

Vitakraft[®]



NACHHALTIGKEITSBERICHT

2024

Inhalt

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2024



04 Über uns

18 Nachhaltigkeitsstrategie



32 Ausblick

BEWUSST *nachhaltig*

Der nachhaltige Umgang mit den natürlichen Ressourcen ist für alle Unternehmen zu einem absoluten Muss geworden. Es geht nicht mehr darum, ob sich ein Unternehmen für Nachhaltigkeit engagiert, sondern wie und in welchem Umfang. Vitakraft berücksichtigt diese Thematik sehr bewusst seit vielen Jahren. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie mit dem Namen VITA® Planet

umfasst die drei Säulen wirtschaftliche Nachhaltigkeit, ökologische Nachhaltigkeit und soziale Nachhaltigkeit. In diesem Bericht konzentrieren wir uns auf die ökologische Nachhaltigkeit. Denn nur, wenn die natürlichen Ressourcen bewahrt werden, kann auch langfristig eine artgerechte und gesunde Ernährung für unsere Heimtiere sichergestellt werden.



VITA® PLANET

INITIATIVE FOR NATURE



WIRTSCHAFTLICHER ASPEKT

Wir nutzen ein nachhaltiges wirtschaftliches Wachstum für die positive Entwicklung der Bedingungen für alle Beteiligten.



ÖKOLOGISCHER ASPEKT

Wir handeln nachhaltig für den Erhalt der Natur, den Schutz der Artenvielfalt und die Schonung sämtlicher Ressourcen.



SOZIALER ASPEKT

Wir übernehmen Verantwortung und schätzen unterschiedliche Kulturen, Gemeinschaften, Ansichten und die individuellen Bedürfnisse.



ÜBER *uns*



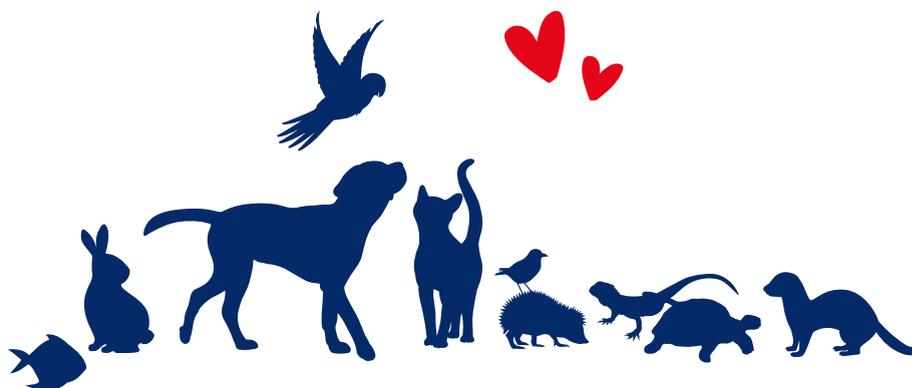
AUS LIEBE ZUM *Heimtier*

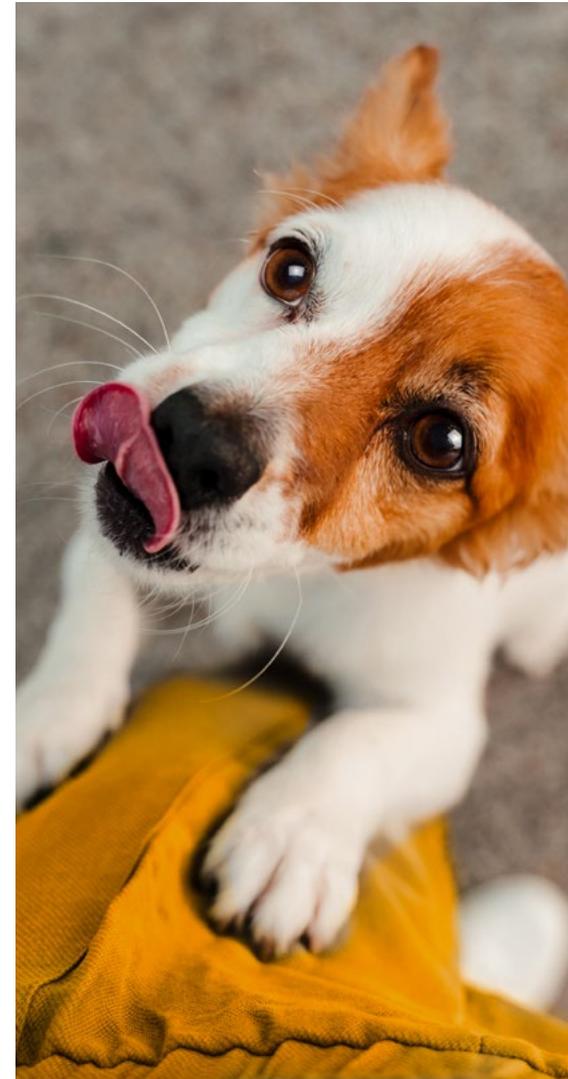
Der Name Vitakraft steht für Tierliebe und eine vielfältige Produktauswahl für alle Heimtiere. 1837 in der Nähe von Bremen gegründet, verkörpert Vitakraft heute ein international tätiges Traditionsunternehmen, das mit hanseatischen Wurzeln und leidenschaftlichem Innovationsgedanken weiter in Richtung Zukunft strebt.

