



# Verantwortung – Nachhaltiges Wirtschaften bei DMK

Stand 2022



**Liebe  
Leserinnen  
und Leser,**

seit mehr als einer Dekade beschäftigt sich DMK mit Nachhaltigkeit - von der ersten Nachhaltigkeitsstrategie in unserer Branche an, die zwischen 2013-2020 den Weg vorgab.

Über unser Milkmaster-Programm, das viele Themen von Tierwohl über Biodiversität bis Futtermittel in unseren landwirtschaftlichen Betrieben vorangebracht hat. Bis hin zu Gentechnikfreiheit und weniger Verpackungsmaterial für unsere Produkte. Wir haben viel erreicht! Danke an alle, die mit uns die steigenden Anforderungen aus dem Markt umgesetzt haben.

Ein besonderer Dank geht an unsere Landwirte: Ich bin stolz, dass sie trotz schwierigen und volatilen Marktlagen diese Themen weiter vorangebracht haben. Gerade unsere Mitglieder sind in Vorleistung gegangen und haben in den letzten Jahren schon erheblich in eine moderne, tiergerechte Milchviehhaltung investiert. Aus eigenem Antrieb!

Wir haben im Unternehmen und in unserer Wertschöpfungskette eine riesige Herausforderung zu meistern. Wir haben ein heterogenes Produktportfolio und eine differenzierte Kundenstruktur. Unsere Kunden und Konsumentinnen fokussieren auf ganz unterschiedliche Themenschwerpunkte in der Lieferkette mit oftmals verschiedenen Anspruchsniveaus. Weiterentwicklungen zu mehr Tierwohl, mehr Klimaschutz, heimischen Futtermitteln oder höheren Sozialstandards gibt es aber nicht zum Nulltarif.

**Es gibt schließlich keine „Trinkmilch-Kühe“ oder „Käse-Kühe“, denn die Milch unserer Betriebe kann nicht nach Produktgruppen getrennt verarbeitet werden.**

Wie können wir ökonomisch verantwortlich wirtschaften - als Unternehmen und jeder eigenständig wirtschaftende Milcherzeuger - und diese großen Herausforderungen meistern? Wie können wir uns weiterentwickeln und die Transformation bezahlbar machen? Diesen Spagat zu meistern, dafür stehen wir alle bei DMK ein und laden Sie ein, mit uns in diesen Dialog zu treten.

Ingo Müller, CEO DMK Group

**Unser  
Rohstoff  
Milch ist ...**

**Inhalt**

Nachhaltigkeitsmanagement **4-7**

Unsere Leistungen in den Themen der Nachhaltigkeit **8-33**

Über den Rahmen der dargestellten Inhalte, Kennzahlen und GRI-Index **34-39**

Impressum **40**

Je stärker das Produkt verarbeitet ist, umso mehr sinkt die Bedeutung von Nachhaltigkeit (z. B. Klimaschutz, Tierwohl ...) für die Kunden und Konsumenten:

**... wesentlicher Bestandteil von:**

- Trinkmilch
- Quark
- Käse
- Babypulver
- Joghurt
- Molkepulver

**... wichtiger Bestandteil von:**

- Eis
- Desserts

**... eher kleiner Bestandteil von:**

- Pizza
- Kuchen
- Käsesauce
- Sauce in Großküchen
- etc.



### Unsere Stakeholder

- Milcherzeuger
- Mitarbeiter
- Geschäftspartner
- Verbraucher / Öffentlichkeit
- Politik / Behörden
- Verbände / NGOs
- Medien
- Wissenschaft

### Beispiele

für Mitgliedschaften und Verpflichtungen:

- Milchindustrie-Verband
- Genossenschaftliche Verbände
- Sustainable Dairy Partnership
- EcoVadis
- SBTi

**N**achhaltigkeit wird bei DMK seit 2012 systematisch unter der strategischen Leitung des Bereichs Corporate Strategy vorangebracht. Nachhaltigkeitsaspekte werden eigenverantwortlich in den verschiedenen Bereichen bearbeitet, etwa im Einkauf, den Bereichen Landwirtschaft, Supply Chain Management, Arbeitssicherheit/Umweltschutz, Energie- sowie Qualitätsmanagement oder in der Verpackungsentwicklung.

Systemseitig werden Nachhaltigkeitsaspekte über ein integriertes Managementsystem für Health, Safety & Security sowie anhand extern zertifizierter Systeme wie Umwelt- und Energiemanagement ISO 14001 und 50001 sowie SMETA gesteuert.

Regelmäßig finden enge Abstimmungen mit der Geschäftsführung und den genossenschaftlichen Gremien zu wichtigen Themen statt. Die sechs Business Units werden gezielt in marktrelevante Aspekte einbezogen und haben Themen wie Klimaschutz, Tierwohl und Verpackung in ihren Business Unit-Strategien integriert.

Wir beziehen die wichtigsten Stakeholder-Gruppen regelmäßig über verschiedene Formate in den Dialog mit der DMK Group ein und ermitteln so ihre Themen und Anliegen. Die letzte Stakeholderbefragung fand im Herbst 2021 online statt. DMK engagiert sich seit vielen Jahren zudem in verschiedensten Gremien, Fachgruppen und Initiativen von regional bis international.





Wir begrüßen die Entwicklungen hinsichtlich verstärkter Lieferkettentransparenz und haben Menschenrechte und Umweltschutz entlang der Lieferkette seit längerem unter anderem über unseren Lieferantenkodex und das Compliance-System adressiert. Eine interdisziplinäre Projektgruppe arbeitet aktuell an der Umsetzung der Anforderungen aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz.

Wir begrüßen die Entwicklungen hinsichtlich verstärkter Lieferkettentransparenz und haben Menschenrechte und Umweltschutz entlang der Lieferkette seit längerem unter anderem über unseren Lieferantenkodex und das Compliance-System adressiert. Eine interdisziplinäre Projektgruppe arbeitet aktuell an der Umsetzung der Anforderungen aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz.

### Strategie bis 2030

Die wesentlichen Themen erfassen wir regelmäßig durch **Stakeholderbefragungen** und fassen sie in einer **Wesentlichkeitsanalyse** zusammen (► Seite 6-7). Diese Themen beobachten und managen wir im betrieblichen Alltag. Darüber hinaus ist unsere Unternehmensstrategie Vision 2030 Leitplanke auch für die Nachhaltigkeit.

DMK hat sich daraus abgeleitet für vier übergeordnete Handlungsfelder Ziele bis 2030 gesetzt.

 <p><b>Klimaschutz</b></p> <p><i>Wir reduzieren unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette um mindestens 20% bis 2030.</i></p>	 <p><b>Tierwohl</b></p> <p><i>Wir verbessern kontinuierlich das Tierwohl auf den Höfen entsprechend der gesellschaftlichen Anforderungen.</i></p>	 <p><b>Biodiversität</b></p> <p><i>Wir leisten einen Beitrag zum Erhalt der Biodiversität – auf den Höfen und an den DMK-Standorten.</i></p>	 <p><b>Menschen</b></p> <p><i>Wir versorgen Millionen Menschen mit wertvollen Lebensmitteln.</i></p>
<p>Darüber hinaus setzen sich Fachbereiche regelmäßig Jahresziele, für 2022 eine <b>aktuelle Auswahl:</b></p>		<p><b>6 Mio.</b> kWh Energieeinsparung</p>	<p><b>5%</b> Reduktion unserer Ausfallzeitenquote</p>
		<p><b>Jährlich 2%</b> Reduktion der CSB-Fracht im Abwasser an unseren Standorten</p>	

# Organisation von Nachhaltigkeit

### Unser Beitrag zu den SDGs



Die UNO verabschiedete 2015 die **17 Sustainable Development Goals (SDGs)** bis 2030. Alle Akteure - auch Unternehmen - sind aufgefordert, ihren Beitrag zu leisten. Wir als DMK tragen mit unserer Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie zu **sechs SDGs** maßgeblich mit bei.

Einige Highlights aus **10 Jahren Nachhaltigkeit bei DMK**

Systematisierung des Nachhaltigkeitsmanagements

2012

Start der Nachhaltigkeitsstrategie DMK 2020

Erster integrierter Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht

Start des Qualitäts- und Nachhaltigkeitsprogramms **Milkmaster** für den Rohstoff Milch

Nachhaltigere Beschaffung von Rohstoffen sowie Futtermitteln, Start der Umstellung auf GVO-freie Milchprodukte

Erstes **EcoVadis** Ranking

Start des Verpackungsprogramms **OCEAN**

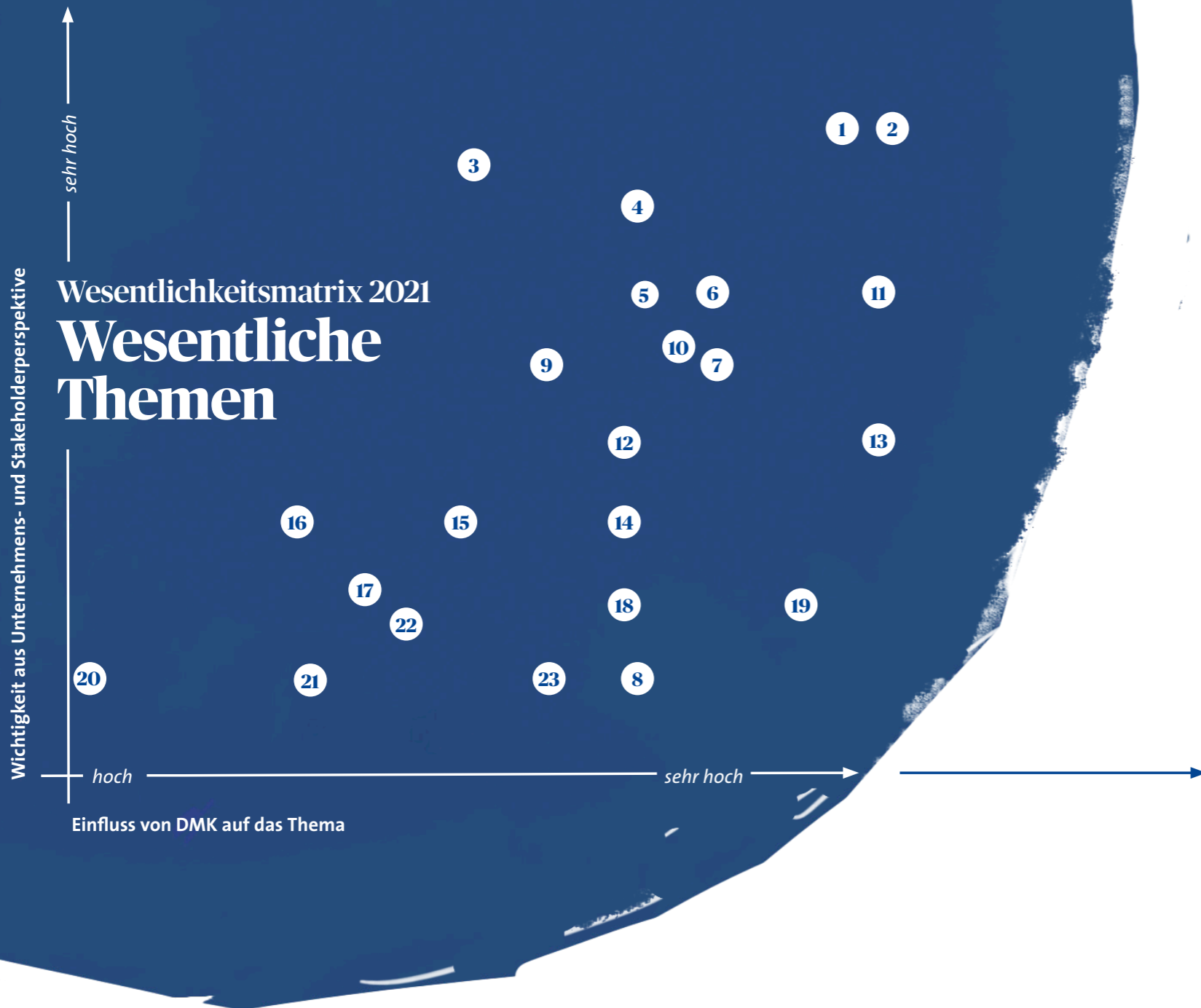
Nach mehr als drei Jahren wurden schon 100 Mio € Bonus auf landwirtschaftliche Betriebe aus dem **Milkmaster**-Programm ausgezahlt.

Unternehmensstrategie **Vision 2030** und neue Nachhaltigkeitsstrategie

Verpflichtung zur Science Based Target Initiative

Markteinführung pflanzlicher Produkte

2022



- 1 Wettbewerbsfähiger Milchpreis
- 2 Wertschöpfung
- 3 Klimaschutz
- 4 Zukunftsfähigkeit der Milcherzeugerbetriebe
- 5 Tierwohl
- 6 Digitalisierung
- 7 Innovative Milchindustrie
- 8 Produktpreisentwicklungen
- 9 Ressourcenschutz
- 10 Verpackungen
- 11 Arbeitgeberattraktivität
- 12 Nachhaltige Beschaffung
- 13 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- 14 Compliance
- 15 Regionalität
- 16 Biodiversität
- 17 Lebensmittelkennzeichnung
- 18 Pflanzliche Milchalternativen
- 19 Genossenschaft
- 20 Lebensmittelverschwendung
- 21 Futtermittel
- 22 Produkt-Ökobilanz
- 23 Bio-Produkte

**D** MK führt seit vielen Jahren Wesentlichkeitsanalysen nach GRI durch und aktualisiert diese regelmäßig. Auch im Jahr 2021 hat erneut eine Online-Befragung unter allen Stakeholder-Gruppen stattgefunden. Die Ergebnisse sind in der Wesentlichkeitsanalyse festgehalten: Zu allen Themen der Matrix informiert DMK in diesem Bericht und steuert die meisten dieser Themen im Rahmen der Verantwortung der jeweiligen Fachbereiche. Wir fokussieren in der Strategie (► Seite 4-5) insbesondere auf die Themen: Klimaschutz, Tierwohl, Biodiversität und den Schwerpunkt Menschen\*.

\* Der Schwerpunkt Menschen umfasst die Themen Arbeitgeberattraktivität, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie verschiedene genossenschaftliche Themen.

## Unsere Wertschöpfungskette

**Milcherzeugung**

knapp 5.200 Landwirte in acht Regionen in Deutschland und den Niederlanden

**Milchverarbeitung**

in 20 Werken und 6 Business Units

**Konsum**

über Händler zum Konsumenten sowie zur industriellen Weiterverarbeitung

# Auf dem Weg zur klimafreundlicheren Milchwirtschaft

Klimaschutz ist verankert in unserer Nachhaltigkeitsstrategie DMK 2030 – nun mit Science Based Targets.

**< 1,09 kg CO<sub>2</sub>e /kg Milch**  
Fußabdruck\*

\* Auf Basis einer Stichprobe der Ökobilanzen von 140 Betrieben, in Kooperation mit TÜV-Rheinland und LWK Niedersachsen nach dem GHG-Standard erstellt. und LWK Niedersachsen erstellt

**8%**  
Produktion  
Anteil Scope 1/2  
(direkte Emissionen)

Emissionsziel bis 2030:  
**-20%**

**8%**  
Eingekaufte  
Zutaten

**24%**  
zugekaufte  
Futtermittel,  
Düngemitteln, etc.

**55%**  
Erzeuger  
Anteil Scope 3 (indirekte Emissionen aus der Wertschöpfungskette)

**6%**  
Transport

Unser Ziel: Weiter runter mit den Emissionen. Denn die Emissionen der Agrarwirtschaft und der Milchindustrie sind erheblich. Bereits seit 2012 beschäftigt sich DMK intensiv mit dem Klimaschutz. 2020 betrug die Emissionen bei DMK 8,8 Mio. t CO<sub>2</sub>. Im Durchschnitt aller Betriebe lag der CO<sub>2</sub>-Ausstoß bei 1,09 kg CO<sub>2</sub>e je kg Milch – ein für die Branche niedriger Fußabdruck.

In den letzten Jahren nahm die öffentliche Aufmerksamkeit für Klimaschutz stark zu, und gemeinsam mit anderen Akteuren intensiviert DMK seine Anstrengungen.

Wir haben uns in der neuen Nachhaltigkeitsstrategie bis 2030 das Ziel gesetzt, die gesamten Treibhausgasemissionen um mindestens 20% auf 7 Mio. t zu reduzieren. Von dem bereits niedrigen Ausgangswert ist eine weitere Senkung herausfordernd, für uns aber der richtige Weg.

Damit streben wir auch an, das anspruchsvolle Klimaziel von Paris zu erfüllen, die Erderwärmung auf unter zwei Grad Celsius zu begrenzen. Daher sind wir im Dezember 2021 der Science Based Target Initiative (SBTi) beigetreten. Diese überprüft und validiert industrieweit Klimaziele entlang der UN-Klimaziele von Paris.

Die Landwirtschaft ist ein vom Klimawandel stark betroffener Sektor: Viele landwirtschaftliche Betriebe in Deutschland und Europa haben in den vergangenen Jahren die Auswirkungen des voranschreitenden Klimawandels hautnah zu spüren bekommen: Starkniederschläge sowie langanhaltende Regen-, Hitze- und Dürreperioden haben zu

erheblichen Ertrags- und Qualitätseinbußen geführt und die landwirtschaftlichen Betriebe herausgefordert.

