch.at

## Für den Inhalt verantwortlich

Mag. Georg Lehner

## Design und Layout

**Werbebüro Schlögl GmbH**

## Texte

**smoart Marketing Communication**  
Simone Wörgötter

## Druck

Druckerei Aschenbrenner

## Bilder

Berglandmilch, Werbebüro Schlögl, Fotolia;

Die Inhalte dieses Berichts wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Es wird jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der bereitgestellten Inhalte übernommen. Satz- und Druckfehler vorbehalten.

Zur besseren Lesbarkeit wurde bei Personen nicht durchgängig die männliche und weibliche Form angeführt. Gemeint sind selbstverständlich immer alle Geschlechter.

**Berglandmilch**  
eGen