Jeden Tag entwickeln, produzieren und vertreiben wir hochwertige Produkte, die zu einem innigen Verhältnis von Mensch und Tier beitragen und den neuesten ernährungsphysiologischen Erkenntnissen folgen.

Um unsere Erfolgsgeschichte auch in Zukunft fortzuschreiben, investieren wir täglich in die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens – gemeinsam mit über 1.100 Kolleginnen und Kollegen an Produktionsstandorten in vier Ländern, mit 24 internationalen Vertriebsniederlassungen und einem Export in über 50 Länder rund um den Globus.

Alle mit dem einen Ziel vor Augen: Das Miteinander von Mensch und Tier besser machen. Jeden Tag. Überall auf der Welt.





FACTS & *Figures*

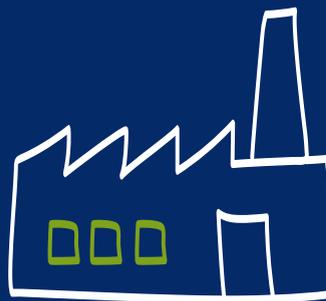
8.

größter Marken-
anbieter weltweit



1.100

Mitarbeitende

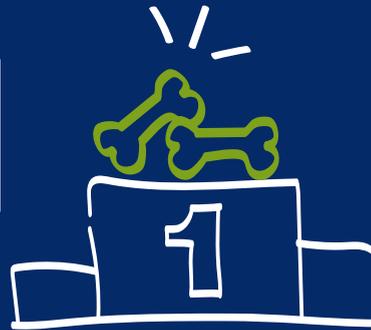


7

Produktionsstandorte in Deutschland,
der Tschechischen Republik, in Nord-
amerika und Asien.

NR.1

Marke für Hundesnacks in Deutschland
und anderen Ländern



4.

größter
Markenanbieter
in Europa



24

Standorte
auf drei
Kontinenten



WELT- WEITE

Top-Marke in den Segmenten
Nager- und Vogelfutter

EIN STARKES *Leitbild*

Vision, Mission und Werte bilden das Leitbild von Vitakraft. Unser Leitbild ist unser Kompass. Es drückt unseren Antrieb und unser Vorgehen aus und bildet das Fundament für unser aller Denken und Handeln.





VISION

Wir verstehen die innige Beziehung von Mensch und Tier und wollen das Miteinander jeden Tag besser machen. In jedem Tier-Zuhause und überall auf der Welt. Ganz im Sinne unserer Markenbotschaft – Vitakraft. Aus Liebe.



MISSION

Mit Passion und Empathie für die Bedürfnisse der Heimtiere und ihrer Halterinnen und Halter entwickeln, produzieren und vertreiben wir innovative, qualitativ hochwertige und bedarfsgerechte Produkte. Durch nachhaltiges Handeln leisten wir unseren Beitrag zur Erhaltung der lebenswichtigen natürlichen Ressourcen. Auf der ganzen Welt unterstützen wir so jeden Tag eine verantwortungsbewusste, liebevolle und artgerechte Ernährung und Haltung von Heimtieren. Schon seit Generationen fördern wir damit die sozial bedeutsame Beziehung und ein erfülltes Zusammenleben von Mensch und Tier.



WERTE

Herausragende Leistung, partnerschaftliches Arbeiten, Innovationsstärke & verantwortungsvolles Handeln – das sind die Säulen, auf denen die Wertvorstellungen unseres Unternehmens basieren. Diese Kernwerte sind Grundlage und Orientierung für unser Denken und Handeln, und sie helfen uns dabei, uns zu entwickeln und zu wachsen – als einzelne Persönlichkeiten sowie als Unternehmen.