DMK nahm außerdem im Jahr 2019 am Carbon Disclosure Project (CDP) teil, das weltweit führend darin ist, die Transparenz von Unternehmen zu Themen wie Klima zu erhöhen

### Fokus: Landwirtschaftliche Erzeugung

DMK berichtet seit vielen Jahren jährlich die Emissionen in der Milchverarbeitung. In der Milchindustrie machen jedoch die Emissionen aus der Milcherzeugung fast 80 % aus. Daher wird eine klimafreundlichere Milchwirtschaft auch künftig auf den Höfen entschieden. Hier gilt es für uns, den seit Jahren eingeschlagenen Weg weiter intelligent zu gehen und neue Potenziale zu nutzen.

Denn erneuerbare Energien beispielsweise erzeugen über die Hälfte aller DMK-Landwirte bereits seit vielen Jahren. Mehrere Themen, die auf den Klimaschutz der Höfe einzahlen z. B. Fruchtfolge, Güllelagerung, die Berechnung von Futterrationen etc.) sind seit 2015 im Milkmaster-Programm verankert und werden von vielen Betrieben umgesetzt.

Das größte Verbesserungspotenzial zum CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ergibt sich aus dem Management rund um die Kuh. Eine gute Tiergesundheit und die Erhaltung der Leistungsfähigkeit der Tiere über einen möglichst langen Zeitraum sind zentrale Faktoren in der Tierhaltung, die auf den Klimaschutz einzahlen.

### Methan + CO<sub>2</sub>e

In der Milchindustrie spielen Methan-Emissionen aus der Tierhaltung und Lachgas-Emissionen aus landwirtschaftlich genutzten Böden eine besonders große Rolle. Methan (CH<sub>4</sub>) ist global eines der bedeutendsten Treibhausgase mit einer vielfach klimaschädlicheren Wirkung als CO<sub>2</sub>. In den Berechnungen werden weltweit die verschiedenen Treibhausgasemissionen in CO<sub>2</sub>-Äquivalente (CO<sub>2</sub>e) umgerechnet.

### Emissionen senken

Die gesamte deutsche Landwirtschaft emittiert jährlich 65 Mio. Tonnen CO<sub>2</sub>e; das sind 7,3 % der deutschen Treibhausgasemissionen. Im Rahmen des Klimaneutral-Ziels der EU bis 2050 (European Green Deal) sollen die Emissionen aus der Landwirtschaft bereits bis 2030 um 34% gesenkt werden. Damit unser CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel bis 2030 konform mit dem Pariser Klimaziel ist, haben wir dieses von der Science Based Target Initiative validieren lassen.

### Hauptaspekte

Die Rohmilch hat mit fast 80 % den größten Anteil am ökologischen Fußabdruck. Haupttreiber dafür sind unter anderem Methan durch die Verdauung der Kühe, Methan aus der Güllelagerung/-ausbringung, Lachgas durch Düngemittelsatz und die Futtermittelherkunft. Je nach Art der Betriebe spielen auch andere Aspekte eine Rolle.

## Um die ehrgeizigen Ziele zu erreichen und den Klimaschutz in der Landwirtschaft weiter voranzubringen, setzen wir in den nächsten Jahren auf verschiedene Schwerpunkte, darunter:

### ► DMK Agrar Klimacheck

Über den DMK Agrar-Klimacheck können Landwirte ihre betriebsindividuelle Klimabilanz selbstständig erstellen. Anhand von 17 Fragen auf Grundlage vorhandener Betriebsdaten wird die Wirkung auf den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ermittelt. Die Betriebe finden so heraus, wie klimaschonend die Herstellung ihrer Milch ist und wo Verbesserungspotentiale möglich sind. Ab 2022 haben alle DMK Landwirte über ihre Lieferanten-Plattform myMilk Zugang zum DMK Agrar-Klimacheck. Die Teilnahme ist freiwillig, wird aber über den Milkmaster-Bonus finanziell incentiviert.



### ► Mitwirkung im Nachhaltigkeitsmodul Milch

Das „Nachhaltigkeitsmodul Milch“ ist ein System für noch mehr Nachhaltigkeit in der deutschen Milchwirtschaft, das von Wissenschaft und Praxis erarbeitet wurde. Neben Klimaschutz sind viele weitere Nachhaltigkeitskriterien erfasst. Das Ziel ist, mehr Transparenz und Verbesserungen für die gesamte Branche zu schaffen. Einmal jährlich werden die Daten aller beteiligten Betriebe ausgewertet und über Fachartikel und die Website [www.qm-milch.de](http://www.qm-milch.de) konsolidiert veröffentlicht. Jeder teilnehmende Betrieb erhält außerdem einen individuellen, anonymisierten Ergebnisbericht.

### ► DMK Klimareise

Als Molkereigenossenschaft wollen wir unsere Landwirte mit auf die Reise hin zu mehr Klimaschutz nehmen. Dafür wollen wir unseren Landwirten auf myMilk ab 2022 ein umfassendes Informations- und Schulungsangebot zur Verfügung stellen. Dieses soll ihnen helfen, bessere Entscheidungen für ihren Betrieb rund um Klimaschutzaspekte treffen zu können.

### ► Klimafreundliche Zukunftsbetriebe

Die Vision einer „Net Zero Farm“ ist Neuland und auch für DMK in einem Pilotprojekt hochaktuell. Wir wollen gemeinsam mit Partnern aus Industrie und Wissenschaft praxistaugliche Konzepte für den Alltag der Milcherzeuger entwickeln, die sich auch betriebswirtschaftlich bewähren. Wir suchen nach Möglichkeiten für standortindividuelle Konzepte zur weiteren Verringerung der Emissionen und zur Kompensation der verbleibenden Emissionen. In diesen Zukunftsfarmen können Maßnahmen wie erneuerbare Energien, Futtermittelzusätze zur Methanreduktion, Humusspeicherung im Boden, Anbau heimischer Eiweißpflanzen und bauliche Maßnahmen zur Optimierung der Klimabilanz zur Erprobung kommen.

### ► Weitere Themen voranbringen

Die Fütterung ist aufgrund ihrer Klimawirkung ein zentrales Thema und wird uns auch weiter beschäftigen. Bereits 2015 hatte DMK in einem groß angelegten Fütterungsversuch den Zusammenhang zwischen Fütterung, Milchleistung und Methanausstoß ermittelt. An dem mehrmonatigen Feldversuch waren mehrere Futtermittelhersteller und 23 Milchviehbetriebe beteiligt. Ein zentrales Ergebnis: eine höhere Milchleistung senkt den durchschnittlichen Methanausstoß je Liter Milch maßgeblich.

*Je höher die Milchleistung, desto niedriger der Methanausstoß je Liter Milch.*

Mehr dazu:

Futtermittel: S. 18

Biodiversität: S. 12

Ressourcenschutz: S. 22-23

Produkt-Ökobilanz: S. 31

# Tierwohl als Hotspot-Thema

Das Wohl und die Gesundheit der Kühe liegen unseren Landwirten von Natur aus am Herzen. Denn sie wissen, wie wichtig Tierwohl und der Erhalt der Tiergesundheit für die Erzeugung hochwertiger Milch sind.

Den landwirtschaftlichen Betrieben kommt eine besondere Rolle für die Haltung und Pflege der Tiere zu. Ihr Engagement hat einen direkten Einfluss auf die Gesundheit der Tiere und damit die Qualität der Milch; sie haben auch dadurch ein hohes Eigeninteresse am Wohl ihrer Milchkühe.

DMK Group empfiehlt im Milkmaster-Programm die Kombination aus Laufstallsystemen mit Weidegang für Milchkühe und Rinder, wenn die betrieblichen Rahmenbedingungen dies zulassen, an mindestens 120 Tagen pro Jahr. Da nicht jeder Betrieb über ausreichende Weideflächen in unmittelbarer Nähe des Hofes verfügt, ist eine flächendeckende Weidehaltung in Deutschland nicht umsetzbar. Ein großer Teil der DMK-Milcherzeuger, aktuell rund 40%, ermöglicht ihren Tieren einen temporären Weidegang. Die Weidehaltung hat für die DMK-Betriebe somit eine hohe Bedeutung, variiert jedoch regional stark.

### Die Haltungsbedingungen: ein zentrales Thema

Das Haltungssystem ist von hohem öffentlichem Interesse. Rund 96% der Milchmenge, die von DMK verarbeitet wird, stammt von Höfen, auf denen Laufstallhaltung üblich ist. Hierbei können sich die Tiere frei bewegen und damit auch gesünder leben. In der Stallhaltung kann zudem die Fütterung, die einen erheblichen Einfluss auf die Klimabilanz der Milchherzeugung hat, besser reguliert werden.

Auch die Anbindehaltung wird innerhalb

unserer Genossenschaft weiterhin praktiziert, ist jedoch stark rückläufig. Knapp 23% der Milcherzeugerbetriebe - das entspricht jedoch unter 4% der Milchmenge - halten ihre Kühe in Anbindehaltung. Der Großteil dieser Betriebe betreibt die sogenannte saisonale Anbindehaltung, ermöglicht den Tieren zusätzlich also Weidegang. Die ganzjährige Anbindehaltung ohne Weidegang praktizieren unter 1,3% unserer Milcherzeuger, was einer Milchmenge von etwa 0,23% entspricht. Ab dem 01.01.2026 wird DMK keine Milch mehr von Landwirten annehmen, die ganzjährige Anbindehaltung betreiben.

### Haltungsform-Kennzeichnung

Ende Januar 2022 wurde eine Branchenvereinbarung zur Haltungsform unterzeichnet: Damit ist es Landwirtschaft, Molkereiwirtschaft und Lebensmitteleinzelhandel gelungen, eine gemeinsame Vereinbarung für mehr Tierwohl auf möglichst vielen Betrieben zu treffen. Wir wollen das Tierwohl kontinuierlich weiter verbessern und die Transparenz für Verbraucher erhöhen. Wir als DMK Group bekennen uns zur Haltungsform Stufe 2 und wollen die Teilnahme über einen Mehrpreis für alle DMK Landwirte ermöglichen. Dies setzt jedoch voraus, dass der Handel die Haltungsform Stufe 2 flächendeckend in das Produktsortiment integriert und nicht nur für Trinkmilch. Denn wir haben bei DMK keine „Trinkmilch-Kühe“, sondern verwerten die Milch unserer Landwirte in unterschiedlichen Produkten. Darüber werden aktuell intensive Gespräche geführt.

### Unser Milkmaster-Programm

Wir wollen unseren Rohstoff Milch auf verantwortungsvolle, ressourcenschonende Weise erzeugen, verarbeiten und vertreiben. Die deutsche Landwirtschaft und mit ihr die Milchwirtschaft steht trotz ihres wertvollen Beitrags für unsere Gesellschaft unter einer kritischen

## Anteil an der Milchmenge / den Milcherzeugern

Milchmenge Laufstallhaltung:

**96,1%**

Laufstallhaltung **77,3%**

Milchmenge Anbindehaltung:

**3,9%**

Anbindehaltung: **22,7%**



öffentlichen Beobachtung insbesondere bei Haltungsbedingungen, Fütterung, Tiergesundheit sowie Umwelt- und Klimaschutz.

Darum haben wir bereits 2015 Milkmaster eingeführt - unser Umsetzungsprogramm für Nachhaltigkeit in der Milchherzeugung. Milkmaster beschreibt im Produktionskodex konkret und anschaulich unsere Standards für eine verantwortungsvolle Milchherzeugung. Gleichzeitig bietet das Programm den Landwirten Hilfestellungen, um die Betriebe kontinuierlich zu verbessern.

Ein Herzstück ist der Milkmaster-Produktionskodex, der für alle DMK-Milcherzeuger gilt. Der Milkmaster-Kodex ist das inhaltliche Leitbild des Milkmaster Programms und soll Transparenz schaffen zwischen Landwirten und Markt. Er formuliert klare Empfehlungen und Erwartungen zu den vier Themenblöcken Tierwohl, Tiergesundheit, Umwelt und Klimaschutz sowie Ökonomie und Soziales.

Inhalt	
3	Grüßwort und Präambel
8	Tierwohl
12	Tiergesundheit
16	Umwelt und Klimaschutz
20	Ökonomie und Soziales

### Bonusprogramm

Mit dem Bonusprogramm des Milkmasters konnten 2021 87% der DMK Landwirte mit 97% der Milchmenge erreicht werden. Durch Bonuszahlungen geben wir finanzielle Anreize zur Verbesserung des Tierwohls. Im Jahr 2020 wurden 13,4 Mio. € an unsere Landwirte im Rahmen des Milkmaster-Bonus ausgezahlt, seit dem Beginn im Jahr 2016 insgesamt etwa 150 Mio. Euro. Der Bonus richtet sich nach den Kennzahlen zur Eutergesundheit (Zellzahl),

Bei **80%** der DMK-Betriebe mit 83% der Milchmenge lag die Lebensdauer der Tiere bei über **58** Monaten.

der Lebensdauer der Kühe, dem dem Nachweis zur Bestandsbetreuung sowie dem Weidegang und der Teilnahme am digitalen Agrar-Klimacheck.

### Tiergesundheit weiter fördern

Ein gutes Tiergesundheitsmanagement fördert die Vitalität und Fitness der Tiere und bildet die Grundlage für die Produktion qualitativ hochwertiger Milch. Daher stehen das frühzeitige Erkennen und das Vorbeugen von Krankheiten zum Schutz der Tiere bei uns in der betrieblichen Praxis seit Langem im Mittelpunkt.

Seit 2015 und auch im 2020 aktualisierten Milkmaster-Kodex sind vielfältige Aspekte der Tiergesundheit hinterlegt. Im verbindlichen Qualitätsmanagementsystem QM-Milch werden Aspekte der Tiergesundheit regelmäßig extern auditiert - alle Lieferanten von DMK sind damit automatisch unter regelmäßiger Kontrolle.

Die Bonuskriterien bei Milkmaster zielen bei der Tiergesundheit auf die Eutergesundheit: Die Zellzahl der Kuhmilch ist dafür einer der wichtigsten Indikatoren. DMK fördert außerdem, dass jeder Milcherzeuger eine regelmäßige, mindestens 2x-jährliche Bestandsbetreuung durch den Tierarzt durchführt. Dies ist ein wichtiger Punkt in der Prävention von Krankheiten und somit bei der weiteren Reduzierung des Antibiotikaeinsatzes. Außerdem ist die Lebensdauer ein Bonuskriterium. Das Durchschnittsalter der Kühe blieb über die letzten Jahre bei gestiegener Milchleistung stabil.



## 5 Tierwohl-Freiheiten

Unser erklärtes Ziel ist eine kontinuierliche Verbesserung des Tierwohls. Die Fünf Freiheiten zum Tierwohl sind von allen Milcherzeugern einzuhalten und aktiv zu fördern – dies ist in der Präambel des für alle Landwirte verbindlichen Milkmaster-Produktionskodex festgeschrieben. Diese international anerkannten Leitlinien für das Wohlbefinden von Tieren umfassen: Freiheit von Hunger, Durst und Fehlernährung, Freiheit von Unbehagen, Freiheit von Angst und Leiden, Freiheit zum Ausleben normalen, tiergerechten Verhaltens, z. B. durch ausreichende Bewegungsfreiheit.

## Tierwohl-Label

Tierwohl ist seit einigen Jahren das zentrale Nachhaltigkeitsthema in der Milchwirtschaft, getrieben durch Politik, Verbraucher, Handel, NGOs und die gesellschaftliche Diskussion. Tierwohl umfasst viele unterschiedliche Detailthemen und dynamische Anforderungen. Aktuell liegt ein klarer Fokus auf der Erarbeitung und Umsetzung der Vorgaben von QM-Milch+, welches auf dem System von Haltungsform.de basiert. DMK steht in engem Austausch mit der Initiative Tierwohl und arbeitet an der Weiterentwicklung des Standards mit. DMK ist auch im regelmäßigen Austausch mit dem deutschen Tierschutzbund, der das Tierschutzlabel vergibt. Der Einsatz des Labels wurde für bestimmte Produktkategorien geprüft; derzeit gibt es aufgrund fehlender Nachfrage von Kunden bei DMK keine Anwendungsmöglichkeit.



Mehr zu Tierwohl und speziell zum Milkmaster-Programm [dmk.de/wie-wir-handeln/tierwohl/](https://dmk.de/wie-wir-handeln/tierwohl/)

## Brancheninitiative Nachhaltigkeitsmodul Milch

Wir setzen uns außerdem für die Brancheninitiative Nachhaltigkeitsmodul Milch ein. Dort werden auch verschiedene Aspekte rund um Haltung und Tiergesundheit adressiert, darunter z. B. auch der Einsatz von Antibiotika, Kälbergesundheit sowie bestimmte kritische gesehene Praktiken wie die Enthornung.



# Biodiversität als ein strategischer Schwerpunkt

Die Biodiversität stellt eine wichtige Grundlage unseres Lebens dar und ist seit Jahrzehnten gefährdet. DMK hat Biodiversität als einen der vier strategischen Schwerpunkte bis 2030 fixiert. Ziel ist ein Beitrag zum Erhalt der Biodiversität.

## Weidehaltung

Die DMK Group ist seit vielen Jahren Unterzeichner der Weidecharta von Pro-Weideland, die das gleichnamige Produkt-Label innehat. Der Weidehaltung werden positive Effekte auf Umweltschutz, Tierwohl und Biodiversität zugeschrieben. Viele Landwirte, deren betriebliche Gegebenheiten die Weidehaltung ermöglichen, setzen diese um. Für ausgewählte Standorte und Mengen bietet DMK die Abnahme von Weidemilch.

