



# Charta der Nachhaltigkeit 2025



# Familienunternehmen in dritter Generation



Das Management der PHW-Gruppe:

**Doris Wesjohann,**

**Dr. Heinrich Dröge,**

**Peter Wesjohann** (Vorstandsvorsitzender),

**Felix Wesjohann** und

**Marcus Keitzer** (v.l.n.r.)

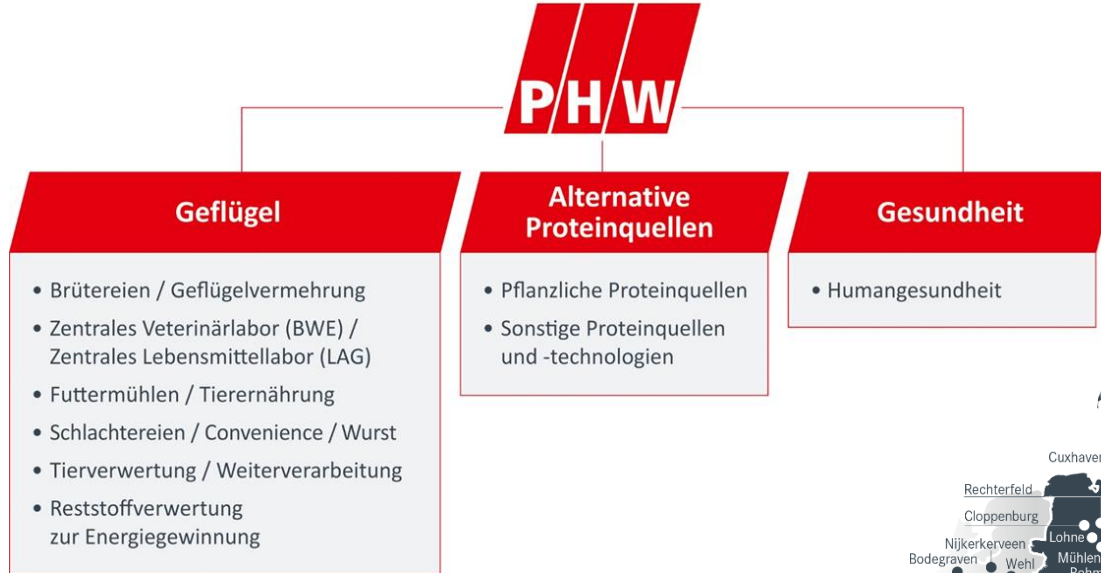
**Familienunternehmen** in dritter Generation verwurzelt im Oldenburger Münsterland.

Wir blicken auf eine 90-jährige Unternehmenshistorie zurück. Anfangen hat alles mit einem kleinen Landhandel mit Brüterei und heute sind wir **fest in der Lebensmittelindustrie verankert.**

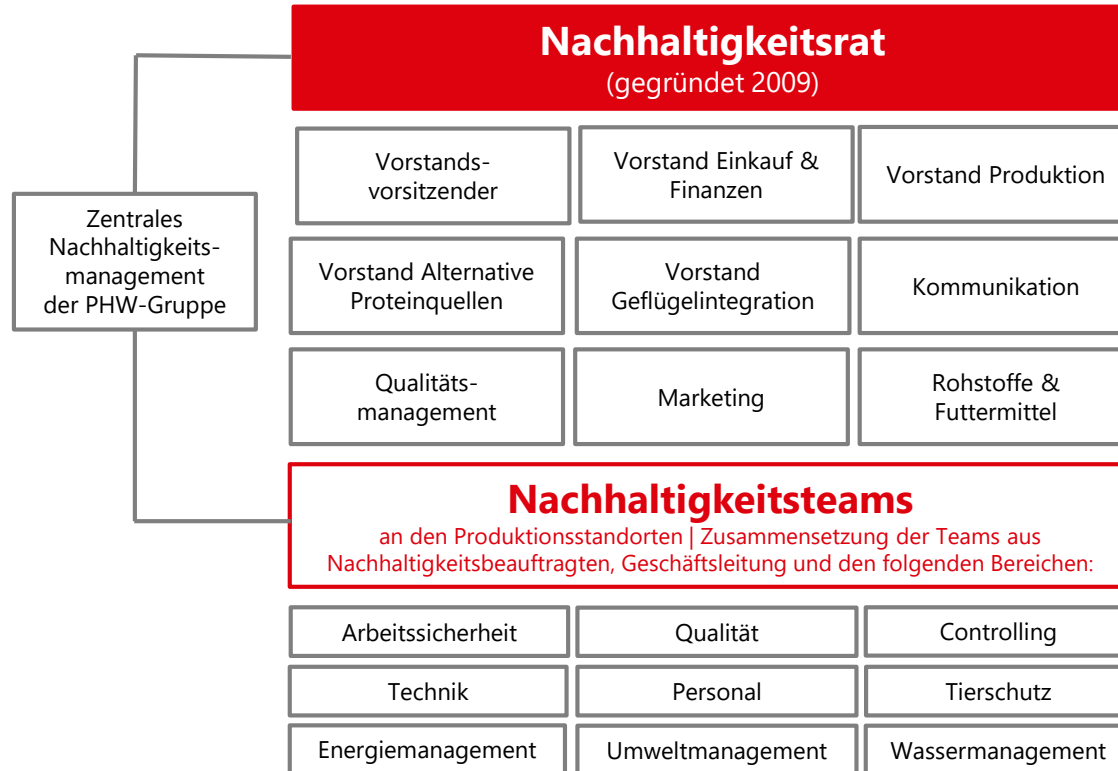
**Wachstum durch Vielfalt:** Parallele Entwicklung der Geschäftsfelder „Produktion und Vermarktung hochwertiger Geflügelspezialitäten“ und „Alternativer Proteinquellen“ für den Ernährungsmix der Zukunft.

Wir sind die **Nummer eins im Geflügel-Sektor** in Deutschland und europaweit zählen wir zu den führenden Unternehmen.

