



Landgard´s Weg zur Klimaneutralität

09.06.2021

Dr. Marion Schweckhorst

Landgard®

Landgard – über 100 Jahre Gartenbaugeschichte

- 1910: Gründung durch Hans Tenhaef zur Entwicklung eines modernen Produktions- und Vermarktungssystems
- 1914: Start der ersten Versteigerung von Obst und Gemüse in Straelen
- 1953: Gründung der Niederrheinischen Blumenvermarktung; Eröffnung der ersten Blumenversteigerung in Straelen
- Bis heute: kontinuierliches Wachstum des Unternehmens



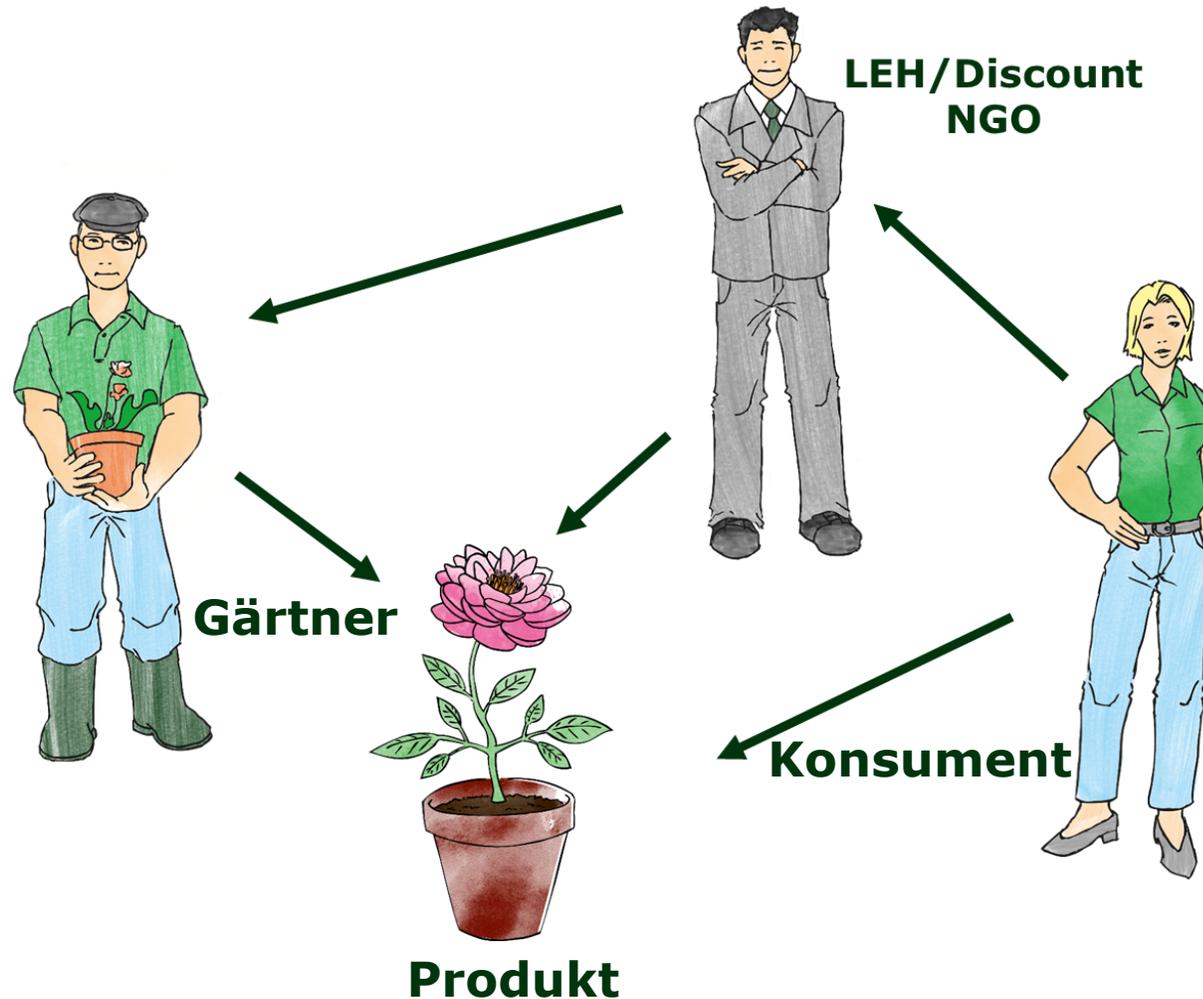
Landgard heute

- Eine der größten modernen Erzeugergenossenschaften für Blumen & Pflanzen sowie Obst & Gemüse in Deutschland
 - Bündelung von Pflanzen, Schnittblumen, Obst und Gemüse, das die Mitglieder der „Landgard eG“ national und international produzieren
 - Das Unternehmen gehört zu 100% den Gärtnern
 - Ca. 3.200 Mitgliedsbetriebe
 - Ca. 3.000 Mitarbeiter
 - Ca. 2 Mrd.€ Umsatz pro Jahr
 - Kunden verschiedenster Absatzkanäle:
 - Fachgeschäfte, Großhandel, filialisierter Einzelhandel, Gartencenter, Baumarkt, LEH und Discount
- Facettenreiche Anforderungen