## Artenvielfalt messen

Im Jahr 2019 wurde in einem Projekt mit der Bodenseestiftung der Zusammenhang zwischen Klimaschutz und Biodiversität untersucht. Die beteiligten DMK Milcherzeuger erhielten Ansatzpunkte zur Verbesserung ihrer individuellen Klimabilanz unter Berücksichtigung der Artenvielfalt am Standort. Die Bodenseestiftung hat außerdem zur Messbarkeit von Biodiversität ein sogenanntes Biodiversity Performance Tool (BPT) entwickelt. Es erfasst anhand von 78 Indikatoren die Stärken und Schwächen der Akteure. DMK hat in einem Pilotprojekt 2019 das Tool mit landwirtschaftlichen Betrieben getestet.

Der DMK Milkmaster-Produktionskodex enthält bereits seit 2015 Empfehlungen, wie die Landwirte zum Erhalt der Biodiversität beitragen können. Dazu gehören z. B. Grünland, Blühstreifen, Fruchtfolge, regionale Futtermittel und die Weidehaltung. Die Betriebe sind eigenverantwortlich für die Umsetzung von Biodiversitätsmaßnahmen entlang betrieblicher Gegebenheiten. Die Weidehaltung etwa ist nicht für alle Betriebe möglich. Auch die Förderung von Artenvielfalt auf Wiesen und Weiden, der Naturschutz entlang von Flüssen, Bächen und Gräben, der Schutz von Wiesenbrütern und Feldvögeln oder der Insektenschutz hängen von den Bedingungen des Betriebes ab.

### Artenvielfalt in den Betrieben

DMK möchte mittelfristig alle Landwirte für die Teilnahme am Nachhaltigkeitsmodul Milch überzeugen. Diese Initiative erfasst und fördert auch die Artenvielfalt. Beispielsweise berücksichtigt das Modul die Bewirtschaftung von Ackerflächen und Grünland, deren Nährstoffversorgung und -ausgleich, Düngemanagement, Pflanzenschutzmaßnahmen sowie ökologisch besonders wertvolle Landschaftselemente und Flächen wie Blühstreifen.

Den Ausbau unseres pflanzlichen Produktsortiments wollen wir mit überwiegend heimischem Rohstoff gestalten. Die dafür zum Einsatz kommenden Leguminosen wie Erbse

und Ackerbohne sowie Getreide, vor allem Hafer, können auch eine wichtige Fruchtfolgeergänzung für die Landwirte sein.

### Initiative „Der Norden blüht auf“

Eine wertvolle Nahrungsquelle und wichtiger Lebensraum für Insekten und Kleintiere sind Blühflächen, die auf Ackerland angelegt werden. Die Marke MILRAM hat im Jahr 2021 mit DMK-Landwirten und mit der Unterstützung des Vereins „Mensch.Natur.Landwirtschaft e.V.“ Blühflächen im Ackerland angelegt. Neben dem wichtigen Beitrag für die Biodiversität soll dieses Projekt zum Dialog zwischen der Marke, der Öffentlichkeit und der Landwirtschaft anregen. Auf insgesamt 10 Hektar - was ungefähr einer Fläche von 16 Fußballfeldern entspricht - säten bis Mitte Mai DMK-Landwirte auf ihren eigenen Flächen und mit Unterstützung von MILRAM einen Mix aus regionalen Wildkräutern, Kulturpflanzen und Gräsern aus, die im Sommer die ersten Blüten trugen und über mehrere Jahre blühen werden. In Bremen engagierte sich die Marke Bremerland. (► Seite 12)

Auch rund um das DMK-Werk im niedersächsischen Zeven wird es künftig blühen und summen. In Zusammenarbeit mit dem Zevenener Verein „Blütenmee(h)r“ entstand im Jahr 2021 ein Blühstreifen auf einer Fläche von insgesamt zehn Hektar. Zudem wurden dort zwei Insektenhotels für zum Beispiel Wildbienen, Marienkäfer oder Hummeln aufgestellt.

Für **663 Mio. kg** Milch aus fast **1.300** Betrieben haben unsere Landwirte 2021 einen Bonus für Weide im Milkmaster-Programm erhalten.

Mehr dazu:

Klimaschutz: S. 8-9

Pflanzliche Milchalternativen: S. 13



„Milch ist und bleibt das Hauptprodukt und der Kern von DMK.“

Ingo Müller, CEO

Dem Trend nach pflanzlichen Alternativen dürfen und wollen wir uns als zukunftsgeradete Molkereigenossenschaft nicht verschließen. Wie wir Chancen nutzen und gleichzeitig unsere Landwirte, denen DMK gehört und die von der Milch leben, auf diesen Weg mitnehmen? Wir setzen auf Produkte mit hoher Wertschöpfung und Spezialsegmente.

In der „Vision 2030“ hat die DMK Group strategische Wachstumsfelder verankert, darunter pflanzliche Milchalternativen. Auf der Fachmesse ANUGA im Jahr 2021 präsentierte DMK erstmals Konzepte veganer Produkte für Industrie und Gastronomie. Ein Schwerpunkt liegt auf der Produktgruppe Käse. Beispielsweise wurde ein veganer Käse, der sehr gut

in der weiterverarbeitenden Industrie funktioniert, präsentiert. Die Entwicklung fokussierte daher zum Beispiel auf das Schmelz- und Bräunungsverhalten, damit

der pflanzliche Käse auf Pizza, Aufläufen und als Füllung gleiche Merkmale wie ein konventioneller Käse aufweist.

Zudem führen auch die Marken MILRAM sowie der MILRAM Food-Service für professionelle Anwender vegane Produkte für den Lebensmittel Einzelhandel sowie innovative Konzepte mit Käse, Joghurt, Desserts und Milchgetränken ein.



## Trend zur Pflanze

Pflanzliche Alternativen stehen insbesondere bei jungen Menschen für Genuss und Abwechslung im Geschmack. Der Bedarf an pflanzlichen Milchalternativen wächst – auch aufgrund des weltweit steigenden Proteinbedarfs.

Die Produktion pflanzlicher Produkte ist ein Muss, um den Bedürfnissen der Konsumenten zu entsprechen und um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Wie hoch der Bio-Anteil für unterschiedliche Sektoren ausfallen soll, ist bislang nicht definiert. Unter 8% der Anbauflächen werden aktuell in Deutschland für ökologischen Landbau genutzt. Am Lebensmittelmarkt hat Bio mit knapp 5% bislang einen geringen aber stark wachsenden Anteil.

Bei DMK sind Standorte wie Zeven sowie die Werke der DMK Baby und Eis nach dem EU-Bio-Standard zertifiziert – eine Grundvoraussetzung für die Verarbeitung von Bio-Milch.

DMK hat Bio-Milch-Produkte im Bereich Baby mit der Marke Humana, verarbeitet sonst aktuell keine nennenswerten Mengen im Bio-Segment. Das liegt auch daran, dass die von DMK primär bedienten Segmente in Einzelhandel und Industrie bislang kaum Bio-Milch nachfragen.

25%

## Hohe Bio-Ziele in der EU

Mit der Farm-To-Fork-Strategie möchte die Europäische Union bis 2030 den ökologischen Landbau auf 25% der gesamten landwirtschaftlichen Fläche ausbauen.

Um die ehrgeizigen Ziele der EU zu erreichen, braucht es daher eine gemeinsame Anstrengung und planbare Perspektiven hin zu einer ökologischeren Milchwirtschaft, für die eine Mehrpreisbereitschaft und die Abnahme produzierter Mengen möglich ist.

Im Zuge der EU-Pläne kann auch für die Landwirte die Umstellung auf Bio eine Perspektive bieten. Diese ist aber zunächst mit Investitionen und Mehrkosten auf Erzeugerebene verbunden. Es ist daher immer eine einzelbetriebliche Entscheidung, ob eine Umstellung wirtschaftlich interessant ist.

DMK Group hat das Thema Bio in die Wesentlichkeitsmatrix aufgenommen; Stakeholder von DMK bewerteten die Bedeutung in der letzten Stakeholderbefragung als mittel. Wir beobachten die Entwicklungen rund um Bio weiter. (► Seite 6-7)

Mehr dazu:

Produktpreisentwicklungen: S. 32



So viele Menschen ernährt ein Landwirt

2018 > 134



1990 > 69



1970 > 27



Quelle: BLE

# Modernisierung der Milcherzeugerbetriebe

Landwirte sind gefordert, immer nachhaltiger und flexibler zu produzieren, bei gleichzeitig knapperen Ressourcen und höheren Auflagen.

Unsere Landwirte arbeiten eigenständig als Unternehmer. Der Strukturwandel in der Landwirtschaft hält weiter an und fordert viel von den Milcherzeugern ein. Über die letzte Dekade hat sich die Anzahl der Milcherzeuger bei DMK - wie insgesamt in Deutschland - in etwa halbiert, bei gleichzeitig leicht steigender Milchmenge. Die höhere Produktivität wurde auch durch Modernisierungen in den Betrieben möglich.

Der technische Fortschritt in der Landwirtschaft und speziell der Milchviehhaltung ist sehr hoch. Dabei unterliegt dieses Berufsfeld immer mehr und neuen Anforderungen, Auflagen und Gesetzen von Seiten der Politik, der Gesellschaft und dem Handel.

## Landwirtschaft im Strukturwandel

Für größere Betriebe ist es oft einfacher, die wachsenden Anforderungen an Modernisierung und Transformation auch wirtschaftlich gut zu meistern. Gleichzeitig ist der ökologische Fußabdruck für größere und moderne Betriebe in der Regel deutlich geringer, da auch die Milchleistung je Tier höher ist. In vielen Familienbetrieben ist die Hofnachfolge weiter ein wichtiges Thema.

Jahr	Milchmenge kg	Anzahl Milcherzeuger in der Genossenschaft
2010	6,9 Mrd.	11.000
2021*	4,3 Mrd.	4.500

\* ohne DOC

## Transformation gestalten

In Deutschland hat die Milchherzeugung in den vergangenen Jahren trotz sinkender Tierbestände zugenommen. Der Strukturwandel wird sich in den nächsten Jahren und Jahrzehnten noch weiter fortsetzen.



Ø  
**105**  
Kühe pro Betrieb

Veränderte Strukturen und Anpassungen in der Milchherzeugung werden in Deutschland insgesamt wie auch bei DMK die Folge sein. Es ist eine herausfordernde Zeit für Landwirte aber auch den gesamten DMK

Konzern, nicht zuletzt aufgrund von neuen, veränderten politischen Rahmenbedingungen: Der EU Green Deal, die Farm to Fork Strategy und die Anpassungen in der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) der EU haben Auswirkungen auf die Produktionsbedingungen der Landwirte. Dazu kommen die steigenden Anforderungen etwa in Bezug auf Tierwohl, Futtermittel, Transparenz in der Lieferkette und die Senkung der Emissionen in der Tierhaltung.

Als größte deutsche Molkerei sind wir entschlossen, die Transformation der Wertschöpfungskette Milch aktiv zu gestalten - mit unseren Landwirten und verschiedenen anderen Akteuren. Denn diese Aufgaben sind nur gemeinsam zu lösen.

Mehr dazu:

Genossenschaft: S. 18

Klimaschutz: S. 8-9

Tierwohl: S. 10-11

# Wertschöpfung generieren

Gemeinsam wollen wir Werte schaffen – das Ziel vereint alle rund 13.500 Menschen bei DMK, Landwirte wie Mitarbeiter.

Die wirtschaftliche Leistung der Molkerei, die Wettbewerbsfähigkeit und auch der Milchpreis werden durch die Wertschöpfung bestimmt. Aus dem Rohstoff Milch wertschöpfende Produkte herzustellen, ist das zentrale Anliegen von DMK.



„Wir haben in unserem Leitbild 2030 klar definiert, auch auf internationalen Märkten und mit werthaltigen Produkten wachsen zu wollen.“

Martin Humfeldt,  
Managing Director wheyco  
und Operations Director  
DMK BU Industry.

## Aus Milch Werte schöpfen

Wir versorgen Millionen Menschen in Deutschland, Europa und Asien mit Nahrungsmitteln. Schwerpunkt unseres Absatzgebietes ist Deutschland - 70% unserer Rohmilchäquivalente landen in den Regalen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels.

Das heißt: DMK schafft qualitativ hochwertige Lebensmittel mit kurzen Wegen. Zusätzlich wird durch unsere Lieferketten ein hoher Beitrag an Wertschöpfung in den jeweiligen Regionen generiert.

Werte sind dabei monetärer Art - also Einkommen zum Beispiel für die Landwirte. Zudem ermöglicht DMK die gesunde Ernährung vieler Menschen. Auch zum Erhalt der Landwirtschaft und des ländlichen Raums tragen wir bei.

## Unterschiedliche Verwertungen

Wir wollen einen möglichst hohen Wert aus den Inhaltsstoffen der angelieferten Milch schaffen. Dies geschieht im Spannungsfeld einer sinkenden Milchmenge, hohen Anforderungen von Seiten der Kunden, dem sehr diversen Produktportfolio und den schwankenden Milchpreisen für unterschiedliche Verwertungen.

Dabei gibt es Bereiche, die marktseitig hohe Wertschöpfungen generieren, etwa die Markenprodukte, Babypulver oder der Food Service. Jedoch können diese Bereiche nicht

die gesamten sechs Mrd. Kilogramm Milch aufnehmen, weil sie tendenziell kleiner sind. Daher gilt es auch, in Märkten mit hohen Volumina wie Käse, Magermilchpulver und Molke Wertschöpfung zu generieren oder neue Anwendungsbereiche zu schaffen. Das gelingt beispielsweise mit der Verwertung von Molke und für ausgewählte Produkte, die in der weiterverarbeitenden Industrie Anwendung finden. Dafür muss DMK kontinuierlich in neue Technologie sowie Forschung und Entwicklung investieren.

## Zum Beispiel Molke-Verwertung

Bei jeder Käseproduktion entsteht Molke. Heute liegt es im Trend, die Flüssigkeit weiterzuverarbeiten. Für die Business Unit Industry bei DMK ist wheyco daher eine wichtige Säule als Wachstumstreiber. Das Unternehmen stellt aus Molke maßgeschneiderte Zutaten für die Lebensmittelindustrie her.

Molke ist ein wahrer Alleskönner. In Schokolade, Süß- und Backwaren verstärkt Molkenpermeat das Aroma. Gebäck bekommt eine bessere Bräunung und wird saftiger. In Eiscreme sorgt Molkenproteinisolat für mehr Cremigkeit und ersetzt Laktose durch Protein. Proteinreiche Ernährung ist außerdem sehr beliebt bei gesundheitsbewussten Menschen.

Als einer der größten Käseproduzenten Europas erwirtschaften wir überdurchschnittliche Milchpreise nur mit einem klaren Fokus auf Käse in Kombination mit Molke. Dabei bieten Molkenderivate viel Raum für Wachstum, Innovationen und Differenzierung.

**70%**

unserer Rohmilch-äquivalente landen in den Regalen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels.

Mehr dazu:

Innovation: S. 30

Pflanzliche Milchalternativen: S. 13

Regionalität: S. 26

## Vision 2030



Die erste Wahl für Milchprodukte natürlichen Ursprungs – ein ganzes Leben lang.

Das ist der Fokus unserer Vision 2030. In diesem Leitbild spielt Wertschöpfung eine herausragende Rolle. Wir wollen das Beste aus der Milch holen. Mit unserem Know-how kreieren wir schmackhafte Produkte und maximieren den Wert für unsere Kunden und für die DMK.

## Geschäftsfelder von DMK

- Käse
- Molkereiprodukte
- Ingredients
- Babynahrung
- Vegane Produkte
- Eis
- Molke
- Foodservice

## Molke

Nicht immer war den Menschen der Wert der Molke so bewusst wie heute. Das für den Food-Bereich lange vermeintlich wertlose Nebenprodukt der Käseherstellung wurde in der Vergangenheit zum Beispiel zum Düngen von Feldern und in der Tiermast eingesetzt.



**Das Fixed Price Modell**

DMK hat für die Landwirte mit Fixed Price eine Onlineplattform zur Festpreisabsicherung geschaffen. Dieses einfache, sichere und kontinuierlich verfügbare Absicherungsmodell ist für alle Genossenschaftsmitglieder zugänglich. Landwirte können über diese Plattform an der Börse einen Teil ihrer Milchmenge zum Festpreis anbieten und durch diesen eigenverantwortlichen Handel mit Milch am Marktgeschehen partizipieren. Für viele Landwirte steht dabei nicht unmittelbar die Erzielung von Höchstpreisen im Vordergrund, sondern vielmehr die Planungssicherheit und der Ausgleich in der Differenz von Spitzen und Tälern beim Milchpreis, die ein Festpreis besonders in Zeiten stark schwankender Märkte bietet.

*„Für mich ist es wichtig, näher an die Molkerei heranzurücken und das Zusammenspiel zwischen operativem Geschäft und Marktentwicklungen besser einschätzen zu können. Ich möchte auch von den Erfahrungen anderer junger Berufskollegen profitieren.“*

Christoph Prüser, 25 Jahre alt, wurde im Jahr 2020 neues Mitglied im AKJM. Gemeinsam mit seinen Eltern bewirtschaftet er den Familienbetrieb im niedersächsischen Scheeßel.

# Unsere Basis: Die Genossenschaft

DMK ist eine genossenschaftlich organisierte Molkerei. Die Landwirte sind Eigentümer, Mitglieder, Milchlieferanten und Mitgestalter der Zukunft.

**D**ie genossenschaftliche Organisation steht bei DMK für Beständigkeit, Selbstverwaltung, Miteinander und das Entstehen füreinander. Diese Struktur braucht das Engagement vieler Menschen, die neben dem landwirtschaftlichen Betrieb auch ein Ehrenamt in den Gremien bei DMK übernehmen, als Beirat, Vertreter, Aufsichtsrat oder Vorstand. Sie stellen eine wichtige Brücke zwischen dem Unternehmen und den Landwirten dar. Die Ehrenamtler bei DMK sichern die Selbstbestimmung als Genossenschaft der Milcherzeuger. Diese freiwillige ehrenamtliche Arbeit für die Genossenschaft ist ausgesprochen wertvoll.