QUALITÄT UND Vielfalt

Mit Liebe füttern bedeutet Qualität füttern. Unser Anspruch an unsere Produkte ist hoch und wird streng von uns nachgehalten. Dazu gehört an erster Stelle, dass unsere Rezepturen den neuesten ernährungsphysiologischen Erkenntnissen entsprechen und optimal auf die jeweilige Tierart abgestimmt sind. In enger Abstimmung zwischen den Abteilungen Forschung und Entwicklung, Marketing, Einkauf und Produktion begleiten wir unsere Produkte von der ersten Idee bis hin zum Verkauf an den Shopper.

Auf diese Weise entwickeln, produzieren und vertreiben wir eine vielfältige Palette an Produkten für alle Arten von Heimtieren – mit Schwerpunkt auf die vier Tiergruppen Hund, Katze, Nager und Vogel. Zu unserem umfassenden Sortiment zählen artgerechtes Futter, genauso wie Pflegeprodukte und Spielzeuge.

Mit der Zertifizierung nach dem IFS Food Standard sowie dem HACCP-System erfüllen wir die höchsten Standards für die sichere Herstellung von Heimtierfutter.



Der IFS (International Featured Standards) Food Standard ist ein von der GFSI (Global Food Safety Initiative) anerkannter Standard für die Auditierung von Lebensmittel- und Tiernahrungsherstellern. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf Lebensmittel-/Futtermittelsicherheit und auf der Qualität der Verfahren und Produkte.

HACCP

HACCP steht für „Hazard Analysis and Critical Control Points“ (Gefahrenanalyse und kritische Kontrollpunkte) und ist ein international anerkannter, systematischer Ansatz zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit.

Eine hohe Transparenz in den internen Abläufen und Strukturen sowie die Einbindung aller Fachabteilungen in entsprechende Schulungsmaßnahmen tragen zur Erfüllung unserer Ansprüche teil.



#TEAM vitakraft

Für eine erfolgreiche Unternehmensgeschichte braucht es neben überzeugenden Produkten vor allem eins: ein tolles Team.

Im #teamvitakraft vereinen wir Menschen, die für das, was sie tun, brennen. Flache Hierarchien, Vertrauen und Gestaltungsspielräume ermutigen zur Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen.

Unsere über 1.100 Mitarbeitende in Deutschland und in der Welt sorgen dafür, dass Vitakraft als Unternehmen funktioniert. Von der Forschung und Entwicklung über Produktion und Logistik bis zum Marketing und Vertrieb arbeiten sie täglich daran, dass wir in allen unseren Vertriebskanälen – stationär und online – bestens aufgestellt sind und uns unsere Kunden da erreichen, wo sie uns brauchen. Und das rund um den Globus.



Nachhaltigkeit spiegelt sich auch in der Unternehmenszugehörigkeit der Kolleg*innen wieder.
So sind in Deutschland etwa

40% der Beschäftigten über **20** Jahre bei Vitakraft und rund

20% der Kolleg*innen sind sogar schon seit mehr als **30** Jahren Teil des Teams.

Auch das Management Board besteht aus Personen, die dem Unternehmen langjährig verbunden sind und es in den letzten Jahren stark geprägt haben. Mit Beständigkeit und klaren Zielen entwickeln sie Vitakraft kontinuierlich weiter.



v.l.n.r.: Samuel Phan (Geschäftsführer Marketing & Sales Asia Pacific), Markus Baldus (Geschäftsführer Marketing & Sales International), Dirk Strelow (Co-CEO), Heinz Gardewin (Co-CEO)

TEAM *Vita Planet*

Seit 2019 gibt es bei Vitakraft ein interdisziplinäres Team aus den Bereichen Einkauf, Marketing, Forschung & Entwicklung, Logistik, Produktion & Technik, Communications, People & Culture und Recht, das das Thema Nachhaltigkeit bei Vitakraft treibt und umsetzt. Durch die heterogene Zusammensetzung

des Teams werden unterschiedliche Perspektiven vereint und eine ganzheitliche Betrachtung möglich. Gemeinsam verfolgt das Team ein Ziel: Nachhaltigkeit greifbar machen und intern und extern mit Leben füllen.



