



ERREICHTE UND GESTECKTE ZIELE
IN DER HAUBIS GRUPPE, 1902 BIS 2024



Was uns nachhaltig antreibt.
Gestern. Heute. Morgen.

Kurz vorab: Haubis Nachhaltigkeit 2024 auf einen Blick

UNSER ZUGANG ZU NACHHALTIGEN PROJEKTEN

Konsequente Verbindung von sozialen Schwerpunkten, umwelttechnischen Themen und wirtschaftlichen Aufgaben im unternehmerischen Handeln – wo immer möglich und sinnvoll.

UNSERE ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Überzeugtes Bekenntnis zu ausgewählten fünf (von insgesamt 17) Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen – als gedankliche Basis und Wegweiser für sinnstiftende Projekte und tragfähige Entscheidungen.

- *Gesundheit und Wohlergehen*
- *Nachhaltige/r Konsum und Produktion*
- *Maßnahmen zum Klimaschutz*
- *Leben an Land*
- *Partnerschaften zur Erreichung der Ziele*



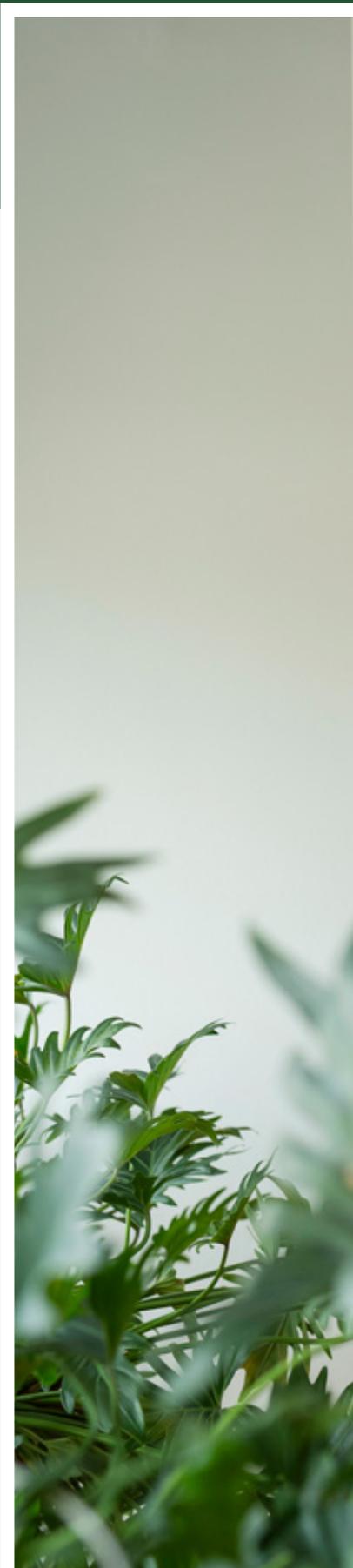
Warum gerade diese Kombination aus SDG 3, 12, 13, 15 und 17? Weil sich HAUBIS diesen Zielen inhaltlich an engsten verbunden fühlt und hier am unmittelbarsten wirken kann. In der Überzeugung, dass alle 17 Ziele direkt ineinandergreifen und so jeder Fortschritt in einem einzelnen Bereich alle übrigen ein Stück weiterbringt.

UNSERE DEFINITION VON NACHHALTIGEN ERFOLGEN

Bewusste Einbindung des CO₂-Fußabdrucks in eine gesamtheitliche Betrachtung mit den Faktoren Kreislaufwirtschaft, Ressourcenschonung, (Rohstoff-)Sicherheit und Gesundheit – im Sinne einer Öko-Intelligenz.

UNSERE DREI NACHHALTIGEN MEILENSTEINE 2024

- *Eigenenergieproduktion von 1.300.000 kW Strom jährlich*
- *Einsparung von 2.000.000 kW Erdgas*
- *Fokus auf natürliche Kältemittel (CO₂ und Ammoniak)*





Hallo aus Petzenkirchen!

... und willkommen zur allerersten Ausgabe unseres Nachhaltigkeitsberichts. Zwar ist es für Unternehmen in Österreich erst ab dem kommenden Jahr verpflichtend, in standardisierter Form über die Bestrebungen und Fortschritte in Sachen Nachhaltigkeit zu informieren. Aber wir gehen, wie so oft, schon mal voraus.

Warum diese freiwillige Vorleistung? Einerseits, weil es in der Natur der HAUBIS Gruppe liegt, neuen Entwicklungen gegenüber aufgeschlossen zu sein und sie von Anfang an mit vollem Interesse und Elan zu verfolgen. Und andererseits, weil uns das Thema Nachhaltigkeit seit unseren Anfängen begleitet und wir neugierig sind, wo wir stehen.

In den meisten Bereichen, die ein klassischer Nachhaltigkeitsbericht erhebt, wissen wir das natürlich bereits. In anderen arbeiten wir Schritt für Schritt an einer soliden Datenlage – speziell, was unsere wichtigsten Rohstoffe betrifft. Seit 2021 unterstützt uns das Terra Institute aus Brixen dabei, die Nachhaltigkeitsbestrebungen der HAUBIS Gruppe zu erfassen, zu bewerten und weiterzuentwickeln. Gleichzeitig berät sie uns beim Aufbau einer Organisation, die es intern braucht, um unsere gesteckten Ziele zu verfolgen.

Für das Jahr 2024 war relativ rasch klar: Wir brauchen Mut zur Lücke. Etwas, das wir aus unserem Kerntätigkeitsbereich nicht gewohnt sind, so perfektionistisch, wie wir nun mal arbeiten. Was uns tröstet ist, dass Nachhaltigkeit ein Dachbegriff für äußerst komplexe Zusammenhänge ist. Und dass es für ihre Messung einen 360-Grad-Blick braucht, der unsere Partner:innen mit einschließt. Mit ihnen gemeinsam und sie unterstützend werden wir an diesem Projekt weiter wachsen und die sprichwörtliche „Luft nach oben“ schon bald mit dem entsprechenden Überblick füllen.

Unser Fokus wird dabei auf den allseits bekannten CO₂-Werten und den durch sie hinterlassenen „Fußabdrücken“ liegen – aber nicht nur. Denn für uns gibt es zwischen all den unerschütterlichen Daten und Fakten auch noch Raum für Zwischentöne und Nuancen, die unsere Gruppe seit 1902 beständig nachhaltiger werden lassen. Soweit zum Startpunkt. Das Ziel ist klar. Genau wie unsere übergeordnete Mission: der Genuss!

Eine nachhaltig angenehme Lektüre wünscht

Anton Haubenberger
HAUBIS Geschäftsführer

INHALTSVERZEICHNIS

Die Haubis GmbH:	
Frische Fakten	3
Die Haubis Gruppe:	
Wer wir sind -und wofür wir stehen	4
Unser Verständnis von Nachhaltigkeit	6
SDG 3	
Gesundheit und Wohlergehen	8
SDG 12	
Nachhaltige/r Konsum und Produktion	12
SDG 13	
Maßnahmen zum Klimaschutz	16
SDG 15	
Leben an Land	20
SDG 17	
Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	22
Vom Ernten und Säen	25

Impressum

Herausgeber und Verleger
Haubis GmbH
Kaiserstraße 8 / A-3252 Petzenkirchen
t +43 (0) 7416 / 503-0
f +43 (0) 7416 / 503-30
office@haubis.at • www.haubis.at

Für Satz- und Druckfehler wird
keine Haftung übernommen.
Änderungen vorbehalten.

