



Foto: Hotel Luise

Casestudie

Creatief hotel Luise

Bedrijf & land

Creativhotel Luise, Erlangen,
Duitsland

Starten/MKB, Werknemers

MKB met 35 werknemers

Categorie industrie

Klimaatpositief hotel in Erlangen

Adres website

<https://www.hotel-luise.de/>

[MVO-strategie](#)



[CLICK
TO VIEW](#)

Hotel Luise is een milieubewust zaken- en stadshotel dat zich inzet voor meer duurzaamheid in de hotelbranche en het goede voorbeeld geeft als eerste klimaatvriendelijke hotel in Duitsland. Voor de inrichting van de kamers gebruikt het hotel grondstoffen die 100% biologisch afbreekbaar of recyclebaar zijn. Klimaat- en milieubescherming zijn al meer dan 30 jaar een integraal onderdeel van het bedrijfsconcept - met voortdurende optimalisatie en veel creativiteit!

Voordelen van MVO

- Regelmatig milieuprijzen sinds 1991
- Ca. 50% minder CO₂ uitstoot dan een vergelijkbaar 3-sterrenhotel
- Positieve klimaatbalans
- Marketing- en concurrentievoordelen op korte en lange termijn als klimaatpositief hotel
- Verhoogde tevredenheid

van werknemers  en langdurige loyaliteit van



Foto: Hotel Luise



"Mensen moeten meer doen voor deze planeet. Het begint met fietsen en eindigt niet bij een bezoek aan het hotel."

- Ben Förtsch, CEO van Creativhotel Luise.



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

Voor het Creativhotel Luise is klimaatbescherming een topprioriteit. Daarom zijn de kamers ontworpen met milieuvriendelijke en biologisch afbreekbare grondstoffen: In de [hernieuwbare hotelkamers](#) werd metaal bijvoorbeeld zoveel mogelijk vermeden; in plaats daarvan gebruikt het hotel hernieuwbare grondstoffen zoals hout en natuurlijke vezels of gerecyclede materialen zoals visnetten.

Het bedrijf gebruikt groene stroom. Bovendien kunnen gasten met elektrische auto's tanken bij [het oplaadstation van](#) het [hotel](#) of gebruik maken van de autodeeldienst voor de deur.

Vergeleken met andere 3-sterrenhotels stoten de klimaatmaatregelen meer dan 50% minder CO₂ uit. Het hotel compenseert de rest met behulp van een herbebossingsproject in Panama (waar al meer dan 15.000 bomen zijn geplant). Door 20 procent toe te voegen aan de berekening van de CO₂ uitstoot, heeft het Creativhotel Luise een klimaatpositieve balans - [gasten binden dus meer CO₂ met een overnachting dan ze veroorzaken](#).

Het [bedrijf ondersteunt](#) het [Diversiteitscharter](#), een initiatief van de Duitse overheid dat diversiteit en openheid op de werkplek bevordert. Het hotel hecht belang aan beloning in overeenstemming met cao's en heeft vast personeel in dienst dat is opgeleid in duurzaamheidskwesties. Daarnaast biedt het Creativhotel ook regelmatige training en bijscholing en gezinsvriendelijke deeltijdmodellen.





Florida Eis is de eerste CO2-neutrale ijsfabrikant in Duitsland. Het bedrijf kan terugkijken op een indrukwekkende geschiedenis - hier wordt al ijs geproduceerd sinds 1927, volledig CO2-neutraal sinds 2013. Verse ingrediënten en de afwezigheid van kunstmatige smaakstoffen zijn vanzelfsprekend in de ambachtelijke productie.