STIMMEN

aus dem Team Vita Planet

„Ich bin im Nachhaltigkeitsteam, weil ich daran glaube, dass jeder von uns einen Unterschied machen kann – als Mensch, aber auch als Unternehmen. Durch die Mitarbeit im Nachhaltigkeitsteam habe ich die Möglichkeit, aktiv Lösungen zu entwickeln und unseren Fußabdruck positiv zu beeinflussen.“

Gerrit Kalmer,
Strategischer Einkäufer

„Für mich ist es schön zu sehen, dass Nachhaltigkeit bei Vitakraft nicht als isoliertes Themengebiet behandelt wird, sondern in alle unternehmerischen Aktivitäten integriert ist. Durch die Mitarbeit im Nachhaltigkeitsteam habe ich die Möglichkeit, eine Verbindung zwischen der Arbeitsgruppe und meinem Fachbereich zu schaffen und Impulse von dem einen in den anderen Bereich zu übertragen. Unsere Arbeit zeigt, dass sowohl viele kleine Maßnahmen als auch große Veränderungen etwas bewirken und wir insgesamt auf dem richtigen Weg sind.“

Nicole Köster, Projekt- und Prozessmanagerin Logistik

„Dass Nachhaltigkeit und Klimaschutz immer wichtiger werden, erleben wir als Gesellschaft jeden Tag. Mit der Arbeit in unserem Nachhaltigkeitsteam kann ich selbst aktiv werden und etwas Konkretes für den Klimaschutz tun. Wir konnten in den letzten Jahren schon Einiges erreichen und gehen stetig weiter mit neuen Projekten und Zielen – dass uns das gelingt, macht mich stolz.“

Dr. Nicole Rabehl, Leiterin Forschung & Entwicklung und Qualitätssicherung



„Das Prinzip, verantwortungsvoll und nachhaltig zu denken und zu handeln, hat uns bei Vitakraft nun schon über 187 Jahre erfolgreich bestehen und weiterwachsen lassen. Deshalb macht es wirklich Spaß zu sehen, wie breit das Thema Nachhaltigkeit bei uns inzwischen auf ganz vielen Ebenen und mit so vielen Teammitgliedern angegangen wird – um einen authentischen Beitrag für die nächsten Generationen zu leisten.“

Dr. Thomas Jung, Head of People & Culture

A stylized, semi-transparent globe graphic is positioned on the left side of the image, partially overlapping the text. It features a dark blue color and a subtle grid pattern, representing the Earth.