**myMilk als digitales Herzstück**

Anfang 2020 ging myMilk online, die digitale Plattform zur Kommunikation mit unseren Milcherzeugern in Deutschland. Seitdem nutzen über 5.000 DMK-Landwirte sämtliche Services, die sie in der Zusammenarbeit mit der Molkerei benötigen und können sie dort übersichtlich und komfortabel bedienen. Die Plattform ist am PC, mobil auf dem Smartphone oder auf dem Tablet nutzbar und integriert sich so optimal in den Arbeitsalltag des Landwirts, der mit myMilk in Stall oder Büro und auf dem Feld arbeiten kann. Auch das Milkmaster-Programm hat seine digitale

Heimat innerhalb von myMilk und läuft vollständig online. Für das Bonussystem reichen die DMK-Landwirte zwei Mal pro Jahr ihre Mengenplanungen und weitere Angaben zur Erfüllung der Bonuskriterien digital auf myMilk ein. Fortlaufend stehen neue Anwendungen zur Verfügung, darunter das digitale Weidetagebuch oder die sofortige Anzeige von Analyse- und Qualitätsdaten. Geplant ist, künftig die Integration des DMK Agrar Klimachecks und die DMK Klimareise über myMilk verfügbar zu machen. myMilk entwickelt sich stetig weiter, um den Arbeitsalltag der DMK-Landwirte zu erleichtern.

**Nachwuchsförderung**  
Die Zukunft der Genossenschaft liegt in den Händen ihrer Mitglieder. Auch aus diesem Grund legen wir viel Wert auf Nachwuchsförderung und haben im Ehrenamt dafür bereits im Jahr 2001 den Arbeitskreis Junger Milcherzeuger (AKJM) ins Leben gerufen. Junge Landwirtinnen und Landwirte bis zu einem Alter von 30 Jahren können in dieses besondere Netzwerk berufen werden, das aktuell aus 72 Mitgliedern besteht. Der AKJM ist kein offizielles Organ der Genossenschaft, sondern bereitet seine Mitglieder auf die Ausübung eines späteren Ehrenamtes vor. Es sorgt so für Nachwuchs und für kontinuierlich frischen Wind in den Gremien.

Über **300** Landwirtinnen und Landwirte bekleiden aktuell ein Ehrenamt in Genossenschaft und Unternehmen.

Knapp **5.200** Milcherzeuger in der Genossenschaft.

**Mehr dazu:**

Innovation: S. 30

Milchpreis: S. 17



# Gute Einkommen für die Landwirte



Der Milchpreis entscheidet maßgeblich über die Einkommen auf den Höfen – und ist daher für DMK eine zentrale Kennzahl.

**F**ür die Milcherzeuger ist der Auszahlungspreis der Molkerei die wichtigste wirtschaftliche Größe. Denn die Milch ist für die Landwirte die Haupteinnahmequelle. Der Milchpreis setzt sich zusammen aus einem Grundpreis pro Kilogramm sowie Aufschlägen, die nach bestimmten Leistungen für die Landwirte gezahlt werden.

**Ein wettbewerbsfähiger Milchpreis**

DMK zahlt beispielsweise für GVO-freie Milch einen Aufschlag von 1 Cent - im Jahr 2021 betraf das 3 Mrd. kg Milch. Außerdem zahlen wir einen Bonus für die Landwirte, die am Qualitäts- und Nachhaltigkeitsprogramm Milkmaster teilnehmen. Andere im Markt ausgewiesene Milchpreise beinhalten bestimmte Aufschläge wie etwa der Milchpreis des BLE. Der Auszahlungspreis hat sich im Jahr 2021 nach einigen für die Landwirte herausfordernden Jahren wieder auf einem recht guten Marktniveau eingependelt. DMK vergleicht den Auszahlungspreis jedes Jahr zum sogenannten BLE-Milchpreis. Aufgrund der Situation im Jahr 2022 und den Turbulenzen auf den Agrarmärkten wird der Milchpreis 2022 voraussichtlich höher als im Vorjahr sein.

Milchpreis 2021 in Ct / kg	
BLE	35,71
<b>DMK</b>	<b>35,88</b>

**Der Auszahlungspreis bei DMK**  
Jede Molkerei hat aufgrund ihrer Struktur „ihren“ Milchpreis. Dieser schwankt – genauso wie der bundesweite Milchpreis, saisonal, regional und für verschiedene Produkte (z. B. Trinkmilch, Käse, Magermilchpulver) – und zwar bei allen

*„In den vergangenen Jahren war der Milchpreis oft unvorhersehbar, und das wird wahrscheinlich auch in Zukunft so bleiben. Meine Kosten habe ich selbst im Blick. Mit der neuen Preisabsicherung kann ich auf einen Teil meiner Einnahmen besser Einfluss nehmen und erhöhe somit meine Planungssicherheit. Denn auch in Zukunft wird es unvorhersehbare Ereignisse geben.“*

André Hornberg, Landwirt  
Hornberg GbR, Gütersloh.

Zwischen 2016 und 2021 hat DMK über **150 Mio. €** über den Milkmaster-Bonus für bestimmte Tierwohl- und Nachhaltigkeitsaktivitäten an die Landwirte gezahlt.

Molkereien in Deutschland. Der Milchpreis resultiert aus dem Produktportfolio, in das die Fett- und Eiweißeinheiten der angelieferten Milch fließen. DMK hat ein sehr breites Produktportfolio und ist auch im internationalen Wettbewerb mit anderen Akteuren. Der Milchpreis ist auch ein Erfolgskriterium im Wettbewerb insbesondere

im regionalen Umfeld der Molkereistandorte aufgrund der individuellen Auszahlungsleistungen in Erzeugerregionen. Somit besteht immer auch ein Wettbewerb der Molkereien um den Rohstoff Milch. Der Auszahlungspreis – insbesondere mit seinen Aufschlägen – ist für DMK auch ein Steuerungsinstrument, mit dem wir die Umsetzung bestimmter Marktanforderungen honorieren. Jedoch sind nicht alle Kunden gleichermaßen bereit, bestimmte Leistungen auch zu honorieren. Dies stellt DMK – und die Landwirte – vor Herausforderungen. Denn es gibt keine Trinkmilch-, Joghurt- oder Käsekühe; sondern die Milch wird erzeugt und fließt in unterschiedliche Verwertungen. Höhere Qualitäten wie heimisches Futter und mehr Platz bringen mehr Anforderungen für die Landwirte mit sich, die DMK über die Milchpreise und entsprechende Zuschläge oft nicht von den Kunden erstattet bekommt. Daher setzen wir uns in der aktuellen Diskussion um mehr Tierwohl zum Beispiel stark dafür ein, dass unsere Landwirte für ihre Mehrleistungen auch von Seiten der Marktakteure honoriert werden.

**Konventionell vs. Bio**

Der Durchschnittspreis in Deutschland für konventionell erzeugte Kuhmilch lag laut Milchindustrieverband (MIV) für das Jahr 2021 bei 36,28 Ct / kg\*. Im Vergleich dazu lag der Auszahlungspreis für Bio-Milch bei 50,25 Ct / kg\*. Aufgrund der deutlich höheren Produktionskosten bei der ökologischen Erzeugung sind die Gewinnspannen nicht signifikant höher als bei der Erzeugung konventioneller Milch.

\* Durchschnittspreis in Deutschland für konventionell bzw. biologisch erzeugte Kuhmilch, 4,0% Fett, 3,4% Eiweiß ab Hof, vorläufig lt. MIV

**Tierwohl-Abgabe**

Die aktuell diskutierte Nutztierstrategie setzt sich für eine Tierwohl-Abgabe auf tierische Produkte im Zusammenhang mit einem höheren Standard an Tierwohl ein. Auch die Verteuerung der Verbraucherpreise für Fleisch- und Milchprodukte durch die Abschaffung der Umsatzsteuervergünstigung ist in der Diskussion von Seiten der Verantwortlichen.

**Mehr dazu:**

Produktpreisentwicklung: S. 32

Genossenschaft S. 16

Wertschöpfung S. 15

Zukunftsfähigkeit: S. 14



**83%**  
unserer Landwirte erzeugen über die Hälfte ihrer Futtermittel selbst.

## Was sind nachhaltigere Futtermittel?

Futtermittel sind oft in der öffentlichen Diskussion. Bei DMK ist der überwiegende Anteil der eingesetzten Futtermittel regional erzeugt und zudem frei von Gentechnik.

Die Futtermittelration für eine Kuh besteht zu ca. 70% aus Rautfutter (Gras- oder Maissilage, Gras, Heu) und zu ca. 30% aus Milchleistungsfutter (Getreide, Körnermais, Raps oder Sojaschrot). Die Landwirte in unserer Genossenschaft sind selbständige Unternehmer und demnach komplett eigenverantwortlich für die Beschaffung von Futtermitteln für ihre Tiere.

### Umfang nachhaltiger Futtermittel

Nach unseren letzten Erhebungen aus dem Jahr 2019 erzeugen über 83% aller DMK Milcherzeuger Futterkomponenten zu mehr als der Hälfte selbst oder beschaffen sie regional. Über 14% setzten nach eigener Aussage sogar ausschließlich selbst erzeugte oder regional beschaffte Futtermittel ein. Von öffentlichem Interesse ist vor

allem Soja-Futtermittel, das zu meist aus Lateinamerika importiert wird. Der Anbau von Soja wird mit der Abholzung von Regenwäldern und der Unterstützung des Klimawandels in Verbindung gebracht. Sojaschrot ist ein Beiprodukt aus der Verarbeitung von Soja und kann heute noch nicht klar rückverfolgt werden.

Wenn man den Soja-Anteil von Rohmilch betrachtet, muss man zwischen GVO-freier und konventioneller Milch unterscheiden. In GVO-freier Milch wird Soja nur in sehr geringem Umfang eingesetzt. Nach Informationen von Futtermittelexperten wird Soja in GVO-freien Mischfuttermitteln zu 95% durch (meist heimischen) Raps ersetzt - d. h. Soja wird nur noch zu 5% eingesetzt und ist dann in der Regel nach einem entsprechenden GVO-frei-Standard zertifiziert. Der Anteil von

### Ohne Gentechnik

Der Verzicht auf Gentechnik ist in Bezug auf die Futtermittel seit Jahren ein wichtiges Anliegen von Handel und Verbrauchern. Seit Anfang 2016 verarbeitet DMK einen Teil der Milchmenge als GVO-freien Rohstoffstrom und ist damit mittlerweile Marktführer bei der gentechnikfreien Fütterung deutscher Molkereien. Derzeit haben mehr als 3.000 Milcherzeuger mit 3,1 Milliarden Kilogramm Milch auf GVO-freie Milchproduktion umgestellt. Aktuell sind 10 Standorte der DMK Group mit dem Siegel „Ohne Gentechnik“ nach dem VLOG-Standard auditiert und zertifiziert. DMK bietet den Kunden gentechnikfreie („ohne Gentechnik“) Produkte am Markt auf Basis des deutschen VLOG Standards an. Der Hinweis „Ohne Gentechnik“ ist laut BMEL Ernährungsreport 2020 für 78% der Verbraucher weiterhin wichtig.

Mehr dazu:  
Klimaschutz: S. 8-9

Sojaschrot in der Fütterung ist bei den DMK-Milcherzeugern weiter rückläufig. Im Jahr 2019 waren rund 70% der in der Genossenschaft erzeugten Milch größtenteils frei von Sojaschrot, da sie dem VLOG-Standard unterlag.

DMK Group setzt seit 2020 Ausgleichszertifikate nach dem international anerkannten RTRS-Standard für nachhaltige Futtermittel für die Menge der genossenschaftlich erzeugten Milch ein, die nicht unter den Regeln der gentechnikfreien Fütterung produziert wurde. Der RTRS Standard wurde durch eine Multi-Stakeholder-Organisation entwickelt - initiiert vom WWF im Rahmen des Runden Tisches für verantwortungsvolles Soja.

Für die sogenannte Zukaufs- und Tauschmilch hat DMK aktuell noch keine Vorgaben in Bezug auf die eingesetzten Futtermittel.

## Gemeinsam für Compliance

Richtlinien für die Mitarbeiter und das Unternehmen unterstützen einen rechtskonformen und sicheren Umgang in der Geschäftspraxis – das Compliance-Management macht es möglich.

Das Compliance-Management-System (CMS) reduziert oder verhindert Verstöße gegen Unternehmensregeln und beugt Risiken wie Korruption vor.

Jede Führungskraft ist dafür verantwortlich, dass das eigene Verhalten und das Verhalten der Organisation im Einklang mit dem Gesetz stehen. Damit Compliance gelingt, müssen sich auch alle Mitarbeiter zu rechtmäßigem Verhalten bekennen und sich entsprechend verhalten. Präventive Maßnahmen und Richtlinien zur Verhinderung von Verstößen sind zu etablieren und ihre Umsetzung ist zu überwachen.

Das CMS bei DMK umfasst unter anderem die Compliance-Risikoanalyse, Schulungen, Compliance-Richtlinien und eine dezentrale Organisation aus Compliance-Managern.

### Genossenschaft

Die DMK eG hat ein eigenes CMS eingeführt und einen Compliance Officer benannt. Es hat den gleichen Standard wie das System der DMK Group und setzt Schwerpunkte entlang spezieller Compliance-Risiken.

Compliance ist schon lange Bestandteil unserer Geschäftsbeziehungen, und über unseren für alle Lieferanten gültigen Lieferantenkodex bringen wir das Thema auch in die Lieferkette. Gute Compliance-Strukturen sind für Kunden und andere Stakeholder wie Banken heute ein sehr wichtiger Aspekt und haben bei DMK eine hohe Priorität. Im Jahr 2021 gab es keine Verstöße wegen Korruption sowie keine Verstöße gegen Gesetze und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich.

Im Sommer 2020 wurde das CMS gruppenweit ausgerollt und umfasst nun unter anderem auch China und den Mena-Raum. Dabei geht es klar um die Vermeidung von Korruption und Geldwäsche, um die Geschäftspartnerprüfung und künftig auch um das Kartellrecht.

Für alle Mitarbeiter gruppenweit sind Schulungen zum Verhaltenskodex und zu Anti-Korruption verpflichtend. Mitarbeiter, die in ihrer Arbeit direkt betroffen sind, werden außerdem z. B. zu Kartellrecht und Anti-Geldwäsche geschult.

**30 Mitarbeiter bringen neben ihrer eigentlichen Aufgabe bei DMK das Thema Compliance voran.**

## Nachhaltige Beschaffung voranbringen

Für unsere Produkte setzen wir Rohwaren ein, bei deren Einkauf wir seit vielen Jahren auch auf Nachhaltigkeit achten.

Bereits seit 2016 beschafft DMK Kakao und Palmöl zu 99% aus nachhaltigeren Quellen, ebenso Holz. Bei Lebensmitteln ist seit vielen Jahren auch im Fokus, inwieweit die Lieferketten der eingesetzten Rohwaren sozial und umweltverträglich sind. Künftig werden die Anforderungen, z. B. aus der Umsetzung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes, weiter steigen. DMK sieht sich mit einer starken und in Nachhaltigkeitsaspekten erfahrenen Einkaufsorganisation gut für neue Entwicklungen vorbereitet.

**99%**  
Kakao und Palmöl aus nachhaltigen Quellen.  
Kakao: Utz, Palmöl: RSPO

### Überprüfung der Lieferkette

EcoVadis, eine international anerkannte Plattform zur Nachhaltigkeitsbewertung von globalen Lieferketten, zeichnete DMK im Jahr 2020 zum vierten Mal in Folge mit dem Gütesiegel „Gold“ aus. Sie sehen die DMK Group als einen Spitzenreiter in der Lebensmittelbranche. Im aktuellen Ranking wurde DMK von EcoVadis mit „Silber“ bewertet. Unilever hat DMK Group zum fünften Mal als „Sustainable Supplier“ ausgezeichnet.



Anzahl zertifizierter Standorte 2021	DMK GmbH	DMK Töchter
VLOG	8	9
Bio	1	4
Weidemilch	4	4
RSPO	4	0
UTZ	5	3

### Eingesetzte Rohwaren

DMK beschafft vielfältige Rohwaren für den Einsatz in unseren Produkten, darunter Früchte und Fruchtzubereitungen, Gewürze, Vanille, Fette, Nüsse oder Kräuter.



## Komplexe Abwägungen

Verpackungen sind ein komplexes Thema. Denn zwischen Hygiene-, Haltbarkeits- und Sicherheitsanforderungen sowie gewohntem Komfort für den Konsumenten auf der einen und nachhaltigen Aspekten auf der anderen Seite besteht oft ein Spannungsfeld. Aktuell werden Kunststoffverpackungen bei DMK entsprechend der neuen gesetzlichen Anforderungen auf Recyclingfähigkeit umgestellt. Eine Grundlagenstudie mit Konsumenten zeigte, dass in Deutschland Nachhaltigkeit als Kriterium in Relation zu Eigenschaften wie Optik, Praktikabilität und Wiederverschließbarkeit für Kunden aktuell noch eine sekundäre Rolle spielt.

## Zertifiziertes Holz

Bereits in der Strategie DMK 2020 hatte sich DMK zur verantwortungsvollen Nutzung des Basisrohstoffs Holz verpflichtet. Seit 2016 beschafft DMK zertifiziertes Holz für Primär- und Sekundärverpackungen sowie holzbasierte Eisstiele. Bei Primärverpackungen aus Papier wie Weichpackungen, Weichverbundkartons und Butterwickler besteht die Verpackung oder die Papierschicht der Verpackung aus FSC®-zertifizierten Frischfasern. Alle Lieferanten für Sekundärverpackungen aus Papier und Karton wie Steige, Umkarton, Tray und Etiketten sind FSC-zertifiziert. Soweit nicht anders gefordert verwendet DMK hier Papiersorten der Kategorien FSC® Recycled oder FSC® Mix. Sollten aus technologischen Gründen (z. B. Stabilitätserhalt bei Feuchtigkeit und Kälte) Papiere aus Frischfaser zum Einsatz kommen, so sind diese ebenfalls FSC® zertifiziert.

**V**erpackungen sind zum Schutz und Transport wichtige Begleiter unserer Produkte. Je besser Produkte geschützt sind und je länger Lebensmittel gelagert werden können, desto weniger Lebensmittelverluste finden statt. Verpackungen belasten in bedeutendem Ausmaß die Umwelt, wenn sie aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht für technische und biologische Stoffkreisläufe optimiert sind oder nicht recycelt werden. Die Entwicklung umweltschonender Verpackungslösungen ist eine komplexe Aufgabe.

### Unser Ziel: ein nachhaltigeres Verpackungsportfolio

Als eines der größten Lebensmittelunternehmen Deutschlands produziert DMK täglich erhebliche Mengen an Verpackungen und ist sich seiner Verantwortung bewusst. DMK arbeitet intensiv daran, das Verpackungsportfolio nachhaltiger zu gestalten. Wir arbeiten auf Produktebene sowie in übergreifenden Projekten, verantwortet durch das Center of Expertise Research & Technology in enger Zusammenarbeit mit den Business Units.

## Das DMK-Projekt OCEAN optimiert Verpackungen entlang von drei Zielen:

- 1 // Erhöhung der Recyclingfähigkeit
- 2 // Geringstmöglicher Materialeinsatz
- 3 // Einsatz von Recyclaten.

# Für Verpackungen, die Produkte schützen und die Umwelt schonen

## Vielfältige Ansätze für unsere Verpackungen

Im umfangreichen Produktportfolio von DMK konnten wir in den letzten Jahren verschiedene Projekte voranbringen. Die folgenden Beispiele sind eine Auswahl und zeigen die verschiedenen Ansätze und Abwägungen.



► **Recyclingfähigkeit** war ein Schwerpunkt bei den **Reibekäsebeutel**. Auf einen recyclingfähigen Folienverbund kann nun sukzessive bis Ende 2022 auf allen Linien zur Produktion von Reibekäse umgestellt werden. Der neue Beutel spart zudem 10% Kunststoff gegenüber dem Vorgänger.



► Bei **Käsescheiben** konnten wir auch eine **Kunststoffreduzierung von 10%** erzielen – hier gelang der Ansatz über eine dünnere Unterfolie bei den 400 g Käsescheiben-Packungen. Großtechnische Versuche erfolgten auf ausgewählten Anlagen, zu einem großflächigen Roll-out müssen weitere Versuche und Investitionen getätigt werden. Die Reduzierung der Folienstärke trägt dazu bei, den gesamten Verpackungseinsatz zu reduzieren.



► In einem anderen Projekt im **Bereich Käse** konnten wir über eine **Mono-APET Verpackung** das Gewicht um 8,5% reduzieren. Da wir hier große Volumina umsetzen, konnten zwischen 2017 und 2020 insgesamt über **1.000 Tonnen Kunststoff eingespart** werden.



► Die **Umstellung von Kunststofftrinkhalmen** auf Papiertrinkhalme erfolgte bis zum ersten Quartal 2021. Diese kommen bei DMK insbesondere bei Milchkisgetränken in Kartonverpackungen zum Einsatz.



► **Bis 2024 müssen auf Beschluss der EU hin Drehverschlüsse auf Verpackungen fixiert werden.** Die Umstellung auf diese so genannten anhängenden Drehverschlüsse betreffen im DMK Portfolio vor allem die Weichverpackungen etwa für Milchkisgetränke, Trinkjoghurt sowie die PET-Flasche für den MILRAM Kalder Kaffee. Sie wird aktuell in verschiedenen Projekten in mehreren Werken umgesetzt.

► Beim **MILRAM cremiger Naturjoghurt** wurde eine **Kunststoffreduktion durch das Weglassen des Stülpedeckels umgesetzt**. Auf diese Weise können 18 % Plastik eingespart werden. Bei MILRAM Käseprodukten werden bereits seit 2019 bei den Umverpackungen für den Transport in den Lebensmittel-einzelhandel 128 Tonnen Wellpappe gegenüber den Vorjahren eingespart.



► Die **Marke MILRAM** hat bereits im Jahr 2020 die Kommunikation rund um Verpackungen intensiviert, um Konsumenten stärker einzubeziehen, insbesondere zum Recycling. Unter der Überschrift „Auf Kurs zu mehr Nachhaltigkeit“ können sich Konsumenten über die **Website** informieren und bekommen Recycling-Hinweise. [www.milram.de/nachhaltigkeit/](http://www.milram.de/nachhaltigkeit/)



► Bei **Uniekaas** in den Niederlanden wurden 43% Material beim Scheibenkäse eingespart durch die Verwendung einer Mono-Kunststoffpackung statt wie bisher einer Kunststoff-Papier-Mischung. Die Einsparung wurde auch durch eine deutlich dünnere Folie erreicht, zudem steigt auch hier die **Recyclingfähigkeit**.



## Recyclingfähigkeit

In Deutschland strebt das seit 2019 gültige Verpackungsgesetz unter anderem an, die Recyclingfähigkeit von Verpackungen zu erhöhen. Der Lebensmitteleinzelhandel optimiert Verpackungen seit einigen Jahren aufgrund ihrer großen Wirkung (z. B. Kosten, Recycling). Der Fokus sind vor allem leichtere und besser recycelbare Verpackungen.

## Arten von Verpackungen:

- **Verkaufsverpackungen:** Primärverpackungen mit direktem Produktkontakt inklusive z. B. Verschlüssen, die oft aus Kunststoff oder Verbundverpackungen bestehen
- **Umverpackungen:** Sekundärverpackungen wie Kartons
- **Transportverpackungen:** Tertiärverpackungen, zumeist Zwischenlagen und Stretchfolie

**79%** aller umstellbaren Materialien sind auf FSC und PEFC umgestellt, davon fast 90% der Sekundärverpackungen.

**Leuchtturmprojekt  
CO<sub>2</sub>-Reduktion**

Die Emissionen in unserer eigenen DMK-Produktion (Scope 1+2) machen nur gut 5 % der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Milch-Wertschöpfungskette aus. Gleichwohl wollen wir auch hier reduzieren. Die Wärmeerzeugung durch Erdgas verursacht einen hohen Anteil unserer Scope-1-Emissionen. Im Werk Edeweicht können bis 2022 durch eine standortweite Abwärmenutzung und eine intelligente Verknüpfung von Wärmequellen und -senken jährliche Einsparungen von ca. 4.250 Tonnen CO<sub>2</sub> realisiert werden. Dafür wurde der Standort von der Deutschen Energie-Agentur dena im Jahr 2020 als Leuchtturmprojekt ausgezeichnet.

**CO<sub>2</sub>-Emissionen**

Die direkten Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen, Scope 1\*) in der Produktion konnten in den letzten zehn Jahren um knapp 17% reduziert werden.

2012	229.980
2017	197.575
2019	194.803
2020	191.610
<b>2021</b>	<b>194.464</b>

\* DMK GmbH inklusive 75%-Töchter. Berechnung auf Grundlage der eingesetzten Gasmenge in der Produktion

Bis 2030 sollen unsere absoluten Emissionen um 25% in Scope 1 und 2 reduziert werden (mit den eG-Milchzeugern in Scope 1). Um die DMK Klimaziele zu erreichen, muss auch der Einsatz fossiler Energieträger weiter reduziert und der Einsatz erneuerbarer Energien ausgebaut werden.

# Auf Ressourcen-Sparkurs in der Milchverarbeitung

An unseren 20 Standorten sind Energie, Wasser, Emissionen, Abfall und die Logistik wichtige Aspekte im Ressourcenschutz.

**A**lle deutschen DMK Standorte sind zertifiziert nach ISO 14001 (Umweltmanagement) und ISO 50001 (Energie-Management). Ein Integriertes Managementsystem, das Qualität, Arbeitssicherheit, Umwelt und Energie kombiniert, steuert einen verantwortungsbewussten Umgang mit wertvollen Ressourcen. Ein Team im Energiemanagement sowie das Team für Arbeitssicherheit und Umweltschutz arbeiten gemeinsam an der Umsetzung, einerseits standortübergreifend und einereits spezifisch und auf Maßnahmenebene bzgl. einzelner Standorte.

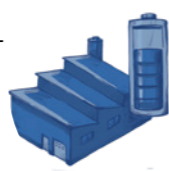
**Energieeinsatz und Emissionen reduzieren**

Der direkte Energieverbrauch der DMK Group im Jahr 2021 betrug 1.520.094.616 kWh (2020: 1.526.432.378 kWh). Zwischen 2012 und 2020 wurde der Energieverbrauch bei DMK um über 15% reduziert oder erst gar nicht verbraucht.

**Wertvolle Ressource Wasser**

Neben Energie ist Wasser eine der wichtigsten Ressourcen, mit denen wir in den Werken arbeiten und mit der wir daher verantwortungsvoll umgehen.

Die spezifische Wassereffizienz weist den Wasserverbrauch pro Kilogramm Milchrohstoffeingang aus. Seit vielen Jahren ist DMK durch umfängliche Investitionen in die Werke hier besonders gut aufgestellt. Pro Kilogramm Milch verbrauchen wir im Durchschnitt 1,12 Liter Wasser und damit deutlich weniger als im Durchschnitt unserer Branche.



Der Energieverbrauch bei DMK wurde zwischen 2012 und 2020 um rund **15%** reduziert.



Der Wasserverbrauch bei DMK wurde zwischen 2015 und 2020 um rund **5%** reduziert.

chen wir im Durchschnitt 1,12 Liter Wasser und damit deutlich weniger als im Durchschnitt unserer Branche.

Im Jahr 2021 haben wir insgesamt 7,7 Mio. m<sup>3</sup> Wasser verbraucht (2020: 7,8 Mio. m<sup>3</sup>). Der Großteil stammt aus eigenem Brunnenwasser sowie vom örtlichen Wasserversorger. Oberflächenwasser wird nur zu kleinen Teilen für die Kühlung verwendet und anschließend wieder rückgeführt. Wir arbeiten an mehreren Standorten an Projekten zur weiteren Reduktion und Wiederverwendung durch Wasserkreisläufe in der Produktion.

In einer Molkerei fallen unterschiedliche Abwässer beispielsweise während der Produktion durch Erhitzungs- und Kühlvorgänge oder als Brüden aus der Milch bei Eindampfungsvorgängen in den Werken sowie bei den täglichen Reinigungs- und Desinfektionsvorgängen an. Wir arbeiten integriert, um den Wasserverbrauch und die Abwasseraufbereitung effizienter zu gestalten, etwa durch eine entsprechende Kreislaufführung, die Wiederverwendung von RO-Permeat und Brüden sowie die Optimierung von Reinigungsprozessen.

2021 fielen 8,3 Mio. m<sup>3</sup> Abwasser an. Wasserknappheit ist auch in Deutschland in immer mehr Regionen ein Thema - etwa am Standort Holdorf. Dort konnten wir durch ein ganzheitliches Projekt den Wasserverbrauch in den letzten zehn Jahren halbieren.

Auch mit dem Projekt B-WaterSmart gehen wir neue Wege.



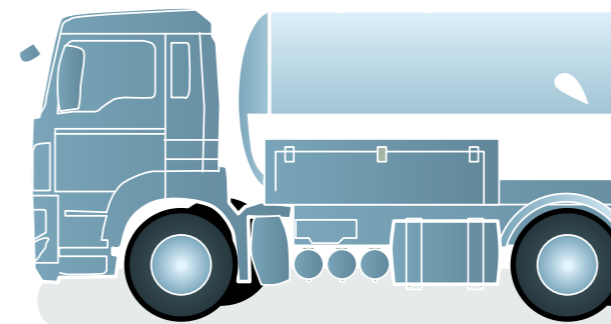
**97,6%**  
aller Abfälle werden verwertet.

**Abfallmanagement: Verwerten und reduzieren**

Wir setzen uns für eine getrennte Sammlung von Werstoffen und deren Zuführung zur bestmöglichen Verwertung ein. Systeme zur Überwachung und Dokumentation der Abfälle und ein Wertstoffmanagement an allen Standorten führen zu einer hohen Verwertungsquote unserer Abfälle von 97,6% - nur 2,4% werden beseitigt. Die Reduktion von Lebensmittelverschwendung in der Produktion ist Teil unseres Qualitätsmanagements.

**Unsere Ein- und Ausgangslogistik**

Rund 190 Milchsammelwagen holen an 365 Tagen im Jahr zwischen 600 und 650 LKW-Ladungen Milch von den Höfen der Milchzeuger ab und bringen diese in die Werke, die daraus Käse, Quark, Joghurt, Butter, H-Milch, Babynahrung, Milchpulver, Eis oder sonstige Molkereiprodukte und Spezialfuttermittel herstellen. Neben dieser Eingangslogistik sind täglich LKWs im Einsatz, um die Produkte zu unseren Kunden zu transportieren. Ein ausgeklügeltes digital gesteuertes System sorgt dabei für eine Optimierung der Routen sowie eine kraftstoffoptimierte Fahrweise.

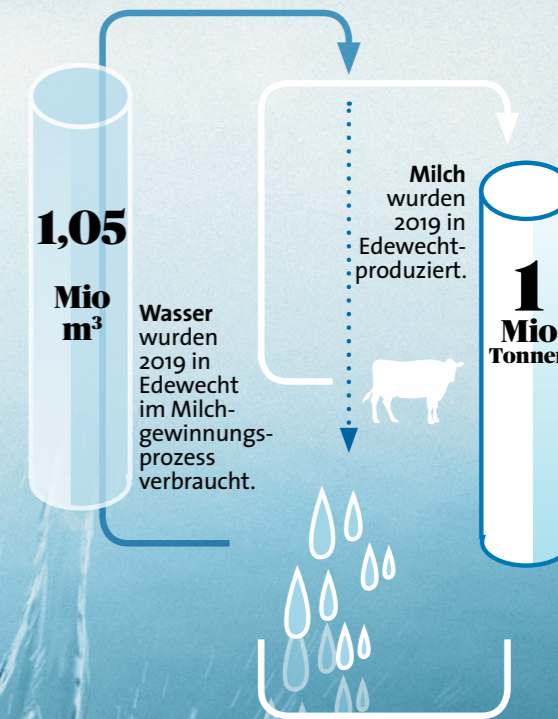


Mehr dazu:  
Kennzahlen: S. 34-37  
Klimaschutz: S. 8-9  
Verpackungen: S. 20-21



Im Rahmen der EU-Initiative „B-WaterSmart“ sollen Wege gesucht werden, verantwortungsvoller mit Trinkwasser umzugehen. DMK ist mit dem Standort Edeweicht beteiligt. Zusammen mit dem Oldenburgisch-Ostfriesischen Wasserverband forscht DMK nach Wegen, den Trinkwasserverbrauch zu senken oder sogar neue Wege zu finden, um Trinkwasser zu gewinnen. Am DMK-Standort in Edeweicht geht es darum, das Wasser, das bei bestimmten Verarbeitungsprozessen aus der Milch extrahiert wird, zu Wasser in Trinkwasserqualität aufzubereiten und wiederzuverwenden. Die Nutzung von aufbereitetem Wasser schont die

wertvolle Ressource Grundwasser. Gemeinsam mit einem Anlagenbauer werden in Edeweicht entsprechende Verfahren und eine Pilotanlage entwickelt. Die besondere Herausforderung und das erklärte Ziel im Projekt: Das aufbereitete Wasser soll den Qualitätsanforderungen der Trinkwasserverordnung entsprechen und somit als Trinkwasserersatz in den Prozessen der Molkerei unbedenklich wiederverwendet werden können. Gelingt die technische Umsetzung, könnte das Verfahren auch an anderen DMK-Standorten mit einer Trocknung angewandt werden. Die Initiative „B-WaterSmart“ ist Teil des EU-Programms „Horizon 2020“. Insgesamt arbeiten in den kommenden vier Jahren 36 Projektpartner aus acht Ländern mit.



**60%**  
des verbrauchten Wassers können dank des B-WaterSmart-Projekts zukünftig zurück in den Trinkwasserkreislauf geführt werden.

**Flexibles Arbeiten**

Die Corona-Pandemie hat unser Arbeitsleben verändert. Wir bieten unseren Mitarbeitern individuelle Spielräume zur Gestaltung ihres Arbeitsverhältnisses. Für alle Verwaltungsmitarbeiter sieht eine Betriebsvereinbarung vier Modelle vor. Der Mitarbeiter arbeitet:

1. ausschließlich im Homeoffice,
2. überwiegend von flexiblen Arbeitsorten aus,
3. überwiegend im Büro,
4. ausschließlich im Büro.

Das jeweilige Modell wird von dem Mitarbeiter und seinem direkten Vorgesetzten bestimmt. Aktuell planen wir, auch unseren Mitarbeitern in der Produktion mehr Flexibilität zu bieten und analysieren deshalb beispielsweise neue Arbeitszeitmodelle, die den Gedanken von New Work auch in die Produktion tragen.

**Unterstützung junger Menschen**

Als Mitglied der „Alliance for YOUth“ unterstützen wir vor allem junge Menschen unter 30 Jahren und wollen ihnen einen einfachen Einstieg ins Berufsleben ermöglichen. Aktuell beschäftigt DMK 217 Auszubildende (Auszubildendenquote 3,7%). Wir bieten außerdem Schülerpraktika sowie studienbegleitenden Praktika in zahlreichen Berufsfeldern. Flexibilität zu bieten und analysieren deshalb beispielsweise neue Arbeitszeitmodelle, die den Gedanken von New Work auch in die Produktion tragen.



**DMK als attraktiver Arbeitgeber**

Gemeinsam arbeiten, gemeinsam entwickeln – das ist unser Motto. An ein WIR zu glauben, bedeutet Teamkraft, Motivation und den Austausch untereinander.

**6,7%**  
Anteil Schwerbehinderte und Gleichgestellte (391 Mitarbeiter)

**A**ls größte deutsche Molkereigenossenschaft beschäftigt die DMK Group über 7.000 Menschen. Eine große Verantwortung, der wir jeden Tag gerecht werden wollen. Deswegen ist es uns wichtig, dass sich unsere Mitarbeiter bei der Arbeit wohlfühlen. Ihr Arbeitsumfeld soll sie anspornen und ihnen den Fokus auf das Wesentliche ermöglichen.



oder pflegebedürftigen Angehörigen. Deshalb unterstützen wir unsere Mitarbeiter durch die Zusammenarbeit mit externen Partnern, um für solche Fälle Lösungen zu finden. Die speziell qualifizierten Berater unterstützen die DMK-Mitarbeiter bei allen Fragen oder Problemen in den Bereichen Kinderbetreuung sowie Krankheit und Pflegebedürftigkeit.

**Familie und Beruf vereinbaren**

Die moderne Arbeitswelt braucht Eigenverantwortung, Flexibilität und Teamwork – und muss die Lebenswirklichkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter berücksichtigen. DMK erprobt Modelle für verschiedene Lebenssituationen – eine gelingende Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist für DMK Group dabei eine wichtige.

Denn viele der DMK-Beschäftigten haben familiäre Verpflichtungen, sei es die Betreuung von Kindern oder die Pflege von älteren

**Mitarbeiter in Elternzeit:**

**19**  
Männer  
**111**  
Frauen



**Förderung von Mitarbeitern**

Die persönliche Entwicklung der Mitarbeiter liegt uns besonders am Herzen. Statt nur auf die reine fachliche Arbeit zu blicken, geht es um Wertschätzung, ganzheitliche Entwicklung der Mitarbeiter und um transparente Führung. DMK bietet individuelle Training- und Coaching-Möglichkeiten, so dass Mitarbeiter ihre eigenen Fähigkeiten und Talente nutzen und stärken können. Damit will DMK auch dem Fachkräftemangel entgegenwirken.



Mehr dazu:  
Kennzahlen: S. 34-37

**Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**

Für DMK haben die Sicherheit und die Gesundheit aller Mitarbeiter eine hohe Priorität. Seit Jahren sinken die Unfallzahlen.

**A**rbeitssicherheit und Gesundheitsschutz ist über allen Werksstandorten einheitlich ein Managementsystem etabliert, das alle Mitarbeiter umfasst. Unfälle und Verletzungen sowie deren Ursachen werden untersucht. Jährlich befasst sich das Unternehmen besonders mit einem

Schwerpunkt, um gezielt Maßnahmen zu ergreifen. Über die letzten Jahre wurden zum Beispiel Unfälle im Bereich Stolpern, Rutschen, Stürzen oder Unfälle mit Maschinen und Arbeitsmitteln in den Blick genommen. Seit Jahren gehen die Zahlen der Unfälle jedes Jahr weiter zurück.

Arbeitsunfälle*	2019	2020	2021
Anzahl	197	190	125
Unfälle je 1 Mio. Arbeitsstunden	24	23	16
Ausfallzeitenindex**	0,28	0,33	0,29

\* DMK GmbH + mind. 75%-Töchter, inklusive DOC-Kaas  
\*\* Ausfallzeiten durch Unfälle bezogen auf geleistete Arbeitsstunden

„Unser Fokus lag auch während der Pandemie darauf, unsere Kunden weiterhin zuverlässig mit Ware beliefern zu können, die Milch von unseren Landwirten abzuholen und in den Werken der DMK zu verarbeiten. Durch die zwischenzeitlich sehr unterschiedlichen Maßnahmen in den Bundesländern mussten wir einheitliche Regeln für unsere DMK-Standorte festlegen, ohne dabei die für uns notwendige Flexibilität zu verlieren. Einheitlich zu informieren, während sich Corona dyna-

misch und überall unterschiedlich entwickelte, war wichtig. Unsere Maßnahmen betrafen ja nicht nur unsere eigenen Mitarbeiter, sondern auch für uns tätige Unternehmen. Wir danken allen Mitarbeitern, die mit dazu beigetragen haben, dass wir in dieser anstrengenden Zeit so gut durch die Pandemie gekommen sind. Sie haben das Unternehmen aufrechterhalten.“

Hermann Köster, COO DMK Supply Chain Management, verantwortlich für die Corona Taskforce.



**Ziel: Unfallfreies Arbeiten**

Wir verbessern das Arbeitsumfeld kontinuierlich und fördern ein aktives Sicherheitsbewusstsein bei DMK. Arbeitsschutz ist daher Teil unseres Projekts „TIGER“, mit dem wir die Prozesse in unseren Werken verbessern und unseren Mitarbeitern ein sicheres Arbeitsumfeld bieten. An allen Standorten sind arbeitsmedizinische Dienste etabliert. Zudem wird wiederholt in den Brand- und Explosionsschutz in den Werken investiert. Dabei wurden bauliche und anlagentechnische Verbesserungen vorgenommen und die Brandfrüherkennung in den Werken optimiert. Die geltenden Rahmenbedingungen für Hygiene, Sicherheit, Umwelt- und Brandschutz werden regelmäßig mit Dienstleistern und Drittanbietern überprüft. Sie alle werden regelmäßig im Hinblick auf Gefahrenquellen und Arbeitsschutz an den Standorten geschult und über verschiedene Kommunikationswege informiert. Außerdem verfügen alle Standorte über umfangreiche Maßnahmen zum betrieblichen Gesundheitsmanagement.

#stayhungry  
**TIGER**



# DMK als regionaler Akteur

Regionalität spielt für DMK eine große Rolle, denn sowohl die Milcherzeuger als auch die Werke sind regional organisiert.

**V**erbraucher schätzen Regionalität sehr hoch. Als DMK schlägt unser Herz in den Regionen, in denen wir tätig sind: Unsere Milchverarbeitung in Deutschland findet in 20 regional verteilten Werken statt, und unsere Milcherzeuger sind in acht großen Regionen ansässig. Die Lieferwege sind daher oft kurz: Die Werke werden von Milchbauern in der Region beliefert. Auch in den Niederlanden sind Milcherzeuger nahe an den dortigen Werken ansässig.

### Regionale Wertschöpfung

Das heißt, viele der Produkte von DMK sind in ihrem Ursprung regional, auch wenn sie nicht immer als solche ausgelobt werden. Denn die Auslobung mit einem „Regional“-Label auf den Produkten erfordert auch immer eine entsprechende Nachfrage und Honorierung am Markt. Aktuell nimmt DMK mit dem Standort Zeven an einer Studie über die Bedeutung der Agrarwirtschaft im ländlichen Raum und die Möglichkeit und Grenzen regionaler Kreisläufe teil. In dem Projekt soll beziffert werden, in welchem Umfang Wertschöpfung durch lokale Lieferketten generiert wird und in welchem Radius wiederum der Vertrieb der Produkte stattfindet.

### Regionale Frischmilch Marke Bremerland

Die Bremerland Milch ging im April 2020 zum 20-jährigen Jubiläum des Standorts in Bremen in den regionalen

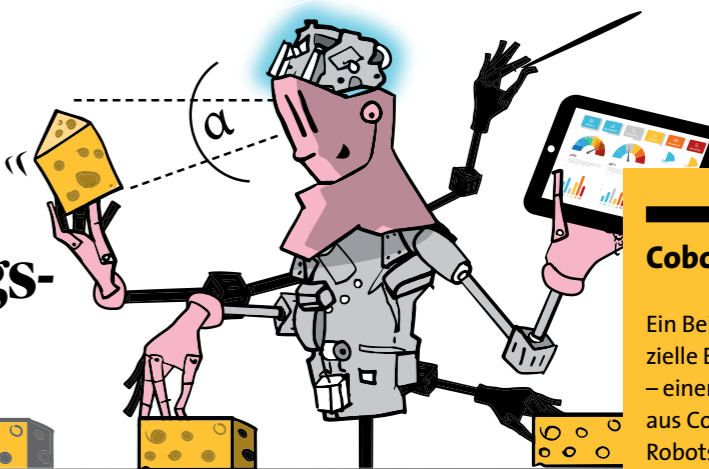
Handel. Die Traditionsmarke Bremerland, eine der beliebtesten Marken im Bremer Stadtgebiet, wurde mit unserer Frischmilch nach über 14 Jahren wiederbelebt. Konsumenten wollen und sollen zunehmend wissen, woher die Produkte kommen. Bremerland ist die erste regionale Frischmilch, die ausschließlich von 15 Bremer Milchhöfen stammt. Die Milch wird gesondert eingesammelt, direkt in die Wedemark zur traditionellen Herstellung gefahren und nur in der Region Bremen verkauft. Frische Milch, direkte Verarbeitung, kurze Wege.

Die Marke Bremerland beteiligte sich auch am Biodiversitätsprojekt zur Förderung von Blühstreifen. Ausschließlich regionales Saatgut wurde von den Landwirten zwischen April bis Oktober 2021 ausgetragen. Die 5 bis 6 Hektar Blühflächen werden über die Bremer Stadtteile verteilt sein. Das Projekt läuft über zwei Jahre in Kooperation mit der Stiftung NORDWESTNATUR und dem BUND Bremen.

### Regionale Wertschöpfung

Als in Deutschland ansässiges Unternehmen sind wir stark mit den Regionen verbunden. Einen großen Teil unseres Einkaufsvolumens an Produkten und Dienstleistungen beziehen wir deutschlandweit in den verschiedenen Regionen rund um unsere Werke. Unsere knapp 5.200 Landwirte haben Geschäftspartner in den Regionen, etwa Tierärzte, Berater oder im Bereich Futtermittel und landwirtschaftlicher Bedarf.

# Digitalisierung entlang der Wertschöpfungskette



Unser aller Leben wird zunehmend von Digitalisierung geprägt. Was hat das mit Milch zu tun?

**D**MK hat bei der Formulierung der Vision 2030 verschiedene Technologietrends aufgenommen: Wir untersuchen seit einiger Zeit, wie zum Beispiel Automatisierung und Robotik oder Künstliche Intelligenz und Maschinelles Lernen künftig die Milchwirtschaft verändern.

### Megatrend Digitalisierung

Kürzere Innovationszyklen, veränderte Rahmenbedingungen und digitale Entwicklungen - DMK muss sich technologisch manövrierfähig und agil aufstellen. Dafür analysiert die DMK Group neue digitale Technologien und bewertet ihre Chancen und Risiken. Denn wir wollen digitale Technologien klug einsetzen, um praktische Probleme zu lösen und Mehrwert zu schaffen.

Üblich ist es, in einem Prototyp zu testen, ob eine Technologie wirklich einen deutlichen Mehrwert liefert. So hatte DMK beispielsweise in einem Piloten geprüft, wie die optische Inspektion von Milchprodukten mittels maschinellen Lernens im Vergleich zu bisherigen Verfahren der Qualitätsprüfung zu bewerten ist. Auch die erweiterte Realität könnte zum Beispiel Mitarbeiter aus der Ferne unterstützen (etwa in der Wartung oder bei Dokumentationen) oder in der Logistik den interaktiven Datenaustausch (z. B. Kommissionierung, Sortieren) erleichtern.

### Eine Aufgabe für alle

Den digitalen Wandel verstehen wir als cross-funktionale Aufgabe im Unternehmen. Schließlich brauchen viele unserer Mitarbeiter künftig digitale Fähigkeiten. Auch ziehen sich digitale Zukunftstechnologien durch die gesamte Wertschöpfungskette. Digitalisierung vom Hof bis

### Cobots

Ein Beispiel ist der potenzielle Einsatz von Cobots - einer Wertschöpfung aus Collaboration und Robots. Hier unterstützen Roboter die Arbeit von Menschen und entlasten vor allem von monotonen und mühsamen Tätigkeiten. Mögliche neue Anwendungsbereiche in der Milchverarbeitung sind etwa die Sortierung, die Palettierung oder die Bestückung von Maschinen mit Verpackungsmaterial. Der kollaborative Roboter optimiert die Prozesse und steigert die Produktivität.

### Hackathons

DMK hat mehrfach den Hackathon in Bremen mitgesponsort, der den Fokus auf B2B-Anwendungen im Kontext von Industrie 4.0 legt. Softwareentwickler, Designer, Daten- und Industrieexperten, Marketer sowie Bastler entdecken bei einem Hackathon, was die von verschiedenen Partnern bereitgestellten Plattformen und Ökosysteme zu bieten haben. Sie liefern kreative und spannende Umsetzungsideen für vernetzte Produkte, Apps und Services.



DMK unterstützt den Bremer Hackathon.

zum Kunden anwendbar zu machen, ist daher eine wichtige Aufgabe der Zukunft. myMilk ist das digitale Bindeglied zwischen Hof und Molkerei. In den landwirtschaftlichen Betrieben kommen zunehmend digitale Anwendungen zum Einsatz und wollen schließlich für Transparenz bis hin zum Kunden sorgen, zum Beispiel mittels Blockchain. (► Seite 28)

Auch die digitale Verpackung ist ein Anwendungsbereich an der Schnittstelle Molkerei hin zum Kunden. (► Seite 28)

Zunehmend muss auch die Infrastruktur zum Beispiel an den verschiedenen Werksstandorten und in der Verwaltung so automatisiert und vorbereitet werden, dass sie den künftigen Anforderungen für digitale Anwendungen auch gerecht werden kann.



Mehr zum Hackathon [www.hackathon-bremen.de](http://www.hackathon-bremen.de)

### Mehr dazu:

- Genossenschaft: S. 16
- Zukunftsfähigkeit: S. 14
- Verpackung: S. 20-21



## BREMERLAND

### EcoLean Verpackung

Ein weiteres Plus ist die besonders umweltschonende Verpackung von EcoLean. Sie besteht zu 35% aus natürlicher Kreide, was den Plastikeinsatz deutlich minimiert. Die Verpackung ist mit einem Gewicht von 14,3g sehr leicht und im Vergleich zu anderen Einwegverpackungen sparsamer in Energie- und Wasserverbrauch und im Abfallvolumen.



### Mehr dazu:

- Biodiversität: S. 12
- Genossenschaft: S. 16
- Zukunftsfähigkeit: S. 14
- Verpackung: S. 20-21

## Blockchain

Ein Thema, das wir intensiv verfolgen, ist die Blockchain-Technologie, die Konsumenten künftig mehr Transparenz auch über den Weg der Milch liefern wird. Mit Hilfe der Blockchain werden Daten z. B. über die Milcherzeugung, den Transport und die Verarbeitungszeit digital erfasst und miteinander sicher verknüpft. Anhand des Produktionsdatums auf der Produktpackung können über eine App oder das Internet dann verschiedene Informationen abgerufen werden.

## Nutri-Score

Der Nutri-Score, seit einiger Zeit in Deutschland vertreten, kann zur Transparenz für Verbraucher beitragen und als Vergleichswert innerhalb einer Produktkategorie dienen. Milch, Trinkjoghurt, Milchlischgetränke und Schokoladenmilch mit einem Anteil >80% Milch zählen beim Nutri-Score nicht zu den Getränken, sondern werden als „solid products“ behandelt und bewertet. Dies berücksichtigt ihre bessere Nährstoffqualität (insbesondere Proteine und Calcium). Aktuell nutzt DMK den Nutri-Score nicht und hat auch noch keine entsprechenden Anfragen von Kunden dazu erhalten.



## Rückverfolgung

Wir arbeiten daran, in Zukunft eine lückenlose Rückverfolgbarkeit von Produkten zu ermöglichen. Im Berichtsjahr führte DMK mit einem Händler ein Pilotprojekt zur Lieferkettenübergreifenden Rückverfolgbarkeit durch und konnte auf diesem Weg mit dem Kunden zusammen wichtige Erfahrungen für künftige Anwendungen sammeln.

**R**ückverfolgbarkeit gewährleistet Produktqualität und -sicherheit. DMK gewährleistet die Identifizierung von Produktions-Chargen auf Grundlage der rechtlichen Anforderungen.

In anderen Bereichen der Lebensmittelwirtschaft sind weitergehende Rückverfolgbarkeitssysteme schon stärker verbreitet als in der Molkereibranche. Ein Grund: Für die Herstellung von Molkereiprodukten sind über mehrere Produktionsstufen hinweg zum Beispiel Mischprozesse involviert, was höhere Komplexität mit sich bringt. Bereits in der Abholung der Milch bei verschiedenen Erzeugerbetrieben mittels Tanksammelwagen etwa werden Chargen zusammengefasst. Das wachsende Konsumentenbedürfnis nach mehr Transparenz über alle Wertschöpfungs-

stufen entlang der Lieferkette hinweg wird künftig vor allem durch neue Technologien unterstützt.

### Die interaktive Verpackung

DMK hatte im Jahr 2019 eine repräsentative Online-Umfrage durchgeführt und ermittelt, dass über 30% der Befragten sich eine interaktive Verpackung wünschen: Für Molkereiprodukte können sie so mehr Informationen über die Verpackung zum Beispiel mittels eines QR-Codes erhalten. Insbesondere die Haltungsbedingungen, Tierwohl, Herstellungsprozess und Informationen zum Unternehmen hinter dem Produkt sind von Interesse. Auch hier probiert die DMK Group in verschiedenen Projekten und Kategorien Anwendungsmöglichkeiten aus.

## Transparenz für die Verbraucher

Die Kennzeichnung von Lebensmitteln ist nicht nur in vielen Bereichen Pflicht – sie gibt den Verbrauchern auch Orientierung.



## Mindesthaltbarkeitsdatum

Jeder zweite Deutsche verwechselt das Mindesthaltbarkeitsdatum mit dem Verfallsdatum. Dem wollen wir entgegenwirken! Lebensmittel können oft viel länger ohne Bedenken verzehrt werden, als das MHD anzeigt: Selbst bei frischen Milchprodukten ermöglichen die modernen Produktionsbedingungen einen späteren Genuss.



LINK

MILRAM informiert auf den Verpackungen und im Internet:  
[www.milram.de/nachhaltigkeit](http://www.milram.de/nachhaltigkeit)

**R**und zwölf Millionen Tonnen Lebensmittel werden in Deutschland jedes Jahr entlang der Lebensmittelversorgungskette als Abfall entsorgt. Das sind knapp 150 kg pro Person. In der Landwirtschaft entstehen 12%, in der Verarbeitung 18%, und die Privathaushalte sind für 52% der Lebensmittelabfälle in Deutschland verantwortlich.

Wir bekennen uns als Unternehmen, das wertvolle Rohstoffe verarbeitet, klar gegen die Verschwendung von Lebensmittel. Im Rahmen der Produktion und Logistik ist es ein selbstverständlicher Teil unseres Qualitäts-Monitorings, Abfälle zu vermeiden und wo nötig zu reduzieren.

### MILRAM unterstützt „Too Good To Go“

Die Marke MILRAM ist Partner der bedeutenden Kampagne gegen Lebensmittelabfälle „Oft länger gut“ von Too Good To Go. Im Schulterschluss mit dem Handel informieren DMK und andere Hersteller die Verbraucher zum Mindesthaltbarkeitsdatum und sensibilisieren gegen das Wegwerfen.

# Nein!



## zu Lebensmittelabfällen

Immer mehr dringt es ins Bewusstsein, dass wertvolle Lebensmittel verschwendet werden.



# Innovation auf vielen Ebenen

Innovationen und die Erforschung neuer, wertschöpfender Produkte unterstützen profitables Wachstum.

**U**nternehmerisch, fair, innovativ - das sind seit vielen Jahren unsere Kernwerte. Eine solche Unternehmenskultur braucht Offenheit, Mut und die Bereitschaft, über das Tagesgeschäft hinaus weiter zu denken.

### Eine Gemeinschaftsaufgabe

Weil Innovationen so bedeutsam für profitables Wachstum und Zukunftsfähigkeit sind, haben sie einen so hohen Stellenwert bei DMK. Jede Funktion, jeder Mitarbeiter ist angehalten, innovativ zu denken. Gleichwohl braucht es zur Steuerung und Gestaltung Prozesse und Instrumente, die helfen, Innovationen in die Umsetzung zu bringen.

Neben Produktinnovationen sind auch Prozessinnovationen von großer Bedeutung:

Ein Beispiel ist das Projekt myMilk, das als digitale Plattform die Zusammenarbeit zwischen Molkerei und Landwirten zukunftsfähig macht (► Seite 16). Auch in den Werken sind regelmäßig Neuerungen in den Anlagen und Prozessabläufen in der Umsetzung. Eine große und bedeutsame Geschäftsfeldinnovation war und ist der Einstieg von DMK in pflanzliche Alternativen (► Seite 13).

Innovationen sind sehr breit und finden

**1 Drittel** aller Investitionen wurde in strategische und innovative Vorhaben investiert.

**An über 100** produktbasierten Vorhaben wird gearbeitet, die in den nächsten 3 Jahren Marktreife erlangen. Rund 20 davon haben innovativen Charakter.

**Knapp 50** Projekte aus dem Idea-to-Market Prozess erlangten Marktreife.

- MILRAM:**  
Haferpudding,  
SKYR Käse Minis,  
India Curry Quark,  
Körniger SKYR  
**Food Service:**  
Creme Brulee,  
Panna Cotta, Joghurt  
Griechischer Art 5 kg  
**Weitere** z. B.  
Proteingrieß,  
vegane Puddings,  
würziger Gratinkäse

sich in vielen Aspekten: Die Milchindustrie erforscht z. B. die Ernährung der Zukunft, die Rolle der Biotechnologie oder bestimmte Gesundheitsaspekte. Die Digitalisierung gewinnt dabei eine Schlüsselrolle, etwa in Innovationen für intelligente Milchverpackungen oder für das Monitoring der Tiergesundheit.

### Strategisch verankerte Prozesse

Das betriebliche Vorschlagswesen ermöglicht jedem Mitarbeiter, Ideen einzubringen. Unsere Forschungs- und Entwicklungs-Abteilungen arbeiten gezielt an strategischen Schwerpunkten wie Produkt-,

Prozess- und Verpackungsinnovationen. Unser Insight-Hub stellt regelmäßig aktualisierte Informationen und Instrumente bereit, zum Beispiel einen Umfeldradar, auf den über 500 Mitarbeiter Zugriff haben. Kollegen vor allem aus dem Marketing und der Produktentwicklung nutzen die Informationen zu Trends und neuen Entwicklungen, teilen interaktiv Wissen und arbeiten in interdisziplinären Teams an konkreten Innovationsthemen.

Der Idea to Market (I2M) ist unser DMK-Produktentwicklungsprozess, in dem produktbasierte Vorhaben aus allen Geschäftsbereichen nach klaren Kriterien bis zur Marktreife gebracht werden. I2M ist einer unserer vier Kernprozesse und leitet sich aus der DMK Vision 2030, der Konzernstrategie sowie den Business Unit-Strategien ab.

Der Idea to Market (I2M) ist unser DMK-Produktentwicklungsprozess, in dem produktbasierte Vorhaben aus allen Geschäftsbereichen nach klaren Kriterien bis zur Marktreife gebracht werden. I2M ist einer unserer vier Kernprozesse und leitet sich aus der DMK Vision 2030, der Konzernstrategie sowie den Business Unit-Strategien ab.

### Mehr dazu:

Wertschöpfung: S. 15

Verpackung: S. 20-21

Milchpreis: S. 17

Genossenschaft: S. 16

Pflanzliche Milchalternativen: S. 13

## Beispiele für innovative Produkte 2021



**D**er ökologische Fußabdruck kann z. B. für CO<sub>2</sub>, Wasser oder noch umfassender ermittelt werden. Dies auf Ebene einzelner Produkte zu berechnen, ist herausfordernd, da vielfältige Faktoren zum Beispiel die Emissionen auf den Höfen beeinflussen. DMK widmet sich der Ökobilanzierung seit vielen Jahren. DMK hatte schon früh auf EU-Ebene an einem Pilotprojekt der EU („Dairy PEF“) teilgenommen.

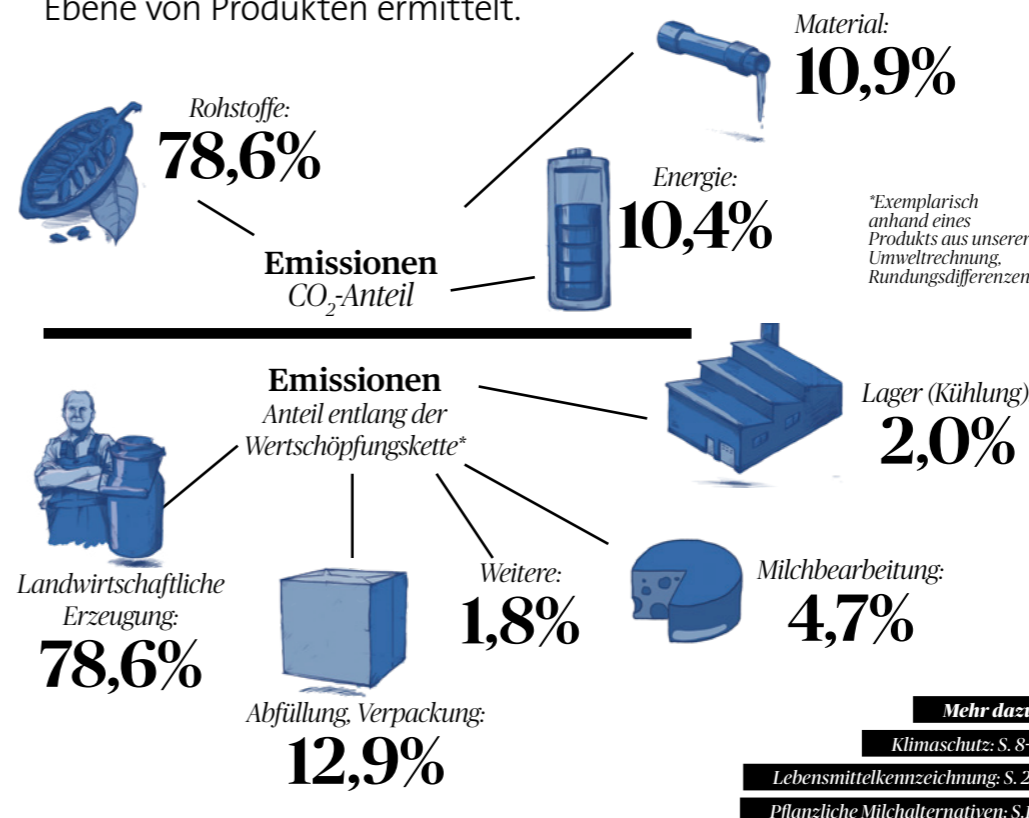
### Berechnung von Produktökobilanzen

Wir setzen im Unternehmen aktuell



## Wie hoch ist der Produkt-Fußabdruck?

Die Erstellung von Ökobilanzen gewinnt in der Milchwirtschaft an Bedeutung; und zunehmend wird die Ökobilanz auch auf Ebene von Produkten ermittelt.



### Zusammenspiel von Klima und Nährwert

Die Ökobilanzierung von Produkten legt auch andere interessante Zusammenhänge offen: Eine vegane Käsealternative hat zum Beispiel einen niedrigeren Klimafußabdruck als das entsprechende milchbasierte Produkt. Gleichzeitig ist die Zusammensetzung der Produkte komplett unterschiedlich, was sich auch in unterschiedlichen Nährwertprofilen äußert. So hat etwa der milchbasierte Käse höhere Nährstoffanteile von Fetten – aber auch von Eiweißen. Im Proteinmix der Zukunft spielen unserer Auffassung nach sowohl pflanzbasierte als auch milchbasierte Produkte eine Rolle. Daher sind verschiedene und umfassende Abwägungen für die Produkte zu treffen.

### Methodische Grundlagen sind nötig

2016-2017 nahm DMK am Produktökobilanz-Pilotprojekt „Dairy PEF“ der Europäischen Union teil. Ziel des Projekts war die Entwicklung einer EU-weit einheitlichen Methode zur Erstellung von Produktökobilanzen (Product Environmental Footprints, PEF). Auch testete DMK anhand von Käse, wie man CO<sub>2</sub>-Fußabdrücke auf Produktverpackungen gegenüber den Kunden kommunizieren kann. Bis heute gibt es jedoch noch keine deutschlandweit oder international einheitliche Methodik für die Berechnung des Fußabdrucks von Milchprodukten.



# Gemeinsam die Zukunft gestalten

Die Preise für die verschiedenen Milchprodukte hängen von vielen Parametern ab – und betreffen die ganze Lieferkette bis hin zum Verbraucher.

## Sektorstrategie 2030

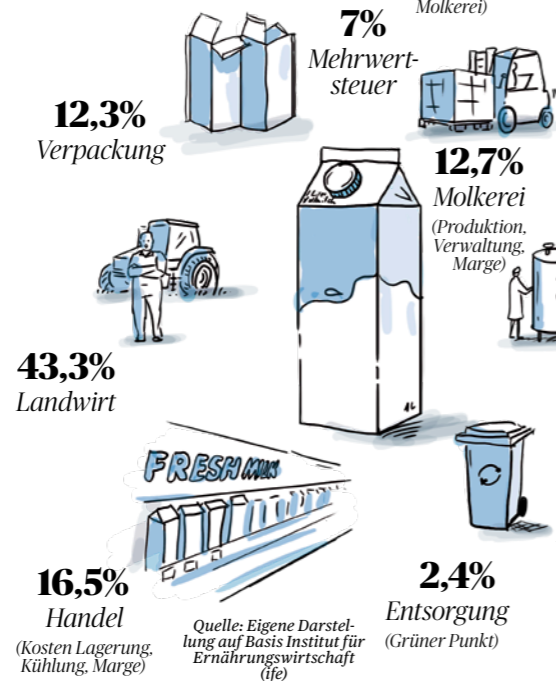
Im Jahr 2020 wurde die Strategie 2030 der deutschen Milchwirtschaft veröffentlicht: Sie soll Lösungsansätze zu steigenden Auflagen und dem Strukturwandel aufzeigen und die Milcherzeugung in Deutschland nachhaltig stärken. Kernstück der Sektorstrategie ist ein Maßnahmenkatalog auf 20 Seiten, welcher mit mehr als 100 Vertretern der deutschen Milchwirtschaft erarbeitet wurde. CEO Ingo Müller hatte initial zu einer Sektorstrategie mit aufgerufen, und DMK brachte sich in Konzeption und Umsetzung ein.

**LINK**  
Strategie 2030:  
[www.milchindustrie.de/strategie-2030/](http://www.milchindustrie.de/strategie-2030/)



DMK ist Gründungsmitglied in der „Initiative Milch“, die eine Maßnahme in der Sektorstrategie 2030 ist. Die im Oktober 2021 gestartete Branchenkommunikation wirbt mit Anzeigen- und Plakatmotiven für Vielfalt, Genuss und persönliche Milchmomente. Auch die moderne Milchviehwirtschaft ist über einen Webcast im Fokus der Initiative.

## Trinkmilch: Wer bekommt was vom Preis eines Liters ?



Für die Landwirte stiegen die Ausgaben und Risiken in den letzten Jahren durch höhere Auflagen, durch gestiegene Preise für Futtermittel oder Ernteaufschläge in Dürreperioden. Die Frage nach dem „fairen Preis“ für einen Liter Milch oder ein Stück Butter stellt sich mitten im Strukturwandel auch künftig für die einzelnen Landwirte.

### Gemeinsam Wert schätzen und schöpfen

Unsere Aufgabe als genossenschaftliches Molkereiu Unternehmen ist es, die Milch unserer Anteilseigner bestmöglich zu vermarkten. Die Produktpreise für Milchprodukte hängen stark von der Produktkategorie ab und den am Markt durchsetzbaren Preisen. Viele Anforderungen an die Herstellung wie Regionalität, Tierwohl und Klimaschutz erhöhen die Produktionskosten. Wer zahlt dafür? Im Zuge der komplexen Veränderungen ist dies nicht immer einfach zu beantworten. Zuletzt stiegen in den ersten Monaten des Jahres 2022 die Verbraucherpreise für verschiedene Milchprodukte sehr stark – zum Teil als Reaktion auf die gesamtpolitischen Entwicklungen und die Turbulenzen an den Agrarmärkten. In solchen Zeiten ist es umso herausfordernder, die Frage nach finanzieller Wertschätzung und fairer Verteilung von Lasten für alle Beteiligten gut zu lösen.

Das betrifft nicht nur DMK – wenn wir auch als Marktführer und größte Genossenschaft in Deutschland eine besondere Rolle haben. Als Branche sollten und wollen wir uns stark machen für eine neue Wertschätzung sowie eine Verantwortung, die Transformation der Milchwirtschaft gemeinsam zu gestalten – von Seiten der Milcherzeuger und Molkerei, der Politik, Verbrauchern, Handel und Industrie sowie Verbänden, Futtermittelherstellern und anderen Akteuren in der Wertschöpfungskette.

**Mehr dazu:**  
Zukunftsfähigkeit: S. 13  
Wertschöpfung: S. 15  
Milchpreis: S. 17

Die deutsche Landwirtschaft durchlebt seit vielen Jahren einen grundlegenden Strukturwandel, der oft kleinere Betriebe oder manche Landstriche besonders betrifft. Die Veränderungen werfen auch gesamtgesellschaftliche Fragen auf: Wie viel Wert wollen wir der landwirtschaftlichen Urproduktion in Deutschland beimessen? Wie können ländliche Regionen aufgewertet werden?

### Mitten im Strukturwandel

Die Produktpreise bilden sich in einer komplexen Dynamik. Wir bei DMK stellen die unterschiedlichsten Produkte aus Milch für eine Vielzahl von Märkten her. Dazu gehören Produkte mit einem hohen Anteil an Milch wie bei Quark, Käse, Butter und Trinkmilch. Bei vielen Produkten ist der Rohstoff Milch geringer und wenig sichtbar enthalten wie bei Kuchen und Pizza.

## Liebe Leserinnen und Leser,

vielen Dank für Ihr Interesse an unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten!

2030 ist das Jahr, das wir wie viele andere Unternehmen in Bezug auf Nachhaltigkeit im Blick haben – aber auch für unsere gesamte unternehmerische Entwicklung. Konsequenterweise richten wir die DMK Group auf 2030 aus – ohne dass einer von uns weiß, wie die Welt 2030 ganz konkret aussehen wird. In Zeiten starker Veränderungen, Krisen und Disruptionen ganzer Branchen navigieren auch wir auf Sicht, jedoch mit einem klaren Zielbild vor Augen.