<https://www.floridaeis.de/>

<https://www.floridaeis.de/ueber-uns/klimaschutz>

<https://www.floridaeis.de/ueber-uns/engagement>

<https://www.floridaeis.de/ueber-uns/umgang-mit-kunststoff>

Voordelen van MVO

- CO2-neutrale productie: enorme kostenbesparingen door energiebesparing met behulp van innovatieve technologieën (bijv. eutectische koeling (opslagkoeling), elektrisch aangedreven auto- en transportvloot, eigen fotovoltaïsche en thermische zonne-energiesystemen, kunstmatige permafrost van gerecycled glas in de koelhal, enz.)
- Marketingvoordelen op korte en lange termijn dankzij uniek verkoopvoorstel: Duitslands enige CO2-neutrale ijsproducent - combineert klimaatbescherming, handwerk en kwaliteit



Omzet vervijfvoudigd
sinds omschakeling naar CO2-neutrale productie





Afbeeldingsbron:
Florida
Eismanufaktur GmbH



We hebben ook visies en willen van de eerste CO2-neutrale productie de eerste CO2-vrije ijsproductie ter wereld maken.



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

Hoe krijg je het voor elkaar om de productie van ijs, dat door het koelproces bijzonder energie-intensief is, [CO2-neutraal te maken](#)? Ondernemer en pionier Olaf Höhn, oprichter van Florida Eis, laat zien hoe het moet: door de productiefaciliteit om te bouwen en over te schakelen op nieuwe koel- en verpakkingsprocessen is het ijs sinds 2013 CO2-neutraal. Innovatieve energie-efficiënte technologieën lopen door alle gebieden van het bedrijf - van de eigen energieopwekking met fotovoltaïsche en thermische zonne-energie, tot innovatieve permafrostvloer gemaakt van geïsoleerd gerecycled glas, tot milieuvriendelijke koeltechnologieën voor de elektrisch aangedreven transportvoertuigen. Milieubewustzijn en klimaatbescherming, gecombineerd met de hoogste productkwaliteit, zijn vanzelfsprekend voor het al lang gevestigde Berlijnse bedrijf.

De inspanningen van het bedrijf op het gebied van klimaatbescherming maakten het tot een [voorbeeldbedrijf voor de Duitse overheid](#). Zo bezochten duizenden geïnteresseerden van over de hele wereld de innovatieve productiefaciliteit om de milieuvriendelijke technologieën te bekijken. In 2015 ontving de ijsfabriek een [onderscheiding van het Federale Ministerie voor Milieu voor zijn inzet voor klimaatbescherming](#). Het bedrijf laat zien dat klimaatbescherming niet alleen een ethische verplichting is, maar ook een economisch voordeel, zei de toenmalige minister bij de uitleg van de prijs.

Florida Eis heeft [zijn verkoop sinds 2013 kunnen verviervoudigen](#). Olaf Höhn meldt ook een sterke stijging van de vraag tijdens de Corona-crisis. De pandemie heeft het bewustzijn van consumenten veranderd, ze hechten meer waarde aan duurzaamheid en zijn bereid meer geld uit te geven voor goede kwaliteit.

De duurzaamheidsinspanningen zijn niet alleen gericht op moderne technologieën, maar ook op [betrokkenheid](#) bij de maatschappij



(liefdadigheidsprojecten variërend van kinderfestivals tot hospices), dieren (bijv. sponsoring van bijen) en planten (aanplant van bomen).



De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie houdt geen goedkeuring in van de inhoud, die uitsluitend de mening van de auteurs weergeeft, en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor elk gebruik dat kan worden gemaakt van de informatie in 2020-1-DE02-KA202-007503.