NACHHALTIGKEITS-

strategie

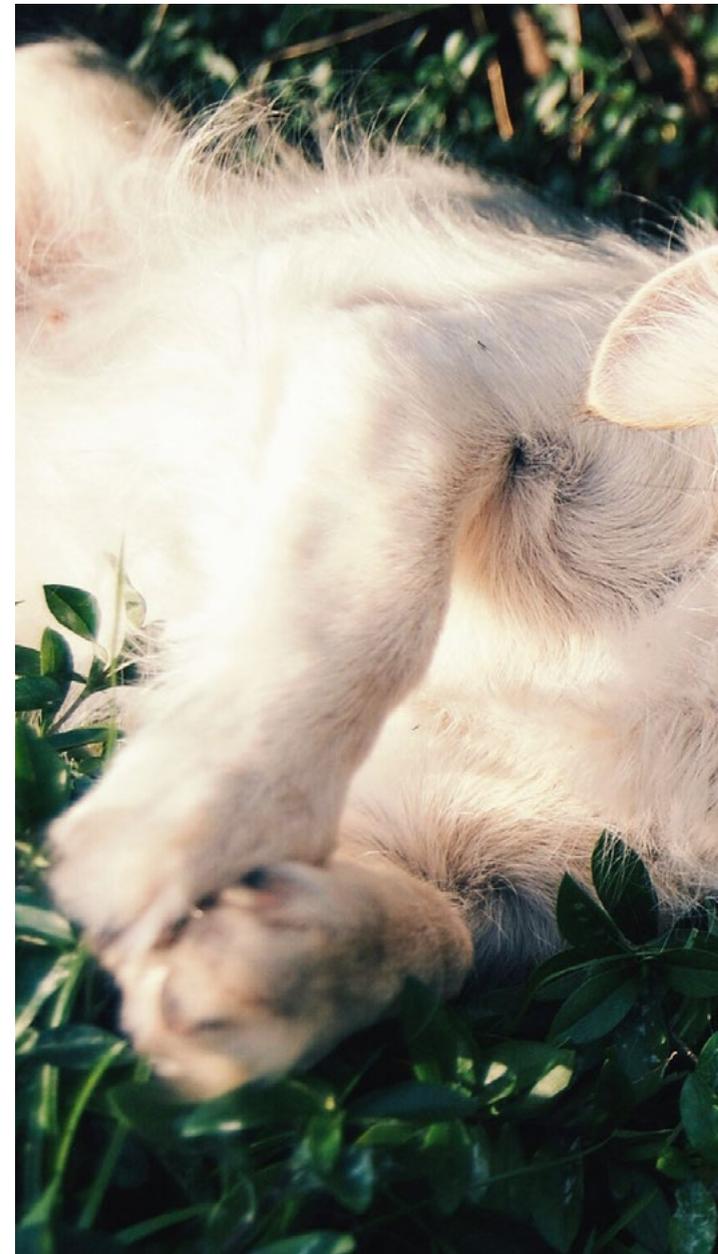
UNSER *Ansatz*

Als weltweit agierendes Unternehmen ist es für uns selbstverständlich, unsere Nachhaltigkeitsstrategie an internationalen Anforderungen auszurichten. Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDG) der Vereinten Nationen stellen eine übergeordnete, globale Vision dar, zu der wir mit unserem Nachhaltigkeitsengagement einen Beitrag leisten wollen.

Dabei orientieren wir uns an den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Ökonomie und Soziales und folgen damit dem Gedanken, dass nachhaltiges Wirtschaften nicht nur die Auswirkungen des Handelns auf Natur und Umwelt, sondern auch Themenfelder mit sozialem Bezug sowie die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Tätigkeit betrachten muss.



Im Fokus dieses Berichtes steht die ökologische Dimension mit den wesentlichen Themen CO₂-Emissionen, nachhaltige Rohstoffnutzung und Biodiversität.





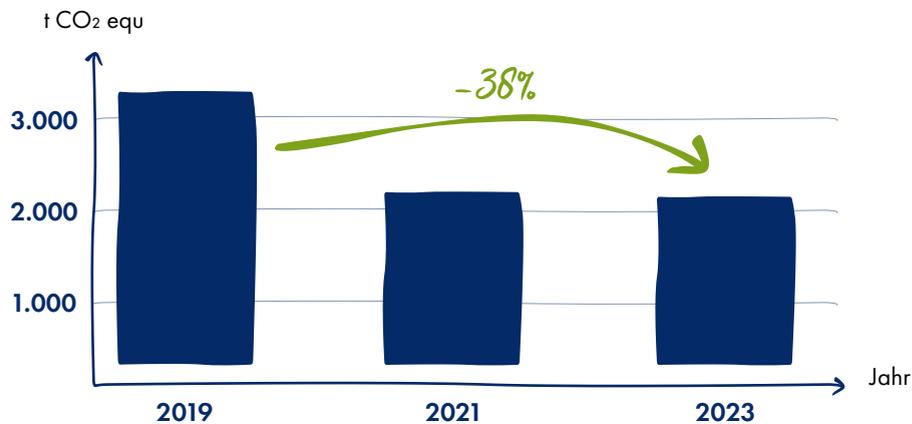
CO₂ - Emissionen

CO₂ – und andere Treibhausgase entstehen in allen Industrieprozessen: Die Verwendung von Brennstoffen für die Bereitstellung von Energie für Herstellprozesse und Heizung sowie für den Betrieb von Fahrzeugen ist unverzichtbar.

Aber steigende Konzentrationen von Treibhausgasen in der Atmosphäre, allen voran CO₂, beeinflussen das Klima, so dass es zu einem Anstieg der Durchschnittstemperaturen und extremen Klimaereignissen wie Hitzewellen und Überschwemmungen kommt. Das gemeinsame Klimaschutzpolitische Ziel der internationalen Staatengemeinschaft ist die Erderwärmung auf deutlich unter 2 °C, möglichst jedoch auf 1,5 °C, gegenüber dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen.

Diesem globalen Ziel haben auch wir uns verschrieben. Wir wollen unseren Beitrag leisten zur Begrenzung der Erderwärmung und die Emission von Treibhausgasen kontinuierlich reduzieren. Daher haben wir uns der SBTi-Initiative angeschlossen, die wissenschaftliche Standards für die Entwicklung von Klimazielen definiert und diese unabhängig bewertet.