# Geschäftsbereiche und Standorte



# Organisation des Nachhaltigkeitsmanagements



# Übersicht verschiedener Standards

Die Nachhaltigkeitsaktivitäten der PHW-Gruppe werden regelmäßig durch externe Parteien überprüft. Nachstehend einige Standards an unseren Standorten:

<p><b>Lebensmittelstandard</b> nach <b>IFS Food</b></p>	<p><b>Energiemanagement</b> nach <b>ISO 50001</b></p>	<p><b>IFS-Logistics-</b> <b>Zertifizierung</b></p>	<p><b>Nachhaltigkeits-</b> <b>bewertung</b> durch <b>ecovadis</b></p>
<p><b>Lebensmittelstandard</b> nach <b>BRC Global Standard</b> for <b>Food Safety</b></p>	<p><b>Umweltmanagement</b> nach <b>ISO 14001</b></p>	<p><b>Qualitätsstandard</b> nach <b>GMP+ FRA MI 5.6</b></p>	<p><b>Tierwohl-Standard</b> z.B. nach <b>ITW, Privathof</b> und <b>ECC</b></p>
<p><b>Qualitätsstandard</b> nach <b>QS</b></p>	<p><b>Proterra</b></p>	<p>Mitglied im Roundtable on Responsible Soy (<b>RTRS</b>)</p>	<p><b>Sozialstandard</b> z.B. nach <b>Sedex</b></p>



# Unsere Nachhaltigkeitsstrategie



Wir stehen für den Ernährungsmix der Zukunft

**Environment/  
Umwelt**



**Social/Soziales**

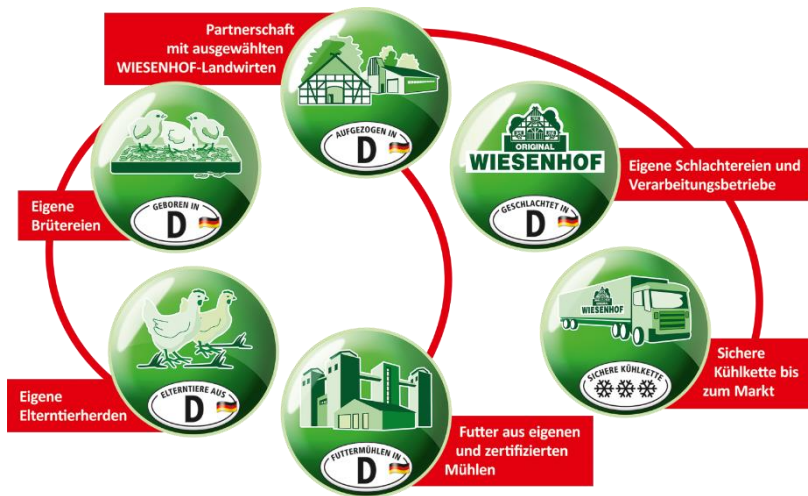


**Governance**

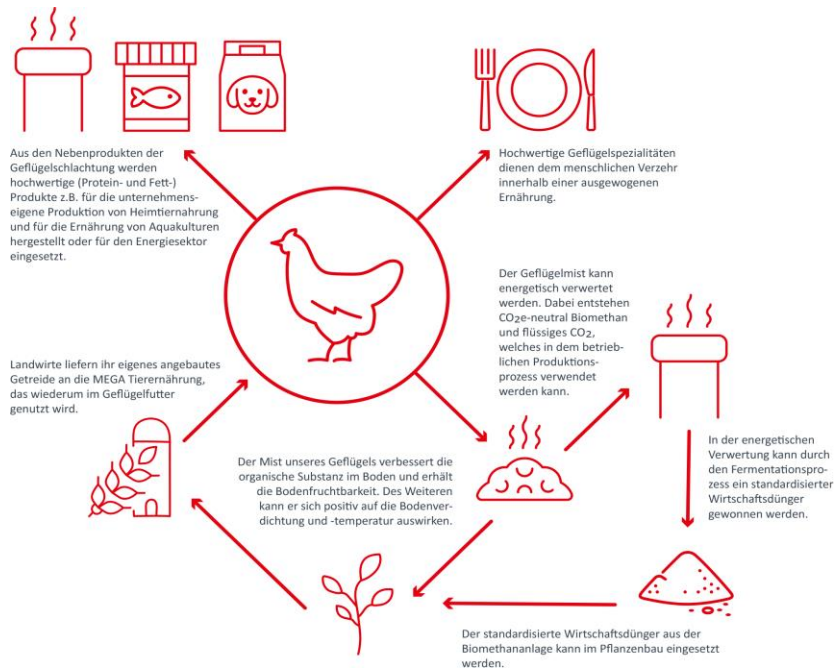


Handeln in ganzheitlichen Kreisläufen

# Unser Fundament: Handeln in ganzheitlichen Kreisläufen



Herstellungstufen der deutschen Hähnchen- und Putenspezialitäten innerhalb der PHW-Gruppe



Optimale Wertschöpfung der Produktströme unseres Geschäftsbereichs Geflügel

Seit jeher sind wir bestrebt, unsere eigene PHW-Infrastruktur so aufzubauen und weiter zu entwickeln, dass wir stets in Kreisläufen handeln. Die komplette Gruppenstruktur baut aufeinander auf, sodass Synergieeffekte auch über unsere Geschäftsbereiche hinweg entstehen.



## Wir stehen für den Ernährungsmix der Zukunft.

Wir handeln achtsam für nachfolgende Generationen, indem wir für qualitativ hochwertige tierische und pflanzliche Proteinprodukte und deren (Weiter-)Entwicklung stehen, sowie den Kreislaufgedanken unseres wirtschaftlichen Handelns seit 90 Jahren entscheidend voranstellen.