Foto: Thierry Caron

Casestudie

Märkisches Landbrot

Bedrijf & land

Märkisches Landbrot, Berlijn, Duitsland

Starten/MKB, Werknemers

MKB met 60 werknemers (ongeveer 330 verkooppunten)

Categorie industrie

Bezorging bakkerij in Demeter kwaliteit

Adres website

<https://www.landbrot.de/>

MVO-strategie

- [MVO-strategie](#)
- [Ecologie](#)
- [Economie](#)
- [Sociaal](#)



[CLICK TO VIEW](#)

Märkisches Landbrot is een traditionele broodbakkerij die al sinds 1930 brood bakt in Berlijn-Neukölln. Begin jaren 80 nam de econoom en gepassioneerde bakker Joachim Weckmann het bedrijf over en vanaf dat moment produceerden ze biologisch en sinds 1992 in Demeter-kwaliteit. Onder leiding van Christoph Deinert werden het bedrijfsgebouw, alle productieprocessen en machines stap voor stap geoptimaliseerd in de richting van duurzaamheid. Märkisches Landbrot staat voor gezonde, gezonde voeding, voor een hoge product- en productiekwaliteit en voor een bedrijf dat de natuur en de mens centraal stelt.

Voordelen van MVO

- Hogere tevredenheid van werknemers en hogere productiviteit
- Vermindering van CO2-uitstoot en energiebesparingen van meer dan 60
- Positieve impact op lokaal en regionaal niveau; grote sociale meerwaarde ook op nationaal en internationaal niveau
- Marketingvoordelen op korte en lange termijn (grotere merkbekendheid) en groter consumentenvertrouwen
- Talrijke onderscheidingen met betrekking tot MVO en  milieuactiviteiten 1



"Er is altijd een begin ten goede."

- Leidend beginsel Märkisches Landbrot -

Bron: Märkisches
Landbrot



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

Märkisches Landbrot streeft ernaar de arbeidsomstandigheden voortdurend te verbeteren. Dit komt onder andere tot uiting in de werktijden, de beloning, de mogelijkheden voor medezeggenschap en het gezondheidsmanagement van het bedrijf.

Naast een fulltime dienstverband (38 uur, 5-daagse werkweek) zijn er parttime mogelijkheden om werknemers te helpen hun leven te combineren met hun baan. Bovendien compenseert het bedrijf extra pauzes en hebben werknemers die meer dan twee jaar bij het bedrijf werken recht op 30 vakantiedagen. De beloning is [bovengemiddeld](#) en werknemers ontvangen ook een 13e maandsalaris en [prestatiegerelateerde bonussen](#). Naast het gratis aanbod van gezonde maaltijden (inclusief fruit, brood, soepen en koffie van biologische kwaliteit), kunnen werknemers ook gebruikmaken van een fitnessruimte op het bedrijfsterrein. Vlakke hiërarchieën en [een divers personeelsbestand](#) worden benadrukt. Het bedrijf zorgt ervoor [dat](#) alle werknemers inspraak hebben via een ondernemingsraad, regelmatige [personeelsenquêtes en discussierondes](#).

Het bedrijf richt zich op consistente [sociale en ecologische bedrijfsdoelen](#). Naast het bevorderen van regionaal landbeheer, stimuleert de bakkerij [biodiversiteit en biologische landbouw](#). Het bedrijf richt zich op langlopende leveringscontracten, regionaliteit, hoge en ecologische kwaliteitsnormen in de hele waardeketen en transparante prijs- en productinformatie.

[Door grondstoffen uit de regio](#) te gebruiken, houdt het bedrijf de transportafstanden kort. Hernieuwbare energie en ontlastende technologie zorgen voor [minder](#) afval en uitstoot. Het bedrijf gebruikt bijvoorbeeld regenwater voor toiletspoeling, een fotonvoltaïsch systeem, groene stroom en CO₂-gecompenseerd aardgas voor de energievoorziening in de productie (bakkerij en eigen fabriek). Bovendien houdt het bedrijf de energiebehoefte laag met behulp van [warmteterugwinningssystemen](#). Het bedrijf compenseert CO₂-restanten van externe leveringslogistiek door herbebossingsprojecten, wat betekent dat Märkisches Landbrot [CO₂-neutraal produceert en levert](#).

