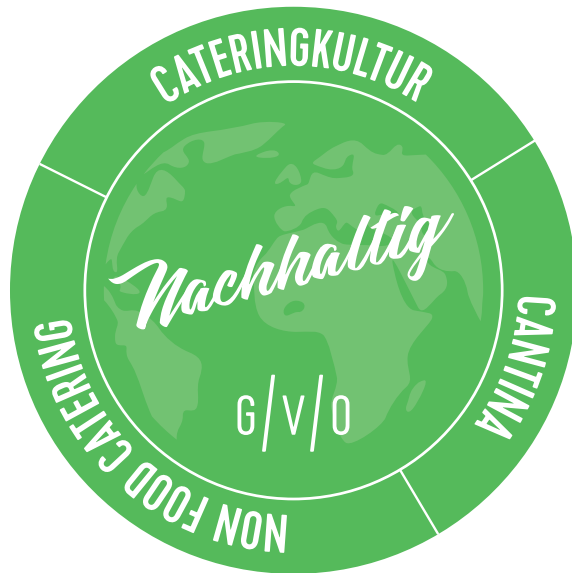




Nachhaltig

STATUSBERICHT
NACHHALTIGKEIT 2018
DER GVO CATERINGKULTUR GMBH

ÜBER DIESEN BERICHT

G4-03

G4-05

G4-06

G4-07

G4-22

G4-28

G4-29

G4-30

Mit dem vorliegenden Statusbericht Nachhaltigkeit beschreibt die GVO Cateringkultur GmbH (GVO), mit Sitz in Heidelberg, ökonomische, ökologische und soziale Aspekte im Unternehmen sowie ihre Auswirkungen für das Geschäftsjahr 2018 (1. Januar bis 31. Dezember).

Dieser erste Bericht legt den Grundstein für eine kontinuierliche jährliche Berichterstattung. Dieser Bericht wurde in Orientierung an den Leitlinien der GRI-Standards erstellt.

In der Datenerfassung wurden folgende Organisationseinheiten einbezogen:

- Cantina im Olympiastützpunkt
- Cantina in der Kaiserstraße
- Organisation, Planung, Verwaltung, Lager in der Seestraße
- Location Altes Hallenbad mit Frauenbad, Dachlounge und Büro

G4-23

Es werden alle Mitarbeiter der GVO (Stand: 31. Dezember 2018) erfasst.



INHALT

Vorwort des Geschäftsführers	4
Grußwort Prof. Hanns Michael Hölz	5
Die GVO stellt sich vor.	8
Geschäftsmodell	9
Kunden nach Segmenten	10
Märkte nach Regionen	11
Kennzahlen	12
Nachhaltigkeit bei der GVO Cateringkultur.	14
Gemeinsames Nachhaltigkeitsverständnis	14
Unser Nachhaltigkeitsverständnis	15
Anforderungen	15
Qualität, Umwelt, Engerie und Arbeitssicherheit	16
Wie ist die Nachhaltigkeit im Unternehmen organisiert?	17
Die wesentlichen Handlungsfelder bei der GVO	20
Verantwortung und Werte	20
Produktentstehung, -qualität und -sicherheit	26
Guter Arbeitgeber	29
Energie, Umwelt und Klimaschutz	33
Schlusswort	38
GRI-Index	39
Impressum	43



VORWORT DES GESCHÄFTSFÜHRERS

G4-01 Sehr geehrte Damen und Herren,

mit nunmehr über 25 Jahren Erfahrung im Full Service Catering und Verantwortung für mehr als 50 Mitarbeiter in der Metropolregion Rhein-Neckar wissen wir bei der GVO Cateringkultur GmbH, dass Nachhaltigkeit alle Bereiche eines Unternehmens betrifft.

Wir setzen auf umfassendes Unternehmertum, treffen unsere Entscheidungen mit Weitsicht, schaffen gute und sichere Arbeitsplätze und leisten so unseren Beitrag zur Entwicklung der Gesellschaft sowie der Wirtschaft in Deutschland, Europa und der Welt.

Als überregional aktives Unternehmen verfolgen wir langfristige Ziele und sind auf profitables Wachstum ausgerichtet. Wir denken stets an die nächsten Generationen. Heidelberg als unsere Heimatstadt steht für die Prinzipien des ehrbaren Kaufmanns, der ökologischen Sensibilität und einer unbändigen Lust auf kreatives Wachstum, welche immer unser Kompass waren und sein werden.

Nachhaltigkeit ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmensgeschichte – schon seit der Gründung der GVO. Deutlich wird dies zum Beispiel beim Thema Einkauf, Müllhandhabung und Beratung der Kunden. Oder bei unserem Selbstverständnis als Arbeitgeber: Seit 2015 haben wir über 20 Arbeitsplätze neu geschaffen. Verlässlichkeit, Vertrauen und Verantwortung sind gelebte Prinzipien der GVO.

Wir freuen uns, Ihnen mit diesem Nachhaltigkeitsbericht zeigen zu können, wie tief und breit gefächert dieses Thema in unserem Unternehmen und unseren Entscheidungen verankert ist.

Mit freundlichen Grüßen



Thomas Bösing

Geschäftsführer



GRUSSWORT PROF. HANNS MICHAEL HÖLZ

Wenn Nachhaltigkeit im ursprünglichen Sinn eines Paradigmas strukturiert wird, dann bedeutet dies einen fairen Ausgleich zwischen Ökonomie, Ökologie und sozialen Fragen. Und wenn eine Branche dazu prädestiniert ist, sich in einem solchen Modell eines selbst gewählten kontinuierlichen Verbesserungsprozesses einzubringen, dann ist es ein Betrieb aus der Branche der Gastronomie, der anspruchsvollen Versorgung mit notwendigem F & B, in angenehmer und anregender Atmosphäre und mit Menschen, die Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung nicht vor sich hertragen, sondern leben.

Dies alles hat sich die GVO Cateringkultur seit langem als einen wesentlichen Bestandteil ihres Business Case, ihres Unternehmens-Modells und ihrer Identität bestimmt und stellt sich aktiv der Diskussion mit ihren Stakeholdern. Diese Anspruchsgruppen sind zuvorderst die Kunden und Lieferanten aus ihren jeweiligen Umfeldern, Größenklassen und Anforderungen an die GVO Produkte und Angebote. Dies sind aber auch alle Mitarbeiter*innen, die diese Nachhaltigkeitsphilosophie leben und auch in ihrem internen und externen Umgang tagtäglich aus eigenem Antrieb, mit eigener Motivation und Engagement sich selbst kontinuierlich verbessern wollen. Dazu gehört auch eine Eigentümer- und Kapitalgeber-, Führungskultur, die sich diesem Aufgaben-Portfolio stellt und auch zu Entscheidungen bereit ist, die nicht sofort den Nutzen garantieren, den Andere ohne diese Verpflichtung in Umsetzung ihrer Firmenkultur differenziert bewerten. Es braucht eben Mut, Entscheidungskompetenz und Durchhaltevermögen, dies mit Freude und Erfolg zu platzieren. Und dann noch die Öffentlichkeit, also öffentliche Stellen bei (Genehmigungs- / Kontroll-)Behörden, bei den Medien, mit kritischen Nicht Regierungs-Organisationen und Interessengruppen sich als GVO Cateringkultur mit allen auszutauschen und für die eigene Überzeugung zu werben.

Nur im Konzert regionaler Verantwortung, im Bereich des Fußabdrucks bei Klima und Ressourcen, beim Messen und Managen von neuen Zielen, neuen Märkten und in gutem Austausch mit Kunden und Lieferanten wird ein Modell gelingen, das den genannten Anforderungen gerecht wird.

Ich wünsche allen GVO Funktionsträgern im Sinne von „Freiheit und Verantwortung“ die Power, sich weiterhin engagiert und erfolgreich zu positionieren und allen Leser*innen dieses Dokuments einen Zugewinn an Erkenntnissen – auch für das jeweils individuelle Umfeld.

Gez. Prof. Hanns Michael Hölz

Vizepräsident OSP-MRN,
Präsident von Snowboard Germany



über **760**
Veranstaltungen

Ökobilanz
9% Reduzierung

Durchschnittliche
Betriebszugehörigkeit
7 Jahre
bei 58er Team





über **189**
Rezepte kreiert

Teambuilding
5x p.a.

soziale Einrichtungen
unterstützt **7**

1 DIE GVO STELLT SICH VOR

Seit 1992 kreiert die GVO Cateringkultur GmbH (früher GVO Friends for Events) hochwertiges Eventcatering für 50 - 5.000 Gäste auf den Bühnen der Metropolregion und auch darüber hinaus. Entstanden aus der Dienstleistungsgruppe Gesellschaft für Veranstaltung und Organisation (kurz GVO) mit den weiteren Bereichen Personal, Dekoration und Security, greift das Team um Gesellschafter und Geschäftsführer Thomas Bösingher auf nunmehr über 25 Jahre Erfahrung in der Cateringbranche zurück.

Dabei erstreckt sich das Kunden-Portfolio über das Who's Who der regionalen und nationalen Wirtschaft. Im Fokus der kulinarischen Dienstleistung steht, ein für die Metropolregion einzigartiges, Full-Service-Paket aus Event-Catering, Event-Logistik und Gastro-Equipment. Dazu kommen besondere Locations, wie beispielsweise die Cantina im Olympia-Stützpunkt Rhein-Neckar, hier werden u.a. Spitzenathleten des Team Tokio MRN täglich mit ausgewählten, frischen Speisen verköstigt.