### E - Environment



#### Umwelt

Klimaschutz

Biodiversität

Kreislaufwirtschaft

### S - Social



#### Soziale Verantwortung

Eigene Mitarbeiter

Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette

Verbraucher und Endnutzer

### G - Governance



#### Governance

Zukunftsgerichtete Geflügelhaltung

Ernährung

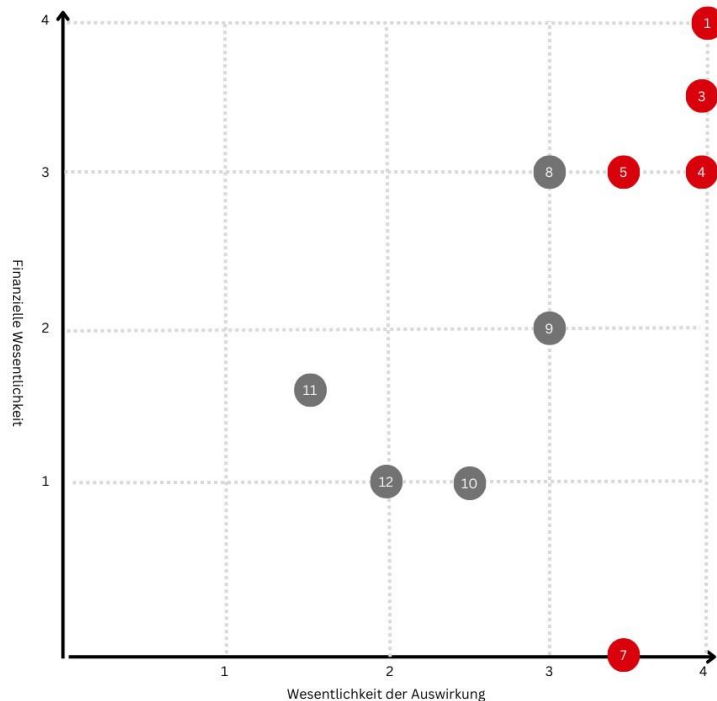
Starke Partnerschaften

Unternehmenskultur





# Wesentlichkeitsanalyse 2025



## Umwelt

- 1 Klimaschutz
- 5 Kreislaufwirtschaft
- 7 Biodiversität
- 8 Luftverschmutzung
- 9 Wasserverschmutzung
- 10 Besorgniserregende Stoffe
- 11 Bodenverschmutzung

## Soziale Verantwortung

- 3 Eigene Mitarbeiter
- 4 Arbeitskräfte in der WSK, Verbraucher und Endnutzer

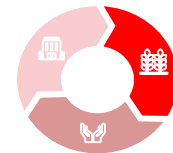
## Governance

- 3 Zukunftsgerichtete Geflügelhaltung, Unternehmenskultur
- 4 Starke Partnerschaften, Ernährung
- 12 Korruption und Bestechung

● Wesentlich

● Nicht wesentlich

Die Darstellung beruht auf einer durchgeführten Wesentlichkeitsbewertung in Anlehnung an die CSRD.



## Status Quo

### Ganzheitliches Klimamanagement

Basis unseres Klimamanagements bildet ein ganzheitlicher Ansatz. Im Fokus der Strategie steht der Baustein Vermeiden und Vermindern.

Seit 2015 ist das Energiemanagement der gesamten Wertschöpfungskette der PHW-Gruppe in Deutschland gemäß DIN EN ISO 50001 zertifiziert. Jeder Standort verfügt über ein eigenes Energieteam. Außerdem wurde 2024 ein gruppenweiter Energierat als dauerhaftes Gremium zur Überprüfung der Energieprojekte eingeführt.

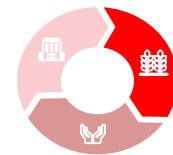
Als PHW-Gruppe haben wir im Dezember 2024 das Commitment der Science-Based-Targets Initiative (SBTi) eingereicht.



Bereits sechsmal hat die PHW-Gruppe ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für Geflügelfleisch ermittelt. Der aktuellste Wert liegt für das Berechnungsjahr 2017 vor: **2,2 kg CO<sub>2</sub>e pro 1 kg Hähnchenfleisch** (Netto-Schlachtgewicht).

## Ziele

- ✓ Als PHW-Gruppe bekennen wir uns zu dem Pariser Klimaabkommen. Wir arbeiten kontinuierlich an der Reduktion unserer eigenen Treibhausgasemissionen und verpflichten uns damit, einen Beitrag zur Begrenzung des globalen Temperaturanstiegs beizutragen.
- ✓ Für die gesamte PHW-Gruppe wird bis Ende 2025 die Klimabilanzierung für Scope 1, 2 und 3 erarbeitet.
- ✓ Bis 2026 werden wir uns ein wissenschaftsbasiertes Klimaziel setzen und anschließend validieren lassen, um mit unserem Geschäftsmodell und unserer Unternehmensstrategie mit dem Pariser Klimaabkommen (1,5-Grad-Klimaziel) vereinbar zu sein.
- ✓ Wir suchen für die Vorstufen mit Blick auf die landwirtschaftlichen Betriebe nach geeigneten Erfassungssystemen. Hierfür werden Gespräche mit mehreren zertifizierten Systemgebern geführt. Zudem bringen wir uns aktiv bei der Arbeitsgruppe QS Klimaplattform ein, um einen einheitlichen Branchenstandard voranzubringen.
- ✓ 2024 haben wir mehrere Millionen Euro für Umweltprojekte bereitgestellt, um unabhängiger vom Energiemarkt zu sein und so die Zukunftsfähigkeit unserer Produktionsbetriebe zu gewährleisten. Wir streben an, Jahr für Jahr weitere Investitionen für alle Standorte der PHW-Gruppe in diesem Bereich zu tätigen.
- ✓ Der Stromverbrauch soll bis 2030 zum großen Teil aus regenerativen Energieanlagen bezogen oder nachweislich zertifiziertem Ökostrom eingekauft werden. Die Umstellung auf regenerative Energieanlagen in den anderen Energiebereichen wie der Wärme und des Kraftstoffs wird fokussiert, steht aber in Abhängigkeit zu individuellen Rahmenbedingungen an den einzelnen Betriebsstätten und den allgemeinen Innovationen im Bereich dieser Technologien.