Buiten de kernactiviteiten zet het bedrijf zich in voor duurzame en sociale projecten op lokaal, regionaal, nationaal en internationaal niveau. Het gebruikt minstens 10 procent van de netto-omzet voor [stadslandbouw](#), plaatselijke gaarkeukens, [herbebossing en schoolprojecten](#) en [wereldwijde](#) projecten in economisch achtergestelde landen.

Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG is een biologische drankenproducent met een eigen biologische brouwerij en biologische mouterij uit Neumarkt. 100% biologisch - 0% compromis: Onder dit motto streeft de biologische pionier al in zijn 7e generatie ambitieuze duurzaamheidsdoelen na.

Voordelen van MVO

- Marktleider in de biologische biersector en tweede grootste producent van biologische limonades in Duitsland
- Kostenbesparing door
 - Efficiënt gebruik van hulpbronnen, waterbeheer en het vermijden van afval en puin
 - Vermindering van ziekteverzuim en personeelsverloop
- Wijdverspreide erkenning (alleen al drie prijzen in 2020)
- Media-aandacht door het uitreiken van de Neumarkter Lammsbräu Prijs voor Duurzaamheid aan personen die de cultuur van duurzaamheid bevorderen door hun inzet
- Hoge klant- en stakeholdertevredenheid door

<https://www.lammsbraeu.de/>

[Überzeugung | Neumarkter Lammsbräu](#)

[Nachhaltigkeitspreis | Neumarkter](#)

[Lammsbräu](#)

[Nachhaltigkeitsbericht | Neumarkter](#)

[Lammsbräu](#)



participatie

to: Neumarkter
Lammbräu
Neumarkter
Lammbräu





Foto: Neumarkter
Lammsbräu



*"Onze visie
van een
wereld die
geschikt is
voor
kleinkinderen met 100%
biologisch."*



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

De bedrijfsmissieverklaring laat uitgebreid zien welke waarden de acties van het bedrijf sturen. Neumarkter Lammsbräu levert talrijke inspanningen op het gebied van MVO. Om deze te systematiseren en de belangrijkste punten te definiëren, is er gedurende drie jaar een materialiteitsanalyse uitgevoerd. 15 essentiële onderwerpen werden geïdentificeerd door middel van herhaalde enquêtes en overleg met de betrokkenen in het proces en de eindgebruikers.

In lijn met 5 van de 17 Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties definieert het bedrijf essentiële [kernpunten](#) voor strategische actie. Enkele daarvan worden hieronder als voorbeeld genoemd:

- Behoud en beschikbaarheid van water: door behoud van hulpbronnen en slim waterbeheer
- Energie en brandstof besparen door regionale grondstoffen te gebruiken
- Het elektriciteitsverbruik van de brouwerij is afkomstig van 100% hernieuwbare bronnen
- Behoud van biodiversiteit & bodemvruchtbaarheid: bevordering van biodiversiteit op het bedrijfsterrein (aanplant van inheemse soorten, nesthulpmiddelen op het terrein)
- Tevredenheid van werknemers door participatie en communicatie: regelmatige enquêtes en het vinden van strategische oplossingen voor "hot spot"-problemen in verband met ontevredenheid; personeelsblad "Lamms-Welt"; workshops voor efficiënte organisatie van vergaderingen voor managers; actiedagen zoals "Kameleondag", waar werknemers inzicht kunnen krijgen in andere afdelingen van het bedrijf.
- Omschakeling van het wagenpark naar vrachtwagens die voor 100% op aardgas rijden en uitbreiding van elektromobiliteit
- Het vergroten van de transparantie van het product door het in kaart brengen en

analyseren van het landenrisico langs de toeleveringsnetwerken van geselecteerde biologische limonadegrondstoffen.

- CO₂-vermijding en -reductie in het hele bedrijf in overeenstemming met een bijna-nul-strategie; ondersteuning van compensatieprojecten voor onvermijdelijke restemissies (bijv. Schoon drinkwaterproject in Cambodja, regionale herbebossingsprojecten in Beieren)

De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie houdt geen goedkeuring in van de inhoud, die uitsluitend de mening van de auteurs weergeeft, en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor elk gebruik dat kan worden gemaakt van de informatie in 2020-1-DE02-KA202-007503.