Konzept: Melanie Laibl und Matthias Kronfuß
Text: Melanie Laibl
Layout und Gestaltung: Matthias Kronfuß,
Haubis Marketing
Illustrationen: Roland Reznicek
Fotos: Haubis, Sonja Priller, Stefan Knittel,
Daniel Schalhaas, Thomas Gruber,
Manfred Lang, Austroport
Lektorat: ASI GmbH
Produktion: Gugler GmbH im nachhaltigen
Cradle-to-Cradle-Verfahren



Die Haubis GmbH: Frische Fakten

UNSER UNTERNEHMEN

- ◆ Eigentümergeführtes Familienunternehmen
- ◆ Fünf Generationen für die Brotkultur
- ◆ Zentrale im niederösterreichischen Mostviertel
- ◆ 16 Backstuben und Cafés in NÖ und OÖ
- ◆ 1100 Mitarbeiter



UNSER SORTIMENT

- ◆ Vielfältiges Sortiment mit über 500 Artikeln
- ◆ Großer Bio-Anteil: 50 % aller produzierten Artikel
- ◆ Umfassend zertifiziert (AMA-Güte- und -Biosiegel, cibus.trace, EU-Biosiegel, Glutenfrei-Zertifikat, RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil), IFS Food (International Featured Standard Food))
- ◆ Drei Fertigungsstufen: halbgebackene Produkte zum Vollenden (HGB), vorgegarte tiefgekühlte Teiglinge (TIGT), fixfertige Produkte zum Auftauen (TK)
- ◆ Drei Gebäckgrößen: Jour, Medium, Standard
- ◆ hochmoderne Produktion in Kombination mit traditioneller Handarbeit
- ◆ Regionale Rohstoffe
- ◆ Verwendetes Mehl aus ausschließlich österreichischem Getreide (Anbau, Ernte, Vermahlung, Verarbeitung)
- ◆ Elf hausgemachte Sauerteigvarianten
- ◆ Glutenfreies und veganes Sortiment

UNSERE ARBEITSWEISE

- ◆ Nachhaltige Verpackung (Mehrweggebinde)
- ◆ Langjährige, transparente Lieferanten-Beziehungen
- ◆ Kompetente Beratung vor Ort
- ◆ Zuverlässige Bestellung und Lieferung
- ◆ Eigene österreichweite Logistik
- ◆ Unser Motto: „heute bestellt – morgen geliefert“
- ◆ Online-Kunden-Serviceportal inkl. Bestellung 24/7





Die Haubis Gruppe: Wer wir sind – und wofür wir stehen.

Es ist mehr als 120 Jahre her, seit Anton Haubenberger I den Grundstein für Haubis legte: ganz traditionell, in einem Petzenkirchner Vierkanthof. Diese Bodenständigkeit ist Haubis erhalten geblieben. Auch, wenn im Laufe der Zeit aus der lokalen Bäckerei- und Gastrokonzession eine überregionale bzw. internationale Unternehmensgruppe geworden ist.

BROTKULTUR KOMMT NICHT VON HEUTE AUF MORGEN

Im Bäcker:innenhandwerk hat Zeit einen besonderen Wert. Sie steht etwa für die Stunden, in denen man früher oder später bei der Arbeit ist als in anderen Berufen. Sie ist ein Gradmesser für die Reife, die einem Teig gegönnt wird, damit er sein volles Potenzial entwickelt. Im speziellen Fall von HAUBIS ist sie aber genauso ein Symbol für unsere tiefen Wurzeln – und die zarten, neuen Triebe, denen diese Wurzeln immer wieder Nahrung geben.

Wir haben einen langen Atem und lieben es, Prozesse zu begleiten. Egal, wie lange es dauern mag, bis wir dort angelangt sind, wo wir hinwollen. Das gilt im speziellen für die Zusammenarbeit mit unseren Rohstofflieferant:innen und die Partnerschaften mit unseren Kund:innen aus Gastronomie und Lebensmitteleinzelhandel. Sie gedeihen über viele Jahre und Jahrzehnte. Auf dieser Basis entsteht nachhaltiges Vertrauen, aus dem beständig Neues wachsen kann.

Der anhaltende Erfolg unserer Produkte und Strukturen gibt uns Recht und hat HAUBIS seit 1902 stets positiv weiterentwickelt. Von einem überschaubaren Familienunternehmen zu einer vielfältigen Unternehmensgruppe, die nach wie vor aus eigener Kraft agiert.



Die HAUBIS Gruppe:

- ◆ Haubis GmbH (Petzenkirchen)
- ◆ Haubis Backstuben GmbH (Petzenkirchen)
- ◆ Haubi's S.R.L (italienisches Tochterunternehmen)
- ◆ Ring Backwarenproduktions und -handels GmbH (Linz)
- ◆ SKG Backwaren und Lebkuchen GmbH (Bad Goisern)

BROTKULTUR KOMMT NICHT VON UNGEFÄHR

Wertschätzung. Team. Mut. Qualität. Das sind mehr als bloß vier Begriffe. Das ist, was uns in der HAUBIS Gruppe ausmacht. Unsere Firmenphilosophie, wenn man so will.

Wertschätzung meint zum Beispiel, dass wir die Menschen, mit denen und für die wir arbeiten, genauso achten wie den Naturraum, der uns die wertvollen Rohstoffe für unsere Produkte liefert. Schon den ersten Anton-Haubenberger-Generationen war es wichtig, den Anbau beinahe vergessener Getreidesorten und klein strukturierte Produktionsbetriebe in der Nachbarschaft zu fördern.

Team ist der Erfolgsmotor, der die HAUBIS Gruppe seit jeher am Laufen hält. Gerade durch die Verschiedenheit der Stärken und Talente jeder und jedes Einzelnen konnten wir uns seit unserer Gründung nicht nur in unseren Kernkompetenzen behaupten. Wir konnten Wege einschlagen, die das Bäcker:innenhandwerk in viele Richtungen erweitert, wenn nicht revolutioniert haben.

Mut hat bei HAUBIS bestimmt einen genetisch bedingten Faktor. Mit Mut haben wir Ende der 1960er die erste Semmelmaschine angeschafft, um der Nachfrage in den gerade entstehenden Supermärkten entgegenzukommen. Mit Mut haben wir unsere vorgegärten, tiefgekühlten Teiglinge entwickelt und das Patent für die Herstellung der TIGT-Kaisersemmel erhalten. Und mit Mut haben wir in den 2000ern den Weg des Exports beschritten.

Qualität schließlich steht für unser Herzensanliegen. Seit dem legendären ersten „HAUBIS PETZENKIRCHNER BAUERNBROT“ kommen HAUBIS Produkte beständig gut an. Bei unseren Business-Kund:innen genauso wie bei privaten Genießer:innen. Unser sogenanntes Vollsortiment verbindet althergebrachtes Handwerk mit einem ständigen Streben nach Innovation. Das Beste aus zwei Welten also.



