



Holle
baby food
2020

**NACHHALTIG
VON ANFANG AN**
*SUSTAINABLE
FROM THE BEGINNING*



Biodiversität

Wichtigkeit und Holles Beitrag

Biodiversity

Importance and Holle's contribution

Gelebte Vielfalt

Holles bunte Welt

The embodiment of integration

Holle's colourful world



Inhalt Contents

1 Unternehmensführung Management

- 07 Zukunftsfähig durch AG-Umfirmierung
Future-proof due to rebranding as a joint-stock company
- 10 Holle wird Produzent von Milchpulver-Rohstoffen
Holle becomes producer of raw ingredients for milk powder



22



23

2 Agrikultur Agriculture

- 11 **Titelthema / Cover story:**
Biodiversität – warum ist sie so wichtig?
Biodiversity – why is it so important?
- 15 Es summt und brummt bei Naturata Logistik
Feel the buzz at Naturata Logistik



11



41

3 Produktverantwortung Product responsibility

- 19 Milchnahrungen in neuem Gewand
Formulas get a makeover
- 21 Sweethearts brauchen keinen Zucker
Sweethearts don't need sugar
- 23 Die Gebrüder Weber vom Jockenhof
The Weber brothers from Jockenhof
- 24 Bühne frei für einen neuen Auftritt
Clear the stage for a new look
- 29 Die neue EU-Bio-Verordnung
The new EU Organic Regulation

4 Partnerschaften Partnerships

- 33 Babynahrung in Demeter-Qualität nun auch in der Türkei
Baby food in biodynamic quality now also in Turkey
- 35 Biocoop – ein starker Partner an unserer Seite
Biocoop – a strong partner by our side
- 37 Netzwerkpartner / Network partners

5 Ressourcen Resources

- 41 Babykost ohne Fussabdruck
Baby food without a footprint
- 43 Optimal verpackt / Optimally packaged

6 Mitarbeiter Employees

- 48 Ganz oben mit dabei / Great Place to Work
- 49 Gelebte Integration
The embodiment of integration



27



49



33



*Bei Holle wird Vielfalt
in verschiedensten Facetten gelebt.
Das tagtäglich und mit ganzem Herzen
- und darauf sind wir stolz!*

*At Holle, diversity is lived
in many multifaceted ways.
Day in, day out and wholeheartedly
- and we are proud of it!*

WIR sind ein global tätiges Unternehmen und gemeinsam mit unseren lokalen Distributionspartnern in über 50 Ländern ein vielfältiges Team. Damit sind wir in den verschiedensten Regionen unserer Erde vertreten. Unterschiedliche Kulturen, Nationalitäten, Altersgruppen und Kompetenzen vereinen sich miteinander. Das ist eine bunte Vielfalt von Menschen – und diese bilden das Fundament für unseren Erfolg.

Zahlreiche Studien belegen, dass Vielfalt Unternehmen erfolgreicher macht. Natürlich ist jeder einzelne Mitarbeiter mit seiner individuellen Persönlichkeit wichtig, aber richtig rund läuft es nur, wenn wir miteinander arbeiten. Diversität lebt vom Teamgedanken und die Teams werden besser, je unterschiedlicher ihre Mitglieder sind.

Unser Unternehmen wächst stetig, sei es durch neue Partner in weiteren Ländern oder durch die Beteiligung von Holle an der Biopulver GmbH, welche uns spannende Zukunftsmöglichkeiten bietet. Auch unsere neue Organisationsstruktur im Zuge der AG-Umfirmierung bietet uns die Basis für eine erfolgreiche Zukunft. Wir haben ein abwechslungsreiches und umfangreiches Sortiment in höchster Bio-Qualität und schaffen damit die Grundlage für eine rundum gesunde Baby- und Kleinkindernahrung. Getreu unserem Motto „Gross werden mit dem Besten aus der Natur“.

Der Themenschwerpunkt dieses Magazins ist „Diversität“. Mit dieser Ausgabe bekommst du einen umfassenden Einblick in die Projekte zu den 6 Eckpfeilern unserer Nachhaltigkeitsarbeit: Unternehmensführung, Agrikultur, Produktverantwortung, Partnerschaften, Ressourcen, Mitarbeiter.

Lass Dich von einer Vielfalt an Neuigkeiten und Projekten überraschen.

We are a company that operates worldwide and, along with our local distribution partners in more than 50 countries, we are a diverse team. We are thus represented in extremely varied regions of the planet, and diverse cultures, nationalities, age groups and skills are brought together. This is a rich tapestry of people – and it forms the foundation for our success.

Numerous studies prove that diversity makes companies more successful. Of course, each and every employee, with their unique personality, is important – but things only really run like clockwork if we work together. Diversity thrives on team spirit – and the teams improve if their members are more diverse.

Our company is constantly expanding, be this with new partners in additional countries or through Holle's stake in Biopulver GmbH, which offers us exciting

future opportunities. And our new organisational structure under the rebranding as a joint-stock company offers us the framework for a successful future. We have a diverse and extensive product range in the highest organic quality and therefore create the foundation for a completely healthy diet for babies and small children. True to our motto 'Growing up with nature's best'.

The focus of this magazine is 'diversity'. With this edition, you will be provided with a comprehensive insight into projects relating to the six cornerstones in our sustainability work: management, agriculture, product responsibility, partnerships, resources, employees.

Let us surprise you with a variety of news and projects.

Deine / Dein Yours,

*Anne Jüttler
Mado Berts
Angelo Ferrara
David Luippes*

Holle-Geschäftsführung
Holle management board



Im Namen der Ähre

The seeds of sustainability

Unser Nachhaltigkeitsverständnis verbildlichen wir durch die Ähre. Sie steht auch für den Ursprung der Marke Holle, der vor über 85 Jahren mit der Verarbeitung von Getreide in biodynamischer Qualität begann.

engl. We visualise our understanding of sustainability as an ear of corn. It also represents the origins of the Holle brand, which started processing grain of biodynamic quality over 85 years ago.



Die Nachhaltigkeitsähre geht aus den Ähren hervor, die bereits im Unternehmenslogo enthalten sind und an unseren Ursprung erinnern. Die sechs Keimlinge stehen für die Fokusthemen, in denen Nachhaltigkeit bei uns erlebbar und nachvollziehbar wird: Unternehmensführung, Agrikultur, Produktverantwortung, Partnerschaften, Ressourcen und Mitarbeiter.

The seeds of sustainability are derived from the ears of corn that are already part of the company logo and symbolise our roots. The six seeds stand for the key areas where sustainability is embraced and pursued: management, agriculture, product responsibility, partnerships, resources and employees.



Unternehmensführung Management

Wir schaffen Strukturen, die mit uns wachsen können. *We create structures that can grow with us.*

Unser Ziel ist, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: beste Qualität für ein vollumfassendes Bio-Babynahrungssortiment. Unsere Unternehmensstrategie und -ausrichtung ermöglicht es, flexibel auf Veränderungen zu reagieren und somit effizient zu wirtschaften.

Our aim is to focus on the essentials: top quality for a comprehensive range of organic baby food. Our corporate strategy and orientation enable us to react flexibly to changes and thus operate efficiently.

Agrikultur Agriculture

Wir fördern aktiv den ökologischen Landbau. *We actively promote organic agriculture.*

Dem biologischen und biodynamischen Landbau liegt ein nachhaltiger Kreislaufgedanke zugrunde. Das wirkt sich positiv auf die Umwelt und die Qualität unserer Rohwaren aus.

Organic and biodynamic agriculture is based on the concept of a sustainable cycle. This has a positive effect on the environment and the quality of our raw materials.

Produktverantwortung Product responsibility

Wir übernehmen Verantwortung für kommende Generationen. *We take responsibility for future generations.*

Die Anforderungen an unsere Produkte sind besonders hoch und daher fokussieren wir uns auf Rohwaren in biologischer und biodynamischer Qualität. Zusammen mit unseren streng kontrollierten Herstellungsprozessen können wir so unseren Beitrag zu einer optimalen Babyernährung sichern.

Demands on our products are particularly high, which is why we focus on organic and biodynamic raw materials. Together with our strictly controlled manufacturing processes, this enables us to make a contribution to ensuring optimal nutrition for babies.

Partnerschaften Partnerships

Wir schätzen den Wert echter Partnerschaften. *We value the importance of true partnerships.*

Langfristige Partnerschaften mit unseren Produktions- und Rohwarenlieferanten sind wichtig für die Qualitätssicherung unserer Produkte. Nur eine enge Zusammenarbeit gewährleistet Rohwaren höchster Güte, die jederzeit verfügbar sind.

Long-term partnerships with our production and raw-material suppliers are crucial for assuring the quality of our products. Only close collaboration guarantees the constant availability of the high-quality raw materials.

Ressourcen Resources

Wir gehen achtsam mit Ressourcen um. *We use resources carefully.*

Uns ist es wichtig, den Verbrauch unserer Ressourcen und unseren Umwelt- und CO₂e-Fussabdruck stetig zu senken. Beim Bezug unserer Rohwaren fokussieren wir uns auf die ressourcenschonendste Form der Landwirtschaft, damit auch zukünftige Generationen in einer intakten Umwelt leben können.

One of our top priorities is to continuously decrease the consumption of our resources while reducing our environmental and CO₂e footprints. We focus on procuring our raw materials from the most resource-saving form of agriculture in order to preserve the environment for generations to come.

Mitarbeiter Employees

Wir erreichen Wertschöpfung durch Wertschätzung unserer Mitarbeiter. *We achieve added value by valuing our employees.*

Wir fördern Arbeitsabläufe, die alle Beteiligten einbinden, und schaffen damit eine optimale sowie effiziente Arbeitsumgebung.

We promote work processes that integrate everyone involved, thus creating an optimal and efficient work environment.



**UNTER-
NEHMENS-
FÜHRUNG**
MANAGEMENT

Holle
baby food AG

Board of directors

Peter Kropf (chairman of the board), **Udo Fischer** (vice-chairman of the board),
Anne Mutter (delegate of the board), **Robert von Rosen** (member of the board)

Management board

Anne Mutter (CEO), **Udo Fischer**, **Angelo Ferrara**, **David Knipper**

Business division

**Central services and
quality management**

Anne Mutter
(CEO)

**Business
development**

Udo Fischer
(Managing director)

Market

Angelo Ferrara
(Managing director)

Products

David Knipper
(Managing director)



Zukunftsfähig durch AG-Umfirmierung

Wir bleiben weiter in Familienhand

Future-proof due to rebranding as a joint-stock company

We remain in family ownership



u.l./from left to right: Udo Fischer, Anne Mutter, Peter Kropf, Robert von Rosen

Auch mit Umfirmierung im Dezember 2018 in eine Aktiengesellschaft mit Sitz in der Schweiz bleibt Holle ein familiengeführtes Unternehmen. Dies war unseren geschäftsführenden Gesellschaftern, Peter Kropf und Udo Fischer, ein zentrales Anliegen. Die beiden gründeten 1999 das Unternehmen Holle baby food GmbH, das im Kern auf die seit 1933 bestehende Marke Holle zurückgeht. Neu im Kreise der Gesellschafter ist Anne Mutter, die bereits seit 2014 und auch weiterhin als CEO den Vorsitz der Holle-Geschäftsführung innehat.

Um den Herausforderungen des sehr dynamischen Bio-Marktes gerecht zu werden und das Unternehmen weiter erfolgreich zu entwickeln, wurde die Struktur einzelner Unternehmensbereiche angepasst und die Geschäftsleitung erweitert. Peter Kropf ist aus der operativen Geschäftsleitung ausgeschieden und ist nun Präsident des Holle-Verwaltungsrates. Zudem verstärkt Robert von Rosen den Verwaltungsrat mit externer Expertise für rechtliche Belange.

Die Geschäftsführung der Holle baby food AG teilen sich vier langjährige Führungskräfte: Anne Mutter als CEO, Udo Fischer zeichnet verantwortlich für den Bereich Business Development, Angelo Ferrara lei-

tet den Geschäftsbereich Markt und David Knipper den Geschäftsbereich Produkte.

„Mit der Umfirmierung haben wir eine neue Organisationsstruktur – und unsere Aufgabe im Verwaltungsrat ist es nun, diese strategisch zu begleiten und die Zukunftsfähigkeit von Holle sicherzustellen.“

‘With the rebranding, we also have a new organisational structure – and our task on the board of directors is now to support this strategically and ensure Holle’s future viability.’

Peter Kropf,
Holle-Verwaltungsratspräsident
Chairman of the Holle board of directors

engl. Even having been rebranded to become a joint-stock company with headquarters in Switzerland in December 2018, Holle remains a family-run business. This was a central concern for our managing partners, Peter Kropf and Udo Fischer. In 1999, the pair founded the company Holle baby food GmbH, the core of which dates back to the brand Holle, which has

„Nachhaltige Unternehmensführung bleibt für uns auch weiterhin das Wichtigste – und kann durch die neue Organisation auf alle Ebenen ausgebaut werden.“

‘Sustainable business management continues to be the most important thing for us – with the new organisation, it can be developed across all levels.’

Anne Mutter, CEO,
Holle-Geschäftsführung
Holle management board

existed since 1933. New to the group of shareholders is Anne Mutter, who has chaired the Holle management board since 2014 and will continue to do so as CEO.

In order to meet the challenges of the extremely dynamic organic market and to continue to successfully develop the business, the structure of individual areas of the company has been adjusted and the management board has been expanded. Peter Kropf leaves the operational management and is now chairman of the Holle board of directors. In addition, Robert von Rosen strengthens the board of directors with external expertise in legal matters.

The management board of Holle baby food AG is split between four executives with years of experience: Anne Mutter as CEO; Udo Fischer, responsible for the business development division; Angelo Ferrara heads the market division and David Knipper the products division.