Foto: Scheplast

Casestudie

Scheplast

Bedrijf & land

Scheplast GmbH, Schwendi,
Duitsland

Starten/MKB, Werknemers

MKB met 50 werknemers

Categorie industrie

Kunststofindustrie

Adres website

<https://scheplast.de/>

MVO-strategie

<https://scheplast.de/nachhaltigkeit/>

<https://scheplast.de/produkte/>

<https://scheplast.de/news/>



Scheplast is een visionair op het gebied van gerecyclede en biogebaseerde kunststoffen. Het familiebedrijf met 40 jaar bedrijfshistorie wordt al geleid door de tweede generatie.

Voordelen van MVO

- Toegenomen aandacht door verschillende prijzen en aandacht in lokale en sociale media (RegioTV, Umweltpreis Baden-Württemberg 2018)
- Versterking van de reputatie in de regio door campagnes zoals gezamenlijke afvalinzameling met kindergarten kids
- Langdurige loyaliteit van werknemers door personeelsgericht beleid (groot belang van bedrijfswaarden, medezeggenschap van werknemers en prestatiegerelateerde beloning)
- Kostenbesparingen door efficiënt gebruik van energie en hulpbronnen
- Tekort aan geschoolde



**Onze visie is:
Hou van je planeet
en bescherm de
volgende
generatie**



Beschrijving en implementatie van belangrijke MVO-initiatieven

Innovatief en milieubewust handelen tegelijk: de focus van de bedrijfsactiviteiten van Scheplast is de productie van kunststoffen die gemaakt zijn van tot 100% hernieuwbare, natuurlijke grondstoffen. Deze worden onder andere verkregen uit plantaardige oliën en suikerriet. Het doel van de kunststoffabrikant is om een volledig [gesloten kringloop](#) op te zetten [van landbouw](#); raffinaderij, kunststofverwerking en biogasinstallaties. Daarnaast moet de belasting van het milieu met microplastic worden verminderd door biologisch afbreekbare materialen te gebruiken. De productie van herbruikbare verpakkingen van gerecycled plastic is ook gebaseerd op het principe van het behoud van hulpbronnen.

Er wordt niet alleen bespaard op grondstoffen, maar ook het gebruik van energie tijdens de productie wordt zo efficiënt mogelijk gemaakt. Dit wordt onder andere bereikt door het gebruik van energiebesparende machines die tot 50% minder elektriciteit nodig hebben. Door gebruik te maken van restwarmte en een [fotovoltaïsch systeem](#) op de daken van de bedrijfsgebouwen is het energiebeheer ook gericht op duurzaamheid.

De planning van individuele klantvereisten kan volledig worden gedekt door digitale oplossingen, waardoor allerlei kosten worden bespaard.

["Onze werknemers zijn ons meest waardevolle bezit!"](#) - zoals op de website van het bedrijf staat. Ze profiteren van een uitgebreid recht op inspraak, dat wordt gerealiseerd via zogenaamde "strategiedagen" en een verbeter- en suggestiesysteem. Gratis fruit, de mogelijkheid om een (e-)fiets te lenen of het betalen van een ziektekostenpremie zijn andere aantrekkelijke voordelen voor werknemers. Het bedrijfsterrein is ook in harmonie met de natuur: naast eenden en kippen is er ook een bijenkolonie waarvan de honing dient als speciaal bezoekersgeschenk voor gasten.

Lokaal is het bedrijf betrokken bij gezamenlijke [afvalinzamelingscampagnes](#) met kindertuinen om zelfs de allerkleinsten bewust te maken van het thema milieubescherming en, heel toevallig, om het thuisland een beetje mooier te maken.