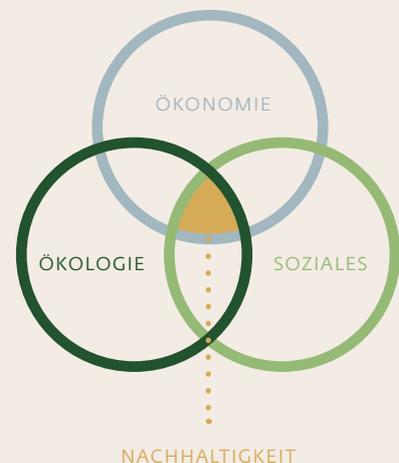


Unser Verständnis von Nachhaltigkeit

In seinem Klimaplan 2040 hat sich Österreich die gesamtstaatliche Klimaneutralität zum Ziel gesetzt. Im Fokus steht dabei die Reduktion der österreichweiten Treibhausgas-Emissionen auf Netto-Null. Die damit einhergehende Nachhaltigkeit ruht laut Definition des Klimaplanes auf drei tragenden Säulen: Ökonomie, Ökologie und Soziales. Wir wären nicht die Haubis Gruppe, wenn wir dieses Konstrukt nicht integrierter denken würden.

Das Wort „Nachhaltigkeit“ ist aktuell in aller Munde. Es ist zu einem Modewort geworden, das oft im Verbund mit den Themen Klima- bzw. Umweltschutz, Energie, Mobilität und Technologie genannt wird. Tatsächlich verfolgt die HAUBIS Gruppe ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen schon länger, als „Nachhaltigkeit“ modern ist. Das ist bereits seit Jahrzehnten – wenn nicht sogar seit über einem Jahrhundert – unsere Grundeinstellung.

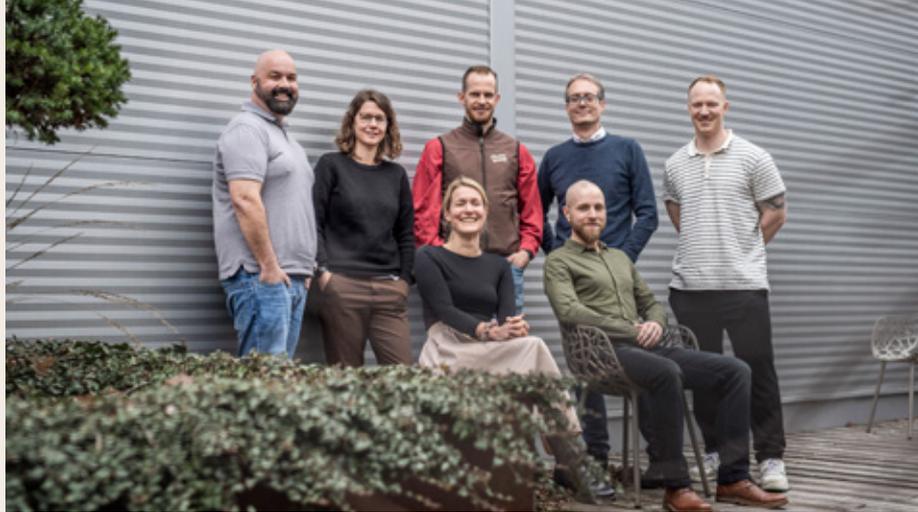
Und so ruht unsere Auffassung von Nachhaltigkeit nicht auf drei voneinander abgegrenzten Säulen. Sie ist für uns die Kunst, alle drei Aspekte gleichzeitig miteinander zu verbinden: den sozialen, den ökologischen und den ökonomischen. Es ist ein Zusammenfügen, ein Miteinander-Verbinden von Einzelmaßnahmen, die gemeinsam ein überzeugendes Ganzes ergeben.



Für uns ist Nachhaltigkeit überall dort, wo soziale, ökologische und ökonomische Maßnahmen ineinandergreifen. Sinnvoll und sinnstiftend.

Unsere konkrete Umsetzung von Nachhaltigkeit in der HAUBIS Gruppe erfolgt also in drei klar definierten Wirkkreisen:

- ◆ Sozial (soziale Schwerpunkte)
- ◆ Ökologisch (umwelttechnische Themen)
- ◆ Ökonomisch (wirtschaftliche Aufgaben)



Denn ein CO₂-Wert alleine hat für uns nicht die volle Aussagekraft. Oft geht es um ein Zusammenspiel von unterschiedlichen Faktoren bzw. um ein sinnvolles Ineinander- und Auseinander-Heraus-Wirken. Warum diese besondere Auffassung? Weil wir die Themen gerne ganzheitlich angehen und mit dem bereits erwähnten 360-Grad-Blick ebenso ganzheitlich vorantreiben wollen.

Einige Bereiche, in denen wir Nachhaltigkeit bereits ganzheitlich denken, sind:

- ◆ Unser laufender Ausbau unseres Bio- und Vegan-Sortiments
- ◆ Unser Einsatz von Mehrweggebinden
- ◆ Unsere Reduktion des CO₂-Ausstoßes, etwa durch die Verwendung natürlicher Kältemittel
- ◆ Unsere maßgeschneiderten, energieeffizienten Anlagen
- ◆ Unsere Partnerschaften mit Initiativen wie „Too Good To Go“
- ◆ Unsere professionelle Weiterverarbeitung von organischen Abfällen zu Futtermitteln
- ◆ Und unsere Schaffung von attraktiven Arbeitsplätzen in der Region

Doch im Zuge der Erstellung unseres allerersten Nachhaltigkeitsberichts wollten wir den Blickwinkel entsprechend schärfen. Unser Tun und Schaffen aus einer bestimmten Perspektive betrachten. Und so haben wir uns als Startpunkt fünf der SDGs (Sustainable Development Goals) der Vereinten Nationen gewählt, unter denen wir unsere derzeitigen und künftigen Aktivitäten in Sachen Nachhaltigkeit gruppieren wollen. Die von und für uns definierten Ziele für nachhaltige Entwicklung sind uns in jeder Hinsicht nahe und erlauben uns einen differenzierten und gleichzeitig integrierten Blick auf viele Aspekte, die die HAUBIS Gruppe zu dem machen, was sie gestern war, heute ist und morgen sein wird.

Hier unsere Auswahl, die in der Folge als „Wegweiser“ durch eine Betrachtung der Nachhaltigkeit in der HAUBIS Gruppe 2024 dienen wird:

- ◆ Gesundheit und Wohlergehen
- ◆ Nachhaltige/r Konsum und Produktion
- ◆ Maßnahmen zum Klimaschutz
- ◆ Leben an Land
- ◆ Partnerschaften zur Erreichung der Ziele



Unserer Auffassung nach sind sie bestens geeignet, um als HAUBIS Gruppe einen Beitrag zum übergeordneten Ziel der Vereinten Nationen zu leisten: unsere Welt langfristig zu einem besseren und gerechteren Ort zu machen. Eine wahrlich große Zielsetzung, die – wie so viele zuvor – nur durch die Umsetzung von vielen kleinen Maßnahmen gelingen kann und wird.

Eine eigens zusammengestellte Arbeitsgruppe aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen hat sich über Monate mit dem Thema „Nachhaltigkeit bei HAUBIS“ beschäftigt und die Basiserkenntnisse und -daten für diesen ersten Bericht zusammengetragen. Von hier aus geht es gemeinsam weiter.