## Status Quo

Wir streben mit unseren eigenen Logistikunternehmen nach vielfältigen und klimafreundlicheren Transportlösungen. Daher verfügt unsere Flotte aktuell über **8 LNG Lkws**. Des Weiteren wurde in drei Fahrzeuge mit **Elektro-Antrieb** investiert, welche im Schwerlasttransportbereich eingesetzt werden. Zusätzlich testen wir drei **Lang-Lkw** (EuroCombi) zur Tourenoptimierung.

Durch Modernisierungen der Produktionsbetriebe bei der Lebendtierannahme werden positive Effekte bei der Logistik erreicht: Optimierung der Touren durch Verbesserung des Ladevolumens, Reduzierung von Leerfahrten, was insgesamt zu Einsparung von Transporten führt.



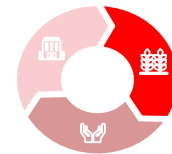
Lang-Lkw an Elektro-Zugmaschine für Umfuhren von der BSG Logistik



Elektro-Lkw von der MEGA Logistik

## Ziele

- ✓ In 2025 testen und evaluieren wir auch weiterhin alternative Antriebsmöglichkeiten und Kraftstoffe für Nutzfahrzeuge und stehen grundsätzlich jeder (marktreifen) neuen Technologie offen gegenüber.
- ✓ Um den Klimaschutz bzw. die CO<sub>2</sub>e-Reduzierung in der PHW-Logistik im Nutzfahrzeuggestrich zu verbessern, stehen wir mit den Lkw-Herstellern im ständigen Austausch.
- ✓ Ausbau des Einsatzes von emissionsarmen Fahrzeugen wie LNG- und Elektro-Lkw sowie Lang-Fahrzeuge, um den CO<sub>2</sub>e Ausstoß beim Lieferprozess kontinuierlich zu reduzieren.
- ✓ Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Verbesserung unserer Touren- und Lieferplanung. Hierbei zielen wir auf eine Steigerung der Liefereffizienz durch den Einsatz neuester Logistiksoftware und optimierter Routenplanung ab. Dies beinhaltet auch die tägliche Synergiesuche bei Kundenbelieferung – Herausforderung hier sind im LEH-Bereich die fixen Zeitfensterbelieferungen.
- ✓ Bis Ende 2026 wird der Großteil des Fuhrparks der BSG Logistik & Services GmbH durch emissionsärmere und effizientere Sattelzugmaschinen der CO<sub>2</sub>e-Emissionsklasse 3 ausgetauscht.



## Status Quo

Für uns spiegelt sich Biodiversität in unterschiedlichen Bereichen wider, wie zum Beispiel Einsatz von vielfältigen Proteinquellen zur Lebensmittelerzeugung, ressourcenschonender Umgang mit Rohstoffen und dem Streben nach entwaldungsfreien und umwandlungsfreien Lieferketten.

Wir setzen uns für die regionale und vielfältige Erzeugung ein und stärken mit unserem Handeln die regionalen Liefer- und Wertschöpfungsketten, die zur Biodiversität beitragen.

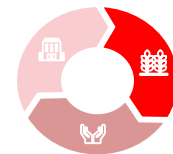
Als PHW-Gruppe unterstützen wir die Bekämpfung der weltweiten Entwaldung und fordern eine verbindliche Rechtssicherheit auf EU-Ebene für kritische Rohstoffe. Seit dem zweiten Quartal 2022 stellen wir entwaldungsfreie Lieferketten in unserem Mischfutter bezogen auf die Rohstoffe Soja und Palmöl für in Deutschland produziertes Geflügel sicher.

Als Branchenlösung gilt seit dem 1. Januar 2024 das QS-Zusatzmodul Soja<sup>plus</sup>. Hierdurch stammt sämtliches Soja, das im QS-System in Futtermitteln eingesetzt wird, aus nachhaltig zertifiziertem entwaldungs- und umwandlungsfreien Anbau - unabhängig von Ursprung und/oder Anbauregion. An diesem Standard haben wir aktiv mitgearbeitet.

## Ziele

- ✓ Die kontinuierliche Erforschung innovativer Technologien in allen unseren Geschäftsfeldern und die validierte Überprüfung, im Hinblick auf einen nachhaltigen Ernährungsmix der Zukunft, sind essentiell für uns.
- ✓ Zielsetzungen für die Stärkung von regionalen Wertschöpfungsketten sind in unseren Zielen unter der Zukunftsgerichteten Geflügelhaltung auf der Folie 18 hinterlegt.
- ✓ Über externe Audits hinaus, setzen wir weiterhin verstärkt auf einen direkten Austausch mit unseren globalen Lieferanten vor Ort, um vor allem die Entwaldungsfreiheit von unserem Mischfutter - bezogen auf die Rohstoffe Soja und Palmöl – selbst zu überprüfen und sicherzustellen. Das Thema Entwaldungsfreiheit steht mit besonderem Blick auf die geplante Umsetzung z.B. der EUDR (Entwaldungsfrei-VO) bis Ende des Jahres 2025 weiterhin im Fokus.
- ✓ Bereits seit 2014 sind wir Mitglied im Stakeholder Council von ProTerra und arbeiten an der Weiterentwicklung dieses globalen Standards mit. Wir engagieren uns aktiv in der Arbeitsgemeinschaft Lieferantenaudits (AGL) und absolvieren jährlich Lieferantenaudits. Einmal jährlich besuchen wir unsere (Soja-)Lieferanten in z.B. Brasilien und führen Audits vor Ort durch. Interne und externe Schulungen zu Nachhaltigkeitsthemen werden regelmäßig durchgeführt.