Holle

Historie History

1933 – 2020

1933

Gründung der Holle Nahrungsmittel AG als ersten biodynamischen Verarbeitungsbetrieb für Brot, Flocken, Körner und Babybreie

Foundation of Holle Nahrungsmittel AG as the first biodynamic processing company for bread, cereals, grains and baby porridges



1951



Holle erhält als eines der ersten Unternehmen einen Demeter-Verarbeitungsuvertrag

Holle is the first company to receive a Demeter processing contract



1980



80er-Jahre: Erschließung der DACH-Region. Holle-Produkte kommen in den Naturkost- und Bio-Marktbereich

1980s: entry into DACH region. Holle products are launched on the natural and organic food market

1995

Erweiterung der Produktrange zum vollumfassenden Bio-Säuglingsnahrungssortiment

Expansion of product range to include a comprehensive portfolio of organic baby food



2011

Seit 2011 Marktausweitung auf internationale Märkte (Asien, Australien, Neuseeland)

Since 2011: expansion into international markets (Asia, Australia, New Zealand)



1999

Erwerb der weltweiten Markenrechte für Holle-Babynahrung; Aufteilung der Holle Nahrungsmittel AG in drei Bereiche und Gründung der Holle baby food GmbH

Acquisition of global trademark rights for Holle baby food; division of Holle Nahrungsmittel AG into three areas and foundation of Holle baby food GmbH

2000

Seit 2000 sukzessive Markterschließung Europas

Successive entry into European markets since 2000



2014

Anne Mutter übernimmt den Vorsitz der Geschäftsleitung

Anne Mutter assumes charge of the management board

2015

Einführung eines kompletten Säuglingsmilchnahrungssortiments aus Bio-Ziegenmilch

Introduction of a comprehensive range of infant formula made from organic goat's milk



2017

Ausbau weiterer Märkte, wie Middle East

Expansion into further markets, such as the Middle East



2018

Umfirmierung Holle baby food AG – Holle wird eine Aktiengesellschaft und bleibt ein familiengeführtes Unternehmen

Holle baby food AG is renamed – Holle becomes a public limited company and remains under family ownership



2019

Launch Holle-Kids-Range für Kinder ab 3 Jahren

Launch of the Holle Kids range for children from three years of age

2020

Go-Live der Biopulver GmbH: hochmoderner Spezial-Trocknungsbetrieb für Milch-Rohstoffe in Baby-nahrungsqualität

Launch of Biopulver GmbH: a state-of-the-art special drying plant for milk raw materials in baby food quality

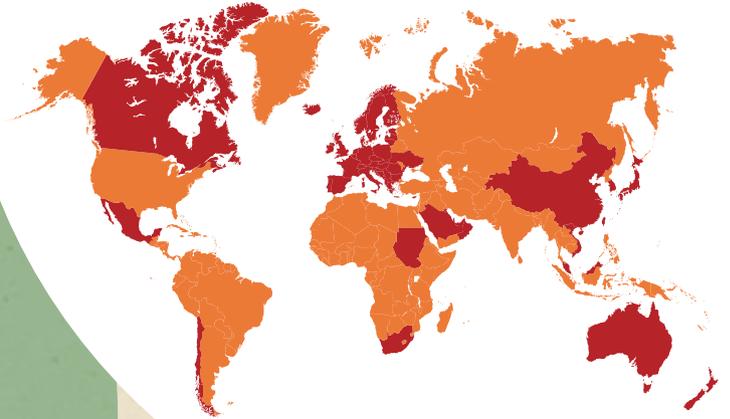




Zahlen, Daten, Fakten

Facts and figures

Holle weltweit *Holle around the world*



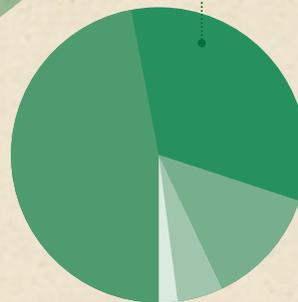
Umsatz nach bedienten Märkten 2019
Turnover by market 2019

Umsatz 2019 gesamt*
*total sales 2019**
47,8 Mio. CHF

Anteil Europa (inkl. CH)
share Europe (incl. CH)
44,3 Mio. CHF

Anteil Übersee
share overseas
3,5 Mio. CHF

* Holle, Lebenswert bio, Eigenmarken, Holle, Lebenswert bio, private labels



47%
Deutschland *Germany*

33%
Weiteres Europa *Other Europe*

13%
Schweiz *Switzerland*

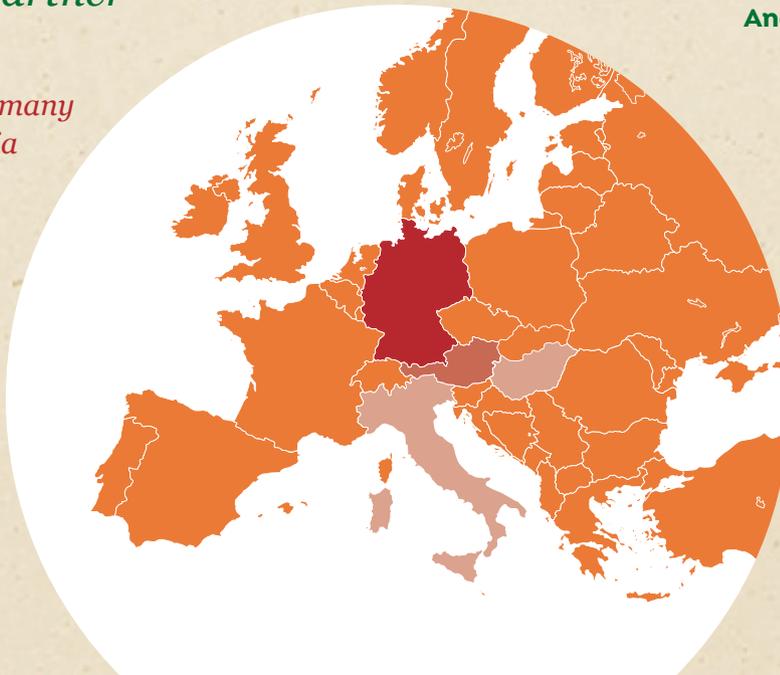
5%
Asien *Asia*

2%
Andere Länder *Other countries*

Standorte der Produktionspartner

*Production partner
locations*

Deutschland *Germany*
Österreich *Austria*
Ungarn *Hungary*
Italien *Italy*





Holle wird Produzent von Milchpulver-Rohstoffen in Babyfood-Qualität

Holle becomes a producer of raw ingredients for milk powder in baby food quality



„Einen Produktionsbetrieb neu aufzubauen – das ist für uns eine neue, aber auch unglaublich spannende Herausforderung.“

‘Setting up a production operation – for us, this is a new but incredibly exciting challenge.’

Udo Fischer, Holle-Geschäftsführung und Leitung Geschäftsbereich Business Development
Holle management board and head of the business development division

Neue Qualitätsmassstäbe in der Weiterverarbeitung unserer wertvollen Rohmilch

Seit Herbst 2019 ist die Holle baby food AG Mehrheitsgesellschaft an der Biopulver GmbH. Mit dieser strategischen Beteiligung sichern wir uns mehr Unabhängigkeit und eine nachhaltige Wertschöpfung.

Die Biopulver GmbH ist ein Spezial-Trocknungsunternehmen für Milch-Rohstoffe in Babynahrungsqualität mit Fokussierung auf biologisch zertifizierte Kuh- und Ziegenmilch. Auf eine nachhaltige und langfristige Zusammenarbeit mit den Landwirten und Molke-

reien wird dabei grosser Wert gelegt. Die Milchqualität wird durch die Biopulver vom Bauernhof bis zur Anlieferung streng kontrolliert und geprüft. Die Abholung erfolgt bei den regionalen Ziegenmilchbauern direkt ab Hof. Bei den überregionalen Milchbauern wird die Milch in der Molkerei vor Ort gesammelt und innerhalb kurzer Zeit für den Transport zu Biopulver vorbereitet.

Die – im Vergleich zur Lebensmittelherstellung des allgemeinen Verzehrs – noch strengeren Anforderungen an Babynahrung können wir mit unserer neuen Anlage sicher einhalten. Die Produktion beinhaltet neben der Molkereitechnologie zur Aufbereitung der Rohmilch die Möglichkeit, die Milch aufzukonzentrieren, um sie dann mit Hilfe unseres Sprühturmes schonend zu trocknen. Dies erfolgt in mehreren sogenannten High-Care-Hygienezonen, so dass die Verarbeitung unter den höchsten Qualitätsstandards stattfinden kann. Damit erhält das Pulver den für die Kindernahrungsindustrie



Holle und Biopulver – wohin unsere gemeinsame Reise führt

- Aktuellste, modernste Technologie garantiert:
 - schonende Behandlung der Milch ab Milchsammlung und Milchannahme
 - Trocknung im Sprühtrocknungsverfahren in einem ca. 18 m hohen Sprühturm
- Produktion nach den strengen Anforderungen für die Babynahrungsherstellung
- Zertifizierungen nach EU-Bio-Standard, Bio-Verbänden sowie halal und kosher
- Zulassung für den weltweiten Warenexport. China-lebensmittelzertifiziert

Holle and Biopulver – where our common journey is leading

- The latest state-of-the-art technology guarantees:
 - Careful treatment of the milk from milk collection and pick-up
 - Spray-drying in an approx. 18-metre-high spray tower
- Production in accordance with strict requirements for the manufacture of baby food
- Certification in accordance with EU organic standards and organic associations, as well as being halal and kosher
- Approval for global goods export. Chinese food certification



so wichtigen Dryblend-Qualitätsstatus und kann direkt, ohne weitere Verarbeitung, in die Babynahrungsrezepturen eingemischt werden.

Mit der Zusammenarbeit zwischen Biopulver und Holle können wir eine sichere, EU-Bio- und verbandszertifizierte sowie partnerschaftliche Lieferkette für die Milch – vom Hof bis zum fertigen Milchpulver – sicherstellen.

Insbesondere der stark wachsende Bedarf für Säuglingsmilchnahrungen aus Ziegenmilch ist ein wesentlicher Bestandteil unserer zukünftigen Unternehmensausrichtung. Hier sind wir intensiv mit der internationalen Säuglingsmilchnahrungs- und Dairyindustrie im Gespräch.

engl. *New quality standards in the further processing of our high-quality raw milk*

Since autumn 2019, Holle baby food AG has been a majority shareholder in Biopulver GmbH. With this strategic stake, we are ensuring more independence and sustainable value creation.

Biopulver GmbH is a speciality drying business for milk-based raw ingredients in baby food quality, concentrating on organically certified cow's and goat's milk. In the process, sustainable and long-term cooperation with the farmers and dairies is of particular significance. The quality of the milk is strictly controlled and tested by Biopulver from the farm to delivery. For regional goat dairies, pick-up takes place at the farm itself. For nationwide dairies, milk is collected at the dairy and is prepared for transport to Biopulver shortly thereafter.

The stricter requirements for baby food in comparison to food production for normal consumption can be reliably met with our new plant. Alongside dairy technology for the processing of raw milk, production includes the possibility of concentrating the milk so as to then carefully dry it using our spray tower. This is carried out in several so-called high-care hygiene zones to ensure that processing takes place under the strictest quality standards. The powder therefore obtains the dry-blend quality status so crucial to the children's food industry and can be blended into baby food recipes immediately without further processing. With the partnership between Biopulver and Holle, we are able to present a safe, EU-organic- and association-certified cooperative supply chain for milk from the farm to the finished milk powder.

The fast-growing demand for infant formulas from goat's milk in particular is a considerable component in our company's future orientation. Here, we are in intensive discussions with the international infant formula and dairy industry.



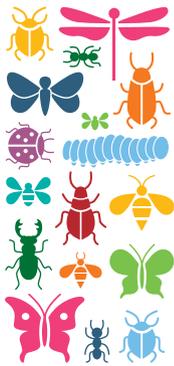
AGRI- KULTUR AGRICULTURE

Biodiversität Warum ist sie so wichtig?

Biodiversity
Why is it so important?



Dramatische Entwicklung auf einen Blick / Dramatic development at a glance



1990

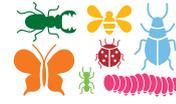
Wir sind dann mal weg That's us gone for good



2000



2005



2015

Rückgang von über 75% an Insekten in den letzten 25 Jahren in Deutschland / Over 75% decline in insects in the last 25 years in Germany. (Quelle / Source: Caspar Hallmann, Radbound University)

Beim Begriff Biodiversität denken wir an Schmetterlinge in allen Farben, duftende Blumenwiesen, blühende Bäume und Sträucher und viele verschiedene Insekten. Doch der Wert der Artenvielfalt geht weit über unser ästhetisches Empfinden hinaus. Fachleute sind sich darüber einig, dass der Rückgang der Biodiversität eines der grössten aktuellen Umweltprobleme darstellt.

Biodiversität, auch biologische Vielfalt genannt, umfasst drei grosse, eng verzahnte Bereiche.

1. Vielfalt der Ökosysteme

Der Begriff „Ökosystem“ bezeichnet das Zusammenspiel zwischen einem Lebensraum und seinen tierischen und pflanzlichen Bewohnern. Dabei sind alle Bestandteile des Ökosystems voneinander abhängig. Wird ein Bestandteil verändert oder fehlt dieser, verändert sich das ganze Ökosystem.

2. Vielfalt der Arten

Artenvielfalt ist ein Mass für die Vielfalt der biologischen Arten innerhalb eines Lebensraumes oder geographischen Gebietes und somit für die Vielfalt von Flora und Fauna. Einen direkten Nutzen hat die Artenvielfalt in unserer Ernährung, die komplett von Tier- und Pflanzenprodukten abhängt.