SDG 3 Gesundheit und Wohlergehen

„Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern.“ So fassen die Vereinten Nationen ihr Sustainable Development Goal mit der Nummer 3 zusammen.

Weltweit betrachtet stehen dahinter vorrangig medizinische Themen, die es dringend zu lösen gilt: etwa die Bekämpfung vernachlässigter Krankheiten in Entwicklungs- und Schwellenländern, die Senkung zu hoher Frühsterblichkeitsraten, die flächendeckende Aufklärung in Sachen Familienplanung und die Bereit- bzw. Sicherstellung ausreichender gesunder Ernährungsressourcen in allen Teilen der Welt.

Auf regionaler bzw. lokaler Ebene finden wir von der HAUBIS Gruppe das SDG 3 naturgemäß in entsprechend angepassten Fragestellungen widergespiegelt:

- ◆ *Wie können wir unseren Mitarbeiter:innen ein gesundes und motivierendes Arbeitsumfeld bieten, in dem sie ihr Potenzial voll ausschöpfen können und sich in all ihren Eigenheiten und Talenten voll angenommen fühlen – und das professionell wie privat?*
- ◆ *Wie können wir mit unserem Sortiment Rücksicht auf besondere Ernährungsbedürfnisse bzw. Ernährungsvorlieben nehmen, damit viele Menschen bei uns fündig werden? Und welche Maßnahmen erlauben es uns, diese Produkte ernährungsphysiologisch ausgewogen zu gestalten und dabei das Genusserlebnis, unsere Fertigungsmöglichkeiten und die Preisgestaltung auf einen Nenner zu bringen.*
- ◆ *Welche Art von Rohstoffen soll in unseren Produkten zum Einsatz kommen und woher beziehen wir diese? Wie wirken sich unsere Grundsätze in der Rohstoffbeschaffung in weiterer Folge auf die Menschen, die Tiere und den Naturraum aus, die diese bereitstellen? Und wie wirken sie sich auf die Menschen, die die daraus gefertigten Produkte konsumieren, aus?*

DER SOZIALE ASPEKT

Das Nachhaltigkeitsziel „Gesundheit und Wohlergehen“ findet sich bei uns in vielen sozialen Überlegungen und Umsetzungen verwirklicht – sowohl nach innen als auch nach außen. Wir berücksichtigen also die Wünsche und Bedürfnisse sowohl unserer Mitarbeiter:innen als auch jene unserer Kund:innen bzw. aller Menschen, die Produkte von HAUBIS genießen.

So wirkt „unser“ SDG 3 nach innen:

Dass sämtliche Arbeitsplätze in der HAUBIS Gruppe bestens ausgestattet und dadurch gleichzeitig sicher und ergonomisch sind, ist für uns die selbstverständliche Basis. Darüber hinaus bieten wir allen, die in der HAUBIS Gruppe tätig sind, unser vielfältiges „HAUBIS MehrWert“-Programm an. Seine Leistungen reichen von finanziellen Vorteilen bis hin zu gesundheitsfördernden und -erhaltenden Maßnahmen.

- HAUBIS Gesundheitstag (mit Check-ups, Wellness-Anwendungen, geführte Bewegungseinheiten etc.)
- Arbeitsmedizinische Beratung und Impfaktionen
- Gemeinsame Sport-Incentives (z. B. „Wings For Life Run“)
- Kostenbeitrag zu Physiotherapie-Einheiten, Heilmitteln etc.
- gratis Obst-Angebot in den Pausenräumen

Wir pflegen eine offene und diverse Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien und nachvollziehbaren Kommunikationswegen. Die Wertschätzung für jede:n Einzelne:n äußert sich auch in der Pflege einer aktiven und freudvollen Unternehmenskultur.

- Feierliches Begehen von Betriebszugehörigkeitsjubiläen, u. a. mit individuell ausgesuchten Geschenken
- Vergünstigte Tickets für Veranstaltungen von Partnerunternehmen zur Förderung gemeinsamer Freizeitaktivitäten
- Jährliches HAUBIS Oktoberfest als gemeinschaftsstärkender Fixpunkt im Unternehmensjahr

Beim alljährlichen HAUBIS Oktoberfest feiern wir unseren Teamgeist und das gemeinsam Erreichte.



57

bestehende Maßnahmen im „MehrWert“-Programm

320

Check-ups beim HAUBIS Gesundheitstag 2024



11

verschiedene Sorten
Natursauerteig

1,4 Mio.

Kilogramm Sauerteig
wurden verarbeitet

So wirkt „unser“ SDG 3 nach außen:

Hochwertiges Brot und Gebäck sollte das sein, was es ist: ein Grundnahrungsmittel, das für alle zugänglich ist und umfassend guttut. Zusätzlich haben wir in der HAUBIS Gruppe den Anspruch, die Lücke zwischen „Grundnahrungsmittel“ und „Genussmittel“ durch hochwertige Zutaten und eine sorgsame Fertigung weitgehend zu schließen. Zu diesem Zweck optimieren wir unsere Produktpalette laufend hinsichtlich Vielfalt und Verträglichkeit.

- ◆ Zugang zu hochwertigen Produkten für alle Haushaltseinkommen
- ◆ Internes Team für Forschung und Entwicklung, am Puls der Zeit und der Trends
- ◆ Größtmöglicher Grad an Naturbelassenheit durch laufende Umstellung auf den Einsatz von Natursauerteig
- ◆ Laufende Reduktion von Salz- und Zuckergehalt
- ◆ Laufende Reduktion von Zusatzstoffen
- ◆ Vegetarisches bzw. veganes Produktangebot
- ◆ Laktosefreies Produktangebot
- ◆ Glutenfreies Produktangebot



Spezielle Ernährungsbedürfnisse schließen vollen Genuss nicht aus. Hier unser glutenfreies „Körper!“.

Lebensmittelsicherheit ist nur einer von vielen Aspekten. Wir wollen diese Aufgabe so meistern, dass sie für alle Seiten sinnstiftend ist.



Was unsere Produkte und Marke nährt, steht stets im Zusammenhang mit dem Wohlbefinden unserer Kund:innen und der Gesundheit des Natur- und Kulturrums.

Aromatische Gewürze frisch vom Feld beziehen wir u. a. aus Oberösterreich von Familie Schneiderbauer.



DER ÖKOLOGISCHE ASPEKT

In Zeiten zunehmender Volatilität und Verunsicherung setzen wir bewusst auf Transparenz und Information. Denn das Wissen, wo etwas herkommt, schafft mehr als nur Vertrauen. Es fördert die Sensibilität für das, was Mensch und Natur guttut. Als tief im niederösterreichischen Mostviertel verwurzelt Familienunternehmen setzen wir seit jeher auf Rohstoffe, die vorzugsweise aus unserer Region kommen. Viele unserer Lieferantenpartner:innen begleiten uns seit geraumer Zeit – mit Erzeugnissen, für die sie geradestehen können und wollen.