## Status Quo

Eine wichtige Bestrebung der PHW-Gruppe ist das Handeln in ganzheitlichen Kreisläufen. Dafür suchen wir Wege und setzen entsprechende Maßnahmen um, damit Kreisläufe geschlossen werden.

### Verpackung

Die PHW-Gruppe hat in den vergangenen Jahren bereits viele nachhaltige Verpackungslösungen erfolgreich umgesetzt. Wichtig ist es, uns Zielkonflikte in diesem Feld mit einer ganzheitlichen Betrachtung hinsichtlich Nachhaltigkeit zu begegnen und immer im Sinne des Kreislaufgedanken zu handeln und zu entscheiden.

### Ganzheitliche Verwertung

Ob Hähnchenschenkel oder Filet – bei der Geflügelschlachtung entstehen hochwertige Lebensmittel. Doch was passiert eigentlich mit den Teilen des Geflügels, welche nicht für den menschlichen Verzehr geeignet sind? Die Nebenprodukte der Geflügelschlachtung werden mit in den Kreislauf einbezogen und zu hochwertigen Eiweiß- und Fettprodukten verwertet. Die PHW-Töchter GEPRO und PetCom sind seit 2023 Systempartner der QS-Prozesskette Heimtierfutter und nehmen damit eine Vorreiterrolle in diesem Segment ein.

Des Weiteren erfolgen Maßnahmen zur Steuerung bei Überproduktionen in den Produktionsbetrieben z. B. über Werksverkäufe und Abgaben an soziale Einrichtungen in der Region (z. B. Tafel e.V.).

### Digitales Ressourcenmanagement

Die Softwaresysteme wurden bereits erfolgreich an den Standorten Oldenburger Geflügelspezialitäten, Donautal Geflügelspezialitäten, Geestland Putenspezialitäten und Märkische Geflügelhof-Spezialitäten implementiert und eingeführt.



## Ziele

- ✓ Die PHW-Gruppe sucht im Verpackungsmittelbereich stets nach ganzheitlichen neuen Lösungen, um die Recyclingfähigkeit zu erhöhen und Verpackungsmaterial zu reduzieren. Wir testen auch weiterhin in unseren Produktionsbetrieben neue Verpackungen und bewerten diese. Dabei steht für unser hochsensibles Produkt die Lebensmittelsicherheit an erster Stelle.
- ✓ Wir arbeiten kontinuierlich an den verschiedensten Möglichkeiten der Digitalisierung von Produktionsprozessen zur Optimierung des Ressourcenmanagements. Zum einen wurde bereits eine Software zum digitalen Ressourcenmanagement an einigen Standorten erfolgreich implementiert und eingeführt. 2025 befinden sich die Standorte Anhaltinische Geflügelspezialitäten, Allfein Feinkost und PetCom in der Planungs- und Implementierungsphase. Des Weiteren werden an ausgewählten Standorten zentrale Steuerungsvoraussetzungen zur Verringerung von Produktionsüberschüssen und Fehlerquoten installiert. Insgesamt werden die genutzten Tools zur Produktions- und Logistikplanung fortlaufend im Sinne des optimalen Ressourcenverbrauchs verbessert.
- ✓ Als PHW-Gruppe verfolgen wir vielfältige Digitalisierungsprozesse zur Schonung der Ressourcen. Beispielsweise konnte der Papierverbrauch bei Nutrilo in den letzten vier Jahren bereits um 66% reduziert werden und es wird bis 2027 angestrebt, den Papierverbrauch um weitere 5% zu reduzieren.





## Status Quo

Als Familienunternehmen sind wir uns unserer sozialen Verantwortung gegenüber unseren rund 10.500 Mitarbeitern bewusst. Als PHW-Gruppe setzen wir uns für die Vielfalt und Integration der Mitarbeiter und für die Stärkung der Chancengleichheit ein. Wir fördern aktiv die Integration unserer ausländischen Mitarbeiter, indem wir je nach Bedarf diverse Angebote schaffen. Dazu zählen bspw. die Organisation von Sprachkursen oder erweiterte Unterstützungsmaßnahmen für Familienmitglieder.



### Betriebliche Ausbildung

Die PHW-Gruppe bietet eine Ausbildung in über 20 verschiedenen Bereichen an.

Vielfältige Kampagnen zur Förderung der Attraktivität von betrieblichen Ausbildungen z.B. Durchführung eines zweiwöchigen Sozialpraktikums im Andreaswerk Vechta für Auszubildende der PHW-Gruppe.

Auszeichnung der PHW-Ausbildungsbetriebe MEGA Tierernährung, MEGA Logistik & Service und WIESENHOF International mit dem IHK-Qualitätssiegel „TOP AUSBILDUNG“.



### Betriebliches Gesundheitsmanagements

Im Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagements liegt der Schwerpunkt auf Hilfestellungen für psychosozialen Belastungen, Schutzimpfungen und der Umsetzung von gesundheitsfördernden Aktionen.