Seit 2017 ist die GVO Cateringkultur exklusiver Caterer der Eventlocation eventfabrik a2 in Weinheim. Im selben Jahr ist es der GVO Cateringkultur gelungen eine der hochwertigsten Locations der Region zu akquirieren – das Alte Hallenbad Heidelberg. Hier werden nicht nur Veranstaltungen durchgeführt, sondern auch regelmäßige Küchenpartys und Kochkurse, über den Dächern Heidelbergs, in der „Dachlounge“ angeboten.

Für den geschmacklichen Hochgenuss und visuelle Inszenierungen, aus den modern ausgestatteten stationären und mobilen Produktionsküchen, sorgen die beiden hochmotivierten Küchenchefs Thomas Kaiser und Johannes Ax.

Unerheblich ob es sich um eine kleine Geburtstagsfeier, eine Küchenparty als Teamincentive oder eine internationale Roadshow handelt, die individuelle Lösung für den Kunden steht im Mittelpunkt. So können die Kundenwünsche für Business und Privat zur höchsten Zufriedenheit erfüllt werden.

Auch Starkoch Sören Anders setzt seit Beginn, im Jahr 2012, in seiner Dinnershow Crazy Palace in Karlsruhe auf das konstant hohe Niveau der GVO Cateringkultur als Partner für die Gastronomie.

Als bekennendes Unternehmen der Metropolregion Rhein-Neckar engagiert sich die GVO Cateringkultur aktiv als Partner von Kultur und Sport und unterstützt seit mehreren Jahren das Festival Enjoy Jazz, den Heidelberger Frühling und das sportliche Aushängeschild der Stadt Heidelberg, die Basketballer MLP Academics Heidelberg (2.Basketball Bundesliga).

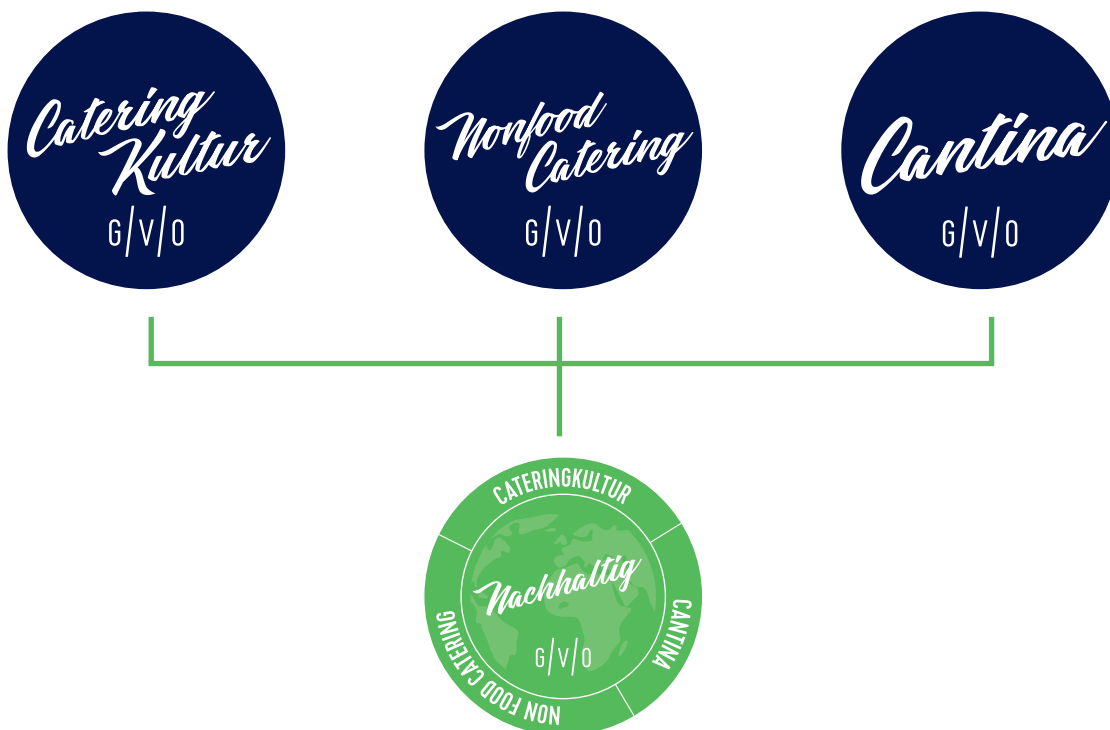


1.1 GESCHÄFTSMODELL

Die GVO Cateringkultur bietet folgende Leistungen an:

G4-04

- Catering für Firmen- und Privatkunden
- Eventcatering (ein Auftraggeber)
- Public-Catering (Verkaufscatering)
- Business-Catering (Tagungsverpflegung)
- Equipmentverleih
- Location-Vermietung
- Kantinenverpflegung (teilw. mit ernährungswissenschaftlicher Unterstützung)

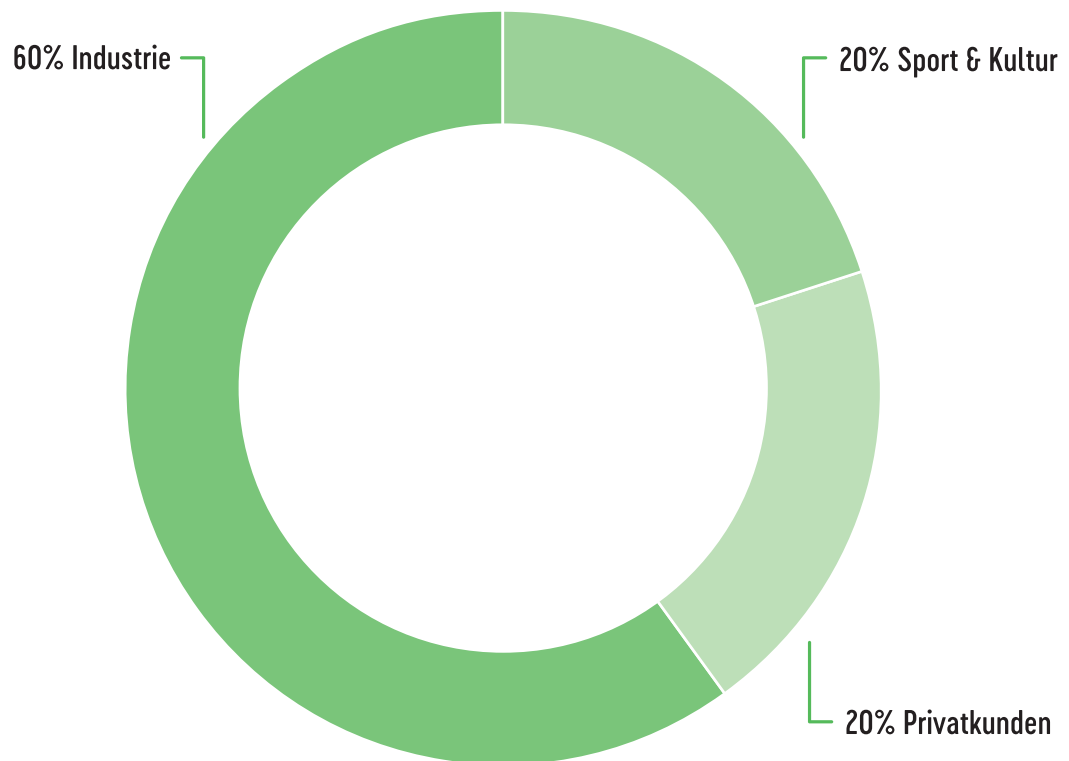


G/v/o

1.2 KUNDEN NACH SEGMENTEN

G4-08

Dank unserer Vielfalt, die von der Planung, Organisation, Küchenniveau, Technik, Software, Zulieferer und Kooperationspartner bis zum Service reicht, können wir die unterschiedlichsten Branchen und Anforderungen bedienen. Auch individuellen Kundenwünschen kommen wir mit Lösungen aus unseren beiden Produktionsküchen nach.