2019 haben wir begonnen, die Treibhausgas-Emissionen, die durch unsere Aktivitäten am Produktionsstandort Bremen anfallen, zu erfassen. Damit können wir die relevanten Verursacher identifizieren und Maßnahmen entwickeln, unseren Energieverbrauch und den CO₂ Ausstoß zu senken. Die Daten wurden seitdem in einem zweijährigen Turnus aktualisiert.



Entwicklung der energiebedingten CO₂ Emissionen am Standort Bremen



Einen ersten großen Schritt zur Reduktion unserer CO₂ Emissionen konnten wir 2021 mit der Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen erreichen. Weitere Energieeinsparmaßnahmen folgten: Mit der Inbetriebnahme einer Brennstoffzellenanlage in Kombination mit einem Nahwärmenetz im Jahr 2022 konnte der Energieverbrauch und die sich daraus ableitenden Treibhausgasemissionen weiter reduziert werden.

CO₂

Ebenfalls seit 2022 ist unser Hochregallager Vita Cube in Betrieb. Durch den Vita Cube wurden fünf Außenlager und damit der interne Werksverkehr überflüssig. Das spart 12.000 Liter Diesel jährlich und damit 31,2 Tonnen CO₂ ein.



In unserem Fuhrpark sind bereits einige Elektrofahrzeuge im Einsatz. Neu ist seit 2023 ein vollelektrisches Poolfahrzeug, das unseren Kolleg*innen im Bremer Umfeld nachhaltige Mobilität ermöglicht und damit aktiv CO₂ einspart. Die entsprechende Ladeinfrastruktur bieten wir auf unserem Firmengelände ebenfalls an.

Die Reduktion der energiebedingten Treibhausgasemissionen wird weiter im Fokus unserer Maßnahmen stehen. Mit der Einführung eines Energiemanagementsystems werden kontinuierlich die Energieverbräuche und mögliche Optimierungsansätze verfolgt.



NACHHALTIGE *Rohstoffnutzung*

Nicht nur unser Energie- und Treibstoffverbrauch, sondern auch alle Materialien, die wir für die Herstellung unserer Produkte verbrauchen, hinterlassen einen ökologischen Fußabdruck. Das Materialspektrum ist dabei so vielfältig wie die Nahrungsansprüche unserer Heimtiere: Getreide, Saaten, tierische Rohstoffe, Früchte und Gemüse in unterschiedlichen Verarbeitungsstufen gehören ebenso dazu wie eine Vielzahl an Verpackungsmaterialien.

Alle Rohstoffe, die Vitakraft verarbeitet, unterliegen hohen Ansprüchen an ihre ernährungsphysiologische Qualität, aber auch an ihren Anbau und Verarbeitung. Rohstoffanbau ist in der Regel flächenintensiv und hat somit einen großen Einfluss auf Mensch, Tier und Natur. Uns ist es daher wichtig, auf einen schonenden Umgang mit den natürlichen Ressourcen wie Boden, Luft und Wasser zu achten.

Wir haben innerhalb unseres Rohstoffportfolios die Rohstoffe identifiziert, die relevante Auswirkungen auf die Umwelt und die Biodiversität haben:



Soja

Die Sojaproduktion in Nord- und Südamerika hat teils erhebliche Auswirkungen auf Umwelt und Natur. Wir verfolgen daher das Ziel, den Einsatz von Soja weitestgehend zu reduzieren und die verbleibende Menge entweder aus europäischem Ursprung oder aus zertifizierten Quellen zu beziehen. Dieses Ziel haben wir in den vergangenen Jahren konsequent verfolgt.

Im Jahr 2019 lag der Anteil des verwendeten Sojas aus europäischen oder zertifizierten Quellen bereits bei 65%. Bis 2023 konnten wir diese Quote auf 99% steigern. Selbstverständlich verzichten wir in all unseren Rezepturen auf den Einsatz von genverändertem Soja.



Fisch

Die Überfischung der weltweiten Fischbestände beeinträchtigt das Gleichgewicht im Ökosystem Meer. Um die Maßnahmen einer naturverträglichen Fischerei bzw. Aquakultur zu unterstützen und zu fördern, verfolgen wir das Ziel, bis Ende 2025 die Fisch- und Fischnebenerzeugnisse, die in unseren Produkten verwendet werden, ausschließlich aus MSC*- oder ASC**-zertifizierten Quellen zu beziehen.