Fit für Gesundheit

## Ziele

- ✓ Wir verpflichten uns zur Gleichbehandlung, Fairness und Respekt und möchten die Vielfalt im Unternehmen weiter fördern und die Diversität in der Zusammenarbeit unterstützen.
- ✓ In der PHW-Gruppe arbeiten über 30 verschiedene Nationalitäten. Wir bieten an unseren Produktionsstandorten vielfältige Integrationsmöglichkeiten für die Mitarbeitenden an (z. B. Sprachkurse, Betreuung im Alltag, Ausflüge). Diese sollen auch in den nächsten Jahren weiter ausgebaut werden.
- ✓ Wir verpflichten uns zur Schaffung guter und sicherer Arbeitsbedingungen für alle Mitarbeitenden durch Gewährleistung angemessener Löhne, Arbeitszeiten und Zusatzleistungen im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements. Die PHW-Gruppe strebt eine konzernweite Gesundheitsquote > 95% an.
- ✓ Die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter ist ein hohes Gut. Daher überwachen wir Arbeitsunfälle und die Anzahl der Ausfalltage aufgrund von arbeitsbedingten Erkrankungen und ergreifen proaktiv geeignete Maßnahmen wie z. B. Schulungen und den Ausbau einer sicheren Arbeitsplatzgestaltung zur Vermeidung und Minimierung von Arbeitsunfällen und Erkrankungen. Schulungen werden in Landessprachen der Mitarbeiter angeboten.
- ✓ An den einzelnen Standorten werden vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten und Schulungen für Mitarbeitende unterstützt. Diese möchten wir ausbauen und Schulungspläne weiter optimieren.
- ✓ Um unserer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft gerecht zu werden, wollen wir uns als Unternehmen nicht nur aktiv einbringen, sondern auch unserer eigenen Belegschaft die Möglichkeit zur Unterstützung von sozialen Projekten geben. Hierzu beteiligen wir uns beispielsweise an Wunschbaumaktionen in der Region, wo Kinderwünsche und Wünsche von Menschen in Altersarmut erfüllt werden.
- ✓ Wir streben weiterhin die erfolgreiche Zertifizierung der PHW-Ausbildungsbetriebe für das IHK-Qualitätssiegel „TOP AUSBILDUNG“ an.



# Soziale Verantwortung – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette



## Status Quo

Als PHW-Gruppe streben wir die Einhaltung von fairen Arbeitsbedingungen und unseren Unternehmensleitlinien entlang der gesamten Wertschöpfungskette an. Dafür führen wir jährlich Lieferantenbewertungen durch.

Wir tragen Verantwortung für Mensch, Tier und Umwelt und haben dies in unseren Commitments wie bspw. dem Code of Ethics, dem Verhaltenskodex und in der Grundsatzzerklärung festgehalten.

Seit dem 1. Januar 2023 erfüllen wir in der PHW-Gruppe die Anforderungen des LkSG.

Die PHW-Gruppe hat ein umfassendes und niedrigschwelliges Meldesystem für interne sowie externe Anspruchsgruppen eingerichtet.

Siehe auch <https://phw-gruppe.de/unternehmen/compliance/>



## Ziele

- ✓ Fortführung und kontinuierliche Weiterentwicklung der Lieferantenbewertungen und Risikoanalysen, so dass potentielle Risiken entlang der Lieferketten frühzeitig erkannt und entsprechende Abhilfemaßnahmen eingeleitet werden können.
- ✓ Das Beschwerdemanagementsystem sowie der Umgang damit sollen kontinuierlich weiterentwickelt und optimiert werden.
- ✓ Intensivierung des Dialogs mit den unterschiedlichsten Anspruchsgruppen, um verbindliche Standards und Transparenz entlang der Lieferketten zu erhöhen.
- ✓ Überprüfung und Ausweitung der Maßnahmen zur Sicherstellung der Einhaltung der im Verhaltenskodex festgelegten sozialen Mindeststandards und Menschenrechte.



# Soziale Verantwortung - Verbraucher und Endnutzer

## Status Quo

Bereits seit 1995 gibt es unsere Herkunftsgarantie. Wir kommunizieren transparent auf unseren frischen und tiefgefrorenen Geflügelprodukten, bei welchem Landwirt bzw. welcher regionalen Erzeugergemeinschaft das Tier aufgezogen wurde.

Unsere Betriebe sind alle IFS (DE) und BRC (PL, NL, BG) zertifiziert. Die Lebensmittelsicherheit ist ein wesentlicher Bestandteil für die PHW-Gruppe und werden im Rahmen der IFS/BRC-Zertifizierung abgedeckt. Die Rückverfolgbarkeit unserer Produkte wird kontinuierlich überwacht und gewährleistet.

Seit 2024 nutzt die PHW-Gruppe mit WIESENHOF, als erste Fleischmarke, das Herkunftskennzeichen "Gutes aus deutscher Landwirtschaft" und hat erste Produkte damit gekennzeichnet.



## Ziele

- ✓ Wir sehen uns als Lebensmittelproduzent in der Pflicht qualitativ hochwertige tierische und pflanzliche Proteinprodukte für alle gesellschaftlichen Schichten herzustellen.
- ✓ Die Kernzielgruppe unserer Produkte sind Familien. Mittels transparenter Produktinformationen vermitteln wir Inhalte sachlich und klar. Auf jedem Marken-Produkt finden sich Hinweise zur konkreten Herkunft des Fleisches aus Deutschland.
- ✓ Wir fordern eine Herkunftsangabe über alle Absatzkanäle hinweg.
- ✓ Wir intensivieren gezielt die Einbindung unserer Vertragslandwirte in die Verbraucheraufklärung und porträtieren sie auf unseren Verpackungen und auf unserer Marken-Website [www.wiesenhof.de](http://www.wiesenhof.de) und [www.wiesenhof-privathof.de](http://www.wiesenhof-privathof.de). Ziel dabei ist, transparent über die landwirtschaftliche Produktion aufzuklären und Verbrauchern eine ehrliche und verlässliche Informationsquelle zu ermöglichen.







# Governance - Zukunftsgerichtete Geflügelhaltung



## Status Quo

Über **97%** unserer deutschen Hähnchenproduktion stammen aus **Tierwohlprogrammen**, die in der Halteungsstufe 2 des Lebensmitteleinzelhandels oder höher einzustufen sind.



Die PHW-Gruppe hat sich den strukturellen Ausbau der Halteungsstufe 3 als ein Nachhaltigkeitsziel gesetzt. Bereits 2011 wurde das Privathof-Konzept (Halteungsstufe 3) für Hähnchen vorgestellt, das auch alle Kriterien der Europäischen Masthuhn-Initiative erfüllt.

Ausweitung des Privathof-Konzeptes auf die Pute: Erste Privathof-Putenprodukte waren ab Q1 2024 im Handel erhältlich.

Seit vergangenem Jahr wird das Privathof-Konzept zudem stärker in der Gastronomie ausgerollt, sodass Außer-Haus-Gäste sich bewusst für ein Geflügel-Produkt mit einem Mehr an Tierwohl aus deutscher Herkunft entscheiden können.