- Seit jeher Förderung der Rohstoff-Regionalität für bewussten Genuss
- Beständig hoher Bio-Anteil
- Zunehmende Förderung der Gesundheit von Menschen, Tieren und Böden durch aktive Mitgestaltung der Produktionsbedingungen (z. B. Vertragsanbau im Sinne der Kreislaufwirtschaft)

93%

Anteil österreichischer Rohstoffe an der Gesamtproduktion



SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion

„Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen.“ So präzisieren die Vereinten Nationen ihr Sustainable Development Goal mit der Nummer 12.

Generell steht dabei die Nutzung der natürlichen Ressourcen im Zentrum, mit einem Schwerpunkt auf Aspekten wie der Lebensmittelverschwendung entlang der gesamten Produktions- und Lieferkette, dem umweltverträglichen Umgang mit Abfällen, der Förderung eines nachhaltigen Tourismus und der Schaffung von Bewusstsein für eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur.

Speziell für die HAUBIS Gruppe interpretieren wir den Auftrag bzw. die Aufgabenstellung des SDG 12 deutlich breiter – weil für uns als Produktionsbetrieb eine Vielzahl von Konsum- und Produktionsmustern zur angestrebten Nachhaltigkeit auf sozialer, ökologischer und ökonomischer Ebene beitragen:

- ◆ *Wodurch können wir als Unternehmen sicherstellen, dass unsere Mitarbeiter:innen unter den bestmöglichen Bedingungen und auf idealem Ausbildungsstand an der Erreichung bzw. Aufrechterhaltung von verantwortungsvollen Produktionsmustern mitarbeiten? Und das heute genauso wie in Zukunft?*
- ◆ *Wie können wir die Fertigung unserer Produkte dahingehend beeinflussen, dass wir kleine „Fußabdrücke“ hinterlassen bzw. das reibungslose Funktionieren der natürlichen Abläufe sogar bewusst fördern? Wie achten wir das Miteinander von Tieren, Pflanzen, Pilzen und Menschen – kurz: auf die Natur?*
- ◆ *Welche Art von Unternehmen ist geeignet, uns auf diesem Weg zu begleiten und langfristig an gemeinsam gesteckten Zielen im Sinne des SDG 12 zu arbeiten?*

DER SOZIALE ASPEKT

Basis jedes verantwortungsvollen Konsums ist die entsprechende Nachhaltigkeit in der Produktion. Hier gilt es, an vielen Stellschrauben parallel zu drehen – im Sinne eines schrittweisen Optimierungsprozesses mit der Chance, jederzeit flexibel zu reagieren bzw. zu adjustieren.

- Hohe Produktions- und Sicherheitsstandards
- Vielfältige Qualitätszertifizierungen (AMA-Güte- und -Biosiegel, cibus.trace, EU-Biosiegel, Glutenfrei-Zertifikat, RSPO, IFS Food)
- Viertageweche in sensiblen Unternehmensbereichen
- Flexible Arbeitszeitmodelle (Bekenntnis zu New Work, Wegfall von Kernarbeitszeiten, offene Home-Office-Regelung)
- Konsequentes Engagement für die Ausbildung von Lehrlingen in so gut wie allen Unternehmensbereichen
- Transparenz gegenüber allen Interessierten in der eigens geschaffenen Brot-Erlebniswelt HAUBIVERSUM („gläserne Backstube“), mit fundierten Informationen zur HAUBIS Produktion und Produktwelt

350.000

Gäste und Besucher:innen pro Jahr im HAUBIVERSUM

Unsere Produkte bringen Menschen und Maschinen in unterschiedlichsten Konstellationen und Kooperationen zusammen. Mit hohem Handwerksanteil!



In unserer „gläsernen Backstube“ lassen wir uns jederzeit gerne auf die Finger schauen.

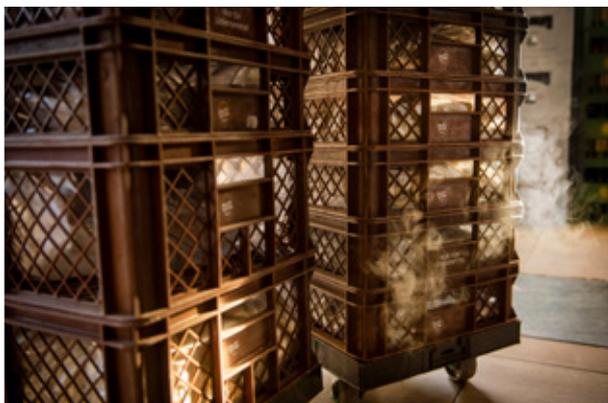
100%

der biogenen Abfälle werden im Sinne einer vollständigen Kreislaufwirtschaft wiederverwertet.

DER ÖKOLOGISCHE ASPEKT

Auf die Herkunft unserer Rohstoffe haben wir schon immer genau geachtet. Das Bekenntnis zur Regionalität und zum Wert von landwirtschaftlichen Produkten ist ein fixer Teil unseres Selbstverständnisses. Dazu ist mit den Jahrzehnten die Überzeugung gekommen, dass Kreislaufwirtschaft perfekt zu uns passt. Sie ist für uns zu einer Art Leitmotiv geworden. Hier engagiert sich die HAUBIS Gruppe weit über den reinen Auftrag zum Vertragsanbau hinaus.

- ◆ *Qualitätsanspruch seit jeher: Mehl aus ausschließlich österreichischem Getreide (Anbau, Ernte, Vermahlung, Verarbeitung)*
- ◆ *Laufende Optimierungen bei der Beschaffung von Rohstoffen*
- ◆ *Konsequente Berücksichtigung der Aspekte Regionalität, Saisonalität, Tierwohl und nachhaltiger Anbau*
- ◆ *Vorrang für kurze Transportwege*
- ◆ *Förderung des Anbaus alter Getreidesorten*
- ◆ *Hoher Bio-Anteil bei den Rohstoffen*
- ◆ *Konsequente Mülltrennung in allen Unternehmensbereichen (Biomüll, Restmüll, Kunststoff und Papier)*
- ◆ *Abfallvermeidung nach innen wie nach außen (Verbrauchsmaterialien, Verpackungsmaterial, Anteil recyclingfähiger Verpackungen, etwa ausschließlich recyclingfähige Verpackungsfolien, Mehrwegkisten-System)*
- ◆ *Vermeidung von Lebensmittelabfällen (u. a. Kooperation mit „Too Good To Go“)*
- ◆ *Verwertung von Produktionsresten: Entwicklung von Konzepten zur Weiterverwendung von Restbrot und Teigresten, z. B. für Tierfutter*



Brot besteht im Wesentlichen aus Mehl, Hefen und Wasser. Sein Werden ist eng mit einer intakten Natur bzw. intakten natürlichen Abläufen verbunden.





Die Anbau- und Vertriebsgenossenschaft Pramoleum versorgt uns mit backbaren Kürbiskernen aus oberösterreichischem Anbau.

Die Rohstoffbereiche, in denen wir noch Kompromisse eingehen müssen, werden laufend weniger – auch, weil sich die Haubis Gruppe selbst in Gründungen einbringt.



DER ÖKONOMISCHE ASPEKT

Handschlagqualität ist ein vielfach genutzter – um nicht zu sagen überstrapazierter – Begriff. Die HAUBIS Gruppe verwendet ihn umso beherzter, weil diese Handschlagqualität Teil unseres täglichen Tuns ist. Was wir sagen und was wir vereinbaren – dazu stehen wir. Und das schon immer. Egal, ob in der Zusammenarbeit mit etablierten Unternehmen in der Region oder mit neuen Geschäftspartner:innen. Wir stehen für Langfristigkeit und Verlässlichkeit.