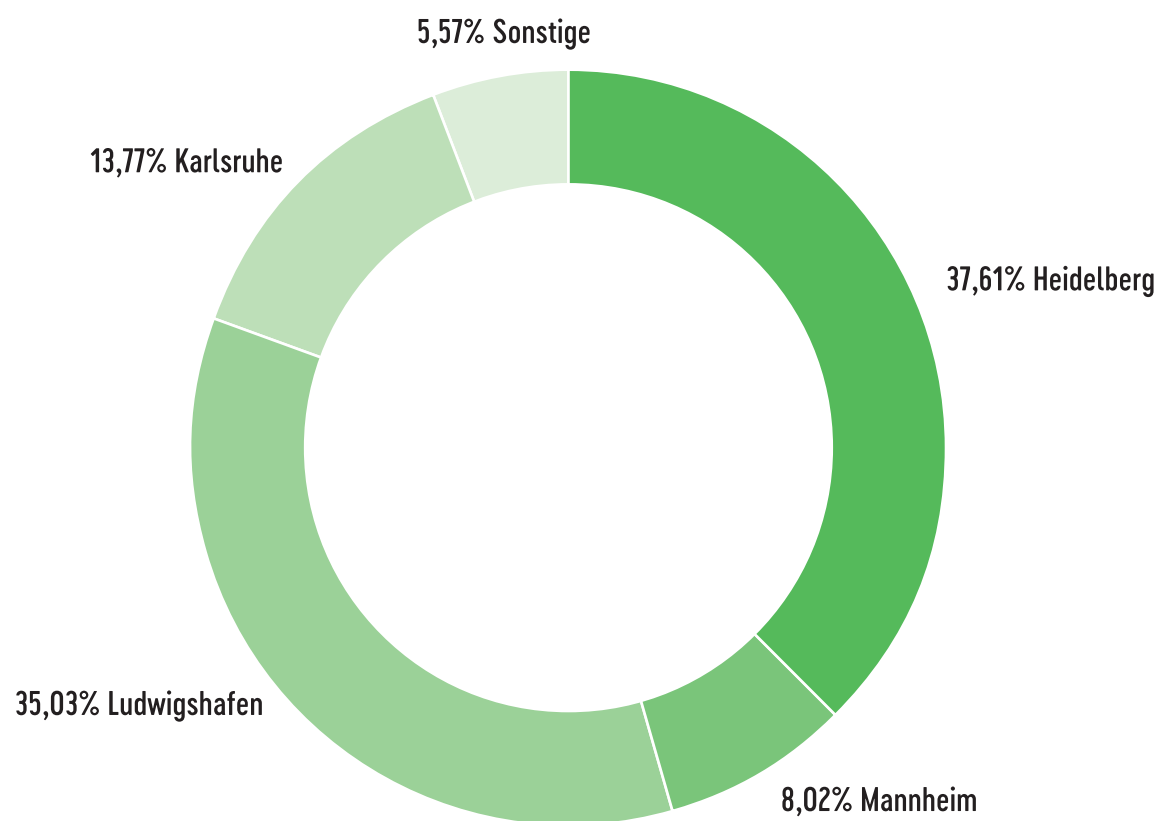


1.3 MÄRKTE NACH REGIONEN

Unser Heimatmarkt Metropolregion Rhein-Neckar wird zunehmend verdichtet. Durch unsere Kooperation mit dem Crazy Palace rückt auch die Technologieregion Karlsruhe in den Fokus. Dies führt zu einer stetigen Zunahme der Umsätze außerhalb des Sitzes Heidelberg.

G4-08

Umsatzerlöse prozentual nach Regionen:



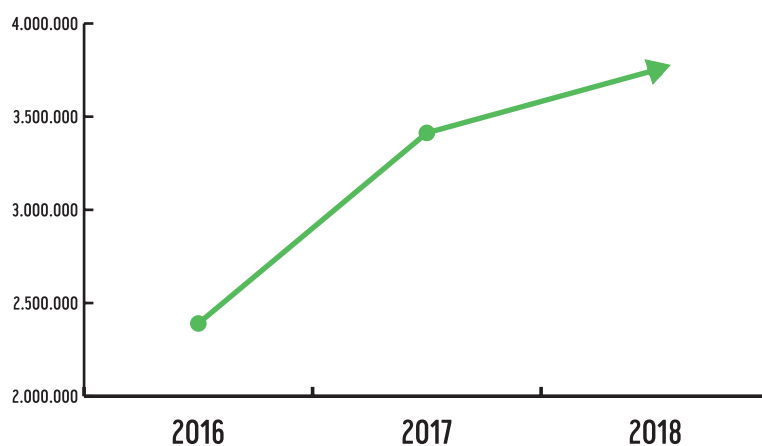
1.4 KENNZAHLEN AUF EINEN BLICK

G4-09

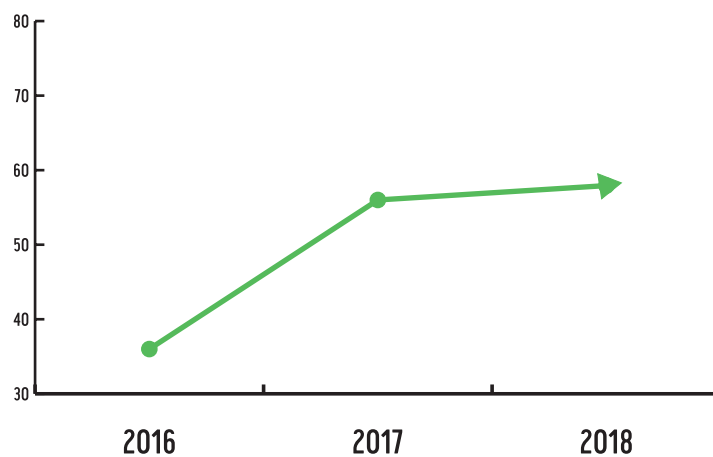
In der nachfolgenden Tabelle ist die Entwicklung wesentlicher finanzieller Kennzahlen für die GVO Cateringkultur GmbH im Geschäftsjahr 2018 dargestellt.

Auftragseingang in €	2.965.389,82 €
Umsatzerlöse in €	3.689.804,99 €
Ergebnis nach Steuer in €	-128.992,89 €
Investitionen in €	70.501,70 €
Mitarbeiter 31.12.	58

Umsatzentwicklung



Mitarbeiterentwicklung





KOCHKURS ATHLETEN TEAM TOKIO IM RAHMEN DER UNTERZEICHNUNG
ALS NEUER SPONSOR FÜR TEAM TOKIO

2 NACHHALTIGKEIT BEI DER GVO CATERINGKULTUR

Als ein regional führendes Cateringunternehmen tragen wir Verantwortung für unsere Aktivitäten in der Region, Deutschland, Europa und der ganzen Welt – sowohl unter ökonomischen und ökologischen als auch sozialen Gesichtspunkten. Wir sind uns dieser Verantwortung bewusst und füllen den Begriff täglich mit Leben. Das Fundament hierfür bildet unser Nachhaltigkeitsverständnis, das profitables Wachstum und soziale sowie ökologische Aspekte erfolgreich zusammenbringt.

2.1 GEMEINSAMES NACHHALTIGKEITS-VERSTÄNDNIS

Seit jeher zählt verantwortungsvolles Wirtschaften zum ökonomischen Selbstverständnis bei der GVO. Indem wir darüber hinaus ökologische und gesellschaftliche Themen bei uns im Unternehmen verankern, können wir mit unserem Erfolg einen dauerhaften Wert schaffen und den Anforderungen unserer Stakeholder¹ gerecht werden. Die komplette Einbindung der Stakeholder findet im Kalenderjahr 2019 statt.

Wir wollen jeden Tag besser werden – dafür setzen wir auf das verantwortungsvolle Handeln aller Mitarbeiter.

Um unser Selbstverständnis zu verankern hat der Geschäftsführer am 15. Mai die Nachhaltigkeitspolitik 2018 unterzeichnet und der Belegschaft entsprechend kommuniziert. Die Nachhaltigkeitspolitik ist im Anhang beigefügt.

¹ Stakeholder: Sammelbegriff für Organisationen, Gruppen oder Einzelpersonen, die von wirtschaftlichen oder politischen Aktivitäten und Entscheidungen beeinflusst werden oder diese selbst beeinflussen



2.2 UNSER NACHHALTIGKEITSVERSTÄNDNIS

- baut auf Integrität und hohe Geschäftsmoral als inhabergeführtes Unternehmen.
- setzt sich für ein gemeinsames, nachhaltiges Wirtschaften mit unseren Geschäftspartnern in der Wertschöpfungskette ein.
- zeigt sich durch die Schaffung von sicheren und guten Arbeitsplätzen als positiven Beitrag zur Gesellschaft.
- sichert die Verantwortung gegenüber Mitarbeitern durch gegenseitigen Respekt und Teamgeist.
- fokussiert auf Umweltverträglichkeit und Energieeffizienz.
- setzt die ständige Reflexion unserer Nachhaltigkeitsleistung voraus.

2.3 ANFORDERUNGEN ERFÜLLEN

Ein zentraler Baustein für mehr Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen ist der Anspruch keine negativen Auswirkungen auf Mensch und Umwelt zu haben. Daher haben wir das Vorsorgeprinzip in den Firmenrichtlinien und -prozessen in den Bereichen Qualität, Umwelt und Energie, Arbeitssicherheit sowie Compliance fest etabliert.

G4-14

Wir sind bestrebt, die gesetzlichen Anforderungen zu übertreffen, und verpflichten uns, die Auswirkungen möglichst gering zu halten – beides ist für uns obligatorisch. Darüber hinaus berücksichtigen wir auch die Anforderungen unserer internen wie externen Stakeholder. Dazu gehört, Chancen und Risiken zu bewerten, die Wirksamkeit der Prozesse (Einkauf, Entwicklung, Produktion, Vertrieb, Personal etc.) zu messen, notwendige Ressourcen bereitzustellen sowie unsere Leistungen stetig zu verbessern.

2.4 QUALITÄT, UMWELT, ENERGIE UND ARBEITSSICHERHEIT

An einem Strang ziehen: In den Bereichen Qualität, Umwelt, Energie und Arbeitssicherheit ist das Mitwirken aller Mitarbeiter unerlässlich. Deshalb werden sie umfassend informiert und eingebunden. Dies gilt gleichermaßen für sämtliche Unternehmensbereiche, Tätigkeiten und Verfahren. Wer sich weiterentwickeln will, braucht Ziele. Diese leiten wir sowohl firmenübergreifend als auch standort- oder bereichsspezifisch ab. Um sie zu erreichen, legen wir passende Maßnahmen fest und überprüfen diese regelmäßig auf Wirksamkeit.