3. Genetische Vielfalt

Grundlage für die genetische Vielfalt aller Lebewesen ist die Vielzahl der Gene. Die verschiedenen Varianten der Gene sorgen für die unterschiedlichen Ausprägungen desselben Merkmals bei einem Lebewesen, zum Beispiel die Farbe bei einer Blüte. Diese genetische Vielfalt ist die Voraussetzung für die Anpassung der Lebewesen an die sich verändernden Umweltbedingungen. Somit hat die genetische Vielfalt eine fundamentale Bedeutung für das Überleben der einzelnen Arten.

Doch warum ist Biodiversität so wichtig und warum sind wir auf die Artenvielfalt angewiesen?

Es gibt viele Gründe für den Rückgang biologischer Vielfalt: Die meisten sind auf den Menschen und die moderne Landwirtschaft zurückzuführen. Auch Bienen, Schmetterlinge und andere Insektenarten leiden unter diesen Eingriffen und verlieren zunehmend ihre Nahrungsgrundlage. Ohne Bestäubungsleistung gibt es auch kein Obst und Gemüse und damit ist unsere Ernährungssicherheit in Gefahr.

Nicht nur weil wir von der Artenvielfalt profitieren, haben wir die Pflicht, sie zu schützen. Jede Art ist einzigartig und für sich gesehen wichtig und wertvoll. Stirbt eine Art aus, so ist sie für immer verloren. Auch unseren Nachkommen müssen wir eine vielfältige Umwelt hinterlassen.

Wir von Holle sind uns unserer Verantwortung für nachfolgende Generationen bewusst und möchten einen Beitrag zum Erhalt der Artenvielfalt leisten. Mehr zu unserem Holle-Naturata Logistik-Projekt auf den Seiten 15 und 16.

engl. The term 'biodiversity' conjures images of colourful butterflies, fragrant flower meadows, blooming trees and shrubs, and a multitude of insects. But the value of biodiversity goes far beyond our aesthetic sense. Experts agree that biodiversity loss is one of the most serious environmental problems today.





Lasses summer Feel the buzz

Biodiversity, or the variety and variability of life on Earth, comprises three large and closely interlinked areas:

1. Ecosystem diversity

The term 'ecosystem' refers to the interplay between a habitat and its animal and plant inhabitants. All components of the ecosystem are interdependent. If one component is changed or missing, the entire ecosystem changes.

2. Species diversity

Species diversity is a measure of the different biological species within a given habitat or geographical area and thus of the diversity of flora and fauna. Species diversity has a direct benefit for our diet, which depends entirely on animal- and plant-based products.

3. Genetic diversity

The basis for genetic diversity of all living things is the variety of genes. The many variants of genes ensure the different forms of the same characteristic in a living thing, such as the colour of a flower. This genetic diversity serves as a way for populations to adapt to changing environments, and is thus crucial for the survival of individual species.

But why is biodiversity so important and why are we dependent on it?

There are many reasons for biodiversity loss. Most of them are due to human activity and modern agriculture. Bees, butterflies and other insect species also suffer the consequences of such interventions and are losing more and more food sources. Without pollination, there can be no fruit or vegetables and our food security is at risk.

But it is not just because we benefit from it that we have a duty to protect biodiversity. Each species is unique, important and valuable in itself. If one becomes extinct, it is lost forever. We must also leave a diverse environment for generations to come.

At Holle, we are deeply aware of our responsibility for future generations and want to contribute to the conservation of biodiversity. More on our Holle Naturata Logistik project on pages 15 and 16.



The Demeter logo consists of the word "demeter" in a lowercase, white, sans-serif font, set against a dark orange rectangular background. The logo is positioned at the top of a white circular graphic element.

Demeter und Biodiversität

Demeter and biodiversity

Lebensmittel, die das Demeter-Siegel tragen, werden gemäss den biodynamischen Richtlinien angebaut. Ihre Erzeugung findet im Einklang mit der Natur statt, denn Demeter-Bauern haben immer eine ganzheitliche Qualität ihrer Produkte im Blick.

Die Vorteile des ökologischen und biodynamischen Anbaus liegen auf der Hand: Durch den Verzicht auf Herbizide und chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel findet sich im Durchschnitt ein Drittel mehr Arten auf diesen Flächen als auf den konventionell bewirtschafteten. Bei der Tierhaltung und -zucht setzen Demeter-Betriebe ebenfalls Akzente, denn die Erhaltung und Fortzucht alter Nutztierassen ist in vielen dieser Betriebe Praxis. Die Demeter-Landwirtschaft ist in ihrer Konsequenz und Ganzheitlichkeit einzigartig und sorgt dafür, dass der biodynamische Anbau der Natur mehr zurückgibt, als er ihr nimmt.

Wir von Holle sind der erste Demeter-Hersteller für Babynahrung und daher schon seit jeher eng mit der biodynamischen Landwirtschaft verknüpft. Rund 80% unserer Produkte tragen das Demeter-Siegel und garantieren damit Bio-Qualität auf höchstem Niveau.

engl.

Foods that bear the Demeter seal are cultivated in accordance with biodynamic guidelines. They are produced in harmony with nature – after all, Demeter farmers always focus on the holistic quality of their products.

The benefits of organic, biodynamic cultivation are plain to see: through the absence of herbicides and chemical and synthetic pesticides, an average of one third more species can be found than on conventionally cultivated land. Demeter farms also stand out in terms of animal husbandry, since

keeping and rearing old livestock breeds is common practice on many such farms. Demeter agriculture is unique in its consistent and holistic approach and ensures that biodynamic cultivation gives back more than it takes from nature.

As the first Demeter manufacturer of baby foods, Holle has always been closely linked to biodynamic agriculture. Around 80% of our products carry the Demeter seal and thus guarantee organic quality at the highest level.



Demeter-Vorteile kurz und knapp

- Natürliche Kreislaufbewirtschaftung ohne Ausbeutung von Tier, Boden und Umwelt
- Qualität statt Quantität
- Artgerechte Tierhaltung
- Verzicht auf Tierhormone und Wachstumsregulatoren
- Natürlicher Kompost statt Kunstdünger
- Verzicht auf alle chemischen Pflanzenschutzmittel
- Keine chemischen Zusätze bei der Verarbeitung

The benefits of Demeter in a nutshell

- Natural farming cycles which do not exploit animals, the soil or the environment
- Quality instead of quantity
- Animal welfare
- Avoiding animal hormones and growth regulators
- Natural compost instead of artificial fertilisers
- No chemical pesticides or insecticides
- No chemical additives during processing





Es summt und brummt

bei Naturata Logistik

Gemeinsam für mehr Artenvielfalt

There's a real buzz

at Naturata Logistik

Joining forces for more biodiversity

„Blühende Gärten – damit es summt und brummt!“ – unter diesem Motto steht ein Projekt des Naturschutzbundes Baden-Württemberg (Nabu). Ziel ist es, die biologische Vielfalt im Siedlungsbereich auf privaten Flächen zu fördern. Beworben hat sich dafür unser langjähriger Logistikpartner Naturata Logistik eG in Grünsfeld / Deutschland, für den Ökologie und Nachhaltigkeit fest in der Unternehmensphilosophie verankert sind. Naturata Logistik hat verdient gewonnen und konnte sich über eine Gartenberatung und einen Pflanzengutschein freuen.

Naturata Logistik betreibt ein umweltfreundliches Lager-, Logistik- sowie Bürozentrum und punktet vorbildlich mit weiteren ökologischen Aspekten, wie einer EMAS-Zertifizierung (europäisches Umweltmanagementsystem). Auf dem Firmengelände gibt es ein Rebhuhnbiotop, Streuobstwiesen und ein überdimensionales Insektenhotel, welches im Rahmen eines Ferienprogramms des Naturschutzvereins mit Kindern erbaut wurde.

Um das Firmengelände, woran auch Holle mit Halle, Bürogebäude und angrenzender Grünfläche beteiligt ist, weiter aufzuwerten, hat Naturata Logistik gemeinsam mit uns ein mehrjähriges Gemeinschaftsprojekt zur Verbesserung der ökologischen Bedeutung des Firmengeländes lanciert. „Hiermit leisten wir einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz und dies direkt vor unserer Haustür“, so Reinhold Hollering, Geschäftsführung Naturata Logistik.

Gestartet wird im Frühjahr 2020. Ziel ist es, die bereits vorhandenen Biotopflächen noch nachhaltiger zu gestalten. Dies unter Berücksichtigung, der angesiedelten Rebhuhnpopulation einen artgerechten Lebensraum zu erhalten und zusätzlich die biologische Vielfalt weiter zu fördern (u. a. durch eine Verbesserung der Heckenstruktur sowie einer Artenanreicherung auf den bereits existierenden Blumenwiesen). Das Gelände bereichert zusätzlich ein Imker mit seinen Bienen, die leckeren Honig in Bioqualität produzieren.

engl. *„Blooming gardens – to create a real buzz!“ – this is the motto of a project run by the Naturschutzbund Baden-Württemberg (Nabu) nature conservation association. The aim is to promote biodiversity on private land within built-up areas. Our long-standing logistics partner Naturata Logistik eG of Grünsfeld, Germany,*



submitted an entry. Ecology and sustainability are firmly anchored in their company philosophy. Naturata Logistik deservedly won and has been able to celebrate receiving a garden consultation and plant voucher.

Naturata Logistik operates an environmentally friendly storage, logistics and office centre, and sets an impressive example with additional ecological facets, such as EMAS certification (European eco-management and audit scheme). A partridge biotope, orchards and a huge insect hotel can be found on the company premises; the latter was built with the help of children as part of a holiday programme run by the nature conservation society.

In order to enhance the company premises, in which Holle is also involved with a hall, office building and neighbouring green area, Naturata Logistik has launched a multi-year joint venture with us to improve the ecological impact of the company grounds. 'We are hereby making a significant contribution to environmental protection – and right on our own doorstep,' says Reinhold Hollering of the Naturata Logistik management board.

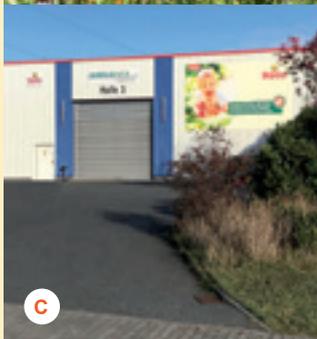
The launch will be in spring 2020. The aim is to make the existing biotope areas even more sustainable. This will take the resident partridge population into consideration with the provision of a species-appropriate living space, and will further promote biodiversity (including with improved hedge structures and a species enhancement for the existing flowering meadows). A beekeeper also supplies the grounds with bees, which produce delicious organic honey.



Ökologische Vielfalt auf rund 10.000 Quadratmetern Ecological diversity across approx. 10,000 square metres

Das Firmengelände der Naturata Logistik gestaltet nachhaltig Biotopflächen und fördert artgerechten Lebensraum sowie biologische Vielfalt.

The company premises of Naturata Logistik are sustainably creating biotope areas, as well as promoting species-appropriate living spaces and biodiversity.



- 1 Verbesserung der Heckenstrukturen
Improve the hedge structures
- 2 Schaffung eines krautigen Saums an möglichst vielen unterschiedlichen Stellen
Create a herbaceous border in as many different places as possible
- 3 Lesesteinhaufen
Clearance cairns
- 4 Anlegen einer Wildobst- und Vogelhecke
Establish a hedgerow for wild fruit and birds
- 5 Anlegen eines Wildrosenbeetes
Establish a bed of wild roses
- 6 Artenanreicherung auf der vorhandenen Blumenwiese bei Halle 2
Species enhancement for existing flowering meadow near hall 2
- 7 Ökologische Aufwertung der ebenen Flächen hinter Halle 3
Ecological enhancement of flat area behind hall 3
- 8 Geschotterte, nicht versiegelte Fahrspuren, Parkplätze, Feuerwehrumfahrungen
Gravelled rather than paved vehicle lanes, parking spaces, fire service access
- 9 Artenanreicherung bei der Dachbegrünung (Halle 1 mit Bürogebäude) sowie Rebhuhnkartierung und -erfassung und Verbesserung des Mahdregimes der wiesenhaften Flächen
Species enhancement for roof greenery (hall 1 with office building), as well as partridge mapping and recording, and improved mowing regime for areas of meadow

PRODUKT- VERANT- WORTUNG

PRODUCT
RESPONSIBILITY



„Wir nehmen unsere Verantwortung gegenüber den Kleinsten sehr ernst – dies mit höchstmöglicher Bio-Qualität, sicheren Produkten und gut durchdachten Verpackungslösungen.“

‘We take our responsibility towards little ones very seriously – with the highest possible organic quality, safe products and intelligent packaging solutions.’

David Knipper, Holle-Geschäftsführung und Leitung Geschäftsbereich Produkte
Holle management board and head of products division

Konsequent BIO – aus gutem Grund

*Always ORGANIC –
for all the right reasons*

Die Ähren stehen für den Ursprung der Marke Holle. Nachhaltigkeit ist in unserer Unternehmensphilosophie fest verankert und fließt in unser tägliches Arbeiten ein. Wenn wir konkret von unseren Produkten und unserer Produktverantwortung sprechen, bringen wir diese mit dem Slogan „Konsequent **BIO** – aus gutem Grund“ zum Ausdruck. Auf Verpackungen und Kommunikationsmaterialien spiegeln wir diese Grundhaltung mit dem Abbilden des Signets wider.

engl. The ears of corn represent the origins of the Holle brand. Sustainability is firmly anchored in our company philosophy and flows into our daily work. Whenever we talk about our products and our product responsibility in concrete terms, we convey this with the slogan ‘Always **ORGANIC** – for all the right reasons’. We reflect this attitude on packaging and communication materials by displaying the seal.





Besondere Sorgfalt für sichere Produkte Special care for safe products

Babynahrung herzustellen bedeutet, eine hohe Verantwortung zu übernehmen, höchste Qualität zu erreichen und grösstmögliche Sicherheit zu gewährleisten. Damit das auch immer sichergestellt ist, unterziehen wir unsere Produkte umfangreichen Qualitätskontrollen. Wir verfolgen kontinuierlich die Entwicklungen in der Forschung und halten gewissenhaft freiwillige Zertifizierungsstandards wie auch gesetzliche Vorgaben ein.