Anspruchsgruppen (Stakeholder)

- Kunden
- Mitarbeiter
- Dienstleister
- Medien/Presse
- NGOs
- Branchenverbände
- Politik
- Finanzierer/Banken
- Behörden
- Gewerkschaften
- Mitbewerber
- Konsumenten
- Gesellschaft



Bedürfnisse (Hot Spots)

- Angemessene Preise
- Sichere Produkte
- Erhalt der Landschaft
- Erhalt natürlicher Ressourcen, Boden- und Wasserschutz
- Erhalt / Förderung der Biodiversität
- Betriebseinkommen
- Verantwortungsvoller Umgang mit Düngern und PSM
- Klima- und Umweltschutz
- kurze Transportwege
- Umweltfreundliche Verpackungen
- U.v.m.

Von der Anspruchsgruppenanalyse zu Hot Spots

Aus den Bedürfnissen der Anspruchsgruppen ergeben sich Maßnahmen und Projekte

→ Individuelle Gewichtung der Nachhaltigkeitssäulen

→ Nachhaltigkeit wird praktisch anwendbar und messbar



Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie

- Basis der Umfragen: der international anerkannte Nachhaltigkeitsstandard GRI (Global Reporting Initiative)
- Zweistufige Delphi-Befragung mit internen und externen Stakeholdern zur Ermittlung von Hotspots
 - Interne Stakeholder: u.a. Führungskräfte, Betriebsräte, Mitarbeiter
 - Externe Stakeholder: u.a. Mitgliedsbetriebe, LEH, Verbände, Behörden, Hochschulen, Standardgeber
- Bewertung und Prüfung Umsetzbarkeit von Hotspots in internen Arbeitsgruppen bei Landgard
- Vorteile einer wissenschaftlich basierten Erarbeitung einer Nachhaltigkeitsstrategie:
 - Repräsentatives Managementsystem gegenüber Dritten, weil objektiv erarbeitet
 - Messbarkeit, Vergleichbarkeit und standardisierte Bewertbarkeit (Ziel: Zertifizierung)
- Zertifiziertes Nachhaltigkeitsmanagement gemäß ZNU-Standard seit Ende 2017

Nachhaltigkeitsstrategie Landgard



**Grüne
Produkte**



**Klima, Energie
und Umwelt**



Mitarbeiter



Gesellschaft

Nachhaltigkeitskriterien O&G und B&P



- Zertifizierte Produkte
- Hohe Produktqualität mit Mehrwert für Umwelt und Gesellschaft
- Erhöhung der Biodiversität bei Flora und Fauna
- CO₂-neutrale Produktion
- Vermeidung von Lebensmittelabfällen



- Ressourcenschonender Einsatz von Wasser, Energie, Dünger, Pflanzenschutz
- Abfallreduzierung, Förderung der Wertstoffkreisläufe bei Verpackungen und Töpfen
- Torfreduzierung in Substraten
- CO₂-neutraler Transport



- Hoher Arbeitsschutz in Produktionsbetrieben
- Faire Bezahlung der Mitarbeiter
- Sicherstellung der Arbeits- und Sozialbedingungen



- Arbeitsplatzsicherung und Erhalt der Kulturlandschaft durch Förderung regionaler Produktion
- Generationsübergreifende Erhöhung der Wertschätzung gartenbaulicher Produkte in der Gesellschaft (Wissens-transfer, generische Werbung)

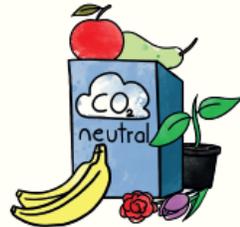
LANDGARD NACHHALTIGKEITSZIELE 2021

ERFÜLLUNGSGRAD



ENTWICKLUNG VON MIND. 2 KLIMA-NEUTRALEN PRODUKTKONZEPTEN

bei Obst & Gemüse und/oder Blumen & Pflanzen bis Ende 2021



(SDG* 12, 13)

- Teilkompensation der Treibhausgase von mind. zwei Produkten durch aktive Beteiligung an regionalen Klimaprojekten in Deutschland
- Erstellung von mind. einem wissenschaftsbasierten Nachhaltigkeitsziel, das den Kriterien der SBTi* entspricht und dazu beiträgt, dass die Erderwärmung auf deutlich unter 2°C im Vergleich zur vorindustriellen Zeit begrenzt wird.