## Ziele

- ✓ Durch unsere aktive Mitarbeit in den deutschen und europäischen Verbänden (u.a. ZDG, AVEC) sowie in verschiedenen Arbeitsgruppen wollen wir ein Mehr an Tierwohl verbindlich für alle Marktteilnehmer forcieren. Für den Ausbau von höheren Halteungsformen fordern wir die Anforderungen für Stallumbauten sowie Stallneubauten auf ein machbares und schnell umsetzbares Maß umzustellen. Hierbei ist eine Orientierung am Selbstversorgungsgrad notwendig, um der sinkenden Entwicklung entgegenzuwirken.
- ✓ Unser Ziel ist der strukturelle Ausbau der Halteungsstufe 3 bis Ende 2040 auf 100% Anteil am Gesamtportfolio der PHW-Gruppe für Hähnchen im Frischebereich (Deutschland). Dazu gehört auch, dass wir Wurstspezialitäten aus dieser Halteungsform künftig anbieten möchten. Dieses Ziel steht in Abhängigkeit der entsprechenden Marktnachfrage, Genehmigungsverfahren sowie einer angemessenen Mehrpreishonorierung.
- ✓ Bei unserem Privathof-Konzept möchten wir uns ebenfalls als ein führender Anbieter der Halteungsstufe 3 im Segment der Pute positionieren. Auch dieses Ziel steht in Abhängigkeit der entsprechenden Marktnachfrage sowie einer angemessenen Mehrpreishonorierung.
- ✓ Langfristige Implementierung von KI zur gestützten Tier- und Bestandsbeurteilung im Stallmanagement.
- ✓ Wir wollen durch geeignete Maßnahmen wie z.B. alternative Einstreumaterialien die Ammoniak-Emissionen in den Ställen wenn möglich um bis zu 80% ab 2026 senken.
- ✓ Unser Ziel ist es auch für 2025 den Einsatz von Antibiotika in der Geflügelaufzucht auf ein absolut notwendiges, tierschutzkonformes Maß zu begrenzen und multiresistente, ubiquitär vorkommende Keime durch gezielte Interventionen zu bekämpfen. Bereits vor mehr als zehn Jahren hat die gesamte Geflügelbranche zur Schaffung einer verlässlichen Datengrundlage die Einrichtung eines Antibiotika-Monitoring-Systems auf Ebene des QS-Systems initiiert.



## Status Quo

### Ernährungsmix der Zukunft

Zu einer gesunden und ausgewogenen Ernährung gehören sowohl hochwertige Geflügelprodukte als auch pflanzliche Alternativprodukte, die zu einer ernährungsphysiologisch optimierten Ernährungsweise beitragen können. Unser Ansatz ist, die Proteinerzeugung nicht nur „schwarz-weiß“ zu sehen. Wir werden alle Formen von Proteinen künftig für unsere Ernährung brauchen – nicht als Ersatz für die jetzige Proteinvielfalt, sondern als Ergänzung.

Die parallele Entwicklung sowohl von tierischen als auch von pflanzlichen Proteinen basiert auch auf der Frage, wie man künftig die Ernährung der bald 10 Milliarden Menschen auf der Welt sicherstellen könne. Die Themen und die Innovationen im Bereich Ernährung werden hierbei zunehmend nicht mehr klassisch bearbeitet, sondern „technologisch“ getrieben.

### FoodTech Kompetenz

2018 ist der Bereich „Alternative Proteinquellen“ als strategisches Geschäftsfeld ins Portfolio der PHW-Gruppe aufgenommen worden. Sowohl die dazugehörige VTEC Ingredients GmbH als auch die 2024 neu gegründete VTEC Precision Foods GmbH engagieren sich als Industriepartner in wissenschaftlichen Projekten im Bereich der alternativen Proteine. Des Weiteren ist die PHW-Gruppe seit Frühjahr 2024 strategischer Partner bei Mosa Meat und hat somit weiterhin substanziell in den Bereich „Cultivated Meat“ investiert, um diesen Markt weiterhin zu begleiten und Marktpotentiale zu erforschen.

## Ziele

- ✓ Geflügelfleisch bietet viele Vorzüge, für die menschliche und auch für die planetare Gesundheit. Es ist vielseitig, fettarm und ein wertvoller, natürlicher Proteinlieferant. Es beinhaltet viele Mikronährstoffe. Wir möchten mit hochwertigen Geflügelprodukten weiterhin zu einer gesunden Ernährung in der Bevölkerung beitragen, indem wir diese wertvollen, natürlichen und proteinreichen Lebensmittel anbieten.
- ✓ Bei unseren frischen Geflügelspezialitäten unter der Marke WIESENHOF und Chicken Schmiede wollen wir Schritt für Schritt den Salzgehalt auf kleiner gleich 1,3 g pro 100 g Salz reduzieren. Diese Umstellungen werden voraussichtlich bis Ende 2025 abgeschlossen sein. Bei allen Neuentwicklungen unserer Geflügelwurstprodukte von WIESENHOF liegt das zukünftige Ziel bei kleiner gleich 2,0 g pro 100g Salz. Weitere Sortimente sind kontinuierlich in Bezug auf ihren Salzgehalt zu prüfen.

Bei unseren pflanzenbasierten Wurst- und Convenience-Produkten, unter anderem für unsere Marke Green Legend, soll eine langfristige ernährungsphysiologische Optimierung erfolgen. Dies soll unter anderem durch die Erweiterung des Sortiments von salz- und fettreduzierten Produkten auf mindestens 50 % aller Produkte sowie durch die Reduktion der Nutzung von ultraprozessierten Roh- und Zusatzstoffen erfolgen.

Die Reduktionen dürfen zu keinen bedeutenden geschmacklichen Einbußen führen oder andere Faktoren negativ beeinflussen.