Manufacturing baby food means assuming a high level of responsibility, attaining top quality and ensuring the greatest possible safety. In order to guarantee that this is always the case, we subject our products to comprehensive quality controls. We continuously monitor developments in research and uphold scrupulous compliance with both voluntary certification standards and legal requirements.



Das Holle-Qualitätsmanagement-Team ist immer auf dem aktuellsten Stand bezüglich modernster Analysemethoden sowie neuester Ernährungsrichtlinien.

The Holle quality management team is always up to date with state-of-the-art analysis methods and nutrition guidelines.



Um immer frühzeitig die neuesten Informationen zu erhalten, beteiligen wir uns aktiv an der Arbeit in den verschiedensten Institutionen.

In order to ensure we always receive the latest information, we actively participate in the work of various institutions.



Um die Produktsicherheit dauerhaft zu gewährleisten, werden bei den Produktionspartnern und Lieferanten regelmässig Audits vorgenommen. Hier arbeiten wir gemeinsam an Verbesserungen und deren Umsetzung – immer mit dem Ziel, eine höchstmögliche Produktqualität zu liefern. Die Beurteilung basiert auf behördlichen Vorgaben und entsprechenden Zertifizierungen (IFS oder ISO 22000).

In order to permanently guarantee product safety, regular audits are carried out on our production partners and suppliers. Through these procedures, we work together on improvements and their implementation, always with the aim of providing the highest possible product quality. The assessment is based on official guidelines and corresponding certification (IFS or ISO 22000).



Unsere Rohwaren unterliegen strengen Kontrollen und werden stets in akkreditierten Laboren analysiert. Für jedes Produkt existiert ein umfangreicher Prüfplan, der zahlreiche sensorische Prüfungen beinhaltet. Eine Produktfreigabe gibt es nur, wenn die gesetzlichen Grenz- und internen Kontrollwerte im vorgegebenen Bereich liegen.

Our raw materials undergo stringent controls and are analysed in accredited laboratories. A comprehensive test plan exists for every single product, which includes various sensory tests. A product is only released once the legal threshold and internal control values lie within the specified range.

Höchste Sorgfaltspflicht für unsere Kleinsten ist für Holle ein Selbstverständnis!

Upholding the highest duty of care for our little ones is a matter of course for Holle!





Milchnahrungen in neuem Gewand

*Formulas
get a makeover*

Neu:
Rezepturen und
Packaging

New:
recipes and
packaging



Warum überhaupt neue Rezepturen? Die neue EU-Verordnung

Seit 2016 gilt für Säuglingsmilchnahrungen eine neue EU-Verordnung. Mit Wirkung zum 22. Februar 2020 müssen wir, wie auch alle anderen Hersteller, diese Verordnung für sämtliche Säuglingsanfangs- und Folgenahrungen umsetzen. Diese Verordnung aktualisiert bestehende Vorschriften nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen.

Um das Stillen zu fördern, hat der Gesetzgeber entschieden, das Werbeverbot für Säuglingsanfangsnahrungen auszuweiten – dies entspricht auch unserer Haltung. Nährwertbezogene Angaben sind somit nur noch bedingt möglich. Wie bisher werden in der Verordnung die Zusammensetzung, die Kennzeichnung sowie die Bewerbung der Produkte geregelt.

Was steckt hinter den neuen, weiterentwickelten Rezepturen?

Hinsichtlich der Zusammensetzung wird ein Inhaltsstoff – DHA – für Anfangs- und Folgenahrungen jetzt verpflichtend. DHA (Docosahexaensäure) ist eine langkettige, mehrfach ungesättigte Omega-3-Fettsäure, die auch in der Muttermilch enthalten ist. Bislang konnte DHA optional zugesetzt werden. DHA war unseren Bio-Rezepturen bis dato nicht zugefügt. Mit der verpflichtenden Zugabe hat der Gesetzgeber einen neuen Mindeststandard gesetzt, was nun zu einer der wichtigsten Neuerungen in unseren Milchrezepturen führt. Auch der Gehalt an Linolsäure (LA) und Alpha-Linolensäure (ALA) wurde in unseren Rezepturen angeglichen.

Zudem wurden weitere Nährwertvorgaben geändert: Unter anderem gibt es eine herabgesetzte Höchstgrenze für Eiweiß und diverse Mengenanpassungen für Vitamine und Mineralstoffe. Auch wurde der Proteingehalt in unseren Milchnahrungen gesenkt.

engl. Why the need for new recipes? The new EU regulation

A new regulation for baby food has been in place since 2016. Like all other manufacturers, we will be required to implement this regulation for all infant and follow-on formulas as of 22 February 2020. This regulation updates existing provisions in accordance with the latest scientific knowledge.

Lawmakers have also decided to extend the advertising ban for infant formulas in order to promote breastfeeding, which is also in line with our attitude. Information related to nutrition is therefore only possible to a limited extent. As before, the composition, labelling and advertising of products are governed in this regulation.

What lies behind the new, improved recipes?

In terms of the composition, one ingredient – DHA – is now compulsory for infant and follow-on formulas. DHA (docosahexaenoic acid) is a long-chain, polyunsaturated omega-3 fatty acid that can also be found in breast milk. Previously, adding DHA was optional. DHA was not added to our organic recipes until now. With its inclusion becoming compulsory, lawmakers have put in place a new minimum standard, which will result in one of the most significant changes to our milk recipes. The linoleic acid (LA) and alpha-linolenic acid (ALA) content has also been adjusted in our recipes.

Further nutritional specifications have also been changed: this includes the addition of an upper limit for protein and various quantity adjustments for vitamins and minerals. The protein content in our formulas has also been reduced.

Alongside meeting legal provisions, Holle formulas continue to be in line with the





Neues, modernes Packungsdesign – klare farbliche Unterscheidung zwischen Anfangs- und Folgenahrungen.

A modern new packaging design – clear colour differentiation between infant and follow-on formulas



**OHNE
PALMÖL
WITHOUT
PALM OIL**

Nach wie vor erfüllen die Holle-Milchnahrungen die gesetzlichen Anforderungen – und auch die aktuellsten wissenschaftlichen Erkenntnisse wurden berücksichtigt. Unsere Milchnahrungen sind weiterhin in der gewohnt hochwertigen Bio-Qualität von Holle und enthalten alle wichtigen Nährstoffe. Ganz im Sinne von „Nur das Beste für unsere Kleinsten!“.

latest scientific knowledge. Our formulas are still in our usual high organic Holle quality and contain all the important nutrients. Entirely in the spirit of: 'Only the very best for our little ones!'

Was müssen Eltern wissen?

Alle weiterentwickelten Rezepturen sind konform mit der neuen EU-Verordnung. Darüber hinaus ändert sich nichts:

- Unsere Holle-Milchnahrungen sind auch weiterhin gut löslich sowie angenehm in Geruch und Geschmack.
- Um Eltern bei Fragen rund um die neuen Rezepturen bestmöglich zu unterstützen, ist die kompetente, individuelle Holle-Ernährungsberatung essentiell (siehe Seite 26).
- Der Übergang auf unsere neuen Holle-Milchnahrungsrezepturen ist problemlos möglich.

What do parents need to know?

All improved recipes comply with the new EU regulation. Beyond that, nothing else is changing:

- Our Holle formulas will continue to be just as soluble, as well as pleasant in terms of smell and flavour.
- So as to optimally support parents when it comes to the new recipes, our expert, individual Holle nutrition service is essential (see page 26).
- The transition to our new Holle formula recipes will not pose problems.

Holle-Milchnahrungen aus Ziegenmilch: Milchfett ersetzt Palmöl

Unsere weiterentwickelten Rezepturen mit vollwertiger Bio-Ziegenvollmilch erlauben es, auf den Einsatz von Palmöl zu verzichten. Das Ziegenmilchfett liefert in Verbindung mit den pflanzlichen Ölen die notwendigen gesättigten Fettsäuren, die den Einsatz von Palmöl überflüssig machen. Allen Eltern, die auf Palmöl in der Milchnahrung verzichten wollen, bieten die Holle-Milchnahrungen aus Ziegenmilch eine gute Alternative.

Holle formula from goat's milk: milk fat replaces palm oil

Our improved recipes with wholesome organic full-cream goat's milk make it possible to dispense with using palm oil. Along with vegetable oils, goat's milk fat provides the necessary saturated fatty acids, making the use of palm oil redundant. Holle formulas from goat's milk offer a good alternative for any parents looking to stop using palm oil.

- * **Wichtig:** Stillen ist das Beste für Dein Baby. Informiere Dich bei Deinem Kinderarzt, in der Klinik oder bei einer Ernährungs- und Stillberatungsstelle, falls Du eine Säuglingsnahrung verwenden möchtest

Please note: Breastfeeding is the best nutritional choice for your baby. Before you decide to use this product, consult your doctor or health worker for advice.

Sweethearts brauchen keinen Zucker

Sweethearts don't need sugar



Nicht nur Lebensmittel des allgemeinen Verzehrs werden im medialen Fokus verstärkt unter die Lupe genommen, das Thema Zucker macht auch vor Beikost keinen Halt.

Wir von Holle sind hier Vorreiter und verzichten seit jeher in allen Produkten für Säuglinge auf Zusätze von Kristallzucker, Salz und auch natürlichen Aromen.

Es ist wissenschaftlich nachgewiesen, dass eine Neigung zu süßem Geschmack genetisch angeboren ist. Bei der Beikosteinführung kann es sogar vorteilhaft sein, wenn man mit süßlich schmeckenden Gemüsesorten wie Karotte, Kürbis und Pastinake startet. Zucker an sich ist nichts Verbotenes, aber regelmässig verzehrt, fördert er die

Gewöhnung an Süßes, die nicht zuletzt auch Übergewicht mitbedingen kann. Daher sollte das Baby besser zuckerfrei durchs erste Jahr krabbeln.

Wir setzen bei unseren Produkten vor allem auf die natürliche und milde Süße aus Fruchtzutaten. Eine bewusste Entscheidung für das pure Geschmackserlebnis!

engl. *It isn't just general-consumption foods that are being scrutinised increasingly in the media; the subject of sugar also concerns weaning products. We at Holle are pioneers in this area and have always avoided the addition of granulated sugar, salt and even natural flavourings in all products for infants.*

It has been scientifically proven that there is a genetic tendency towards sweet flavours. When introducing weaning foods, this can even be an advantage if you begin with sweet-tasting vegetable varieties like carrot, pumpkin and parsnip. Sugar in itself is not forbidden, but if consumed regularly, it promotes habituation with sweetness, which, significantly, can lead to overweight. For this reason, baby should scuttle through the first year sugar-free.

For our products, we primarily rely on natural and mild sweetness from fruit ingredients. A conscious decision for a pure taste experience!

Nutri-Score® – was ist das?

Eine Verbraucherstudie des deutschen Bundesernährungsministeriums (BMEL) hat gezeigt: Eine Mehrheit der Befragten spricht sich klar für eine Kennzeichnung von Lebensmittelverpackungen mit dem Nährwertkennzeichnungssystem Nutri-Score® aus.

In vielen Ländern sind Lebensmittel schon heute mit Nährwertkennzeichnungssystemen auf dem Markt (z. B. Frankreich, Belgien). Der Nutri-Score® gibt einen Anhaltspunkt dafür, wie die tägliche Lebensmittelauswahl zusammengesetzt sein sollte.

Eine fünfstufige Skala von A bis E zeigt den Nährwert eines Produktes an. Die Farben Grün bis Rot helfen bei der Orientierung.



Für Säuglingsmilchnahrungen und Beikostprodukte gibt es durch die Diät- und Beikostverordnung klare gesetzliche Regelungen, was die Zusammensetzung betrifft. Diese Produkte mit einem Ampelsystem zu kennzeichnen, ist unserer Meinung nach – und auch der der im Diätverband zusammengeschlossenen Babynahrungshersteller – nicht sinnvoll. Wir sehen bei unseren Holle-Produkten zudem die Gefahr, dass Eltern zu einer einseitigen Ernährung von Kindern fehlgeleitet werden könnten.

Nutri-Score® – what's that?

A consumer study by the German Federal Food Ministry (BMEL) has demonstrated that the majority of those asked declared themselves clearly in favour of food packaging labelling with the Nutri-Score® nutritional labelling system.

In many countries, foods already appear on the market with nutritional labelling systems (e.g. France, Belgium). Nutri-Score® provides an indication of how a daily food selection should be composed. A five-point scale from A to E shows a product's nutritional value. The colours green to red help with orientation.

For infant formulas and weaning products, the dietary and weaning regulation provides clear legal provisions concerning composition. In our opinion and that of the members of the Diätverband nutritional association manufacturing baby food, labelling these products with a traffic light system is not useful. In addition, with our Holle products, we perceive a danger that parents will be misdirected towards an unbalanced diet for their children.





Die Ziegenmilch-Offensive aus dem Schwarzwald

The goat's-milk offensive from the Black Forest

Holle-Säuglingsmilchnahrungen aus Bio-Ziegenmilch werden in rund 40 Ländern weltweit verkauft. Mit diesen Produkten bieten wir bereits von Geburt an eine Alternative zu Milchnahrungen aus Kuhmilch.

Bereits seit 2012 unterstützen wir die Ziegenmilch-Offensive im Schwarzwald. Ziel ist, die aktive Vollerwerbslandwirtschaft in dieser Region zu erhalten und auszubauen. Der stabile Auszahlungspreis für biologische Ziegenmilch ermöglicht es den Landwirten, profitabel zu wirtschaften. Die Zahl der Betriebe wächst kontinuierlich und die Ziegenmilch-Offensive kann sich inzwischen an über 16 Ziegenlandwirten erfreuen.