*Science Based Targets Initiative

STATUS



AUSBAU DES PORTFOLIOS VON NACHHALTIGEREN VERPACKUNGS-LÖSUNGEN

bis Ende 2022



(SDG* 9, 12, 13)

- Umstellung von Papp- und/oder Kunststoffverpackungen auf kompostierbare Verpackungen aus 100 % agrarwirtschaftlichen Reststoffen bei mind. zwei Produkten aus Obst & Gemüse oder Blumen & Pflanzen
- Markt-Etablierung eines Konzepts, das die kunststofffreie Vermarktung von Pflanzen im kompostierbaren Blumentopf vorantreibt.



FÖRDERUNG VON NACHWUCHSKRÄFTEN SOWIE STÄRKERES ENGAGEMENT IM BEREICH GESCHLECHTER-GLEICHSTELLUNG

bis Ende 2021



(SDG* 4, 5, 10)

- Erfassung der demographischen Struktur der Landgard-Belegschaft sowie Monitoring der Übernahmequote von Auszubildenden
- Aktive Ansprache von Frauen, Männern und Diversen durch gendergerecht formulierte Stellenausschreibungen
- Steigerung der Frauenquote in Positionen mit Führungskompetenz in leitenden Positionen um mind. 5 %. Hierzu zählen Tätigkeiten als Team-, Abteilungs-, Bereichs- und Marktleitung, Geschäftsführung sowie Vorstand



AUSBAU DES SOZIALEN ENGAGEMENTS

bis Ende 2022



(SDG*1, 2, 8, 12, 13)

- Entwicklung von mind. zwei neuen Konzepten bzw. Maßnahmen zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung
- Steigerung des Umsatzes mit FairTrade- bzw. fair gehandelten Produkten bei Obst & Gemüse sowie Blumen & Pflanzen um mind. 5 % im Vergleich zu 2020



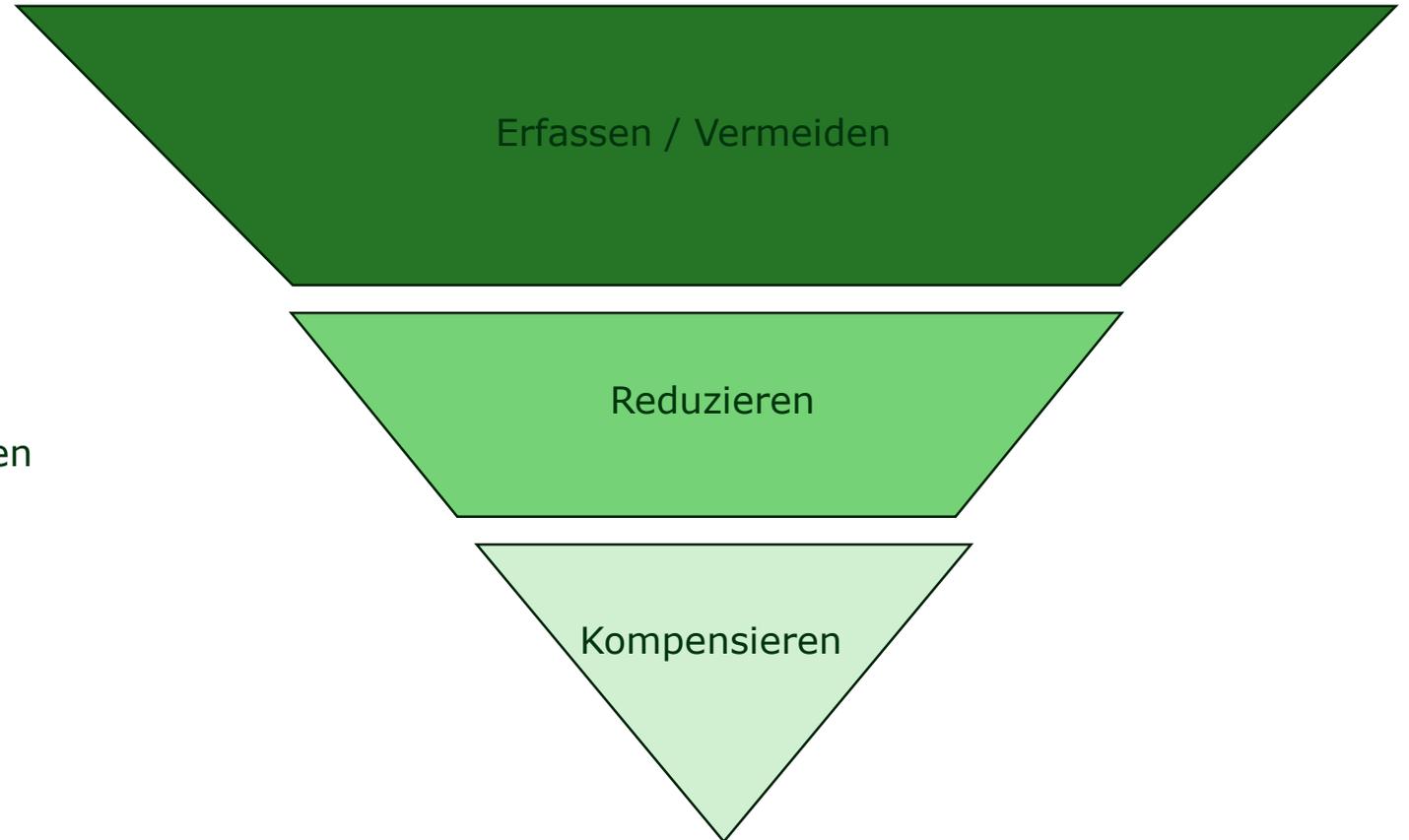
*SDG: UN Sustainable Development Goals (http://www.bmz.de/de/ministerium/ziele/2030_agenda/17_ziele/index.html)