Unser Küchenchef Thomas Kaiser achtet beim Einkauf bereits auf die Herkunft der Produkte. Biologische und solche regionaler Herkunft werden – wenn verfügbar – gewählt.

Bei den Veranstaltungen wird dafür gesorgt, dass die Waren und deren Genuss in ökologisch sinnvollem Umfeld konsumiert werden, ebenso wird ausdrücklich auf eine behutsame Einsammlung und Trennung von anfallendem Müll geachtet. Die Arbeitssicherheit des Eventpersonals steht auch hier im Vordergrund, hierfür gibt es von den jeweiligen Projektleitern Checklisten, die strikt abzarbeiten sind.

Unser Leiter für Equipment & Logistik Christian Stricker zeichnet sich für den Einkauf aller Reinigungsmittel und dem korrekten Umgang damit verantwortlich. Es werden ausschließlich Produkte benutzt, die biologisch abbaubar sind. Das Thema Sicherheit am Arbeitsplatz ist von ihm im Einklang mit den gesetzlichen Bestimmungen definiert worden und wird streng im Sinne der Sicherheit der Angestellten kontrolliert. Die umwelt- und fachgerechte Entsorgung aller Abfälle wird von ihm kontrolliert und dokumentiert.



Thomas Kaiser
Geschäftsleitung Küche



Christian Stricker
Leitung Equipment & Logistik



2.5 WIE IST DIE NACHHALTIGKEIT BEI DER GVO ORGANISIERT?

G4-34



2.5 WIE IST DIE NACHHALTIGKEIT BEI DER GVO ORGANISIERT?

Um die Nachhaltigkeitsthemen in der GVO-Organisation zu lenken, haben wir 2017 das „Team Nachhaltigkeit“ ins Leben gerufen. Interdisziplinär besetzt aus den Bereichen externe Beratung, Vertrieb, Personal, Qualität, Strategie, Compliance, Unternehmenskommunikation und Einkauf spricht dieses Team Handlungsempfehlungen aus und schlägt Ziele vor. Die Organisationsstruktur ermöglicht eine erfolgreiche Verankerung von Nachhaltigkeit im Unternehmen.

Als Schnittstelle zwischen den Einheiten und dem Geschäftsführer nimmt das Kernteam unter Leitung von Lilija Hechler eine Schlüsselposition ein. Unter der Leitung der Abteilung Nachhaltigkeit werden Entscheidungen für den Geschäftsführer vorbereitet und erörtert. Verschiedenste Fachbereiche sollen ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsverständnis sicherstellen und sorgen für Input. Darüberhinaus gehende Inhalte werden von den Abteilungen beigesteuert. Sie sind es auch, die durch den Geschäftsführer freigegebene Vorschläge realisieren.

G4-18

Das „Kernteam Nachhaltigkeit“ identifiziert und bearbeitet relevante Themen für die GVO. Die Mitglieder haben bereits im Vorfeld aktiv bei einem Wesentlichkeitsworkshop mitgewirkt. Da unsere Stakeholder wichtige Themen von außen an die GVO herantragen, nahm die Abteilung Nachhaltigkeit in diesem Prozess die Sicht der Stakeholder ein. Durch die Clusterung in vier Handlungsfelder ist es uns möglich, die wesentlichen Aspekte vereinfacht darzustellen. So stehen beispielsweise hinter dem Handlungsfeld „Guter Arbeitgeber“ Inhalte wie Aus- und Weiterbildung, Mitarbeitergesundheit oder Betriebszugehörigkeit.



Lilija Hechler

Assistenz des Geschäftsführers / Marketing / CSR-Beauftragte





GESCHÄFTSFÜHRER THOMAS BÖSINGER BEIM WORKSHOP

3 DIE WESENTLICHEN HANDLUNGSFELDER BEI DER GVO

G4-19

Die GVO orientiert sich seit jeher an den Werten und Prinzipien des ehrbaren Kaufmanns: Menschlichkeit, Integrität und eine hohe Geschäftsmoral stehen im Einklang mit Profitabilität. Mit diesen Prinzipien erstreckt sich unser Verantwortungsbewusstsein über die Unternehmensgrenzen hinaus und bezieht zum Beispiel Kunden, Lieferanten und die Gesellschaft mit ein. Diese unternehmerische Maxime gilt für jeden bei der GVO. Flächendeckende Compliance-Vorgaben bilden die Grundlage für ein einheitliches Werteverständnis. Gesetzestreue und unser gesellschaftliches Engagement schaffen einen nicht finanziellen Mehrwert im regionalen wie auch globalen Rahmen.

3.1 VERANTWORTUNG UND WERTE

Die Geschäftsführung und große Teile der Belegschaft engagieren sich innerhalb und ausserhalb der Arbeitszeit für soziale Projekte. Es wird aktiv Verantwortung übernommen, ebenfalls nach innen und aus- sen gerichtet. Hierbei ist aus dem täglichen Arbeiten eine Philosophie der gegenseitigen Unterstützung und Hilfsbereitschaft entstanden, die sich auf die alltägliche Arbeit abfärbt. Die Werte definieren sich neben derer, die in der Geschäftsphilosophie verankert sind, über jede einzelne Fähigkeit der handelnden Personen. Somit bringen viele verschiedenen Charaktere Impulse ein, die zu dem besonderen Klima der GVO Cateringkultur beitragen.



3.1.1 DIE GVO ÜBERNIMMT GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

Als Unternehmen der Metropolregion Rhein-Neckar übernehmen wir gesellschaftliche Verantwortung innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens. So begleiten wir Initiativen und Projekte, die im Einklang mit unserer Unternehmensphilosophie und unseren Kernkompetenzen stehen. Wir setzen uns langfristig für Kultur, Bildung, benachteiligte Menschen und karitative Projekte ein.

„Der GVO Cateringkultur ist es wichtig Kunst und Kultur zu fördern. Deshalb sponsern wir Speisen und Getränke für die Künstler und Mitarbeiter des Heidelberger Frühlings, das sich gutes Essen und Trinken bekannter maßen immer positiv auf das Gemüt auswirken.“



Sebastian von Lemm
Project Manager

Die GVO übernimmt gesellschaftliche Verantwortung	Sponsorings & kulturelle Engagements
Dare to be Different	MLP Aademics
Benefiz Radtour Pfitzenmeier	USC Bascats
Förderverein STAR CARE Rheinland-Pfalz e.V.	ASC Neuenheim
Radio Regenbogen Spendenmarathon	Christian Trunk -Triathlet
Charity Boxevent Herzs Schlag	Mannheim Tornados
Handinhand MRN e.V.	Team Tokio
Marahaba Behindertenhilfe Tansania e.V.	Enjoy Jazz
	Heidelberger Frühling
	ADAC Heidelberg Historic Rallye
	HOFA Heidelberg
	HeidelBlock

3.1.2 MITARBEITER ZEIGEN HOHEN EINSATZ



Logistikleiter Christian Stricker organisierte und war maßgeblich an der Durchführung einer besonderen Spendenaktion beteiligt. Im Rahmen eines Basars, für nicht mehr benötigte Waren, konnten Gelder generiert werden, die einer gemeinnützigen Organisation zugeleitet wurden. Viele Mitarbeiter der GVO sorgten für einen gelungenen Ablauf des Basars und trugen zu einem sehr zufriedenstellenden Ergebnis für die Marahaba Behindertenhilfe Tansania e.V. bei.



3.1.3 GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT – AUSBLICK

Unsere Spendenaktivitäten wählen wir mit Bedacht aus. Neben der inhaltlichen Ausrichtung steht dabei vor allem ihr langfristiger Charakter im Vordergrund. Zusammen mit den Partnern bestimmen wir jährlich priorisierte Hilfsprojekte und unterstützen auch in akuten Krisensituationen. Diese Kooperationen wollen wir sowohl intern als auch extern noch tiefer verankern, um durch erhöhte Sichtbarkeit der gemeinsamen Projekte weiteres Engagement zu fördern.

3.1.4 UMGANG MIT VORGABEN UND REGELN

Das Geschäftsmodell von der GVO basiert auf verantwortungsvollem und ethisch korrektem Verhalten aller für das Unternehmen tätigen Personen. Nur so können wir von unseren Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern und Aktionären sowie allen weiteren Stakeholdern als verlässlicher Partner wahrgenommen und anerkannt werden.

3.1.5 EINHEITLICHER VERHALTENSKODEX

Die GVO stellt allen Mitarbeitern Richtlinien, verbindliche Regeln und Standards zentral zur Verfügung – unter anderem eine Richtlinie zur Regelung compliancerelevanter Sachverhalte. Sie definiert das Vorgehen bei vermeintlichen oder tatsächlichen Verstößen gegen gesetzliche Anforderungen und interne Vorgaben. Dazu gehört auch der firmenweit gültige Verhaltenskodex, der alle Mitarbeiter zur Einhaltung von Gesetzen und Normen verpflichtet. Er bildet zudem den Rahmen für das geforderte wettbewerbsrechtlich einwandfreie Verhalten aller Mitarbeiter. Schwerpunkte des Kodex sind unter anderem Antikorruption, Verhaltensregeln und Datenschutz.

G4 S0-04

3.1.6 INFORMATIONSVERANSTALTUNGEN ZU COMPLIANCE

- G4 S0-04** Um dieses Verhalten zu fördern, führt die Geschäftsführung Präsenzs Schulungen für unsere Mitarbeiter im Rahmen des regelmäßigen Teammeetings durch. Darüber hinaus werden Mitarbeiter zielgruppen-spezifisch über die Grundsätze von Compliance in verschiedenen Risikofeldern vertieft informiert und sensibilisiert.