Die Nachfrage nach Ziegenmilch wird weiter hoch sein. Dank der zukünftigen Biopulver GmbH kann Ziegenmilch wegen der möglichen Milchtrocknung nun das ganze Jahr über angeliefert werden.

engl. *Holle infant formulas from goat's milk are sold in around 40 countries worldwide. With these products, we offer an alternative to formula from cow's milk from birth.*

We have been supporting the goat's-milk offensive in the Black Forest since 2012. The aim is to maintain and develop active full-time farming in the region. The stable payout price for organic goat's milk allows farmers to operate profitably. The number of establishments is increasing continually, and the goat's-milk offensive can now boast more than 16 goat farms.

The demand for goat's milk will remain high. Thanks to the future Biopulver GmbH, goat's milk can now be delivered all year round because of the possibility of drying the milk.





Wir stellen die Gebrüder Weber vom Jockenhof vor: Gesichter hinter unserer Ziegenmilch

Introducing the Weber brothers from Jockenhof: The faces behind our goat's milk

Die Brüder und Jungunternehmer Matthias und Alexander Weber vom Jockenhof in Elzach haben sich 2012 im Alter von 22 und 19 Jahren entschlossen, gemeinsam in die Bio-Milchziegenhaltung einzusteigen.

Gestartet wurde mit 35 Ziegenkitzen – heute leben etwa 300 Ziegen auf dem Hof, davon werden etwa 145 gemolken, die anderen sind Jungziegen in der Aufzucht. Der Erfolg spricht für sich: Aktuell wird ein neuer Stall gebaut und eine Erweiterung der Herde auf 400 Milchziegen inklusive Nachzucht ist geplant.

„Der Bau des neuen Stalls ist eine grosse Herausforderung und viel harte Arbeit. Aber uns ist es am wichtigsten, dass es den Ziegen gut geht und sie gesund sind. Das bestätigt uns täglich darin, dass wir unsere Arbeit gut machen“, so die Gebrüder Weber. Auch für genug Auslauf ist dann gesorgt. Den Ziegen steht von April bis Oktober eine Weide von etwa 5 Hektar zur freien Verfügung. Den teilweise überdachten Laufhof vor dem Stall können die Tiere das ganze Jahr über nutzen.



engl. Brothers and young entrepreneurs Matthias and Alexander Weber of Jockenhof in Elzach decided in 2012 at the ages of 22 and 19 to enter the world of organic dairy goat farming together.

They started out with 35 goat kids – today, around 300 goats live on the farm, of which around 145 are milked; the others are young goats being reared. Their success speaks for itself: a new stable is currently being built and an expansion of the herd to 400 dairy goats including offspring is in the pipeline.

‘Construction of the new stable is a huge challenge and a lot of hard work. But the most important thing for us is that the goats do well and are healthy. This shows us day in, day out that we are doing a good job,’ say the Weber brothers. They also ensure the goats have sufficient exercise. From April to October, the goats have access to around five hectares of pastureland. The animals can use the partially covered exercise area in front of the stable all year round.





Bühne frei FÜR EINEN NEUEN AUFTRITT

Clear the stage FOR A NEW LOOK



Altes Design
Old design



VOLL LECKER UND TIERISCH VIEL MÜSLISPASS!
SUPER TASTY AND WILD MUESLI FUN

Durch den Packaging-Relaunch ist der Auftritt unserer Breie und Müslis insgesamt moderner, attraktiver, frischer und zeitgemässer. In angenehmen und freundlich wirkenden Farben fokussieren wir auf das Wesentliche. Unsere Kunden erkennen durch die eindeutige Farbdifferenzierung auf den ersten Blick, um welche Breivariante es sich handelt. Die Zubereitungsanleitungen sind kürzer und übersichtlicher gefasst und durch Piktogramme einfach verständlich.

On top gibt es noch tolle Rezeptideen für unterschiedliche Altersgruppen und Vorlieben. Schöne Anregungen, um neue Rezepte auszuprobieren und selbst kreativ zu werden: für noch mehr Abwechslung und Vielfalt für die Kleinen.

Die Bio-Qualität mit Markenabsender Holle steht deutlich im Vordergrund des neuen Auftritts: Unsere Kunden entdecken ohne langes Suchen am Verkaufsregal schon von weitem unsere Packungen.

Unsere Faltschachteln sind aus Vollkarton mit einem hohen Recyclinganteil zwischen 85 und 95%. Die Folienbeutel sind unter Nachhaltigkeitsaspekten noch nicht überzeugend genug. Nichtsdestotrotz können wir aus Gründen des Produktschutzes für den sensiblen Bereich Babynahrung auf diese Art von Verpackung nicht verzichten.

Wir sind uns der Thematik bewusst und arbeiten daran, hier noch ressourcenschonender zu sein.



nendere und zufriedenstellendere Pa-
ckungsalternativen einsetzen zu können.

Als Demeter-Hersteller bieten wir Babynah-
rung in höchster Bio-Qualität an und gehen
bei der Produktqualität keine Kompromisse
ein. Das bedeutet auch, grösstmögliche
Sicherheit zu gewährleisten. Wir verwen-
den natürliche, hochwertige Inhaltsstoffe
und darum müssen unsere Verpackungen
besonders viel Schutz bieten.

Weitere Infos zum Thema „Verpackungen
bei Holle“ behandeln wir im Kapitel Res-
ourcen auf Seite 43 und 44.

engl. *Thanks to the packaging relaunch, our
porridges and mueslis appear
altogether more modern, attractive, fresh
and contemporary. In pleasant, friendly
colours, we focus on the essentials. Thanks
to clear colour differentiation, our customers
immediately recognise which porridge
variant they are looking at. The preparation
instructions are shorter and laid out more
clearly. They are easy to understand thanks
to pictograms.*

*On top of this, there are also great ideas for
various age groups and preferences.
Lovely recipe suggestions to try and for get-
ting creative yourself: for even more variety
and diversity for little ones.*

*The organic quality with Holle branding is
clearly noticeable in the new appearance:
without spending too long searching on the
store shelves, our customers will recognise
our packaging from some distance away.*

*Our folding boxes are made of solid card-
board with a high proportion of recycled
material – between 85 and 95%. From a
sustainability perspective, the foil pouches
are not yet persuasive enough.*

*Notwithstanding, this type of packaging is
indispensable in the sensitive area of baby
food for product protection reasons.*

*We are aware of the issue and are working
on being able to use packaging alterna-
tives that are more resource-efficient and
satisfactory.*

*As a Demeter manufacturer, we offer baby
food in the highest organic quality and
make no compromises when it comes to
product quality. This also means guaran-
teeing maximum safety. We use natural,
high-quality ingredients and our packaging
must therefore offer an especially high level
of protection.*

*We cover more information on the topic
of 'Packaging at Holle' in the chapter 'Re-
sources' on page 43 and 44.*



**REZEPTE & VIELES MEHR/
RECIPES & MUCH MORE:
#HOLLEBABYFOOD**





Ernährungsberatung weltweit Worldwide nutritional advice

Individuell und kompetent



Kati Voss,
Dipl.-Oecotrophologin,
Holle-Ernährungsservice
Nutrition scientist,
Holle nutrition service

Customised and competent

Die Ernährung von Babys und Kleinkindern wirft viele Fragen auf – Antworten darauf gibt es zahlreiche, sei es auf verschiedenen Social-Media-Kanälen im World Wide Web, in Magazinen oder in medialen Berichten.

Die Verunsicherung der Eltern ist somit oft gross, denn was ist nun richtig oder falsch? Guter Rat ist hier teuer. Gefragt an dieser Stelle: kompetentes Fachpersonal, um verlässliche und wissenschaftlich fundierte Empfehlungen zu erhalten.

Diesen Service bietet die Holle-Ernährungsberatung über eine Hotline in über 50 Ländern – kostenlos. Unser fachlich aus-

gebildetes Personal mit ernährungswissenschaftlichem Hintergrund beantwortet alle Fragen rund um unsere Produkte sowie zu allen Phasen der kindlichen Ernährung.

Der Kundendialog ist für uns sehr wichtig, denn durch den direkten Kontakt erhalten wir vielfältige Anregungen und Kenntnisse über die Bedürfnisse. Dieser Austausch ist wichtig und fliessen in unsere tägliche Arbeit weiter mit ein.

engl. *The nutrition of babies and young children raises many questions – to which countless answers are offered, whether on social media channels on the internet, in magazines or in media reports.*

There is thus often great uncertainty amongst parents – after all, how do you know what is 'right' and 'wrong'? In this area, good advice makes all the difference. What people want is a competent specialist who provides reliable and scientifically sound

recommendations.

This is precisely what the Holle nutrition service offers in over 50 countries, completely free of charge. Our professionally trained staff, all of whom have a background in nutritional science, are on hand to answer any questions concerning our products and all stages of child nutrition.

Customer dialogue is of the utmost importance to us – after all, such direct contact enables us to obtain a multitude of suggestions and knowledge of consumer needs. This exchange is crucial and is subsequently incorporated into our daily work.



FRAGEN Questions

... an unseren Holle-Ernährungsservice? So ist unser Ernährungs-service erreichbar:
☎ 0800 6622110 oder
✔ via Kontaktformular auf www.holle.ch
Wir rufen gerne zurück!

... for our Holle nutrition service? Contact our nutritional service:
☎ +41 61 555 07 00 or
✔ via our contact form at www.holle.ch
We will be delighted to call you back!

INPUT Input

rund um die Marke Holle, unser vielfältiges Sortiment und im Detail zu jedem Produkt gibt unsere „Fachinformation“ – explizit ausgearbeitet für Hebammen und Fachpersonal.

on the Holle brand, our diverse range and detailed information on each product can be found in our 'product information' – specially prepared for midwives and specialist staff.

SCHON GEWUSST? Did you know?

Wir von Holle engagieren uns im Rahmen unserer Mitgliedschaft beim Deutschen Diätverband bei der „Aktion Kleinkind-Ernährung“. Auf diesem Portal findest Du viele Anregungen und Tipps, ausgewählt und geprüft von Ernährungswissenschaftlern. Dazu leckere Rezepte speziell für Babys und Kleinkinder bis zum 3. Geburtstag. Mehr unter: www.kleinkind-ernaehrung.de

Through our membership in the German Diätverband Nutritional Association, Holle actively participates in the 'Aktion Kleinkind-Ernährung'. This portal offers many suggestions and tips selected and checked by nutritionists. You can also find delicious recipes for babies and toddlers up to the age of three. More at: www.kleinkind-ernaehrung.de

TIPPS ZUM THEMA Tips on

Stillen, Beikost und Kinderernährung – alles und noch mehr in unseren Ratgeber-Broschüren und unter: www.holle.ch/ratgeber

breastfeeding, weaning and child nutrition – all this and more in our guides and at: www.holle.ch/guide



Neuer Kommunikationsauftritt

New communication appearance

Die Holle-Kommunikationsmaterialien erstrahlen in neuem Glanz und bilden damit die Basis für unseren neuen und starken Markenauftritt.

Wir versprechen uns mit diesem Kommunikationsrelaunch nicht nur eine Steigerung der Bekanntheit und Attraktivität unserer Marke Holle, sondern auch eine klare Positionierung und Abgrenzung zum immer stärker werdenden Wettbewerbsumfeld im Bereich Bio-Babynahrung.

Unsere deutlich modernere und natürlich wirkende Bildsprache vermittelt das, wofür wir stehen: „Gross werden mit dem Besten aus der Natur.“ Wir zeigen Kinder, Familien und Tiere – welche die Vielfalt der Natur auch direkt dort, nämlich draussen in der Natur, erleben. Bei der Tonalität haben wir uns bewusst fürs Du entschieden – so kommunizieren wir mit unseren Verbrauchern partnerschaftlich und auf Augenhöhe.

Unser neuer Kommunikationsauftritt spiegelt sich in den vielfältigsten Materialien wider: in Verbraucherbroschüren, Salesfoldern, Anzeigen, Messeauftritten, Plakaten und vielem mehr.

engl. *The Holle communication materials shine in a fresh look, forming the basis for our new and strong brand presence.*

With this communication relaunch, we not only aim to increase the awareness and attractiveness of the Holle brand, but also achieve clear positioning and differentiation in the ever-fiercer competitive environment for organic baby food.

Our significantly modernised and natural-looking visual language conveys what we stand for: 'Growing up with nature's best.' We portray children, families and animals,

also experiencing the diversity of nature directly at its source in the great outdoors. In terms of tonality, we deliberately opted for an informal manner of address in order to communicate with consumers as partners at eye level.

Our new communication design is reflected in a wide variety of materials – from consumer brochures, sales folders, adverts and trade fair appearances to posters and much more.





Verordnung über Lebensmittel für Säuglinge und Kleinkinder

Was ist das genau?

Directive on food for infants and young children

What is it?

Bei Säuglingen und Kleinkindern handelt es sich um eine sehr empfindliche Verbrauchergruppe. Für Baby- und Kleinkindnahrung bedarf es daher strenger Vorgaben in Bezug auf deren Zusammensetzung.

Produkte, die hierunter fallen, sind in Verordnungen geregelt: in der übergeordneten (EU-)Verordnung Nr. 609/2013 über Lebensmittel für Säuglinge und Kleinkinder, auch FSG-Verordnung genannt (FSG = Foods for specific groups/Lebensmittel für spezielle Verbrauchergruppen), sowie der Delegierten Verordnung (EU) 2016/127.

Letztere ergänzt die erstgenannte Verordnung im Hinblick auf die besonderen Anforderungen an die Zusammensetzung von Säuglingsanfangs- und Folgenahrung. Aber auch Themen wie Produktkennzeichnung sind hier geregelt.

Die Delegierte Verordnung zur Beikost ist noch ausstehend – daher besitzen die bisherige Beikostrichtlinie 2006/125/EG über Getreidebeikost und andere Beikost für Säuglinge und Kleinkinder und die deutsche Diätverordnung für diese Kategorie weiterhin Gültigkeit. Zusätzlich kommt die neue FSG-Verordnung zum Tragen.