Klimaneutralität – das Grundprinzip

- Erfassen von CO₂-Emissionen auf Produkt- und Unternehmensebene
- Unnötige Emissionen vermeiden

- Nicht vermeidbare Emissionen durch klimafreundliche Alternativen ersetzen

- Nicht vermeidbare und ersetzbare Emissionen adäquat kompensieren



Klimaneutralität bei Landgard

1. Erfassen / Vermeiden



- Klimarelevante Emissionen:
 - Auf Produktebene: Festlegen der zu berücksichtigenden WSK (von der Aussaat/Jungpflanze bis zum Konsumenten) → „Cradle to Customer“
 - Auf Unternehmensebene: Festlegen der Emissions-Systemgrenzen → Scope 1,2 und 3
 - Erhebung möglichst vieler Einflussfaktoren und Umrechnung in CO₂-Äquivalente
 - Erreichung der Klimaneutralität durch:
 - CO₂-Reduzierung, da wo es technisch und wirtschaftlich möglich ist
 - CO₂-Kompensation durch die Umsetzung geprüfter und zertifizierter Projekte

Klimaneutralität bei Landgard

2. Reduzieren...



... da wo es technisch und wirtschaftlich möglich ist durch:

- Energiemanagementsystem (technische Effizienz, Öko-Strom, autarke Energieversorgung, Abwärmee-Nutzung, CO₂-Rückgewinnung, etc.)
- Ressourcenschonende Kultivierung (Nutzung von Regenwasser, geschlossene Wasserkreisläufe, alternative Substratformen, reduzierter Einsatz von PSM, etc.)
- Digitalisierung (weniger Druckerpapier, Videokonferenzen, hocheffiziente Anwendung von PSM/Wasser, etc.)
- Umstellen auf ressourcenschonende Verbrauchsmaterialien (Verpackungen, Druckerpapier, etc.)
- E-Mobilität
- Etc.

Klimaneutralität bei Landgard

3. Kompensieren...



... durch die Umsetzung geprüfter und zertifizierter Projekte, wie z.B.:

- Förderung von regionalem Humusaufbau („Positerra“)
- Wiederaufforstungsprogramme (regional und international)
- Ausbau erneuerbarer Energien
- Renaturierung von wertvollen Biotopen (z.B. Mooren)

Dabei für Landgard ausschlaggebend:

- Glaubwürdigkeit
- Transparenz
- Effizienz

Klimaneutralität bei Landgard

→ zukünftige Ausrichtung



- Auf Produktebene
 - Kontinuierlicher Ausbau des klimaneutralen Produktportfolios
 - Nationale und internationale Produkte
 - Entlang der gesamten WSK
- Auf Unternehmensebene
 - Sukzessive Ausweitung der Klimabilanzierung auf alle Tochtergesellschaften der Landgard eG
 - Festlegen von wissenschaftsbasierten Nachhaltigkeitszielen (SBTs)

Klimaneutralität bei Landgard

→ zukünftige Ausrichtung

- Science-based Targets bis Ende 2022
 - Erstellung und Prüfung von Nachhaltigkeitszielen anhand wissenschaftlicher Studien
 - Beitrag zur Erreichung des Pariser Klimaabkommens mit einer maximalen Klimaerwärmung von deutlich unter 2°C im Vergleich zur vorindustriellen Zeit
 - Kundenanforderung
 - Ermöglicht Glaubwürdigkeit und Transparenz durch die Prüfung durch unabhängige Institutionen
 - Globales Netzwerk



*„Die Zukunft hängt davon ab, was wir heute tun“
- Mahatma Gandhi -*



Wir gestalten die Zukunft mit Nachhaltigkeit!

Landgard®