Palmfrüchte

Nur wo es technologisch nicht vermeidbar ist, verwenden wir noch Palmöl bzw. Palmkernfett in unseren Produkten. Da aber auch für den Anbau von Ölpalmen zunehmend Regenwaldflächen gerodet werden und damit die wichtige Funktion des Regenwalds als Treibhausgasbinder beeinträchtigt wird, priorisieren wir auch bei diesem Rohstoff einen nachhaltigen Anbau. Schon seit einigen Jahren stammt das Palmöl bzw. Palmkernfett, das in unseren Produkten zum Einsatz kommt, aus RSPO*** zertifizierten Quellen. In den nächsten Jahren werden wir weiter daran arbeiten, diese Rohstoffe nach und nach aus den Produkten zu entfernen.



Zielerreichung Verwendung nachhaltiger Rohstoffe in 2023

*Marine Stewardship Council

**Aquaculture Stewardship Council

*** (Roundtable on Sustainable Palm Oil)

NACHHALTIGE Verpackung

Bei der Auswahl der Verpackungsmaterialien gilt generell: Die Qualität und Realisierung der vorgesehenen Haltbarkeit der Produkte haben höchste Priorität. Die Verpackungen müssen einen optimalen Schutz bieten, damit keine Futtermittel verschwendet werden. Unser Anspruch ist es, mithilfe der Verpackungen eine lange Haltbarkeit zu gewährleisten und die natürlichen Aromen und die Nährstoffqualität des Futters zu erhalten. Je nach Zusammensetzung des Futters kommen dabei Verpackungen aus Kunststoffen oder Papier bzw. Pappe zum Einsatz.

Unser Ziel ist es, für alle Produkte recyclingfähiges Packmaterial einzusetzen. Gleichzeitig verfolgen wir kontinuierlich die Reduktion des Packmitteleinsatzes, beispielsweise durch Anpassung der Packungsgrößen.

Für die Produkte, die am Standort in Bremen gefertigt werden, sind bereits mehr als 90% der Packmaterialien recyclingfähig. Für einzelne Produktgruppen konnte noch kein recyclingfähiges Verpackungsmaterial umgesetzt werden, da die Qualitätsanforderungen des Produkts spezifische technologische Barriereigenschaften der Verpackung erfordern, die durch recyclingfähige Materialien noch nicht erfüllt werden können. Gleichzeitig nehmen diese Produktgruppen einen wachsenden Anteil im Sortiment ein, so dass aktuell eine Reduktion des Anteils der recyclingfähigen Materialien bei den flexiblen Kunststoffen (von 60% auf 53%) zu verzeichnen ist. Dennoch halten wir an dem Ziel fest, bis zum Ende des Jahres 2025 alle am Standort in Bremen verarbeiteten flexiblen Kunststoffe auf recyclingfähiges Material umzustellen.



	Mengenanteil*	Anteil recyclingfähig	Mengenanteil*	Anteil recyclingfähig
	2019/2020		2022/2023	
Flexible Kunststoffe	15%	60%	20%	53%
Feste Kunststoffe	20%	100%	4%	100%
Papier / Pappe	65%	100%	76%	100%

*bezogen auf die Einkaufsmengen der am Standort Bremen verarbeiteten Materialien

In Summe sind schon

>90%

der Packmaterialien recyclingfähig

Ziel 2025:

100%

Darüber hinaus werden auch die Verpackungen, die an externen Standorten hergestellt werden, kontinuierlich auf die notwendigen Funktionalitäten geprüft und es werden neue Wege

gesucht, die Verpackungen nachhaltiger zu gestalten. In den letzten Jahren konnten so weitere Produktlinien auf eine recyclingfähige Verpackung umgestellt werden.



BIOdiversität

Die Vielfalt der Arten und Ökosysteme bildet die Voraussetzung für das Leben von Mensch und Tier. Nicht nur die Gewinnung von Lebens- und Futtermitteln und damit der Erhalt der Nahrungsgrundlage, sondern auch der Schutz vor den Folgen der Klimaveränderungen benötigen intakte und artenreiche Ökosysteme.

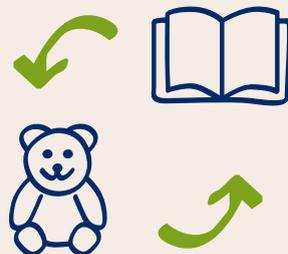
Wir setzen uns an unseren Produktionsstandorten und in der näheren Umgebung ein für mehr Biodiversität: In den Außenanlagen rund um unsere Firmenzentrale in Bremen haben wir ökologische Nischen geschaffen, um ein stabiles Ökosystem zu fördern. Die Flächen sind so gestaltet, dass sie einheimischen Pflanzen und Tieren als Lebensraum dienen. So tragen wir auch im Kleinen zum Erhalt der Biodiversität bei.



MITARBEITERangebote

Job-Fahrrad

Seit 2020 bieten wir unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, ein Job-Fahrrad zu leasen. Damit motivieren wir nicht nur zu regelmäßiger Bewegung, sondern schaffen auch eine alternative Mobilitätsoption. Seit Einführung des Programms wurden insgesamt schon 122 Job-Fahrräder vom Team Vitakraft bezogen.



Vita Share

Der Überfluss an materiellen Gegenständen ist allgegenwärtig. Und viel zu häufig werden ungebrauchte Dinge beinahe nebenbei entsorgt und gegen neuen ausgetauscht. Diesem Kreislauf wollen wir im Kleinen entgegenwirken und haben aus diesem Grund Vita Share ins Leben gerufen. In unserer Unternehmenszentrale bietet Vita Share eine Anlaufstelle, nicht mehr benötigte, aber noch gut erhaltene Gegenstände den Kolleg*innen zur Verfügung zu stellen. Auf diese Weise wurde schon vielen Gebrauchsgegenstände ein zweites Leben geschenkt.



AUS *blick*

UNSERE *nächsten Projekte*

Die Verantwortung unseres Unternehmens gegenüber der Umwelt ist fest verankert. Wir sind stolz auf die Meilensteine, die wir bisher erreicht haben, wollen uns aber gleichzeitig nicht auf diesen ausruhen. Vita Plant ist eine dynamische Initiative, die wir immer wieder neu herausfordern.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichtes, sind wir in der Planung zweier weiterer Bausteine unseres Nachhaltigkeitsengagements:

Vita Forest

Nachdem wir uns in den vergangenen Jahren bei einem großangelegten internationalen Aufforstungsprojekt beteiligt haben, möchten wir uns nun stärker regional engagieren. Zunehmende Dürreperioden und der Befall durch den Borkenkäfer haben in den niedersächsischen Wäldern große Baumbestände zerstört. Aktuell stehen die zuständigen Landesforsten vor der immensen Herausforderung, diese zukunftsfähig und klimastabil wieder aufzuforsten. Hierbei will Vitakraft unterstützen. Zu diesem Zweck übernehmen wir zu Januar 2025 die Patenschaft für eine Waldfläche im Harz. Mit dem „Vita® Forest“ besteht die Chance, die Fläche von einer Monokultur, die dem Klimawandel zum Opfer gefallen ist, zu einem nachhaltig, klimastabilen Mischwald aufzuforsten. Wir unterstützen die Aufforstung mit finanziellen Mitteln und bringen uns im Rahmen von Mitarbeitenden-Aktionen vor Ort ein.

VITA® FOREST





Photovoltaik-Konzept

Auf dem Headquarter Gelände von Vitakraft wird derzeit ein ganzheitliches PV-Konzept umgesetzt. So entsteht u.a. auf einer 4.000 qm Fläche eine großflächige Photovoltaik-Anlage. Weitere PV-Module werden auf einzelnen Dächern sowie

einem Fahrradunterstand realisiert.

Mit Umsetzung aller Maßnahmen können wir in Zukunft 16% der für den Campus benötigten Energie selbst produzieren.

ÜBER DIESEN *Bericht*

Dieser Bericht beschreibt die ökologischen Nachhaltigkeitsaktivitäten der Vitakraft pet Care GmbH & Co. KG für den Zeitraum 2022/2023 im Kernmarkt Deutschland. Der Bericht wurde auf nachhaltigem Papier gedruckt.



IMPRESSUM

Herausgeber

Vitakraft pet care GmbH & Co. KG
 Mahndorfer Heerstraße 9
 28307 Bremen
info@vitakraft.de

Redaktion

Vitakraft pet care GmbH & Co. KG

Layout

Lingner Marketing GmbH
 Kaiserstraße 168 - 170
 90763 Fürth
info@lingner.de

Druck

Stürken Albrecht GmbH & Co. KG
 Buschhöhe 8
 28357 Bremen
info@stuerken.com



VITAKRAFT.COM