- ✓ Die PHW-Gruppe strebt den Einsatz von alternativen Proteinquellen aus deutschem oder europäischem Anbau zur Stärkung der Regionalität an.
- ✓ Die PHW-Gruppe strebt weiterhin den Ausbau der vertikalen Integration im Geschäftsfeld der Alternativen Proteine an. Wir verfolgen die selbstständige Entwicklung und Formulierung von mindestens 50% aller Rezepturen und Rohstoffe und möchten die Inhouse-Verarbeitung von pflanzlichen und mikrobiellen Proteinen innerhalb der Sekundärstufe bis 2030 erreichen. Außerdem wird die Integration von Mykoproteinen in den Rezepturen verfolgt, um das Angebot von nachhaltigen Lebensmitteloptionen zu erweitern.



## Status Quo

Die PHW-Gruppe ist seit Gründungsbeginn in Familienhand und seit über 90 Jahren erfolgreich in der Agrar- und Ernährungsbranche tätig. Über die Jahrzehnte ist es uns gelungen, durch unsere Geflügelintegration und unsere Wertschöpfungsketten in den Geschäftsfeldern Alternative Proteinquellen und Gesundheit, Verlässlichkeit und Vertrauen gegenüber unseren Landwirten, dem Handel und den Kunden aufzubauen.

Die Marke WIESENHOF gibt es seit 60 Jahren. Seit jeher werden langjährige Partnerschaften mit deutschen Landwirten geschlossen.

Mit vielen Vertragslandwirten arbeiten wir schon seit mehr als 20 Jahren zusammen. Wir legen gruppenweit viel Wert auf langjährige Partnerschaften.



## Ziele

- ✓ Als regional stark verankertes Familienunternehmen übernehmen wir für unsere rund 1.000 landwirtschaftlichen Partnerschaften Verantwortung. Um den Wirtschaftsstandort Deutschland weiter nachhaltig zu stärken, setzen wir uns für den Erhalt und die Weiterentwicklung der Geflügelhaltung in Deutschland ein.
- ✓ Wir wollen die Zusammenarbeit in Bezug auf NH-Themen mit unseren Partnern in der Lieferkette intensivieren und z. B. über Veranstaltungen, Austauschplattformen und allgemeine Dialoge einen ganzheitlichen Wissenstransfer für alle ESG-Bereiche schaffen.
- ✓ Gemeinsam werden regelmäßige Projekte mit unseren selbständigen Vertragslandwirten initiiert, um den Beitrag von unterschiedlichen Maßnahmen auf mehr Tierwohl und Tiergesundheit zu validieren.





## Status Quo

Wir sind ein Familienunternehmen in dritter Generation. Bei PHW zu arbeiten, bedeutet Teil einer Familie zu sein. Wir legen viel Wert auf einen familiären Umgang. Respekt, Fairness, Verlässlichkeit, Achtsamkeit, Teamgeist und Bodenständigkeit sind Werte, die fest in unserer Unternehmensgruppe verankert sind.

### Leitbild

Verantwortung für Mensch, Tier und Umwelt ist eine Aufgabe, die wir in allen Unternehmensbereichen tagtäglich wahrnehmen. Die verantwortungsbewusste und nachhaltige Gestaltung der Zukunft ist und bleibt unser Leitmotiv nach dem Motto „Wir tun mehr“ und unseren Leitlinien:

1. Ökologisch und nachhaltig denken
2. Verantwortungsbewusst handeln
3. Offene Kommunikation pflegen
4. Sicherheit und Vertrauen für den Kunden
5. Wertschätzung und Respekt gegenüber dem Mitarbeiter

### Gesellschaftliches Engagement und Sponsoring

Die Unterstützung von lokalen Initiativen und das Sponsoring von regionalen Vereinen und Stiftungen liegt uns sehr am Herzen. Vor allem im Sportbereich sind wir seit Jahren tätig und unterstützen die vielfältigsten Vereine. Im letzten Jahr waren wir offizieller nationaler Sponsor der UEFA Euro 2024 und werden nun auch nationaler Partner der UEFA Women's Euro 2025.

## Ziele

- ✓ Unsere Devise ist Wachstum durch Vielfalt und Weitblick. Wir arbeiten kontinuierlich an der Entwicklung neuer, nachhaltiger Geschäftsmodelle.
- ✓ Vielfalt und Gleichbehandlung sind für uns von entscheidender Wichtigkeit. Für unternehmerischen Erfolg braucht es die Erfahrungen von Menschen, die unterschiedliche Perspektiven, Hintergründe und Fähigkeiten einbringen. Nur durch eine vielfältige und inklusive Unternehmenskultur können wir innovative Lösungen entwickeln, voneinander lernen und gemeinsam wachsen.
- ✓ Wir möchten als PHW-Gruppe die Digitalisierung weiter in der Unternehmenskultur verankern und in den Geschäftsbereichen vorantreiben.
- ✓ Wir sind seit Jahrzehnten Sponsor von den unterschiedlichsten Sportvereinen in den Regionen unserer Produktionsstandorte, denn Ernährung und Sport sind eng miteinander verbunden, um ein gesundes Leben zu führen. Diese Sponsoring Aktivitäten werden wir auch weiterhin ausführen und sind stets offen für neue Partnerschaften.
- ✓ Unsere Tochterfirmen sind in vielen Regionen ein wichtiger Arbeitgeber und übernehmen soziale Verantwortung. Beispielsweise hat der Produktionsbetrieb Geestland Putenspezialitäten ein Fond für Integrationsprojekte von über 50.000 Euro im Jahr 2024 bereitgestellt. Weitere Projekte in diesem Bereich sind in Planung.

# Ausführliche Informationen

Die Nachhaltigkeitsberichte 2017, 2019 und 2023 sind online abrufbar:



<https://phw-gruppe.de/nachhaltigkeit/>



**„Unsere Zukunft hängt ganz entscheidend von unserer Ernährung ab.“**  
*(Paul-Heinz Wesjohann, 2015)*



**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit**