Wann die neue Beikostverordnung in Kraft tritt, ist derzeit noch nicht absehbar. Der Fokus wird hier auf der Optimierung jeder einzelnen Kategorie (Getreidebeikost und andere Beikost für Säuglinge und Kleinkinder) im Hinblick auf die Zusammensetzung der Produkte (z. B. Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker und Natrium) liegen.

engl. *Infants and young children are an extremely sensitive consumer group. As a result, strict requirements exist for all food marketed for babies and young children.*

Such products are regulated by directives, namely the overriding EU Regulation No. 609/2013 on food intended for infants and young children, also known as the FSG (Foods for Specific Groups) Regulation, and the EU Delegated Regulation 2016/127.

The latter supplements the former regulation as regards to the specific compositional and information requirements for infant and follow-on formulas. Issues such as product labelling are also regulated.

The Delegated Regulation on weaning products is still pending, and the existing Commission Directive 2006/125/EC on processed grain-based foods and baby foods for infants and young children continues to be valid for this category, along with the German Dietary Regulation. The new FSG Regulation also applies.

It is not yet known when the new weaning foods regulation will come into force. Its focus will be on optimising each individual category (grain-based foods and other weaning products for infants and young children) in relation to product composition (e.g. fat, saturated fatty acids, carbohydrates, sugar and sodium).



Die neue EU-Bio-Verordnung Was bedeutet das für Holle und den Verbraucher?

§ The new EU Organic Regulation What does it mean for Holle and consumers?

Das Bio-Recht legt EU-weit fest, wie Bio-Lebensmittel produziert, kontrolliert, importiert und gekennzeichnet werden. Denn nur Lebensmittel, die diese Vorschriften einhalten und deren Hersteller zertifiziert sind, dürfen als „bio“ gekennzeichnet werden und das EU-Bio-Logo tragen. EU-Bio ist somit der höchste gesetzliche Standard für die Bio-Landwirtschaft und -Lebensmittelproduktion.

Die neue Öko-Verordnung definiert ab dem 1. Januar 2021 entlang der gesamten Produktionskette Regeln, die von Bio-Betrieben und -Unternehmern eingehalten werden müssen. Das Lieferkettenmanagement erhält somit besondere Bedeutung.

Eine wichtige Neuerung sind die Vorsorgemaßnahmen gegen Kontaminationen: Was für Öko-Verarbeitungsbetriebe bereits gilt, hat dann ebenso für Bio-Bauern und alle anderen Bio-Unternehmer, also auch für Holle, Gültigkeit:

Die Betriebe müssen Vorsorgemaßnahmen nachweisen, um ihre Produktion vor nicht zugelassenen Stoffen und Erzeugnissen zu schützen. Jeder fundierte Verdachtsfall muss an die Kontrollstelle bzw. -behörde gemeldet werden. Verbraucher erhalten also noch mehr Sicherheit im Hinblick auf unbelastete Lebensmittel – dies ist gerade für den sensiblen Bereich Babykost sehr wichtig.

Neues Bio-Recht ab 2021: Die Regeln für Bioprodukte werden seit dem Inkrafttreten der EU-Öko-Verordnung 1992 stetig an den aktuellen Stand von Praxis und Forschung angepasst. Es gab mehrere Überarbeitungen, bis Ende 2020 wird die Öko-Basisverordnung (VO 2018/848) durch Regeln ergänzt – z.B. mit Festlegungen zu Ställen und Ausläufen für Bio-Tiere, mit Listen zugelassener Bio-Betriebsmittel oder -Lebensmittelzutaten.

Ab dem 1.1.2021 muss die überarbeitete Rechtsgrundlage dann von allen Bio-Betrieben, also auch von Holle, und den Bio-Kontrollstellen angewendet werden. Bis dahin gilt die aktuelle EU-Öko-Verordnung (VO 834/2007).

engl. *The Organic Regulation stipulates how organic food is produced, controlled, imported and labelled across the EU. Only foods that comply with these provisions and whose manufacturers are certified may be labelled as 'organic' and thus carry the EU organic logo. The EU Organic Regulation is therefore the highest legal standard for organic agriculture and food production.*

The new Organic Regulation will enter into force on 1 January 2021 and defines rules that must be observed by organic farms and businesses throughout the entire production chain. Supply chain management is therefore of particular importance.

It also includes new precautionary measures against contamination.

This means that requirements that are already followed by organic processing companies will now also apply to organic farmers and all other organic companies, including Holle. Farms must demonstrate the implementation of preventative measures to protect their production from unauthorised substances and products. Every justified case of suspicion must be reported to the inspection body or authority. This provides consumers with even more reliability regarding the non-contamination of foods, which is particularly crucial in the highly sensitive baby food sector.

New Organic Regulation from 2021: *since the introduction of the EU Organic Regulation in 1992, organic legislation has been continuously adapted to the latest findings from practice and research. It has been revised several times and by the end of 2020, the Regulation (EU) 2018/848 will be supplemented by additional rules, including provisions for stables and pens for organic animals, with lists of approved organic resources or food ingredients.*

From 01.01.2021, the revised legislation must then be applied by all organic businesses, including Holle, and all organic inspection bodies. Until then, the current European Council Regulation (EC) No 834/2007 applies.



Volles Sortiment - voll lecker Complete range - completely delicious

Säuglinge und Kleinkinder ab Geburt bis zu 3 Jahren sind eine sensible Zielgruppe mit besonderen Ernährungsansprüchen. Ob Säuglingsmilchnahrung, Milchbreie, Fruchtputees etc. – mit unserem Vollsortiment von über 80 Produkten erhalten die Kleinen alles, was für eine ausgewogene und abwechslungsreiche Ernährung nötig ist. Wir fokussieren dabei auf bestmögliche Bio-Qualität.

Neben der Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen für biologisch erzeugte Babynahrung legen wir bei der Rezeptentwicklung besonderen Wert aufs Detail. Wir verzichten komplett auf Kristallzucker, synthetische Farb- und Konservierungsstoffe sowie künstliche Aromen. Für unsere Getreideprodukte verwenden wir nur hochwertige Vollkornqualität. Eine möglichst schonende Verarbeitung unserer wertvollen Rohwaren ist uns dabei wichtig.

Für jedes Alter passend

Beikostprodukte zählen durch die Zusammensetzung und den Herstellungsprozess zu den diätetischen Lebensmitteln. Deshalb müssen sie entsprechend den gesetzlichen Vorschriften mit einer Altersangabe gekennzeichnet sein. Unsere Holle-Produkte fürs Beikostalter sind ernährungsphysiologisch abgestimmt und auf eine natürliche Geschmacksbildung hin entwickelt – sie sind daher so pur wie möglich!

Unsere Snacks der Kids-Range sind für Kinder ab 3 Jahren geeignet. Als Produkte des allgemeinen Verzehrs müssen sie weniger strenge gesetzliche Anforderungen erfüllen. Trotzdem gelten für unsere Produkte generell sehr hohe interne Qualitätskriterien, die über die Forderungen des Gesetzgebers deutlich hinausgehen.

engl. *Infants and small children from birth to three years of age constitute a sensitive target group with very particular nutritional requirements. Whether infant formula, grain porridges with milk, fruit purees, etc. – with our complete range of more than 80 products, the little ones get everything they need for a balanced and diverse diet. And when making our products, we focus on using the best possible organic quality.*

Alongside adhering to legal requirements for organically produced baby food, we value detail in particular when it comes to developing our recipes. We avoid granulated sugar, synthetic colouring and preservatives, and artificial flavours completely. For our cereal products, we use only high-quality whole grains. Processing that is as gentle as possible for our valuable raw ingredients is important to us here.

Appropriate for every age group

With their composition and manufacturing process, weaning products are considered to be dietary foods. For this reason, they must be labelled with an age indication in line with legal provisions. Our weaning age Holle products are nutritionally adapted and developed to aid natural taste development – they are therefore as pure as possible!

Our snacks in the kids range are suitable for children from three years of age. As general-consumption products, the legal requirements that they need to meet are less strict. Despite this, our products generally have very high internal quality criteria that far exceed lawmakers' requirements.





Ein Einblick in unser Produktsortiment A glimpse of our product range



... und noch mehr
... and much more



4

PARTNER- SCHAFTEN PARTNERSHIPS



„Erfolgreiche Partnerschaften entstehen durch gegenseitiges Vertrauen und Wertschätzung und sind geprägt von Transparenz und Austausch. Das ist für uns die Basis einer respektvollen und langjährigen Zusammenarbeit mit unseren Partnern.“

‘Successful partnerships are based on mutual trust and appreciation and are characterised by transparency and exchange. We see this as the basis of respectful, long-term collaboration with our partners.’

Angelo Ferrara , Holle-Geschäftsführung und Leitung Geschäftsbereich Markt
Holle management board and head of market division





Babynahrung in Demeter-Qualität nun auch in der Türkei

Eine Erfolgsstory, die erst am Anfang steht

Baby food in biodynamic quality now also in Turkey

A success story - that is just beginning

Karkot Trading Ltd., ein Familienunternehmen mit Sitz in Kyrenia, wurde 2003 mit dem Unternehmenszweck gegründet, Produkte mit Biozertifizierung in Nordzyprien einzuführen. Das Unternehmen hat inzwischen seine Tätigkeit auf die Türkei ausgeweitet und kann nach anfänglichen Schwierigkeiten auf einen erfolgreichen Markteintritt in der Türkei blicken.

Unser türkischer Distributionspartner Mehmet Sebeop von Karkot Trading Ltd. gibt uns dazu einen persönlichen Eindruck zu seinen Erfahrungen der letzten Jahre:

In unseren ersten Jahren, zwischen 2003 und 2007, haben wir Bio-Produkte aus unterschiedlichen Ländern importiert. Nach verschiedenen strategischen Überlegungen sind wir auf die Kategorie „Babynahrung in Bioqualität“ gestossen. Wir waren davon überzeugt, dass hierfür die Nachfrage hoch sein würde, denn Eltern wollen doch immer Produkte in bester Qualität für ihre Babys.

Unsere Recherche führte uns direkt zur Holle baby food AG. Man hatte ein offenes Ohr für unsere Idee, Babynahrung in Bioqualität in Nordzyprien zu etablieren. Auch für Holle war dieser Markt ein unbekanntes Terrain und eine spannende Herausforderung. Unsere intensive Zusammenarbeit hat sich gelohnt und die Marke Holle ist inzwischen sehr gefragt – ein grosser Erfolg für uns alle! Durch unsere Erfahrung in Nordzyprien ermutigt, wollten wir uns weiterentwickeln und suchten eine neue Aufgabe. Und haben diese mit der Entscheidung zum Markteintritt in der Türkei gefunden.

Wir sind uns alle im Team darüber einig, dass die Türkei schon allein durch die Landesgrösse eine grosse Herausforderung ist. Doch wir waren von Anfang davon überzeugt, dass unser vorhandenes Wissen zu Produktmarketing, Teamführung und Umgang mit den Konsumenten dabei hilft, auch in diesem Land erfolgreich zu sein.

All diese positiven Erfahrungen haben unsere Begeisterung, auch in der Türkei durchzustarten, nur bestärkt: Der Startschuss fiel bereits im Jahr 2015. Doch Registrierungsprozesse und administrative Anforderungen erforderten deutlich mehr Zeit als gedacht. So wurde es letztlich 2018, bis wir – zunächst nur mit der Einführung von Milchnahrung aus Kuh- und Ziegenmilch – auf dem türkischen Markt starten konnten. Der lang anhaltende Prozess hatte auch etwas Positives: Wir haben diese drei Jahre dazu genutzt, in der

engl. Karkot Trading Ltd, a family business with headquarters in Kyrenia, was founded in 2003 with the corporate objective of introducing products with organic certification in Northern Cyprus. The company has since expanded its activities to Turkey and, after initial difficulties, is able to look back on a successful entry onto the Turkish market.

Our Turkish distribution partner Mehmet Sebeop of Karkot Trading Ltd also offers us a personal impression of his experiences over the past few years:

During the first few years, between 2003 and 2007, we imported organic products from various countries. Following diverse strategic considerations, we came across the 'organic-quality baby food' category. We were convinced that demand for this would be very high because parents of course always want products of the best quality for their babies.



„Was lange währt, wird endlich gut – wir freuen uns, in der Türkei nun so gut vertreten zu sein.“

‘Good things come to those who wait – we are delighted to be so well represented in Turkey now.’

Angelo Ferrara,
Holle-Geschäftsführung
Holle management board





Türkei ein kompetentes, hochmotiviertes Team aufzubauen. Erfahrene Mitarbeiter vor Ort kennen heute bestens den bestehenden Markt und haben gute Kontakte zu Kinderärzten.

Mittlerweile entwickelt sich der Markt in der Türkei sehr gut. Die Zahl der Babyfachgeschäfte wächst, es gibt immer mehr Online-Shops und die Wirkung der sozialen Medien ist nicht zu unterschätzen. Die Produkte von Holle konnten sich von Anbeginn in der Türkei durchsetzen. Denn Babynahrung in biodynamischer Qualität wurde bis dahin noch nicht angeboten. Holle ist damit ein Pionier – der erste Anbieter von biodynamischer Babynahrung überhaupt in der Türkei. Ein Erfolg, der uns sehr stolz macht!

Und wie sehen unsere Zukunftspläne aus? Wir erwarten bereits im ersten Quartal 2020 eine deutliche Sichtbarkeit und gute Wahrnehmung im Markt. Das Holle-Sortiment in der Türkei möchten wir weiter ausbauen, um möglichst vielen gesunde Babynahrung anzubieten.