- Unterstützung von Familienbetrieben und regionalen Partnerbetrieben
- Zusammenarbeit mit Vertragsbäuerinnen und -bauern
- Abnahme von kleinst- und kleinstrukturierten Unternehmen
- Faire Preisgestaltung
- Langfristige Zusammenarbeit, z. B. mit Mühlen „in der Nachbarschaft“
- Mitwirkung beim Aufbau neuer Unternehmen im Sinne der Kreislaufwirtschaft

Hellgrün, kompakt und von Natur aus schalenlos: die Kerne der heute kaum noch angebauten Sorte „Gleisdorfer Ölkürbis“. Für den Saatguterhalt sorgt das traditionelle heimische Pflanzenzuchtunternehmen Saatguterhalt Gleisdorf.

99%

recyclingfähige Verpackungen



Unser Mehl und Getreide stammen aus Österreich. Alle weiteren Rohstoffe beziehen wir bevorzugt aus heimischen Quellen, einen beträchtlichen Anteil sogar direkt aus der Region.



SDG 13 Maßnahmen zum Klimaschutz

„Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen.“ Die Formulierung, mit der die Vereinten Nationen ihr Sustainable Development Goal 13 festschreiben, signalisiert die dahinterliegende Dringlichkeit.

Mittlerweile sind die Auswirkungen des menschengemachten Klimawandels rund um den Globus spürbar. Auf internationaler Ebene ist es daher wesentlich, dass jedes Land entsprechende Strategien und Planungen für Klimaschutzmaßnahmen in seine nationale Politik mit einbezieht. Es gilt, Zielsetzungen zu vereinbaren und mit entsprechenden Verpflichtungen zu verbinden. SDG 13 meint jedoch genauso Aufklärung und Information über den Klimawandel, damit das Wissen darüber tatsächlich alle erreicht.

Die HAUBIS Gruppe hat als lebensmittelproduzierendes Unternehmen ein vitales Interesse an einer „gesunden Welt“, wobei der Aspekt des Wohlbefindens längst nicht auf den ernährungsphysiologischen Nutzen unserer Produkte beschränkt ist. Wir wollen den Naturraum, der die Grundlage für alle unsere wertvollen Rohstoffe bildet, intakt erhalten. Auch als Lebensumfeld, in dem es sich freudvoll genießen lässt.

- ◆ *Wie können wir die anhaltende bzw. steigende Nachfrage nach unseren Produkten und die dadurch nötig werdenden Erweiterungen etwa unserer Produktionslinien mit unseren ökologischen Bestrebungen in Einklang bringen?*
- ◆ *Durch welche Art der Kommunikation gelingt es, alle im Team der HAUBIS Gruppe auf einen gemeinsamen, nachhaltigen Weg einzuschwören? Und was benötigen wir, um unsere Partner:innen darüber zu informieren?*
- ◆ *Welche Technologien der Jetztzeit und der Zukunft sind geeignet, um uns unsere gesetzten Ziele möglichst schnell und sicher erreichen zu lassen? Und wo gelingt dies eher durch ein Umdenken in unseren Prozessen als durch Technologie?*

DER SOZIALE ASPEKT

Wir sind uns bewusst, dass das Herstellen von Einigkeit über die Existenz und die Auswirkungen des menschengemachten Klimawandels eine Frage des gemeinsamen Wissensstands ist. Und dass Verhaltensänderungen auf der individuellen Ebene nicht von heute auf morgen passieren – speziell, wenn sie unter Umständen mit einem Verlust an Komfort verbunden sind. Weil wir uns wünschen, dass möglichst viele Menschen das Engagement der HAUBIS Gruppe mittragen, legen wir den sozialen Aspekt des SDG 13 bei uns bewusst vielschichtig an. Finanzielle Anreize inklusive.

- *Laufende Information aller Mitarbeiter:innen zu den HAUBIS Nachhaltigkeitsbestrebungen zur Stärkung der Identifikation und zur Förderung der gemeinsamen Motivation*
- *Angebot eines besonders attraktiven HAUBIS Stromtarifs für unsere Mitarbeiter:innen aus ausschließlich erneuerbaren Energiequellen, in Kooperation mit unserem langjährigsten Mühlenpartner, der Kittel Mühle in Bergland*
- *Vergünstigte Leasing-Angebote für Elektrofahrräder, um unseren Mitarbeiter:innen die Nutzung von E-Bikes (auch) für ihre täglichen Wege zugänglicher zu machen*

Je mehr von uns die Maßnahmen zum Klimaschutz mittragen, desto mehr gemeinsamer Wille und positive Energie fließen in ihre Umsetzung.

In der Wasserkraft steckt ein durch und durch grüner Weg in eine energiereiche Zukunft. Hannes Taubinger von unserer Partnermühle in Plaika beschreitet ihn bereits – und wir ziehen gerne mit.

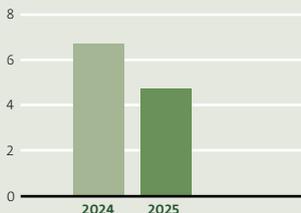


350.000

Kilowatt aus 100 % Ökostrom wurden mit dem HAUBIS Stromtarif an die Haushalte der HAUBIS Mitarbeiter:innen geliefert.



Durch den Fernwärmeanschluss können 30 % Erdgas (ca. 2 GWh) eingespart werden



13.213.121

Gesamtenergieverbrauch
Strom in kW 2024

6.919.905

Gesamtenergieverbrauch
Gas in kW

1.300.000

kW Energieleistung der
gesamten PV-Anlagen bei
HAUBIS – 100 % Eigennutzung

DER ÖKOLOGISCHE ASPEKT

Seit dem Jahr 2000 laufen rund um die Firmenzentrale der HAUBIS Gruppe in Petzenkirchen Erweiterungsarbeiten: Neue Produktionslinien sind ebenso hinzugekommen wie Hallen für die Lagerung von Rohstoffen bzw. für die Tiefkühlung unserer Produkte. Neben der technischen Sinnhaftigkeit und der budgetären Machbarkeit war die Nachhaltigkeit jeweils ein gewichtiger Faktor in sämtlichen Entscheidungen. Unser Ziel: ein zufriedenstellender gemeinsamer Nenner zwischen ökologischen und ökonomischen Überlegungen.