Das gilt auch für die Nachhaltigkeit der Milchwirtschaft: In den letzten Jahren haben wir weitere Meilensteine auf den Weg gebracht wie unsere Verpflichtung zu den Klimaschutzzielen oder die Bereitschaft zur flächendeckenden Umsetzung der Haltungsform Stufe 2, sofern der Handel diese für das gesamte Sortiment etabliert. Wir sind nicht immer Pionier in allen Nachhaltigkeitsthemen – auch, weil unsere primäre Verpflichtung unseren Anteilseignern – den Landwirten – gilt. Und diese hatten in der letzten Dekade viele Nachhaltigkeitsanforderungen aus dem Markt zu schultern. Aber wir haben immer wieder bewiesen und werden dies auch künftig tun: Wenn die Marktbedingungen es zulassen, gehen wir mutig und auch konsequent nach vorn – wie zuletzt etwa beim Thema pflanzliche Milchalternativen.

Seit über einer Dekade steuere ich den Themenkomplex Nachhaltigkeit bei der DMK Group, und wir konnten zusammen mit unzähligen Kollegen und unseren Landwirten viel erreichen. Auch künftig wollen wir ein verlässlicher Partner für die unterschiedlichen Stakeholder sein und umfassend die Transformation hin zu einer nachhaltigeren Milchwirtschaft mitgestalten. Lassen Sie uns dies im Schulterschluss verschiedener Verantwortlicher voranbringen und dafür in einem konstruktiven Dialog bleiben.

**Dr. Philipp G. Inderhees** Global Head of Corporate Strategy, verantwortlich für Nachhaltigkeit in der DMK Group



# Kennzahlen

Neben den Kennzahlen innerhalb der Themen stellen wir hier weitere, detaillierte Kennzahlen dar.

Die aktuellen Kennzahlen sind immer auch in unserem digitalen integrierten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht unter [www.dmk.de](http://www.dmk.de) zu finden.

## Ökonomisch



Mit mehr als **20 Standorten** ist die DMK Group Deutschlands größtes Molkereiunternehmen.

Deutschland ist der Kernmarkt für die DMK Group; daneben sind wir auch in den Niederlanden, Italien und in ausgewählten internationalen Hubs tätig.



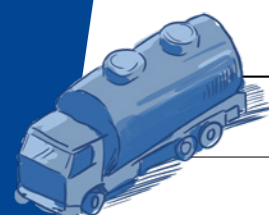
**7.485** Mitarbeiter im Konzern

**Umsatz 5,5** Mrd. Euro

**Milchmenge 6,3** Mrd. kg verarbeitete Milch



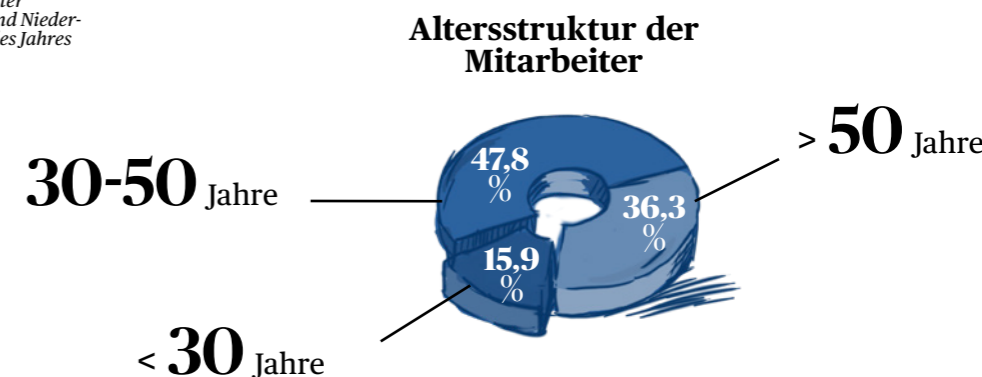
Knapp **5.200** aktive Milcherzeuger liefern den wertvollen Rohstoff für unsere Produkte.



Milcherzeuger + Milchmenge	Milcherzeuger Deutsches Milchkontor eG	Vertragslieferanten DMK GmbH	DOC-Kaas (Niederlande)
Anzahl Milcherzeuger	4.549	17	612
Durchschnittliche Milchmenge (kg in Tonnen / Jahr)	923	3.066	913

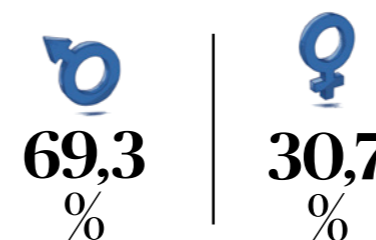
## Sozial

DMK GmbH + 75%-Töchter (Region Deutschland und Niederlande), Stichtag 31.12. des Jahres



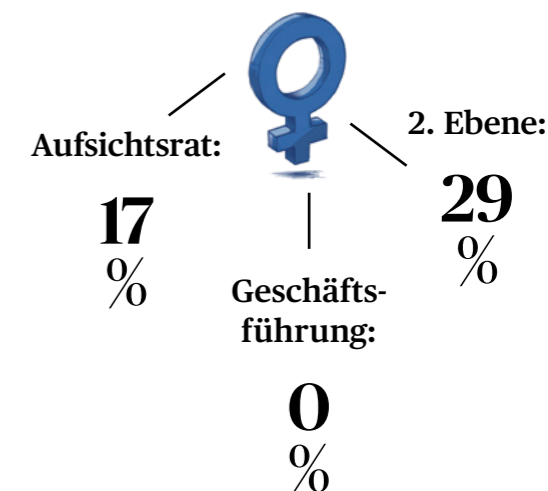
### Geschlecht

**5.836** Mitarbeiter



DMK GmbH + mind. 75%-Töchter (Deutschland und Niederlande)

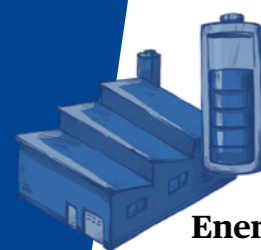
### Frauenquote



	2019		2020		2021	
<b>Mitarbeiter</b>	<b>6.035</b>	<b>89,2%</b>	<b>6.043</b>	<b>100%</b>	<b>5.836</b>	<b>100%</b>
Anzahl gesamt						
Unbefristet	5.380	89,2%	5.427	89,8%	5.291	90,7%
Davon Vollzeit	4.795	90,7%	4.795	88,3%	4.621	87,3%
Davon Teilzeit	382	9,3%	632	11,7%	670	12,7%
Befristet	655	10,9%	616	10,2%	545	9,3%
Mitarbeiter mit Kollektivvereinbarungen	5.939	98,4%	5.959	98,6%	5.758	98,7%
Fluktuation	472	8,8%	366	6,1%	388	6,7%
Neueinstellungen	720	10,8%	818	13,5%	453	7,8%

DMK GmbH + mind. 75%-Töchter (Deutschland und Niederlande)

## Ökologisch



	2019	2020	2021
<b>Direkter Energieverbrauch</b> gesamt, in kWh	<b>1.471.028.261</b>	<b>1.526.432.378</b>	<b>1.520.094.616</b>
Davon direkte Energie aus nicht erneuerbaren Energieträgern	1.459.152.222	1.512.197.973	1.507.157.710
Strom	284.491.217	348.268.982	346.031.233
Erdgas	1.053.050.259	1.051.376.608	1.055.003.246
Fernwärme	46.811.556	46.052.338	44.332.349
Dieselmotorkraftstoff	87.810.390	65.184.000	60.407.167
Flüssiggas	661.414	566.385	540.485
Heizöl	1.978.725	749.660	843.230
Davon direkte Energie aus erneuerbaren Quellen	11.876.039	14.233.405	12.936.906
Wasserkraft	0	0	0
Biomasse	11.876.039	14.085.144	12.803.636

*DMK GmbH + 75% Töchter, ohne DOC Kaas. Grundlage für die Erhebung der direkten Energie aus nicht erneuerbaren Energieträgern sind tatsächlich verbrauchte Energiemengen. Grundlage für die Erhebung der direkten Energie aus Erneuerbaren Energien ist bei Biomasse der Zukauf bzw. die Umrechnung des Holzverbrauchs. Biomasse am Standort Waren. Die erzeugte Menge Strom aus Wasserkraft entfiel bedingt durch den Verkauf des Standorts Rimbeck.*



### Frischwasserverbrauch

Gesamt:  
**7.703.362 l**

Eigenwasser:  
3.516.424 l

Fremdwasser:  
4.186.938 l

### Abwasser

Gesamt:  
**8.302.909 l**

Direkteinleitung:  
2.030.216 l

Indirekteinleitungen:  
6.272.693 l

*DMK GmbH + mind. 75% Töchter  
(Deutschland und Niederlande)*



Abfall (t)	2019	2021
Verpackungswertstoffe	5.541,6	6.473,5
Abscheider	1.089,9	1.942,6
Restmüll/Hausmüll	598,6	766,3
Bau- und Abbruchabfälle	541,8	577,8
Gefährliche Abfälle	332,0	400,0
Aktenvernichtung	1,4	87,9
Sonstige (ohne Klärschlamm)	309,7	240,3
Verwertungsquote	94,5%	97,6%
Beseitigung	5,5%	2,4%

*DMK GmbH + 75%-Töchter (ohne DOC Kaas)*

## Rahmen der dargestellten Inhalte

Mit dieser im Juni 2022 veröffentlichten Broschüre Verantwortung – Nachhaltiges Wirtschaften bei DMK stellt DMK die wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Leistungen entlang der wesentlichen Themen unserer aktuellen Wesentlichkeitsanalyse dar.

DMK berichtet jährlich im Rahmen des Online-Integrierten Geschäftsberichts, der letzte erschien im Juni 2021. Zeitraum der Datenerhebung ist das Geschäftsjahr 2021 vom 1. Januar bis zum 31. Dezember.

Die Inhalte wurden in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: „Kern“-Option erstellt. Die Angaben entsprechen den jeweils aktuellsten vorliegenden Dateien der deutschen Übersetzung der GRI-Standards, abrufbar unter: [www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-german-translations/](http://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-german-translations/)

Im GRI-Inhaltsindex sind die GRI-Angaben ausgewiesen, die wesentlich und abgedeckt sind.

Es fand keine externe Prüfung statt.

Sofern nicht anders ausgewiesen, beziehen sich die Zahlen auf das Jahr 2021.

Sofern nicht anders ausgewiesen, beziehen sich die Inhalte und Kennzahlen auf die verbundenen Unternehmen und Beteiligungen von DMK in Deutschland und beziehen ein: Milcherzeuger und Mitglieds-molkereien der DMK eG sowie Vertragslieferanten der DMK GmbH, die DMK GmbH und DMK-Beteiligungen mit mindestens 75%. Die Mitarbeiter-Kennzahlen konsolidieren DMK GmbH + 75%-Töchter (Region Deutschland und Niederlande) zum Stichtag 31.12. des Jahres.

DMK hat die Daten und Inhalte in enger Zusammenarbeit mit den zuständigen Fachbereichen und unter Auswertung verschiedener Managementsysteme u. a. elektronisches Personalmanagementsystem und Umweltmanagementsystem DIN EN ISO 14001 sowie Energie-

managementsystem DIN EN ISO 50001 erhoben.

Es gab im Berichtsjahr keine signifikanten Veränderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette gegenüber dem Vorjahr und keine wesentlichen Neudarstellungen von zentralen Informationen.

Ansprechpartner für Fragen und die dargestellten Inhalte sind Herr Dr. Philipp Inderhees und Herr Thorben Schwiebert.

Hinweis: Um die Lesbarkeit zu erleichtern, verwenden wir im Bericht die männliche Schreibweise für Personenbezeichnungen. Dabei sind stets Personen aller Geschlechter gemeint.

<b>GRI-Standard-Angabe</b>	<b>Bezeichnung</b>	<b>Verweis auf Inhalte und Auslassungen</b>
<b>Universelle Standards</b>		
Angabe 102-1	Name der Organisation	33
Angabe 102-2	Relevante Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	15, 23 // <a href="http://www.dmk.de/wer-wir-sind">www.dmk.de/wer-wir-sind</a> , <a href="http://www.dmk.de/was-wir-machen">www.dmk.de/was-wir-machen</a>
Angabe 102-3	Hauptsitz der Organisation	Bremen
Angabe 102-4	Betriebsstätten	34 // <a href="http://www.dmk.de/wer-wir-sind/standorte">www.dmk.de/wer-wir-sind/standorte</a>
Angabe 102-5	Art der Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	16 // <a href="http://www.dmk.de/wer-wir-sind/struktur">www.dmk.de/wer-wir-sind/struktur</a>
Angabe 102-6	Belieferte Märkte	34
Angabe 102-7	Größe der Organisation	Nur Gesamtanzahl der Mitarbeiter und Umsatz: 34, 35
Angabe 102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	34, 35
Angabe 102-9	Beschreibung der Lieferkette	6
Angabe 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	37
Angabe 102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	In unseren Managementsystemen sind Risikoaspekte integriert: 4, 22
Angabe 102-12	Externe Initiativen	8, 11, 12, 23, 26, 27, 29
Angabe 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	4, 24, 32
Angabe 102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	2
Angabe 102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	11, 18, 19, 30
Angabe 102-18	Führungsstruktur	<a href="http://www.dmk.de/wer-wir-sind/struktur">www.dmk.de/wer-wir-sind/struktur</a>
Angabe 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	4
Angabe 102-41	Tarifverträge	35
Angabe 102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	4, die Stakeholder wurden im Rahmen der Strategie DMK 2020 ermittelt und werden regelmäßig intern überprüft.
Angabe 102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	4, 7
Angabe 102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	4, 5, 6, 7
Angabe 102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	Abgrenzung und Scope der Berichterstattung: 37, Abschluss des DMK eG Konzerns unter <a href="http://www.dmk.de/wer-wir-sind/geschaeftsbericht-2020/finanz-und-berichtsinfos#ci18074">www.dmk.de/wer-wir-sind/geschaeftsbericht-2020/finanz-und-berichtsinfos#ci18074</a>
Angabe 102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	4
Angabe 102-47	Liste der wesentlichen Themen	4, 6, 7
Angabe 102-48	Neudarstellung von Informationen	37
Angabe 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	37
Angabe 102-50	Berichtszeitraum	37
Angabe 102-51	Datum des letzten Berichts	37
Angabe 102-52	Berichtszyklus	37
Angabe 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	37
Angabe 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	37
Angabe 102-55	GRI-Inhaltsindex	38-39
Angabe 102-56	Externe Prüfung	37

### Themenspezifische Standards: Ökonomie

<b>GRI 201</b>	<b>Wirtschaftliche Leistung</b>	
GRI 103	Managementansatz 2016	15
Angabe 201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Es wird nur der Umsatz ausgewiesen: 34

### Themenspezifische Standards: Ökologie

<b>GRI 301</b>	<b>Materialien</b>	
GRI 103	Managementansatz 2016	19
Angabe 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Nur Anteil unverpackt gelieferter Milch und Art der Materialien von verpackten Waren: 20, 21
Angabe 301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	15, 20, 21

<b>GRI 302</b>	<b>Energie</b>	
GRI 103	Managementansatz 2016	22
Angabe 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	22, 36
Angabe 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	22, 36
<b>GRI 303</b>	<b>Wasser und Abwasser</b>	
GRI 103	Managementansatz 2016	22
Angabe 303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	22, 23, 36
Angabe 303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	22, 23
Angabe 303-3	Wasserentnahme	36
Angabe 303-5	Wasserverbrauch	22, 23, 36
<b>GRI 304</b>	<b>Biodiversität</b>	
GRI 103	Managementansatz 2016	12
Angabe 304-3	Geschützte oder renaturierte Lebensräume	12, 26
<b>GRI 305</b>	<b>Emissionen</b>	
GRI 103	Managementansatz 2016	22
Angabe 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	8, 22, 31
Angabe 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	8, 22, 31
Angabe 305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	Nur exemplarisch: 8, 9, 22, 31
Angabe 305-4	Intensität der THG-Emissionen	Exemplarischer Durchschnitt über die Wertschöpfungskette: 8
<b>GRI 306</b>	<b>Abfall</b>	
GRI 103	Managementansatz 2020	23
Angabe 306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	An unseren Standorten: 23, 37
Angabe 306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	23
Angabe 306-3	Angefallener Abfall	23, 37

### Themenspezifische Standards: Soziales

<b>GRI 401</b>	<b>Beschäftigung</b>	
GRI 103	Managementansatz 2016	24
Angabe 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	35
Angabe 401-3	Elternzeit	24
<b>GRI 403</b>	<b>Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutz</b>	
GRI 103	Managementansatz 2016	25
Angabe 403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	25
Angabe 403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	25
Angabe 403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	25
Angabe 403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	25
Angabe 403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	25
Angabe 403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	25
Angabe 403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	25
Angabe 403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	25
<b>GRI 405</b>	<b>Vielfalt und Chancengleichheit</b>	
GRI 103	Managementansatz 2016	19
Angabe 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	24, 35
<b>GRI 419</b>	<b>Einhalten wirtschaftlicher und sozialer Gesetze</b>	
GRI 103	Managementansatz 2016	19
Angabe 419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	19



#### **Impressum**

Herausgeber: DMK Deutsches Milchkontor GmbH, Industriestraße 27, 27404 Zeven  
Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Philipp Inderhees, Thorben Schwiebert  
Inhaltliche Beratung und Umsetzung: STEINBACH STRATEGIEN