Eine wunderbare Erfolgsgeschichte. Wir von Holle sind sehr froh, mit Karkot Trading Ltd. einen so zuverlässigen, engagierten und erfolgreichen Partner an unserer Seite zu haben. Wir wünschen dem ganzen Karko-Trading-Team weiterhin viel Glück und Erfolg und freuen uns schon jetzt auf eine Fortsetzung dieser Erfolgsgeschichte.



Our research led us straight to Holle baby food AG. Our idea of establishing baby food in organic quality in Northern Cyprus was well received. For Holle, too, this market was unfamiliar territory and an exciting challenge. Our intensive collaboration paid off and the Holle brand is now highly sought after – a big success for us all! Encouraged by our experience in Northern Cyprus, we wanted to develop further and looked for a new assignment. We found this with the decision to enter the Turkish market.

Everyone in the team agrees that Turkey, even just in terms of its size, is a big challenge. But we were convinced from the start that our existing knowledge in terms of product marketing, team management and how to handle consumers would help us to be successful in this country, too.

All of these positive experiences only strengthened our enthusiasm to launch in Turkey. It all started in 2015. However, the registration process and administrative requirements demanded significantly more time than expected. So we were only able to launch on the Turkish market – initially just with the introduction of formula from cow's and goat's milk – in 2018. The long process also had a positive effect: we used those three years to build a qualified, highly motivated team in Turkey. Today, experienced on-site employees are optimally informed about the existing market and have good contacts with paediatricians.

The market in Turkey has since been developing very well. The number of specialist baby stores is increasing, there are more and more online shops and the effect of social media should not be underestimated. Holle products were able to penetrate the Turkish market from the beginning because baby food in biodynamic quality had never been offered before. Holle is therefore a pioneer – the very first provider of biodynamic baby food in Turkey. A success that makes us very proud!

And what are our plans for the future? Even for the first quarter of 2020, we expect considerable visibility and good awareness on the market. We want to expand the Holle range in Turkey so as to offer as much healthy baby food as possible.



A wonderful success story. In Karkot Trading Ltd, we at Holle are very happy to have such a reliable, dedicated and successful partner by our side. We wish the entire Karkot Trading team continued luck and prosperity, and look forward to the next chapter in this success story.





Biocoop – ein starker Partner an unserer Seite *Ein Vorbild in Sachen Nachhaltigkeit*

Biocoop – a strong partner by our side *A role model for sustainability*



biocoop
LA BIO NOUS RASSEMBLE

Nachhaltig – von Anfang an, das hat Holle in seinen Grundsätzen verankert und setzt deshalb auf Partner, die Nachhaltigkeit ebenfalls in ihrer täglichen Arbeit leben. Seit mehr als 15 Jahren ist Biocoop unser geschätzter Partner in Frankreich. Wir sind stolz auf diese Zusammenarbeit, lernen voneinander und werden immer wieder zu neuen Projekten inspiriert.

Biocoop ist mit über 600 Filialen und einem Umsatz von 1,2 Milliarden Euro der führende Anbieter für Biolebensmittel in Frankreich. Als Genossenschaft aus Landwirten, Ladenbesitzern, Mitarbeitern und Verbrauchern gelistet, stellt Biocoop ein in Europa einzigartiges Modell im Einzelhandel dar. Das Unternehmen beschäftigt sich mit der Beschaffung von Bioprodukten und fördert damit die biologische Landwirtschaft.

Als führender Einzelhändler für Biolebensmittel und wichtiger Akteur in der französischen Wirtschaft ist sich Biocoop seiner ökonomischen, sozialen und ökologischen

engl. *'Sustainable from the beginning' is a concept that is firmly embedded in the principles of Holle and is why the company opts for partners who also embrace sustainability in their daily work. Biocoop has been our valued partner in France for more than 15 years. We are proud of this collaboration, which enables us to learn from each other and inspires new projects.*

With more than 600 stores and €1.2 billion in revenues, Biocoop is the leading organic food retailer in France. Listed as a cooperative of farmers, store owners, employees and consumers, Biocoop represents a unique retail model in Europe. It is engaged in sourcing organic products and thus promoting organic farming.

As a leading organic food retailer and a key player in the French economy, Biocoop is well aware of its economic, social and environmental responsibilities, formalised in a dedicated CSR strategy called 'At the heart of progress'.

Hier sind einige der Versprechen, die Biocoop gibt, um nachhaltigen Konsum bei seinen Kunden zu fördern:

- 100 % biologische Lebensmittel und/oder mit nachhaltiger Zertifizierung
- keine GVOs
- kein Wasser in Plastikflaschen
- kein Flugzeugtransport
- 21,4% der Lebensmittel sind fair gehandelt
- saisonales Obst und Gemüse
- lokale Beschaffung
- nachhaltige Fischerei
- Berücksichtigung des Tierwohls
- Optimierung und Reduzierung von Verpackungen
- Informationen zu Sozial- und Umweltthemen auf Lebensmitteln
- verantwortungsvolle Kommunikationskampagnen

Here are some of Biocoop's clear commitments for the promotion of sustainable consumption among its customers:

- 100 % organic food and/or responsible labels
- 0 % GMOs
- 0 % water in plastic bottles
- 0 % aircraft transport
- 21.4 % from fair trade
- Seasonality in fruits and vegetables
- Local provisioning
- Responsible fishing
- Respect for animal welfare
- Optimisation and reduction of packaging
- Social and environmental information on food products
- Responsible communication campaigns



Verantwortung durchaus bewusst. Dies spiegelt sich in der CSR-Strategie „At the heart of progress“ wider.

Bereits von Anfang an legte Biocoop Wert darauf, seine Grundwerte – Gerechtigkeit, Zusammenarbeit, Einhaltung starker sozialer und ökologischer Kriterien, Transparenz und Nachhaltigkeit, Bewusstseinsbildung beim Kunden – durch eine Satzung und einen Leitsatz zu kommunizieren.

In Bezug auf die Herausforderungen des Klimawandels hat Biocoop ein Umweltprogramm entwickelt, das darauf abzielt, den Verbrauch natürlicher Ressourcen zu reduzieren, Umweltverschmutzung und Rohstoffverschwendung zu bekämpfen sowie die biologische Vielfalt und die natürlichen Lebensräume zu schützen.

Biocoop betreibt vier Logistikplattformen, die in den Bereichen der ISO-14001-Zertifizierung, der HQE-Excellence-Zertifizierung, der erneuerbaren Energien und der Installation von Photovoltaik-Anlagen in den Jahren 2018 bis 2020 weiterentwickelt wurden und werden.

Die Biocoop Transport Company (STB) reduziert ihren Umwelteinfluss durch die Modernisierung der Transportflotte: Sie beliefert alle Filialen und holt Waren von Produzenten und Zulieferern ab.

- Reduktion des CO₂-Ausstosses um 13,5% zwischen 2015 und 2017
- Alle Fahrzeuge verwenden umweltfreundlichen Treibstoff
- Wann immer möglich, werden die Waren auf dem Wasserweg transportiert

Wir sind sehr stolz darauf, mit Biocoop einen so vorbildlichen und kompetenten Partner in Sachen Nachhaltigkeit und umweltbewusstes Handeln gefunden zu haben, und freuen uns auf eine weitere erfolgreiche Zusammenarbeit.



However, right from its beginning, Biocoop chose to put forward its basic values – equity, cooperation, respect of strong social and ecological criteria, transparency and traceability, consumer sensitisation – through a charter and guideline.

In response to the challenge of climate change, Biocoop has developed an environmental programme that aims to reduce its consumption of natural resources, combat pollution and raw material waste, and protect biodiversity and natural habitats.

Biocoop operates four logistics platforms that have been and will be further developed from 2018 till 2020 within the specifications ISO14001-certified, HQE Excellence-certified, renewable electricity and installation of photovoltaic panels.

The Biocoop transport company (STB) is reducing its environmental impact by upgrading its transport fleet. It delivers to all stores and collects from producers and partner suppliers.

- Reduction of CO₂ by 13.5% between 2015 and 2017
- 100% of vehicles using eco-friendly fuel
- River transport of goods wherever possible

We are extremely proud to have found such an exemplary and expert partner in terms of sustainability and environmentally conscious action in Biocoop and look forward to continuing our successful collaboration.





Netzwerk- partner

Gemeinsam sind wir stärker

Um immer auf dem aktuellen Informationsstand bezüglich Markt, politischer Entwicklungen, regulatorischer Anforderungen und wissenschaftlicher Erkenntnisse zu sein, ist es für Holle selbstverständlich, sich in proaktiven Netzwerken zu engagieren. Um Einfluss auf diese Themenvielfalt nehmen zu können, braucht es einen kontinuierlichen Austausch und eine enge Zusammenarbeit mit verschiedenen Institutionen.

Wir beleuchten hier stellvertretend einige Netzwerk-Partner:

Network partners

Stronger together

engl. In order to keep up to date with the latest information concerning the market, political developments, regulatory requirements and scientific knowledge, Holle sees its participation in proactive networks as crucial. To be able to influence this wide variety of areas, continuous exchange and close collaboration with different institutions is required.

Here are some of our network partners:



Die Swiss Infant Nutrition Association (SINA) ist eine Fachgruppe der Swiss Association of Nutrition Industries (SANI), eines Branchenverbands der Föderation der Schweizerischen Nahrungsmittelindustrie (fiAL). SANI vertritt die Interessen der Babynahrungshersteller in der Schweiz. Dazu treten wir gemeinsam in Kontakt mit schweizerischen Behörden und Fachgesellschaften, um für Themen rund um Baby-nahrungsprodukte zu sensibilisieren und Aufklärungsarbeit zu leisten.

engl. The Swiss Infant Nutrition Association (SINA) is a specialist group of the Swiss Association of Nutrition Industries (SANI), an industry association of the Federation of the Swiss Food Industry (FIAL). SANI represents the interests of baby food manufacturers in Switzerland. For this purpose, we approach Swiss authorities and professional societies together to raise awareness of issues concerning baby food products and carry out educational work.

Anne Mutter,
CEO bei Holle, seit
Sommer 2019 im AÖL-Vorstand:
Sie verantwortet gemeinsam mit
allen Vorstandsmitgliedern und der
Geschäftsführung die Ausrichtung
der Arbeitsgemeinschaft.

Anne Mutter, CEO at Holle, has been a
member of the AÖL board since summer
2019. Together with the other board
members and management, she
is responsible for the organ-
isation of the working
group.



Die Assoziation ökologische Lebensmittelhersteller e.V. (AÖL) hat über 110 Mitglieder, die sich für ökologische und zukunftsfähige Lebensmittel engagieren. Der Verband setzt sich für die Weiterentwicklung des europäischen Rechts, insbesondere des Biorechts, die Förderung des Bewusstseins der Werte von Lebensmitteln sowie die Prozessqualität ökologischer Lebensmittel ein. Hinzu kommt die politische Interessensvertretung auf nationaler und europäischer Ebene sowie die Förderung des Austauschs und der Kooperation der Mitglieder.

engl. The Association of Organic Food Processors (AÖL) has over 110 members, who are committed to ecological and sustainable food. The association is committed to the further development of European regulations, in particular the Organic Regulation, the promotion of value awareness for foods and ensuring the process quality of ecological products. It also engages in political lobbying at a national and European level and promotes exchange and collaboration between members.



Der Diätverband vertritt die Interessen von etwa 40 Herstellern diätetischer Lebensmittel gegenüber staatlichen Organen, Wissenschaft und Öffentlichkeit auf nationaler und europäischer Ebene. Durch nationale und internationale Mitgliedschaften begleitet der Diätverband die Entwicklung von Markt und Recht (Diätrecht).

Wir sind im Diätverband in unterschiedlichen Arbeitsgruppen engagiert und können so zu vielfältigen Themen unsere Erfahrung einbringen und uns mit anderen Herstellern und Experten austauschen. Explizit sind wir in den Arbeitsgruppen Kindernahrungsexperten, Lebensmittelsicherheit, Beikost, Kindernahrungsjuristen und Rechtsausschuss vertreten.

engl. *The Federal Association of Producers of Food for Special Dietary Purposes (Diätverband) represents the interests of some 40 manufacturers of dietary foods vis-à-vis government bodies, science and the public on a national and European level. Through national and international memberships, the Diätverband supports the development of the dietary market and legislation.*

We are involved in various working groups in the Diätverband where we are able to contribute our experience on a wide range of topics and exchange ideas with other manufacturers and experts. Specifically, we participate in the working groups Child Nutrition Experts, Food Safety, Weaning Products, Child Nutrition Lawyers and Judiciary Committee.

Interview mit / with **Kati Voss**

Stu. Leitung Holle-Qualitätsmanagement
Deputy head of Holle quality management

Was sind Deine Aufgaben beim Diätverband?

„Ich bin im Ausschuss der Kindernahrungsexperten vertreten. Hier tauschen wir uns mit Vertretern der Branche regelmässig über aktuelle ernährungswissenschaftliche Themen zur Kinderernährung aus. Konkret sind dies Fragestellungen zur Lebensmittelsicherheit und das Verfassen von Stellungnahmen zu Kunden- und Behördenanfragen.“

Warum ist die Zusammenarbeit so wichtig?

„Insbesondere bei rechtlichen Angelegenheiten ist die Zusammenarbeit eine wichtige Stütze, um die vielfältigen Fragen im sensiblen Markt für Babylebensmittel zu bearbeiten.“

engl. *What are your tasks in the Diätverband nutritional association?*

'I am on the Committee of Child Nutrition Experts. Through this group, we regularly exchange information on child nutrition with industry representatives. Specifically, we deal with issues concerning food safety and formulating statements to questions from customers and authorities.'

Why is this collaboration so important?

'Collaboration is a particularly important source of support when it comes to legal matters in order to answer the many questions asked in the sensitive market for baby food.'





Demeter-Verband Schweiz *Demeter Association Switzerland*

Holle ist international Demeter-zertifiziert. Unsere wichtigsten Märkte sind Deutschland und die Schweiz – in beiden Ländern nehmen wir unsere Verantwortung mit persönlicher Vertretung in der Demeter-Verbandsarbeit wahr.