3.1.7 PRÜFUNGEN DURCH REVISION

- G4 S0-05** Im Berichtsjahr hatten wir keinen Korruptionsfall.
- G4 S0-03** Zur Prävention von Korruption werden regelmäßig Personalgespräche durch die Geschäftsleitung geführt und das Thema sensibel besprochen.

3.1.8 KLAR DEFINIERTE MELDEWEGE – PERSÖNLICH ODER ANONYM

Großen Wert legen wir auf fest definierte, klar kommunizierte geltende Meldewege für alle Fragen rund um Compliance-Themen und mutmaßliche Verstöße. Hierfür haben wir einen speziellen Platz geschaffen. In 2018 gab es keine Meldung.



3.1.9 HOHE STANDARDS BEIM DATENSCHUTZ

Die Einhaltung der Persönlichkeitsrechte und der Schutz von Firmengeheimnissen sind für die GVO von zentraler Bedeutung. Hierzu legt eine Richtlinie das gleichbleibend hohe Schutzniveau für den Umgang mit personenbezogenen Daten unter Beachtung der gesetzlichen Anforderungen (EU-Recht) fest. Darüber hinaus werden die Verantwortlichkeiten geregelt, um diesen Anspruch sicherzustellen. Eine externe Datenschutzbeauftragte wurde engagiert. Ein funktionierendes System: 2018 hatten wir keine Beschwerden bezüglich mangelnden Datenschutzes.

G4 PR-08

Entsprechend hohe Anforderungen bei Compliance und Datenschutz stellen wir an unsere externen Lieferanten und Vertriebspartner. Von ihnen erwarten wir neben ethisch einwandfreiem Verhalten, dass sie die Grundsätze des freien und fairen Wettbewerbes verbindlich beachten. Zu diesem Zweck sind wir dazu übergegangen, diese Punkte in unsere Lieferantenrahmenverträge zu integrieren und uns die Einhaltung der jeweils einschlägigen, kartellrechtlichen und wettbewerbsrechtlichen Gesetze und Bestimmungen ausdrücklich bestätigen zu lassen.

G4 PR-07

3.1.10 ZUSAMMENARBEIT MIT UNSEREN PRODUKTIONSLIEFERANTEN

Wir möchten gemeinsam mit unseren Lieferanten den Erfolg unserer Produkte gestalten – die beste Voraussetzung dafür ist eine langfristige, partnerschaftliche Zusammenarbeit. Die sorgfältige Auswahl von Lieferanten ist eine notwendige Basis, um unsere hervorragende Produktqualität gewährleisten zu können. Bevor ein Hersteller zu einem GVO Lieferanten wird, muss er einen firmeninternen Freigabeprozess durchlaufen. Dieser beinhaltet, welche Anforderungen die GVO an eine Zusammenarbeit stellt. Themen wie das Verbot von Kinder-, Zwangs- und Pflichtarbeit sind dabei obligatorisch. Ebenso fordern wir Auskünfte zu Arbeitspraktiken und Menschenrechten, Qualität, Umwelt, Energie und Nachhaltigkeit ein, um so die Transparenz unserer Lieferkette zu erhöhen. Damit unser interner Kodex stets unseren und den Anforderungen unserer Kunden genügt, wird es kontinuierlich aktualisiert. Um uns ein besseres Bild von unseren Partnern machen zu können, finden regelmäßige Lieferantenbesuche statt.

G4 EN-32
G4 HR-5
G4 HR-6
G4 HR-10
G4 LA-14

3.2 PRODUKTENTSTEHUNG, -QUALITÄT UND -SICHERHEIT

Die GVO zeichnet sich durch Entwicklung, Fertigung, Vertrieb und Service von gesunden, effizienten, sicheren sowie wirtschaftlichen Produkten und Lösungen im Food und Nonfoodbereich aus. Ganz entscheidend sind dabei unsere Mitarbeiter, denn sie tragen durch das Null-Fehler-Prinzip aktiv zur Sicherung der hohen Qualität bei. Für die Zufriedenheit und Sicherheit unserer Kunden entwickeln wir unsere Prozesse kontinuierlich weiter. Eine wichtige Basis dafür sind das Festlegen, Überprüfen und das regelmäßige Anpassen von Zielvorgaben.

Unter Produktverantwortung verstehen wir, qualitativ hochwertige sowie sichere Produkte und Lösungen zu liefern. Wir bauen deshalb auf höchste Sicherheitsstandards. Die fortlaufende Optimierung von Abläufen sowie der Einsatz neuer Technologien prägen unseren Arbeitsalltag. Unsere Mitarbeiter und Kunden sollen bestmöglich vor potenziellen Gefahren geschützt werden, die im Umgang mit unseren Produkten entstehen können. Darüber hinaus sollen sie vom neuesten Stand der Technik profitieren.

3.2.1 GANZHEITLICHES QUALITÄTSMANAGEMENT

Die GVO verfolgt im Qualitätsmanagement einen systematischen Ansatz. So werden zum Beispiel in Projekten fest definierte Meilensteine durchlaufen, an denen bestimmte Qualitätskriterien auf Erfüllung überprüft werden. Ein zentraler Punkt für die Entwicklung sicherer Produkte besteht darin, die externen wie internen Stakeholderanforderungen zu berücksichtigen und umzusetzen. Dies geschieht durch einen umfassenden Blick auf alle relevanten Bereiche von der Entstehungs- bis zur Nutzungsphase des Produktes.



3.2.2 AKTIVE NORMUNGSARBEIT ALS STRATEGISCHE AUFGABE

Sich aktiv an der Normungsarbeit zu beteiligen, ist für die GVO eine wichtige strategische Aufgabe. Normen geben Rechtssicherheit, denn sie legen zum Beispiel zentrale Sicherheitsanforderungen fest. So lassen sich Fehlriskos minimieren und Unfälle vermeiden.

G4-16

Das Einhalten von Normen gewährleistet einen sicheren, geschmackvollen, umweltschonenden und benutzerfreundlichen Genuß unserer Produkte und deckt zudem Aspekte der Arbeitssicherheit ab. Neben dem Thema Sicherheit werden zunehmend weitere Nachhaltigkeitsaspekte – wie zum Beispiel die Energieeffizienz von Produkten – in der Normungsarbeit relevant.

3.2.3 PROZESSÜBERGREIFENDES QUALITÄTSDENKEN

Unser Unternehmen wächst rasant – und damit auch die Produktionsstückzahl. Zugleich reduziert sich die Auftragsdurchlaufzeit signifikant. Diese Entwicklungen führen zu höheren Anforderungen an die Lieferanten hinsichtlich der Qualität und Flexibilität. Wir haben darauf reagiert und 2018 unsere Organisationsstruktur im Bereich des Supply-Chain-Management angepasst. Die Harmonisierung der Organisation und Prozesse der Bereiche Einkauf, Qualität und Logistik ist ein entscheidender Schritt, um wichtige strategische Zielsetzungen der GVO zu erreichen. Eine zentrale Qualitätsorganisation standardisiert die Prozesse sowie den einheitlichen Qualitätsanspruch gegenüber den Lieferanten. Auf diese Weise wollen wir die Anzahl notwendiger Reklamationen gegenüber den Lieferanten nachhaltig reduzieren. In den Produktionsküchen findet eine systematische Prüfung von Kaufteilen im Zuge der Wareneingangsprüfung statt. Den Prüfzyklus und -umfang legt der Qualitätsbereich in Zusammenarbeit mit der Produktion fest – immer abgestimmt auf die jeweilige Bedeutung für Sicherheit und Funktion. Anhand regelmäßig erhobener Kennzahlen, wie etwa Termintreue und Schlechtmengen, lässt sich die Leistungsfähigkeit der bestehenden Lieferanten abbilden. Sobald definierte Grenzwerte im Bereich Qualitäts- oder Logistikperformance überschritten werden, greifen entsprechende Eskalationsstufen. Auffällige Lieferanten werden mit Maßnahmen zur Wiederherstellung der Leistungsfähigkeit belegt und verfolgt. Das Ziel dieser Vorgehensweise ist, den Lieferanten schnellstmöglich wieder in den Bereich der festgelegten Toleranzen zurückzuführen. Zeigen diese Aktivitäten nicht den geforderten Erfolg, wird der Lieferant für den Beschaffungsprozess gesperrt.

3.2.4 UMFANGREICHE KONTROLLMECHANISMEN

PR-01

Standard in den Produktionsküchen, Lagerräumen und sonstigen Arbeitsumfelder sind Prüfstationen, teilweise nach Schritten definiert. Hierfür wurden klare Richtlinien erstellt, kommuniziert und werden ständig optimiert. Die Kontrollblätter werden ausgewertet, entsprechend archiviert und digitalisiert.

[illegible]

Checkliste Lagertransporten

Monat: / Jahr: /

Lager: Demantoldhaus

Lager: Finger Mill

Datum	Unterstrich	Mehrstrich	Datum	Unterstrich	Mehrstrich
01.01.00	✓		20.05.00	✓	
01.02.00	✓		20.06.00	-13	13
01.03.00	3	26	20.07.00	-11	16
01.04.00	✓	26	20.08.00	✓	16
01.05.00	✓		20.09.00	-12	
01.06.00	✓		20.10.00	✓	
01.07.00	3	26	27.08.00	-11	13
01.08.00	✓		20.11.00	-12	
01.09.00	✓	26	20.12.00	-13	16
01.10.00	✓		10.01.00	✓	
01.11.00	3	26	11.02.00	-13	16
01.12.00	✓		10.03.00	✓	
10.01.00	✓		10.04.00	✓	
10.02.00	✓		10.05.00	✓	
10.03.00	✓		10.06.00	-12	16
10.04.00	✓		10.07.00	-11	13
10.05.00	3	26	10.08.00	-11	13
10.06.00	✓	26	17.09.00	✓	16
10.07.00	✓	26	18.10.00	✓	16
10.08.00	✓	26	18.11.00	✓	
10.09.00	✓		18.12.00	-1	
10.10.00	✓		20.01.00	✓	
10.11.00	✓		21.02.00	✓	
22.01.00	3	26	22.03.00	-13	26
23.03.00	✓	16	22.04.00	-11	16
24.06.00	✓		24.05.00	-13	16
25.03.00	✓	16	25.06.00	-11	16
26.05.00	✓		26.07.00	✓	
27.05.00	✓		27.08.00	✓	
28.06.00	3	16	28.09.00	-11	16
29.04.00	✓		29.10.00	-11	16
30.05.00	-13	16	30.11.00	-13	16

20.01.00

21.06.00

Rückstellproben

Ich bestätige, daß die vorgegebenen Produktions-temperatur, Kerntemperatur und Lagerungstemperaturen bei der Zubereitung mit den vorgegebenen Zeitangaben eingehalten wurden

Monat März 2018

Tag	Produkt/ Temperatur	Kürzel	Tag	Produkt/ Temperatur	Kürzel
1			17		
2			18		
3			19		Sch
4			20		Sch
5			21		Sch
6	Jamón	JA	22		Sch
7	Jamón	J	23		Sch
8	Jamón	J	24		
9	Jamón	J	25		
10			26		Sch
11			27		Sch
12			28		
13	✓	Sch	29		
14	✓	Sch	30		
15	✓	Sch	31		
16	✓	Sch			

Checkliste Lagermanagement				Monat: / Jahr: Ma 19			
Lager: Tagelagerhaus				Lager: Forder			
Datum	Umsatzt	Maßnahme	Datum	Umsatzt	Maßnahme		
01.05.18	✓		01.05.18				
02.05.18	✓		02.05.18	-50%	100%		
03.05.18	✓		03.05.18	-20%	100%		
04.05.18	✓		04.05.18	-60%	100%		
05.05.18	✓		05.05.18	✓			
06.05.18	✓		06.05.18	✓			
07.05.18	✓		07.05.18	80%	70%		
08.05.18	✓		08.05.18	80%	70%		
09.05.18	✓		09.05.18	-100%	100%		
10.05.18	✓		10.05.18	✓			
11.05.18	✓		11.05.18	✓			
12.05.18	✓		12.05.18	✓			
13.05.18	✓		13.05.18	✓			
14.05.18	✓		14.05.18	80%	100%		
15.05.18	✓		15.05.18	-80%	100%		
16.05.18	✓		16.05.18	✓			
17.05.18	✓		17.05.18	100%	100%		
18.05.18	✓		18.05.18	-80%	70%		
19.05.18	✓		19.05.18	✓			
20.05.18	✓		20.05.18	✓			
21.05.18	✓		21.05.18	✓			
22.05.18	✓		22.05.18	80%	100%		
23.05.18	✓		23.05.18	-70%	100%		
24.05.18	✓		24.05.18	✓			
25.05.18	80%		25.05.18	-100%	70%		
26.05.18	✓		26.05.18	✓			
27.05.18	✓		27.05.18	✓			
28.05.18	5		28.05.18	-11%			
29.05.18	✓		29.05.18	-13%			
30.05.18	3		30.05.18	-11%			
31.05.18			31.05.18	✓			



3.3 GUTER ARBEITGEBER

Unsere Firmenstrategie ist auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgerichtet. Dazu gehört, dass unser Unternehmen ein guter Arbeitgeber ist, sichere Arbeitsplätze schafft und damit einen wesentlichen Teil zur Entwicklung der Gesellschaft beiträgt. Mit dem „GVO-Führungskräfte-Team“ halten wir unsere Führungskräfte an, verantwortungsvoll zu handeln, unternehmerisch zu denken und unsere mehr als 50 Mitarbeiter auf unserem Wachstumskurs mitzunehmen. Wir begegnen dem immer härteren Wettbewerb um die besten Talente, indem wir attraktive Arbeitsplätze und eine stetig zunehmende Zahl von Ausbildungs- und Studienplätzen schaffen.

Unsere Mitarbeiter sind das Rückgrat der GVO. Ein guter Arbeitgeber zu sein, bedeutet für uns, die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen und seinen Zielen zu fördern. Dabei bilden ein familienfreundliches Arbeitsumfeld, aktive Gesundheitsförderung sowie Arbeitsplätze mit Eigenverantwortung und Perspektive die Grundlage unseres Strebens nach zufriedenen und motivierten Mitarbeitern.

3.3.1 UNSER SELBSTVERSTÄNDNIS ALS ARBEITGEBER

Als KMU mit 58 Mitarbeitern und trotz des enormen Wachstums in den vergangenen Jahren hat sich die GVO die Vorteile und das Wesen eines kleinen feinen Unternehmens bewahren können. Dies spiegelt sich vor allem im Umgang mit den Mitarbeitern wider. So basieren unsere Unternehmenswerte wie Mut, Innovation, Vertrauen, Leidenschaft und Unternehmertum auf Gegenseitigkeit.

G4-10

Jeder Einzelne leistet mit seinem Einsatz einen großen Beitrag zum Gesamterfolg. Mit hervorragenden Produkten und hochqualifizierten Mitarbeitern ist die GVO ein langfristig sicherer und attraktiver Arbeitgeber. Dass sich die Beschäftigten wohlfühlen, zeigt insbesondere die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von 7 Jahren und eine niedrige Mitarbeiterfluktuation.

LA-01

3.3.2 FACHKRÄFTE GEWINNEN UND LANGFRISTIG HALTEN

G4-10

Der Wertewandel der Gesellschaft in Richtung Nachhaltigkeit sowie der demografische Wandel stellen für uns als Arbeitgeber eine neue Herausforderung im Wettbewerb um die besten Talente dar. Unser Anspruch ist, trotz branchenbedingten Herausforderungen, Mitarbeitern bei den Themen persönliche Weiterentwicklung und Work-Life-Balance so weit wie möglich entgegenzukommen. Unsere flexiblen Arbeitszeitmodelle und Trainingsangebote schaffen Anreize, um die Mitarbeiterbindung zu erhöhen und neue Mitarbeiter zu gewinnen. Dass wir langfristig denken, zeigt sich auch daran, dass fast alle Mitarbeiter über unbefristete Verträge beschäftigt sind.

C-01
EC-05
G4-11

Die GVO nutzt keinen Tarifvertrag. Das Respektieren gesetzlicher Mindestlöhne und die leistungsgerechte Entlohnung unserer Beschäftigten sind obligatorisch.

3.3.3 WAS WIR FÜR UNSERE MITARBEITER LEISTEN

Die Meinung unserer Mitarbeiter ist uns wichtig. Zu diesem Zweck führen wir seit 2016 eine jährliche Mitarbeiterumfrage durch. Sie gibt uns einen detaillierten Überblick über die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter und liefert Ansatzpunkte für Verbesserungen. Die Umsetzung der identifizierten Maßnahmen wurde in 2019 fortgesetzt.



3.3.4 BREITES ANGEBOT ZUR KARRIEREENTWICKLUNG

Durch unser Weiterbildungsangebot treiben wir die Qualifizierung der Mitarbeiter aktiv voran. Im Jahr 2018 nahmen die Mitarbeiter 30 Stunden für Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen in Anspruch. Unterstützt werden sie hierbei durch den Bereich Personalentwicklung. Besonderen Wert legen wir dabei auf die Bereitschaft der Mitarbeiter, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und lernbereit zu bleiben.

LA-09
LA-11

3.3.5 ENGAGEMENT FÜR DIE GESUNDHEIT

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter liegt uns am Herzen. Übergeordnetes Ziel ist, diese stetig zu verbessern. Die Gesundheitsquote unserer Mitarbeiter liegt bei 95 Prozent. Mit 2 Arbeitsunfällen ist die Unfallhäufigkeit bedauerlich aber im Gesamtkontext irrelevant. Unsere Mitarbeiter arbeiten sicher.

LA-06

Durch diverse Maßnahmen und Initiativen möchten wir dazu beitragen, dass sich unsere Beschäftigten gesund und fit durch den Arbeitsalltag bewegen.

Dazu gehören unter anderem:

- standortbezogen ergonomisch eingerichtete Arbeitsplätze
- Subventionierung von arbeitsmedizinischen Vorsorgeuntersuchungen
- ein abwechslungsreiches Betriebssportangebot
- Fortsetzung der Workshop-Reihe „GVO – Safety first“

Wir verfolgen das Ziel, regelmäßig einen Gesundheitstag durchzuführen, bei dem jeweils ein spezielles Thema im Mittelpunkt steht. Dort können sich unsere Mitarbeiter beispielsweise von Experten zu Fitness und Gesundheit beraten lassen, Feedback zum persönlichen Gesundheitszustand einholen sowie Tipps und Anregungen zur Förderung der Gesundheit erhalten. Zahlreiche Angebote wie ein Durchblutungs- und Bewegungsscheck oder eine Impfberatung runden unsere Gesundheitstage ab.

3.3.6 GLEICHE CHANCEN FÜR ALLE

LA-12
HR-03

Erfolgsfaktor Diversity: Wir beschäftigen Mitarbeiter aus über 5 Ländern. Vom Schulabsolventen bis zum langjährigen Mitarbeiter – wir sind stolz auf die Vielfalt an Persönlichkeiten bei der GVO. Deshalb setzen wir alles daran, eine Atmosphäre von Offenheit und Akzeptanz zu schaffen, in der unsere Mitarbeiter und auch wir als Unternehmen von dieser Heterogenität profitieren können. Es gibt keine bekannten Fälle von Diskriminierung.

C-06

Es ist uns wichtig, dass die gemeinsamen Werte von der GVO gelebt werden. Deshalb bieten wir regelmäßig Workshops zu Diskussionen an, was eine willkommene Bereicherung für uns ist.

Es sind vor allem die verschiedenen Perspektiven unserer Mitarbeiter, die wir schätzen: Durch sie kommen wir zu vielfältigen und innovativen Lösungen und treffen fundierte, tragfähige Entscheidungen.

LA-12
LA-13

Die Frauenquote bei der GVO beträgt 40,63%. Die GVO zahlt allen Mitarbeitern in entsprechender Position funktionsbezogen den gleichen Lohn.

3.3.7 WEICHEN FÜR DIE ZUKUNFT STELLEN

Wir haben viel vor – deshalb brauchen wir Menschen mit Energie und Innovationskraft, die darüber hinaus noch unternehmerisch denken. Engagierten und leistungsorientierten Schulabgängern und -absolventen bieten wir attraktive und sichere Ausbildungs- und duale Studienplätze. Unser jährliches Ziel ist, möglichst alle Auszubildenden und Studenten im Anschluss zu übernehmen. Im Jahr 2018 haben wir zwei unserer Auszubildenden ein befristetes und ein unbefristetes Übernahmeangebot unterbreitet. Hinter der Ausbildung bei der GVO steht ein umfassendes Konzept: Die Auszubildenden werden verlässlich durch die Ausbilder betreut und zugleich zum selbstständigen Handeln ermutigt. Dafür schaffen wir die nötigen Freiräume und geben ihnen Verantwortung. Dies wird durch vielfältige Arbeitsaufgaben gewährleistet – vom Beginn der Ausbildung bis hin zur Abschlussprüfung.



3.4 ENERGIE, UMWELT UND KLIMASCHUTZ

Die GVO ist seit über 25 Jahren ein Begriff für besonderes Catering. Im vergangenen Jahr haben wir rund 760 Events bedient. Wir sind überzeugt, dass Energieeffizienz eines der Schlüsselthemen unserer Zeit ist. Umweltverträgliche und energieeffiziente Lösungen werden zunehmend zum entscheidenden Faktor im Catering. Wir achten bei unseren Produkten darauf, möglichst kurze Lagerzeiten einzuhalten. Das sorgt nicht nur für einen effizienteren Betriebsablauf – es spart tatsächlich Energie. Aus diesen und anderen Gründen haben wir uns auch dazu entschlossen, große Teile der von uns verarbeiteten Waren bei regionalen Partnern einzukaufen. So verbessern wir mit kürzeren Transportwegen unsere CO₂-Bilanz noch zusätzlich. Und wir können uns bei den Anbau- und Aufzuchtmethoden unserer Partner ein gutes Stück sicherer sein.

Dem Ideal, qualitativ hochwertige Produkte ressourcenschonend und umweltverträglich herzustellen, werden wir auch weiterhin treu bleiben. Nicht nur, weil man den Unterschied tatsächlich schmeckt. Sondern auch, weil die GVO Cateringkultur auch in Zukunft neue und mehr Arbeitsplätze für die Region schaffen will. Schon heute bieten wir als attraktiver Arbeitgeber beste Perspektiven für ein langjähriges, nachhaltiges Arbeitsverhältnis.

Als eines der führenden Catering-Unternehmen haben wir eine weitreichende Verantwortung im Hinblick auf die Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit und unserer Produkte. Dieser stellen wir uns ganzheitlich und fördern umweltbewusstes Handeln auf verschiedenen Ebenen. Durch Energie- und Ressourceneffizienz gewährleisten unsere Produkte und Lösungen sowohl einen hohen Kundennutzen als auch die Minimierung ökologischer Auswirkungen.

3.4.1 UMWELTRELEVANZ

G4-EN7

Unser langfristiges Ziel ist, die gesamten direkten und indirekten Treibhausgas-Emissionen zu senken. Als Zielvorgabe haben wir uns auf 15% geeinigt. Hierfür analysieren wir regelmäßig und optimieren an jeder denkbaren Stelle.

Bereits heute können wir für unsere Kunden, mit Hilfe verschiedener Tools die klimaschädlichen Emissionen von Events berechnen. Auf Basis dieser Berechnung können wir Empfehlungen zur Reduzierung oder zum Ausgleich von Emissionen ansprechen.

3.4.2 UNSERE MATERIALIEN

Wesentliche Bestandteile unseres Geschäftsfeldes ist die Verarbeitung von Lebensmittel und der Umgang damit im Einkauf, Herstellung, Aufbewahrung, Transport und Präsentation bzw. Lieferung. Zudem tangieren die Bereiche Müllbehandlung, Reinigung und Verwertung. Hierfür werden verschiedenste Materialien benutzt, die wir unter ökologischen Gesichtspunkten auswählen. Im Vordergrund steht die biologische Abbaubarkeit sowie das Bewahren des natürlichen Geschmacks.

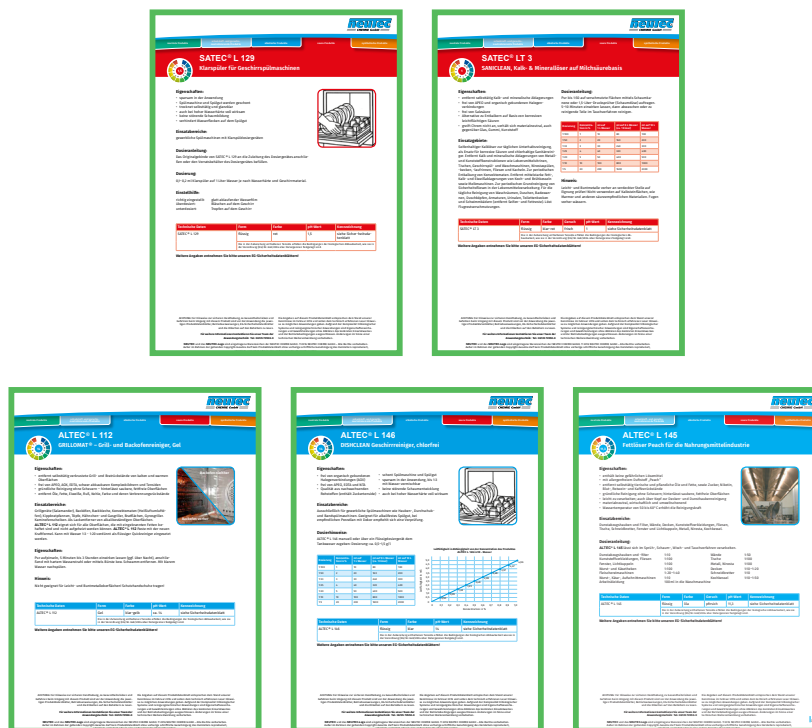


3.4.3 EINGESETZTE MATERIALIEN

Es wird großen Wert auf biologisch abbaubare Produkte gelegt. Hierfür kommen Produkte der Firma Neutec Chemie GmbH Biologisch Technische Special Produkte (www.neutec-chemie.com) zum Einsatz.

EN-01

Dies betrifft die Produkte wie Geschirrspüler, Klarspüler, Handspülmittel, Fettlöser, Entkalker, Industriereiniger, Oberflächenreiniger und Grill-Konvektomatreiniger.



3.4.4 UMWELTRELEVANZ UNSERER PRODUKTIONSSTANDORTE

Wir achten sowohl im Rahmen der Produktion als auch der Lagerung und im Transport auf einen umweltverträglichen Umgang mit Wasser und Energie. Im Bereich Umwelt erfüllen wir alle geltenden rechtlichen und weiteren – zum Beispiel kundenrelevanten – Anforderungen.

G/v/o

3.4.5 ENERGIEVERBRAUCH

EN03



8303 l
Heizöl



23.142,31 l
Diesel



1.855,81 l
Benzin



109.786 kWh
Strom

3.4.6 UMGANG MIT ENERGIETRÄGERN

Als produzierendes Unternehmen ist die GVO maßgeblich auf den Einsatz verschiedenster Energieträger angewiesen. Wir verwenden an unseren Produktionsstandorten Erdgas, Heizöl, Diesel, Strom und Fernwärme. Auch bei unseren Events und vor Ort-Caterings fallen aufgrund unserer umfassenden Service-tätigkeiten Emissionen an.

3.4.7 TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN

EN-15
EN-16

Der aktuelle, durch menschliche Aktivitäten und somit auch von der GVO im Rahmen der täglichen Arbeit verursachte Anstieg der Konzentration verschiedener Treibhausgase, insbesondere von Kohlenstoffdioxid (CO₂), verstärkt den natürlichen Treibhauseffekt und führt zur aktuellen, globalen Erwärmung, die mit zahlreichen Folgen verbunden ist. Wir stellen uns dieser Verantwortung und wollen unseren Beitrag zur Verringerung leisten. Wir haben hierzu eine Liste von Möglichkeiten erstellt und werden diese im Rahmen unserer Möglichkeiten beachten. Hierzu werden wir im nächstjährigen Bericht detailliert berichten.



3.4.8 ABFALL ALS RESSOURCE

Egal ob gefährliche oder nicht gefährliche Abfälle – beide können wertvolle Ressourcen für eine sinnvolle Verwertung oder sogar ein zweites Leben sein. Bei der Entsorgung von Abfällen aus Produktionsstandorten, Vertriebsseinheiten und anderen Standorten geht der größte Teil in die stoffliche oder thermische Verwertung. Wir möchten den Anteil von Abfällen zur Beseitigung/Deponie im Verhältnis zu stofflicher/thermischer Verwertung dauerhaft auf einem geringen Niveau halten, beziehungsweise diesen kontinuierlich reduzieren.

3.4.9 GESAMTGEWICHT DES ABFALLS

Gefährliche Abfälle



34 leere Toner, Patronen & Kartuschen an „Catridge Space“ zum Recycling



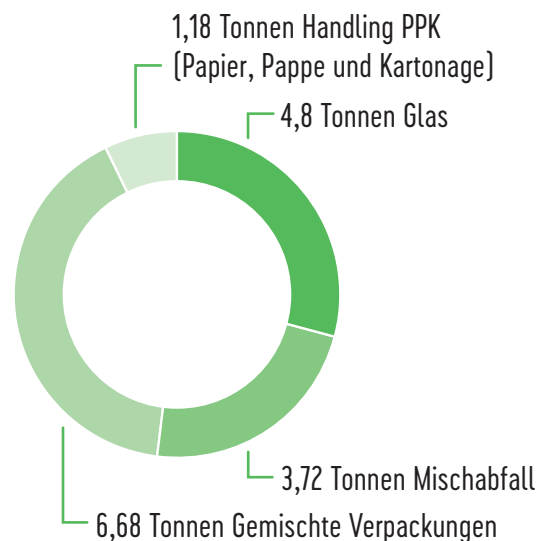
130 kg reines Altfett an Fa. Lesch (Umwandlung in Biokraftstoff)
11,5 m³ Altfett an Fa. Haberkorn

Unbedenkliche Abfälle

EN-23



259 kg Speisereste an „Pfisterer Hof“



SCHLUSSWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

aus all diesen Bestrebungen heraus, die in diesem Bericht beschrieben sind, hat sich nicht nur eine gesunde Unternehmenskultur entwickelt. Diese Haltung spüren auch unsere Zulieferer.

Es ist uns ein Anliegen, zur Verbreitung eines Bewusstseins für nachhaltiges Handeln beizutragen. Und wir glauben, dass gerade uns mit dem Produkt „Essen“ eine große Verantwortung zukommt. Hier spielen die immer wichtiger werdenden Bereiche „bio, regional, vegetarisch, vegan, allergen etc.“ eine große Rolle. Wir stellen uns seitens der GVO Cateringkultur dieser Aufgabe und fühlen uns sehr gut dabei.

Mit diesen Maßnahmen alleine ist unser Engagement für eine nachhaltige Entwicklung noch lange nicht ausgeschöpft. Wir bleiben nachhaltig am Ball, denn nach dem Bericht ist vor dem Bericht.

Herzlichst,

das Team der Geschäftsleitung



v.l.n.r.: Thomas Bösing, Janos Flick, Riadh Bourkhis,
Thomas Kaiser



GRI-INDEX

Dieser Bericht orientiert sich an der „Core“-Option der aktuellen Leitlinien G4 der Global Reporting Initiative (GRI). Der Bericht wurde nicht extern geprüft.

ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

Organisationsprofil

G4-01	Worte des Unternehmers	Seite 4
G4-03	Name des Unternehmens	Seite 2
G4-04	Marken, Produkte, Dienstleistungen	Seite 9
G4-05	Hauptsitz	Seite 2
G4-06	Orte der Geschäftstätigkeiten	Seite 2
G4-07	Rechtsform	Seite 2
G4-08	Wesentliche Märkte	Seite 10
G4-09	Größe	Seite 12
G4-10	Gesamtbelegschaft	Seite 29
G4-11	Arbeitnehmer unter Kollektivvereinbarungen	Seite 30
G4-14	Umsetzung des Vorsorgeprinzips	Seite 15
G4-16	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessensgruppen	Seite 27

Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen

G4-18	Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte	Seite 18
G4-19	Wesentliche Aspekte	Seite 20
G4-20	Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens	Seite 4
G4-21	Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens	Seite 4

Einbindung von Stakeholdern

G4-24	Einbezogene Stakeholdergruppen	Seite 14
G4-25	Auswahl der Stakeholdergruppen	Seite 14
G4-26	Einbindung der Stakeholdergruppen	Seite 14
G4-27	Themen und Anliegen durch die Einbindung von Stakeholdergruppen	Seite 14

GRI-INDEX

Berichtsprofil

G4-28	Berichtszeitraum	Seite 2
G4-29	Veröffentlichung des letzten Berichts	Seite 2
G4-30	Berichtszyklus	Seite 2
G4-31	Kontaktperson im Unternehmen	Seite 18
G4-34	Struktur der Unternehmensführung	Seite 17

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN - ÖKONOMIE

Aspekt: Wirtschaftliche Leitung

EC-05	Standardeintrittsgehälter im Vergleich zum Mindestlohn	Seite 30
EC-06	Lokal angeworbene Führungskräfte	Seite 32

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN - ÖKOLOGIE

Aspekt: Materialien

EN-01	Eingesetzte Materialien nach Gewicht und Volumen	Seite 35
-------	--	----------

Aspekt: Energie

EN-03	Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens	Seite 36
EN-07	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	Seite 34

Aspekt: Emission

EN-15	Direkte Treibhausgas-Emissionen	Seite 36
EN-16	Indirekte energiebezogene Treibhausgas-Emissionen	Seite 36

Aspekt: Abwasser und Abfall

EN-23	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	Seite 37
-------	---	----------

Aspekt: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte

EN-32	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	Seite 25
-------	---	----------



SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN - SOZIALES

Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

Aspekt: Beschäftigung

LA-01 Neueinstellung und Personalfluktuaton Seite 29

Aspekt: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

LA-06 Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle Seite 31

Aspekt: Aus- und Weiterbildung

LA-09 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung Seite 31

LA-11 Regelmäßige Beurteilung der Leistung und Karriereentwicklung Seite 31

Aspekt: Vielfalt und Chancengleichheit

LA-12 Zusammensetzung der Kontrollorgane und Mitarbeiter nach Diversitätsaspekten Seite 32

Aspekt: Gleicher Lohn für Frauen und Männer

LA-13 Verhältnis des Grundgehalts von Männern gegenüber Frauen Seite 32

Aspekt: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken

LA-14 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf
Arbeitspraktiken überprüft werden Seite 25

MENSCHENRECHTE

Aspekt: Gleichbehandlung

HR-03 Diskriminierung und ergriffene Abhilfemaßnahmen Seite 32

Aspekt: Kinderarbeit

HR-05 Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen ein erhebliches Risiko von
Kinderarbeit besteht, und ergriffene Maßnahmen Seite 25

HR-06 Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erhebliches Risiko von
Zwangs- oder Pflichtarbeit und ergriffene Maßnahmen Seite 25

Aspekt: Zwangs- und Pflichtarbeit

HR-10 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von
Menschenrechtskriterien überprüft wurden Seite 25

GRI-INDEX

GESELLSCHAFT

Aspekt: Korruptionsbekämpfung

S0-03	Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	Seite 24
S0-04	Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	Seite 23
S0-05	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	Seite 24

PRODUKTVERANTWORTUNG

Aspekt: Kundengesundheit und -sicherheit

PR-01	Prozentsatz wesentlicher Produkte und Dienstleistungen, die auf Sicherheit und Gesundheit geprüft wurden	Seite 28
-------	--	----------

Aspekt: Schutz der Privatsphäre von Kunden

PR-08	Begründete Beschwerden in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre des Kunden und die Verletzung des Datenschutzes	Seite 25
-------	---	----------



IMPRESSUM

Herausgeber:

GVO Cateringkultur GmbH
Im Neuenheimer Feld 710
69120 Heidelberg

CSR-Beauftragte:

Lilija Hechler, nachhaltigkeit@gvo-ck.de

Beratung, Konzept, Gestaltung und Redaktion:

CSRLAB, www.csrlab.de

Fotos:

Ina Gäde, gaede@ateliersehenswert.de
Shutterstock (Rechte erworben)

Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für alle Geschlechter. In einigen Fällen wurden dargestellte Werte gerundet. Der Bericht liegt nur in deutscher Sprache vor. Redaktionsschluss war der 30. Juni 2019. Der Nachhaltigkeitsbericht 2019 der GVO Cateringkultur GmbH erscheint im Frühjahr 2020.

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Dieser Bericht wurde auf Recyclingpapier weiß, Blauer Engel, FSC, gedruckt.

Nachhaltig

GVO Cateringkultur GmbH
Im Neuenheimer Feld 710
69120 Heidelberg

gvo-cateringkultur.de

©2019 GVO Cateringkultur