- ◆ Gesamteinsparung der von uns genutzten Energie im Ausmaß von 5 % – durch eine Kombination vielfältiger Maßnahmen
- ◆ Wesentlicher Ausbau unserer Photovoltaik-Anlage durch eine großflächige Nutzung der Parkplatz-Überdachung
- ◆ Umstieg von Erdgas auf Fernwärme als Energiequelle für unsere gesamte Prozesswärme (Warmwasser, Gebrauchswasser, Heizung), bereits realisiert im HAUBIS Stammwerk, im Teiglingswerk und im Werk Wieselburg (Nahwärme aus Heizkraftwerk in Petzenkirchen, Nutzung von lokal kultiviertem Elefantengras)
- ◆ Umstellung von mittlerweile drei unserer Kälteanlagen auf natürliche Kältemittel – sprich einem Mix aus den in der Natur vorkommenden Gasen CO₂ und Ammoniak (schont die Ozonschicht, senkt den Energieverbrauch)
- ◆ Eigene Haustankstelle für den synthetischen Treibstoff HVO („Hydrotreated Vegetable Oil“, also „hydriertes Pflanzenöl“ – eine Alternative zu fossilem Diesel aus erneuerbaren Quellen), Deckung von 60% des Treibstoffbedarfs für Pkws und Lkws ab unserem Logistik-Knotenpunkt Petzenkirchen
- ◆ Ladestationen für Elektroautos, Elektroautos im Fuhrpark, Elektroroller auf dem Gelände der HAUBIS Firmenzentrale
- ◆ Möglichst regionale Beschaffung der von uns eingesetzten Rohstoffe (kurze Logistikwege)

Wir tun unser Bestes, um in einem nachhaltigen Rahmen zu wachsen. In alle Richtungen, die uns sinnvoll und sinnstiftend erscheinen.





Im Bereich der Nachhaltigkeit rechnen sich Investitionen eher nicht unmittelbar. Wirksam werden sie jedoch ab dem ersten Tag – und das zählt für uns doppelt und dreifach.



DER ÖKONOMISCHE ASPEKT

Investitionen in nachhaltige Maßnahmen sind mehr als ein Geldbetrag, der von A nach B wechselt. Wir sehen in ihnen auch ein Bekenntnis zu einem Ziel, das wir uns kurz-, mittel- oder langfristig setzen werden. Idealerweise mit einem weitreichenden Blick und langem Atem. Was uns in der HAUBIS Gruppe letztlich trägt, ist das Vertrauen, dass es sich lohnt, seinen Überzeugungen und Werten treu zu bleiben.

- *Erhalt der bestehenden Infrastruktur durch sorgfältige Instandhaltungsmaßnahmen etwa beim Maschinen- und Fahrzeugpark, solange ökonomisch und ökologisch tragbar*
- *Bei Neuanschaffungen: konsequente Investition in ökologische Alternativen in so gut wie allen Unternehmensbereichen*
- *Nutzung der Einsparungen, die durch nachhaltige Umstellungen erzielt werden, für die nächsten Schritte in Richtung unserer Vision einer durch und durch nachhaltigen HAUBIS Gruppe*



SDG 15 Leben an Land

„Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften (...)“ Dies sind ausgewählte Schwerpunkte aus der Definition der Vereinten Nationen für ihr Sustainable Development Goal Nummer 15.

In seiner vollen Auflistung und Ausformulierung bezieht sich SDG 15 auf die gesamte Bandbreite von Naturräumen, die sich durch menschliches Eingreifen verändert haben – bis hin zur Bedrohung und Auslöschung ihrer besonderen Eigenschaften und biologischen Vielfalt. Es berücksichtigt Feuchtgebiete genauso wie Trockengebiete, Bergökosysteme genauso wie Wasserökosysteme. Hinzu kommt als Fokus die Erhaltung bzw. Wiederaufforstung von Wäldern weltweit.

Als HAUBIS Gruppe sehen wir unseren direkten Einfluss auf dieses Ziel für nachhaltige Entwicklung vorrangig in unserer Achtsamkeit gegenüber den österreichischen Regionen, in denen wir produzierend tätig sind, also dem Mostviertel, dem Raum Linz und dem Salzkammergut. Diese Achtsamkeit bezieht sich sowohl auf den Naturraum bzw. städtischen Raum, den wir nutzen, als auch auf die Menschen, die dort leben.

- ◆ Wie können wir die Fläche, die wir als Unternehmen beanspruchen, bewusst gestalten, damit unsere Einflussnahme auf den umgebenden (Natur-)Raum so limitiert wie möglich bleibt?
- ◆ Durch welche Maßnahmen gelingt es uns, die landwirtschaftliche Tätigkeit in unserer Region auf nachhaltige Art und Weise mitzuprägen?
- ◆ Welchen Einfluss können wir als HAUBIS Gruppe auf die generelle Qualität des Lebens an bzw. am Land nehmen – zum Beispiel durch die Bereitstellung von Arbeitsplätzen in leicht erreichbarer Distanz?



DER SOZIALE ASPEKT

Österreichweit haben zahlreiche Gebiete mit einer gewissen Tendenz zur „Landflucht“ zu kämpfen. Menschen im erwerbsfähigen Alter zieht es zunehmend in die Ballungsräume. Dies gilt insbesondere für Bevölkerungsgruppen mit Migrationsgeschichte. Als einer der größten Arbeitgeber in der Region Mostviertel haben wir hier eine entsprechende Verantwortung, die wir in vielerlei Hinsicht wahrnehmen.

- *Bereitstellung von sinnstiftender und fair entlohnter Arbeit quer durch unterschiedlichste Qualifikationsbereiche – vorwiegend im ländlichen, aber genauso im städtischen Raum*
- *Tätigkeitsmöglichkeiten für alle Altersgruppen, vom Lehrling bis zur Pensionist:in*
- *vergleichsweise krisensichere Jobs in einer systemerhaltenden Branche*
- *Integration von Arbeitskräften mit Migrationsgeschichte abseits der klassischen Ballungsräume*

DER ÖKOLOGISCHE ASPEKT

Als Produktionsunternehmen im ländlichen Raum tragen wir Verantwortung für die Böden, die wir nutzen. Als Quelle für hochwertiges Getreide und andere landwirtschaftliche Rohstoffe genauso wie als reine „Standfläche“ für unsere betriebliche Infrastruktur. Hier wie dort wollen wir einen Fußabdruck hinterlassen, der bewusst gesetzt ist und sich vorwiegend positiv einprägt.

- *Pflege der landwirtschaftlichen Böden durch Bevorzugung von Bio-Landwirtschaft bzw. integriertem Landbau, sowohl im Bereich Einkauf als auch dort, wo wir selbst unmittelbar in die Produktion eingebunden sind*
- *Förderung und Unterstützung der regionalen Landwirtschaft durch bewussten Rohstoffeinkauf*
- *Bevorzugung von Rohstoffen mit kurzen Logistikwegen (und damit wenigen Kilometern im „CO₂-Rucksack“)*
- *Wiedereinbringung von organischem Material in den Bodenkreislauf, z. B. in den Betrieben unserer Vertragsproduzent:innen*
- *Bewusster Umgang mit dem Thema Flächenversiegelung, etwa durch Nutzung bereits versiegelter Flächen (Parkplatz) für die ergänzende Installation von PV-Anlagen*

Der ländliche Raum ist dann attraktiv, wenn die geschaffenen Rahmenbedingungen die Lebensqualität der Menschen fördern – auch, indem sie den Naturraum bewahren.

22%

der Beschäftigten zählen zu der Altersgruppe 50+

HAUBIS hat eine überraschende Vielfalt an Ausbildungswegen zu bieten. Junge Menschen dafür zu begeistern, ist uns ein Herzensanliegen.





SDG 17

Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

„Umsetzungsmittel stärken und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen.“ So lautet die Formulierung des SDG 17 im Originalwortlaut der Vereinten Nationen.

Konkret bezieht sich die Formulierung dieser Zielsetzung auf eine konsequente und fruchtbringende Zusammenarbeit zwischen Globalem Norden und Globalen Süden, sowohl was die Bereitstellung von Ressourcen als auch von Technologien betrifft. Aspekte des Welthandels sind im SDG 17 genauso berücksichtigt wie das Zusammenwirken von öffentlicher Hand und Zivilgesellschaft.

Für den Bereich, den die HAUBIS Gruppe direkt beeinflussen kann, braucht es neben der globalen Interpretation des Begriffs der Partnerschaft entsprechende regionale und überregionale Verzweigungen: in Richtung der Menschen, die bei und für HAUBIS arbeiten und in Richtung der Menschen, die sich auf die Qualität und den genussvollen Charakter unserer Produkte verlassen wollen.

- ◆ *Wie können wir die Beziehungen zu unseren Arbeitnehmer:innen, unseren Kund:innen und Lieferant:innen sowie zu allen weiteren Partner:innen, die unser tägliches Tun mitgestalten, auf lange Sicht positiv beeinflussen?*
- ◆ *Auf welchen Wegen erfahren Menschen, die uns noch nicht kennen, von unserer Unternehmensphilosophie, unseren Projekten und deren konkreter Umsetzung?*
- ◆ *Was braucht es, um Partner:innen von unseren visionären Projekten zu überzeugen und sie über Jahre und Jahrzehnte als Mitgestaltende an unserer Seite zu halten?*

Gemeinsam gesetzte Ziele verlangen nach Handschlagqualität von allen Seiten. Speziell, wenn für ihre Erreichung ein langer Atem erforderlich ist.

DER SOZIALE ASPEKT

Gelungene Partnerschaften basieren neben beidseitigem Vertrauen und Engagement immer auf Klarheit und Ehrlichkeit. Mit diesen „Grundzutaten“ gelingt es, bestehende Beziehungen selbst durch womöglich turbulente Phasen zu tragen und weiter an ihnen und auf sie zu bauen. Die HAUBIS Gruppe setzt seit jeher auf die Kraft des Gemeinsamen. Über die Jahrzehnte hat dieses Engagement unseren Markencharakter geformt – in aller Authentizität.

- *Langjährige Unternehmenszugehörigkeit der HAUBIS Mitarbeiter:innen*
- *Bewusste und aktive Bindung der Endkund:innen durch freundlichen Service, dauerhaft hohe Qualität und faire Preisgestaltung*
- *Engagierte Pflege der Beziehungen zu unseren Partner:innen aus LEH und Gastronomie (HAUBIS Kundenmanager:innen „leben“ Service- und Qualitätsbewusstsein)*
- *Die HAUBIS Nachhaltigkeitsbestrebungen als wiederkehrendes Thema in der HAUBIS-eigenen Zeitschrift „Butterbrot“*
- *Social Media als Kommunikationskanal in Sachen Nachhaltigkeit*

DER ÖKOLOGISCHE ASPEKT

Gemeinsam schaffen wir mehr. Der Impuls für innovative Projekte, speziell im Bereich der landwirtschaftlichen Produktion, kommt oft direkt von der HAUBIS Gruppe. Gemeinsam mit der unerlässlichen inhaltlichen, strategischen und oft auch finanziellen Unterstützung für ihren Start. Die HAUBIS Partner:innen bringen dafür ihr Wissen, ihre Erfahrung, ihre Arbeitskraft und ihr Durchhaltevermögen ein. Was uns verbindet, ist der Glaube an eine gute Zukunft – und ein gewisses Maß an Experimentierbereitschaft.

- *Langfristige Partnerschaften mit Vertragsbäuerinnen und -bauern und weiteren nachhaltig agierenden Produktionsbetrieben*
- *Entwicklung innovativer Rohstoff-Beschaffungsprojekte zur konsequenten Förderung der Kreislaufwirtschaft in Kooperation mit dafür speziell ausgewählten Projektpartner:innen*



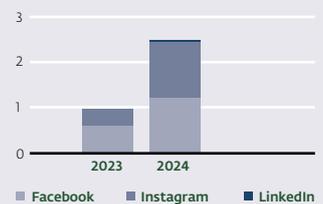
In unserem KundenServiceCenter bietet ein engagiertes Team von lösungsorientierten Menschen einen Service wie er sein soll: persönlich, freundlich und kompetent.

14

Ausgaben unseres Kundenmagazins „Butterbrot“ bis 2024.

2,4 Mio.

Impressionen über Social Media 2024



87%

.....
 unserer Rohstofflieferant:innen
 kommen aus Österreich

Wir lieben es, Projekte in
 unmittelbarer Nähe unseres
 Wirkungsbereichs zu starten.
 Ein Weizenfeld gleich hinter
 unserem HAUBIVERSUM?
 Gute Idee eigentlich!

DER ÖKONOMISCHE ASPEKT

Zum partnerschaftlichen Umgang auf Augenhöhe gehört auch das Bestreben, dass alle Beteiligten spürbare Erfolge aus dem gemeinsamen Tun ziehen können. Inhaltliche Bestätigung und emotionale Motivation stellen sich dabei so gut wie automatisch ein – doch langfristig sind zufriedenstellende Erlöse für alle Beteiligten nötig, um das Gemeinsame weiter voranzutreiben. Im Laufe der HAUBIS Unternehmensgeschichte hat sich immer wieder bewiesen, welch „harte Währung“ Fairness im Geschäftsleben ist.

- ◆ Gestaltung von Partnerschaften, die für alle Seiten gewinnbringend sind, monetär ebenso wie motivatorisch
- ◆ Eine Geschäftsphilosophie, die Geld nicht über alles stellt – schon gar nicht über die Menschen
- ◆ Faire Preise für hochwertige Ware
- ◆ Konsequente Integration von fair gehandelten Produkten in die Rohstoffbeschaffung





Vom Ernten und Säen

Im immerwährenden Kreislauf der Natur gibt es keinen Stillstand. Aus jedem Vergehen wird ein neues Werden. Was für ein Vorbild für ein nachhaltig denkendes, planendes und handelndes Unternehmen wie das unsere! Entsprechend wollen wir auch morgen und übermorgen aus dem schöpfen, was war und was ist, um daraus Zukunftsfähiges zu schaffen.

Aufbauend auf dem Leitmotiv der Kreislaufwirtschaft werden wir unsere Produkte und unsere Produktion auf ein immer ganzheitlicheres Fundament stellen: Es soll die Gesundheit des Bodens genauso mit einbeziehen wie das Tierwohl. Es soll achtsam sein im Umgang mit natürlichen Ressourcen und dabei maximale Transparenz und (Rohstoff-)Sicherheit bieten. Und es soll die vertrauensvolle Basis, die uns mit unseren Kund:innen und Partner:innen verbindet, weiter stärken. HAUBIS wird eine zuverlässige Marke bleiben, der man zu Recht vertraut – gerade weil sie sich im Sinne der Öko-Intelligenz laufend aus eigenem Antrieb hinterfragt und entsprechend ausrichtet.



Haubis GmbH
Kaiserstraße 8 / A-3252 Petzenkirchen
t +43(0)7416 / 503-0
office@haubis.at
www.haubis.at