Hier gehen wir gerne näher auf unser Engagement in der Schweiz ein:

Der Schweizerische Demeter-Verband ist ein Zusammenschluss der Organisationen im Bereich Produktion, Verarbeitung und Handel sowie Konsum von Demeter-Produkten. Er ist im Auftrag vom Markeneigentümer IBDA (Internationaler Verein für biodynamische Landwirtschaft, CH-Arlesheim) Verwalter des Demeter-Markenzeichens in der Schweiz und hat den Auftrag, die Marke Demeter zu schützen und zu fördern.

engl. *Holle has international Demeter certification. Our main markets are Germany and Switzerland – in both countries, we embrace our responsibility through personal representation in Demeter activities.*

Let's take a closer look at our participation in Switzerland.

Demeter Association Switzerland is an amalgamation of organisations involved in the production, processing, trade and consumption of Demeter products. On behalf of the brand owner IBDA (International Biodynamic Association, Arlesheim, Switzerland), it manages the Demeter trademark in Switzerland and is responsible for protecting and promoting the Demeter brand.

Interview mit /with **Angelo Ferrara**

Holle-Geschäftsführung
Holle management board

Was sind Deine Aufgaben beim Demeter-Verband Schweiz?

„Der Verband besteht aus drei Poolpartnern. Ich vertrete im Vorstand des Demeter-Verbandes Schweiz die Interessen der IG Demeter-Verarbeitung und Handel. Wir treffen im Vorstand gemeinsam Entscheidungen zur Weiterentwicklung und zum Schutz der Marke Demeter im Hoheitsgebiet Schweiz.“

Wie arbeiten die nationalen Demeter-Verbände zusammen?

„Es ist das gemeinsame Bestreben aller Demeter-Verbände, die Qualität und Marke Demeter zu schützen.“

Was kann Holle beitragen?

„Wir von Holle haben einen grossen Erfahrungsschatz, was Marken und den Ausbau der Bekanntheit angeht. Dazu können wir viel Input geben und unser Know-how gezielt zur Stärkung der Marke Demeter in der Schweiz einbringen.“

engl. *What are your tasks in the Demeter Association Switzerland?*

'The association consists of three pool partners. I represent the interests of IG Demeter processing and trade on the board of the Demeter Association Switzerland. As the board, we make decisions on the further development and protection of the Demeter brand throughout Switzerland.'

How do the national Demeter associations collaborate?

'The common aim of all Demeter associations is to protect the Demeter brand and quality.'

How can Holle contribute?

'At Holle, we have a wealth of experience when it comes to brands and increasing their awareness. We can offer a lot of input and use our know-how to strengthen the Demeter brand in Switzerland.'





Im Kontakt mit der Mütter- und Väterberatung Ein wertvoller Austausch für Eltern

In contact with the
Mütter- und Väterberatung
A valuable exchange for parents



Fachtagung vom „Schweizerischen Fachverband Mütter- und Väterberatung“, 14. – 15. März 2019, Luzern (Schweiz)

Symposium by the 'Schweizerischer Fachverband Mütter- und Väterberatung', 14 – 15 March 2019, Lucerne, Switzerland

Sarah Keller und Annick Gendre,
Holle-Aussendienstmitarbeiterinnen
Holle sales representatives

Die Mütter- und Väterberatung (MVB) ist eine schweizweite, gemeinnützige Anlaufstelle mit kostenlosem Beratungsservice für Eltern mit Neugeborenen und Kleinkindern. Hier beraten, unterstützen und begleiten Fachpersonen – immer individuell auf die Bedürfnisse der Eltern und ihrer Kinder zugeschnitten.

Manche Eltern wünschen Ratschläge zu Themen wie Stillen, Zufüttern, zur Wahl der richtigen Säuglingsmilch. Oder sie haben spezielle Fragen zur Beikost.

Selbsterverständlich steht bei der Beratung frischgebackener Eltern das Thema Stillen im Vordergrund. Denn mit der Muttermilch bekommt das Baby jederzeit die optimale, auf den jeweiligen Entwicklungsprozess abgestimmte Nahrung. Wir von Holle empfehlen deshalb für die ersten sechs Monate ausschliessliches Stillen und danach weiteres Stillen zusammen mit einer dem Alter angepassten und ausgewogenen Beikost.

Unsere Holle-Aussendienstmitarbeiter in der Schweiz unterstützen die Beratungsstellen rund um Fragen zur Baby- und Kleinkindernahrung. Wir stehen den Fachpersonen beratend zur Seite, informieren über unsere Produktneheiten und geben Ernährungsempfehlungen. „Für die Beratungsstellen sind wir ein wertvoller Gesprächspartner“, so Monika Ott, Holle-Aussendienstmitarbeiterin, „und wir tragen dazu bei, dass der neueste Kenntnisstand rund um die Ernährung der Kleinsten und vor allem der Übergang zur Beikost sichergestellt wird.“

Die MVB berät nach den pädiatrischen Ernährungsrichtlinien. Natürlich gibt es im Beratungsalltag auch immer wieder Rückfragen zu unseren Produkten. „In einem konstruktiven Dialog mit der MVB wird dann die Thematik im Gespräch erörtert und gemeinsam erfolgreich geklärt“, ergänzt hier Sarah Keller, Holle-Aussendienstmitarbeiterin.

engl. *The Mütter- und Väterberatung (MVB) is a Switzerland-wide, non-profit contact point with a free advisory service for parents with newborns and small children. Here, experts provide advice, guidance and support – always tailored to the needs of the parents and their children.*

Many parents are looking for advice on subjects like breastfeeding, supplementary feeding, choosing the right infant formula. Or they have specific questions about weaning.

Of course, for brand-new parents, the topic of breastfeeding takes centre stage. Because breast milk provides the baby with the optimal nutrition appropriate for the respective developmental stage at all times. We at Holle therefore recommend exclusive breastfeeding for the first six months, followed by further breastfeeding in conjunction with age-appropriate and balanced weaning.

Our Holle sales representatives in Switzerland support the information centres when it comes to questions about nutrition for babies and small children. We support the experts, provide information on our new products and offer nutritional recommendations. 'We are a valuable dialogue partner for the information centres,' says Monika Ott, a Holle sales representative, 'and we also contribute to ensuring the latest expertise on nutrition for little ones and, above all, the transition to solid food.'

The MVBs provide advice in accordance with paediatric dietary guidelines. Of course, during the day-to-day provision of advice, queries often crop up concerning our products. 'As part of a constructive dialogue with the MVBs, the topic is discussed and cleared up successfully,' adds Sarah Keller, a Holle sales representative.



Rezepte, Ernährungstipps und vieles mehr findest Du auf:

You can find recipes, nutritional tips and much more on:

#HOLLEBABYFOOD





RESSOURCEN RESOURCES

Babykost ohne Fussabdruck Für eine klimaneutrale Holle-Welt

Bodenerosion ist ein Thema, mit dem sich landwirtschaftliche Betriebe – und damit auch wir – auseinandersetzen müssen. Intensive Landwirtschaft verursacht Humus- und damit Kohlenstoffabbau im Boden. Dadurch entstehen klimaschädliche Treibhausgase, die es zu reduzieren gilt. Denn nach wie vor steigen die weltweiten CO₂e-Emissionen, auch wenn sich der Anstieg seit 2013 verlangsamt hat. Im Vergleich zu Produkten aus konventioneller Landwirtschaft können bei Demeter-Erzeugnissen auf landwirtschaftlicher Ebene nicht nur weniger klimaschädliche Treibhausgase erzeugt werden, manchmal wird sogar mehr CO₂ gebunden als ausgestossen.

Im Laufe der weiteren Wertschöpfungskette/Verarbeitung entstehen jedoch zusätzliche CO₂e-Emissionen, die wir bereits seit 2013 kompensieren, und zwar über Kompostprojekte in Ägypten und Südafrika – beide in Kooperation mit Soil & More Impacts. Zukünftig kompensieren wir nun auch durch biologische sowie ggf. biodynamische Landwirtschaftsprojekte direkt vor unserer Haustüre. „Anstatt Emissionszertifikate im Ausland zu kaufen, haben wir ein Konzept entwickelt, das es unseren Kunden ermöglicht, Emissionen innerhalb der eigenen Lieferkette auszugleichen und direkt deren Nachhaltigkeit zu verbessern“, so Tobias Bandel, Klimaexperte und Geschäftsführer von Soil & More Impacts.

„Ein Emissionsausgleich durch die Kooperation mit regionalen Bio-Landwirten – das ist für Holle ein weiterer Schritt zu dem Ziel, unseren Kunden alle Produkte klimaneutral anbieten zu können.“

‘Emissions offsetting thanks to our cooperation with regional organic farms – for Holle, this is a further step towards the goal of being able to offer all of our products to our customers climate-neutrally.’

Anne Mutter, CEO,
Holle-Geschäftsführung
Holle management board

Baby food without a footprint For a climate-neutral Holle world

engl. Soil erosion is a topic that agricultural operations have to deal with – meaning that we do, too. Intensive agriculture causes humus depletion and therefore carbon degradation in the soil. This results in climate-damaging greenhouse gases, which need to be reduced because global CO₂e emissions continue to rise – even if this increase has slowed since 2013. Compared to conventionally farmed products, Demeter products not only allow a reduction in the generation of climate-damaging greenhouse gases at an agricultural level; sometimes, more CO₂ is bound than emitted.

However, additional CO₂e emissions result further along the value chain or during subsequent processing, and we have been offsetting these since 2013 by means of compost projects in Egypt and South Africa – both in association with Soil & More Impacts. In future, we will now also be offsetting via organic and, if applicable, biodynamic agricultural projects right on our doorstep. ‘Rather than purchasing emissions certificates abroad, we have developed a concept that allows our customers to offset emissions within their own supply chain and improve sustainability immediately,’ says Tobias Bandel, climate expert and managing director of Soil & More Impacts.



Im Fokus steht die Kooperation mit Bio- und Demeter-Höfen in Deutschland, die eine emissionsfreundliche bzw. CO₂-bindende Arbeitsweise anwenden und so das Potenzial der Kohlenstoffbindung ihrer Böden nutzen. Für eine bessere Bodenstruktur wird u. a. die Arbeit mit dem Pflug reduziert und die landwirtschaftliche Fläche durch Mehreinsatz von Zwischenfrüchten bewirtschaftet. So gelangt mehr Biomasse in den Boden und der Bodenaufbau mit Humus wird gefördert. Humus ist wertvoller Bodenstrukturgeber, Nährstoff- und Wasserspeicher und erleichtert den Aufbau von organischen Substanzen, was den Klimawandel positiv beeinflusst.

Die Datenerhebung und Berechnung der regionalen Emissionszertifikate erfolgen dabei nach der gleichen Methode wie bei unseren bisherigen Emissionsreduktionsprojekten im Ausland.

Dass wir unseren CO₂e-Ausgleich auch mit regionalen Projekten realisieren können, ist für uns ein grosser Schritt in eine klimafreundlichere Zukunft. Unser bisheriges Engagement setzen wir selbstverständlich fort. Wir werden weiter an der Minimierung unserer CO₂e-Emissionen arbeiten und weitere Produkte in unserem Sortiment klimaneutral herstellen. Aktuell sind bereits alle Säuglingsmilchnahrungen sowie Milch-, Getreide- und Müsliprodukte CO₂e-zertifiziert.

The focus is on the cooperation between organic and Demeter farms in Germany employing emission-friendly or CO₂-binding working methods and thus exploiting their soil's carbon sequestration potential. In order to facilitate an improved soil structure, work with the plough, among other things, is reduced and the agricultural land is cultivated with the additional use of catch crops. Thus, more biomass gets into the soil and soil formation with humus is supported. Humus is a valuable provider of soil structure, retains nutrients and moisture, and facilitates the formation of organic substances, which has a positive influence on climate change.

In the process, data gathering and the calculation of regional emissions certificates take place using the same method as our previous emission reduction projects abroad.

For us, the fact that we are also able to implement our CO₂e offsetting with regional projects is a big step towards a more climate-friendly future. We will of course continue with our previous commitments. We will continue to work on reducing our CO₂e emissions and will offer additional climate-neutral products within our range. At present, all infant formulas, as well as milk, grain and muesli products, are already CO₂e-certified.



Verantwortungsvoller Umgang mit Verpackungen

A responsible approach to packaging



Das Thema Verpackungen ist heutzutage weltweit in aller Munde – wie können wir Verpackungsmaterial reduzieren und wertvolle Ressourcen schonen?

In Deutschland geht man mit gutem Beispiel voran, denn seit Anfang 2019 gibt es hier ein neues Verpackungsgesetz. Es gilt das Prinzip der Produktverantwortung: Hersteller, die Verpackungen in Umlauf bringen, müssen sich an einem dualen System beteiligen. Holle hat einen Entsorger gewählt, dem die Verantwortung für die Sammlung, Sortierung und Verwertung der Verpackungsabfälle übertragen wird. Wir bezahlen Gebühren, die vom Gewicht der von uns in Umlauf gebrachten Packungen abhängen. Zudem sind wir neu verpflichtet, uns und unsere Verpackungen bei der Stiftung „Zentrale Stelle Verpackungsregister“ zu registrieren und jedes Jahr einen Nachweis über sämtliche in Verkehr gebrachten Mengen von Verkaufs- und Umverpackungen darzustellen.

engl. *Nowadays, packaging is the subject of great debate around the world – how can we reduce packaging materials and conserve precious resources?*

Germany is setting a good example because a new packaging law has been in place here since the start of 2019. The principle of product responsibility applies: manufacturers who put packaging into circulation must participate in a dual system. Holle has selected a waste disposal contractor to take on responsibility for the collection, sorting and recovery of packaging waste. We pay fees based on the weight of the packaging we put into circulation. In addition, we are now obliged to register ourselves and our packaging with the foundation 'