



Aus ehrlicher Überzeugung

Nachhaltigkeit bei Gropper



Unsere Produktfamilie im Nachhaltigkeitscheck

Weil unsere Produkte so vielfältig sind, arbeiten wir mit zahlreichen Siegeln und Labels rund um Nachhaltigkeitsaspekte. Viele davon betreffen einen verantwortungsvollen Bezug der Rohstoffe, zum Beispiel von Milch, Früchten, Kaffee und Kakao.



Trinkmilch



Pflanzen-Drinks und pflanzenbasierte Alternativen



Milchprodukte wie Sahne, Joghurts, Puddings, Desserts, ...



Käse



Kaffeegetränke



Säfte



Wasser



Nachhaltigkeit aus ehrlicher Überzeugung: Das ist unser Antrieb.

Die Gropper-Strategie für Verpackung

Konsequente Reduktion
Hohe Recyclingfähigkeit
Rezyklat-Einsatz

Folie 28



Die Gropper-Strategie für mehr Tierwohl

Pinonierleistung
„Für Mehr Tierschutz“
Starke Biobasis
Ehrliche Milcherzeugung

Folie 11

Das Gropper-Versprechen fürs Klima

SBTi-konforme Ziele
Konsequente Investitionen in
Energieeffizienz und erneuerbare Energien

Folie 17



**„Der Handel ist mit Gropper immer auf Kurs.
Dazu gehört ganz klar mehr Nachhaltigkeit.“**

Die Geschäftsführung



Heinrich Gropper, André Feist, Julia Krohn, Wolfgang Hoff, Karl Klein

Der Handel ist mit Gropper immer auf Kurs.

Ehrlichkeit und Transparenz sind das Fundament unserer Nachhaltigkeitsbemühungen. Der Treiber ist unsere Innovationskraft.

Unsere Überzeugung: Wir können immer besser werden. Das ist die beste Ausgangsbasis für mehr Nachhaltigkeit. So finden und heben wir Potentiale, ruhen uns nicht auf dem Erreichten aus und wirtschaften mit unseren Ressourcen Stück für Stück immer noch intelligenter.

Das kommt an – im wahrsten Sinne des Wortes. Immer schon waren die Eigenmarken des Handels nah am Verbraucher, heute sind sie damit zu den Vorreitern von mehr Nachhaltigkeit geworden. Und dafür sorgen wir. Denn wir verwandeln den abstrakten Gedanken – Nachhaltigkeit – in Produkte mit Mehrwert. Produkte, zu denen die Menschen gerne und mit gutem Gewissen greifen, weil etwas Gutes darin steckt. Klar und für jede und jeden verständlich.

Unser Anspruch ist: Nicht reden, sondern machen. Nachhaltigere Produkte herstellen und so den Schutz von Umwelt und Klima in die Herzen und Köpfe der Menschen bringen. Wir sind auf Kurs, unser Kompass steht auf Nachhaltigkeit. Darauf können Sie vertrauen.

Heinrich Gropper, André Feist, Julia Krohn, Wolfgang Hoff, Karl Klein



Ein Familienunternehmen mit Pioniergeist und Tradition

Das Streben nach Nachhaltigkeit prägt unser Handeln seit Generationen. Meilensteine der Nachhaltigkeit – besonders aus den letzten Jahrzehnten – weisen auf eine zukunftsfähige Ausrichtung unserer Arbeitsweise und unserer Produkte hin. Darauf sind wir stolz.



Wurzeln und Werte:
Unser Familienunternehmen
Heute in dritter Generation
Gegründet 1929



Als eine der ersten Molke-
reien: Zertifiziertes Umwelt-
management nach EMAS
Start 1998



Verankert im Unternehmen: Umweltmanager
entwickelt das Umweltmanagementsystem weiter.
Start 2013

Ein Familienunternehmen mit Pioniergeist und Tradition



GERMAN
PACKAGING
AWARD

NEW
MATERIAL
WINNER
2020

Ausgezeichnete Innovation:
Verpackungspreis
Für LD Sleeves
2020



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

Starke Ziele: Beitritt zur SBTi
CO₂-Reduktion entlang der
gesamten Wertschöpfungskette.
Start 2022

Erneut Silber Medaille von
ecovadis für die Gropper
Nachhaltigkeitsleistung
2024



Bronze Medaille von ecovadis
für die Moers Frischeprodukte
Nachhaltigkeitsleistung
2024



17. Deutscher Nachhaltigkeitspreis
Unternehmen: **Sieger in der
Kategorie: Milch- und
Frischeprodukte 2025**



HANDELS. MARKEN. BESSER. MACHER.

Wir sind Sieger in der Kategorie: Milch- & Frischeprodukte


GROPPER
QUALITÄT & IDEEN SEIT 1929



Deutscher Nachhaltigkeitspreis Unternehmen 2025

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis für Unternehmen prämiiert Unternehmen, die wirksame Beiträge zur Transformation zeigen und **in ihrer Branche beispielgebend sind**. Die Jury ist der Ansicht, dass sich die Molkerei Gropper GmbH & Co. KG eine Führungsrolle im Feld der Nachhaltigkeit erarbeitet hat und im Sinne erfolgreicher Transformation **einen „Leuchtturm“ ihres Sektors darstellt**.



Die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. vergibt diesen Preis seit 2008 zur Würdigung herausragender Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit. Als größter und bedeutendster Preis seiner Art in Europa setzt er Maßstäbe für Nachhaltigkeit und unterstützt den Wandel hin zu einer nachhaltigen Gesellschaft. Partner sind die Bundesregierung, Wirtschaftsverbände, Forschungseinrichtungen und zivilgesellschaftliche Organisationen. [Nachhaltigkeitspreis.de](https://www.nachhaltigkeitspreis.de)



Verpackungen:

Wir entwickeln innovative Verpackungsinnovationen hin zur Kreislaufwirtschaft.

- ✓ **Konsequente Reduktion**
- ✓ **hohe Recyclingfähigkeit**
- ✓ **Rezyklat-Einsatz**

Klima:

SBTi-konforme Ziele, konsequente Investitionen in Energieeffizienz und erneuerbare Energien.

Wir verpflichten uns zur Emissionsreduktion gemäß SBTi und reduzieren unsere CO₂-Emissionen. Wir haben Maßnahmen zur Stromeinsparungen umgesetzt und unser Energiemanagement optimiert.

Tierwohl:

Wir sind größter Verarbeiter von Tierwohl-Milch und zweitgrößter Verarbeiter von Bio-Milch in Deutschland.

- ✓ **Pionierleistung „Für Mehr Tierschutz“**
- ✓ **starke Biobasis**
- ✓ **ehrlische Milcherzeugung**



Pionier mit breiter Basis

Die Gropper-Methode für mehr Tierwohl



Dreimal stark bei Tierwohl

80 Prozent unserer Milch kommen aus einem Umkreis von nur 50 Kilometern.

Mit den meisten unserer Milchlieferanten arbeiten wir seit vielen Jahrzehnten zusammen.

Seit Generationen geht es uns um beste Milch und eine gute Haltung und Fütterung der Kühe.

- 1 Wir sind Pionier bei „Für Mehr Tierschutz“-zertifizierter Milch – und deutschlandweit größter Verarbeiter.



- 2 Wir haben eine breite Bio-Basis mit der deutschlandweit zweithöchsten Menge verarbeiteter Bio-Milch.



- 3 Wir verarbeiten beste Weidemilch aus der Region und sorgen so gleichzeitig für artgerechte Tierhaltung und den Erhalt des Dauergrünlands – gemeinsam mit PRO WEIDELAND.

Dreimal stark bei Tierwohl

Ob in Süddeutschland, rund um unser Werk Bissingen, oder in Nordrhein-Westfalen, wo wir im Joint Venture arbeiten: Jede Region hat ihre Schwerpunkte in der Umsetzung einer besseren Tierhaltung. Wir wollen sie alle zusammenzubringen, denn das ist die Gropper-Methode für mehr Tierwohl.





Der Hidden Champion der Bio-Milch

Mit 140 Millionen Litern Bio-Rohmilch pro Jahr sind wir der zweitgrößte Verarbeiter von Bio-Milch in Deutschland (Stand Nov. 2024). Diese große Stärke basiert auf unserer Erfahrung seit 2007: Schon bevor ökologisch erzeugte Lebensmittel zum breiten Trend wurden, haben wir Bio-Milch in beste Bio-Produkte verwandelt.

Fünf Fakten: Warum Bio? Weil es Ressourcen schont! Doch es gibt noch mehr gute Argumente:

- 1. Bio fürs Tierwohl:** Garantierter Auslauf, begrenzte Zahl an Tieren und 100 Prozent ökologisch erzeugte Futtermittel sowie umfassende Kontrollen.
- 2. Bio aus dem Westen und Süden:** Unsere Bio-Bauernhöfe liegen im Allgäu, im bayerischen Oberland, auf der Schwäbischen Alb und entlang des Mittelgebirges in der Region rund um das nordrhein-westfälische Moers.
- 3. Bio für die Böden:** Ökologischer Landbau spielt eine zentrale Rolle beim Erhalt gesunder Böden für nachfolgende Generationen.
- 4. Bio noch besser:** Seit 2019 Bioland-zertifiziert. Strenge Kriterien über den EU-Bio-Standard hinaus. Joghurts und Apfelsaft führen wir in Bioland-Qualität.
- 5. Mehr Bio für die Zukunft:** Um den Anteil an Bio-Milchprodukten und ökologisch bewirtschafteter Fläche weiter zu steigern, zahlen wir Landwirten eine Prämie für die Umstellung auf Bio.





Aus der Region um Moers: Weideland-Landwirtin Jonna Sümpelmann

„Jeden Winter wieder ist es ein so schönes Bild, wenn die Kühe von Schneeflocken bedeckt werden.“



Martin Klink, wirtschaftet nach „Für Mehr Tierschutz“ Einstiegsstufe, aus der Nähe von Nördlingen

„Schon an der Atmosphäre im Stall merkst du, dass es den Tieren besser geht.“



tierschutzlabel.info Einstiegsstufe



Bio-Landwirt Jürgen Speinle aus Holzheim-Weisingen

„Am meisten fasziniert mich die Geburt der Kälber.“



Stephan Fischer, VLOG-zertifizierter Milchlieferant aus der Nähe von Ginderich

„Die Molkerei in Moers ist nur 25 Kilometer entfernt. Das ist ein Beitrag zur Regionalität und das begeistert uns.“

Für das Morgen

Das Gropper-Versprechen fürs Klima



Meilensteine für Klimaschutz

Mit Sonne, Wind, Wasser – und Technologie. Ob Trinkmilch, Joghurts, Kaffeespezialitäten, ob Säfte oder Smoothies: Damit aus Rohstoffen beste Lebensmittel werden, verarbeiten wir sie unter höchsten Qualitätsanforderungen. Dabei berücksichtigen wir auch den Klimaschutz **in der Produktion**. In anderen Worten: Wir holen **aus jeder Kilowattstunde** so viel wie möglich raus und setzen auf die **Kraft von Sonne, Wind und Wasser!**

Seit 2004 investieren wir konsequent in Klimaschutz.



Alles genutzt:
Wärmerückgewinnung
von der Kälteanlage bis
zur Druckluft



- 2004:** Reduktion des Erdgasverbrauch durch wassergekühlte Kompressoren als Heizquelle für die Warmwasserbereitung.
- 2008:** Reduktion des Stromverbrauchs durch verschiedene Kühlturmsysteme zur Minimierung des Eiswasserverbrauchs im Kältebereich.
- 2008:** Nutzung der Wärmeenergie aus Kältekompressoren, um die neue Produktionshalle inkl. Sozialräume zu heizen.
- 2012:** Umrüstung der Beleuchtung auf LED-Technik und Einbau von Bewegungsmeldern.
- 2013** (Stockach) und **2017** (Bissingen): Aufbau eines Freikühlers zur Reduktion des **Stromverbrauchs** in der Kompressorkühlung um **über 30 %**.
- 2013:** Nutzung des Heizgases aus den Kälteanlagen im neuen Hochregallager, um Sozial- und Büroräume zu heizen. Entfall von Primärenergiebedarf für 50.000 m³ Raum. Inbetriebnahme des **ersten Blockheizkraftwerks** am **Standort Bissingen**.
- 2014:** Inbetriebnahme des 2. Blockheizkraftwerks – mit einem **Wirkungsgrad bis zu 90 %**.



Effizienz im Blick: Integration eines Energiemanagementsystems nach EN ISO 50001 ins EMAS-Umweltmanagementsystem – seit 2012



Kaum noch Verluste: Dämmung des Hochregallagers



2015: Wir stellen den Standort Stockach auf **Grünstrom** um und verbessern damit unsere CO₂-Bilanz.

2017: Wir **monitoren** alle Energieströme in Bissingen und Stockach – das Konzept hierfür haben wir seit 2012 mit der TU München aufgebaut. Zudem bauen wir unser Wärmerückgewinnungssystem auf.

2018: Wir segmentieren das Eiswasserbecken und erneuern die Eiswasserschlangen – das spart **10 % des Strombedarfs** der Anlage.

2020: Wir stellen den Standort Stockach **klimaneutral**.



Hin zu 100 % Erneuerbaren
Energien: Inbetriebnahme von
Photovoltaik 2022.



Ständiges Lernen:
Mitarbeiterschulungen inkl.
Online-Terminreminder



Klug bei Kälte:
Klimatisierung des Lagers
mit hocheffizienter Technik



2020: Neue Pumpentechnik in Bissingen im Abwasserbereich

2021: Abwärme statt Primärenergie in drei Bereichen: Umbau der Lüftungstechnik und Nutzung der **Wärmeenergie aus der Abwärme** von Luftdruckkompressoren. Einführung von Kondensat-Wärme-Nutzung im CIP-Bereich. Nutzung des Wärmekreislaufs von 65° C für die Joghurtmilchvorwärmung zwecks Erwärmung des Brauchwassers.

2022: Beitritt von Gropper als eine der ersten inhabergeführten deutschen Molkereien zur **Science Based Targets Initiative** zur Begrenzung der Erderwärmung auf unter **1,5° C**.

2023: Inbetriebnahme der **Photovoltaik**-Anlage in Bissingen mit Potenzial für jährlich 200.000 kWh **CO₂-neutralen Strom**: ein Meilenstein auf unserem **Weg zur Klimaneutralität**.



Perspektivisch:

Kooperation mit einem Solarfeldbetreiber zum Bezug von Solarstrom

Unser Ziel: mehr Klimaschutz

Unser Selbstverständnis als zukunftsbewusstes Unternehmen erfordert auch, dass wir unseren ökologischen Fußabdruck minimieren. Dieses Ziel wollen wir im Einklang mit den wissenschaftlich fundierten Kriterien der **Science Based Targets Initiative** erreichen. Dahinter stehen mess- und umsetzbare Ziele zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen. Ihre Ziele müssen Organisationen, die sich anschließen, so ansetzen, dass sie mit den Klimazielen des Übereinkommens von Paris übereinstimmen. Dies wird von der SBTi auch überprüft.

Die Transformation mitgestalten

Wir haben uns am Fachaustausch des vom Bundesumweltministerium geförderten Projekts **Pathways to Paris** beteiligt, um die Transformation hin zur treibhausgasarmen Wirtschaft zu konkretisieren – und zwar gemäß dem Pariser Klimaabkommens.



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

Bei der Hauptaufgabe, **die Emissionen entlang der Lieferkette** zu verringern, ist die Milch der wichtigste Hebel, um den CO₂-Fußabdruck unserer Produkte zu verringern. Deshalb arbeiten wir mit unseren Milchlieferanten gemeinsam daran, Treibhausgasemissionen bei der Milcherzeugung zu reduzieren. Um Reduktionspotenziale gezielt aufzudecken, arbeiten wir mit dem CO₂-Rechner der Landwirtschaftskammer NRW. Darin speisen wir die Daten einer repräsentativen Stichprobe unserer Milchlieferanten ein: Betriebsgröße, Haltungsformen, Fütterung, **Einsatz von erneuerbaren Energien** und vieles mehr. Aus diesen Daten entwickeln wir im Anschluss Maßnahmen zur Emissionsreduzierung.

Belebter Boden

Sauberer Trinkwasser durch weniger Stickstoffverlust im landwirtschaftlichen Kreislauf, natürlich fruchtbarere Böden in der Region, **ressourcenschonendere Landwirtschaft**, Biodiversität und Kohlenstoffbindung: Der Aufbau von Humus hat viele (messbare) Vorteile. Als Molkerei liegt es für uns nahe, Landwirtinnen und Landwirte zu unterstützen, die eine Vielzahl an **humus-aufbauenden Maßnahmen** verwirklichen. Wir haben sogar eine Fläche erworben, auf der wir das Konzept mit Hilfe eines bewirtschaftenden Landwirts **in der praktischen Umsetzung** studieren und weiterentwickeln.

Mit CarboCert haben wir einen Partner, der mit uns gemeinsam neue Wege **für eine zukunfts-fähige Landwirtschaft** findet, von der auch die nächsten Generationen gut leben können.



Belebter Boden: unser Beitrag

Fokus auf die Vermeidung und Reduktion von Treibhausgasemissionen und ambitionierte Zielsetzung, auch für den Rohstoff Milch (Scope 3).

Verfolgung des Ziels einer intelligenten, nachhaltigen (Kreislauf-) Bewirtschaftung unserer natürlichen Ressourcen.

Einsatz von zukunftssichernden Produktionstechniken mit höchstmöglicher Energieeffizienz und geringstem Energieverbrauch.

Jährliche Ermittlung des Carbon Footprint für die Standorte Bissingen, Stockach sowie in Moers in Anlehnung an die Richtlinien des Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (GHG Protocol).

Der Corporate Carbon Footprint als **ein wichtiger Baustein für die Entwicklung einer weiterführenden Klimastrategie.**

Der CCF macht es möglich, weitere Reduktionspotentiale zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen zur CO₂-Reduktion zu entwickeln und weitere Klimaziele zu definieren.



Teil einer globalen Bewegung

Ökosysteme sind komplex.

Deshalb engagieren wir uns gleichzeitig für Klimaschutz, ökologischen Landbau, Ressourcenschonung, Biodiversität, artgerechte Tierhaltung sowie Fütterung und Vieles mehr.

11.000 m² Fläche
für unsere
summenden
Freunde



Blühwiesen für Bienenschutz

Ein **Paradies für Schmetterlinge**, Wildbienen und Käfer sind die Blühwiesen, die wir auf dem Betriebsgelände angesät haben. Insektenhotels helfen beim Nisten und dienen als Unterschlupf.

Aktiv gegen Food Waste

Weggeworfene Lebensmittel verschwenden Ressourcen und sind sozial unverantwortlich. Mit innovativer Weiterverwertung, verbesserter Lagerhaltung und optimierter Produktionsplanung wirken wir dem entgegen.

Als Gründungsmitglied von „**Wir retten Lebensmittel**“, dem Aktionsbündnis des bayerischen Landwirtschaftsministeriums, denken wir zudem ganz vorne mit, wie unsere ganze Branche noch effizienter arbeiten kann. Auf Verpackungen motivieren wir den Konsumenten, selbst mit den eigenen Sinnen zu prüfen, ob Lebensmittel auch jenseits des MHD noch gut sind.

Außerdem arbeiten wir seit Jahren vertrauensvoll mit den Tafeln in fünf Städten und Regionen zusammen, die in regelmäßigem Turnus von uns Lebensmittelspenden erhalten.



2024 wurde das rieser URWASSER erneut mit dem Green Brands-Gütesiegel ausgezeichnet. Dabei handelt es sich um eine eingetragene und geschützte Gewährleistungsmarke für ökologische Nachhaltigkeit mit einem unabhängigen Prüfverfahren.



Pionierarbeit: Unser Engagement als Bio-Wasserbauer



Was **Bio-Mineralwasser** so besonders macht? Es muss bestimmte **mikrobiologische und chemische Kriterien** erfüllen – nach Bio-Vorgaben, die strenger sind als die Mineral- und Tafelwasserverordnung. Aber viel wichtiger noch: Wir verstehen uns als Bio-Wasserbauer. Wie ein Bio-Landwirt setzen wir uns aktiv für den Schutz der Ressourcen ein, in unserem Fall den **Schutz unserer Quelle**. Wir engagieren uns zum Beispiel für den Ausbau des Bio-Landbaus. Hohe Nitratbelastungen durch Gülle und Dünger führen schon heute dazu, dass viele Gemeinden Trinkwasserbrunnen stilllegen müssen. Ökolandbau bewahrt das Wasser vor synthetischen Düngern. Damit helfen wir heute mit, das wichtigste Lebensmittel überhaupt – Wasser – für unsere Kinder und Enkel zu bewahren. Wir verpflichten uns zudem, unsere Treibhausgasemissionen zu senken und festgelegte **soziale Nachhaltigkeitskriterien** zu erfüllen.



bio
mineralwasser

Deutschlandweit
14 Brunnen sind Mitglied
der Qualitätsgemeinschaft
Bio-Mineralwasser.

**Das rieser URWASSER ist ein
stilles, natriumarmes, natürliches
Mineralwasser in zertifizierter
BioQualität. Es überzeugt mit
seiner samtigen Sensorik und
dem harmonischen Trink- und
Geschmackserlebnis.**

Das rieser URWASSER

Wo unsere Molkerei heute ihren Hauptsitz hat, im Geopark Ries, erschütterte vor 15 Millionen Jahren ein Asteroideneinschlag die Erde bis in große Tiefe. Die Explosion überdeckte den umliegenden Jura-Kalkstein mit einer schützenden Schicht aus undurchlässigem Auswurfmaterial. Das Wasser, das seit Tausenden von Jahren in den Rissen und Hohlräumen des Kalksteins fließt, zeichnet sich durch große Reinheit aus. Es stammt aus verschiedenen geschichtlichen Epochen. Unsere Analysen zeigen: Die Altersstruktur des erschlossenen Mineralwassers weist ein Grundwasseralter von bis zu 8.000 Jahren auf.



Für den Kreislauf entwickeln

Die Gropper-Strategie für Verpackung

rieser
**UR
WAS
SER**

rieser
**UR
WAS
SER**

rieser
**UR
WAS
SER** | still

rieser
**UR
WAS
SER** | still

rieser
**UR
WAS
SER**



Dynamik trifft Sicherheit

Sie sorgen für die Sicherheit der Lebensmittel, erhalten die hohe **Produktqualität** und geben wertvolle Informationen: Verpackungen. Damit sie gleichzeitig **weniger Ressourcen und Energie** brauchen, sind wir ständig neuen Lösungen auf der Spur. **Unser Ziel: der perfekte Kreislauf** – mit immer mehr Rezyklat, immer weniger Virgin Plastic und optimal recycelbaren Verpackungen. Ob Flasche oder Becher, ob für Smoothies oder Puddings – unsere Verpackungen erfinden wir ständig neu!



Nachhaltig in schick

Wir vereinen **hochwertiges Design und hohe Recyclingfähigkeit**. Beispiel dafür sind unsere Kaffeebecher mit dem PO Sleeve, die optimale Druckqualität bieten, und zu 95 % recycelbare Aluplatinen.

Die drei Pfade zum Kreislauf



1. Reduktion erreichen

Beispiele:

- jährliche Einsparung von 700 Tonnen Kunststoff durch superleichte PET-Flaschen.
- **1/3 weniger** Kunststoff beim Trinklid im Vergleich zum Trinkstülpedeckel bei Kaffegetränken.

2. Recycling ermöglichen

Beispiele:

- rieser URWASSER-Flaschen **zu über 90 Prozent recycelbar zu 95 Prozent** recycelbare Kaffeebecher
- **Pfand auch auf Milchflaschen** plus fest verbundene Deckel ("tethered caps")

3. Rezyklat einsetzen

Beispiel: Pionierarbeit – führend bei rPET, jetzt zertifiziert

Als einer der ersten Hersteller haben wir unsere PET-Flaschen auf Rezyklat-Anteile von 50 bis 100 Prozent gebracht. Seit 2024 wird das auch unabhängig geprüft und bescheinigt von Flustix. Unsere Vision: Jede rPET-Flasche gelangt zurück in den Kreislauf und wir brauchen kaum noch neuen Kunststoff!





Heller, gleicher, leichter

Das ist das „höher, schneller, weiter“ der Verpackungen:

Heller: Helle Druckfarben sind gut fürs Recycling. Beim PET ist Farbe generell schlecht: Wir arbeiten mit **transparenten Flaschen, die komplett recycelbar sind**. Mit abtrennbaren Sleeves kommt die Info trotzdem aufs Produkt.

Gleicher: Lieber ein Material, das recycelbar ist, als ein Mix, der sich nicht trennen lässt. Damit auch unterschiedliche Materialien recycelt werden, arbeiten wir mit einer **Aufreißperforation bei Pappmanschetten und Sleeves**. Einfach in der Handhabung – wirkungsvoll im Ergebnis.

Leichter: Weniger Materialeinsatz erreichen wir bei Flaschen und Bechern – das spart auch Energie beim Transport. Bei **Kartonagen optimieren** wir zum Beispiel, indem die Joghurt-Steigen mit weniger Wellpappe und beim Stapeln mit weniger Zwischenlagen auskommen.

Pionierarbeit – Das löst sich bestens: Recycling in Perfektion

Die größte Herausforderung beim Recycling? Verschiedene Materialien voneinander zu trennen. 2020 erhielten wir den **deutschen**

Verpackungspreis für ein Sleeve, das sich in gängigen Verfahren und besonders gut vom Flaschenkorpus lösen lässt. Ergebnis: Die transparente Flasche lässt sich hervorragend recyceln. Wir finden, das ist genial!





Mit Herz und Verstand

All die Innovationen bringen wenig, wenn die Verbraucherinnen sie nicht auf den ersten Blick erkennen – und zum nachhaltiger verpackten Produkt greifen. Deshalb leben wir die Kommunikation stets mit.

Unsere Lösung:

Klare Botschaften, emotional und ehrlich – direkt aufs Produkt gebracht.

Unsere Überzeugung hat viele Stimmen



„Produkte nachhaltiger zu machen, das ist heute bei uns elementar in der Produktentwicklung. Beispielsweise, indem wir die Rezepturen auf Nachhaltigkeit prüfen und Schritt für Schritt entsprechend nachhaltigere Zutaten einsetzen. Dabei lernen wir ständig dazu und wollen immer besser werden.“

Carsten Poggenbeck –
Produktentwicklung



„Die Landwirtinnen und Landwirte heute sehen sich großen Herausforderungen gegenüber. Ob der familiär geführte Hof mit wenigen Tieren oder der große landwirtschaftliche Betrieb: Unsere Milchlieferanten beweisen uns jeden Tag, dass sie mit Herzblut dabei sind. Das sieht man auch an der Qualität der Milch.“

Matthias Fried – Milcheinkauf



„Produkte nachhaltiger zu machen, das ist heute bei uns elementar in der Produktentwicklung. Beispielsweise, indem wir die Rezepturen auf Nachhaltigkeit prüfen und Schritt für Schritt entsprechend nachhaltigere Zutaten einsetzen. Dabei lernen wir ständig dazu und wollen immer besser werden.“

Annalena Sailer –
Verpackungsentwicklung



„Energieeffizienz ist bei uns schon lange ein Thema. Als wir 2019 begonnen haben, unsere Klimabilanz zu erstellen, hat sich eine ganz neue Welt der Möglichkeiten aufgetan. Weit über die Optimierung von Stromfressern hinaus können wir so vieles noch besser machen.“

Jürgen Kornmann –
Energietechnik/
Energiemanagement

Unsere Überzeugung hat viele Stimmen



„Bei Gropper greifen soziale, ökologische und ökonomische Aspekte in allen Prozessen und Produkten wechselseitig ineinander. Nur so können wir eine langfristig wirksame Nachhaltigkeitsstrategie verfolgen. Dabei beziehen wir alle unsere Stakeholder ein, von den Milchlieferanten bis zum Kunden.“

Markus Haupt – CSR Kommunikation



„Werte und ein gutes Miteinander sind uns wichtig. Auch das gehört zu Nachhaltigkeit: zufriedene Mitarbeitende zu haben und ein verlässlicher und guter Arbeitgeber zu sein. Dazu beizutragen ist mir wichtig – jeden Tag.“

Dr. Bianca Brandt – Mitarbeiter- und Kulturentwicklung



„Gropper steht für erstklassige Qualität – und diese sichern wir, indem wir bei unseren Produkten keine Kompromisse eingehen. Die logische Konsequenz sind permanente Kontrollen und höchste Standards, die wir uns selbst und unseren Lieferanten auferlegen – von der Qualitätssicherung bis zum Schutz von Umwelt und Klima im Rahmen der Science Based Targets Initiative.“

Wendelin Kreuzer - Nachhaltigkeitsmanagement

**Sie wollen Nachhaltigkeit Wirklichkeit werden lassen?
Wir packen das an. Kontaktieren Sie uns.**

Molkerei Gropper GmbH & Co. KG · Am Mühlberg 2 · 86657 Bissingen
Fon +49 9084 9696-0 · Fax +49 9084 9696-1250
info@gropper.de · www.gropper.de

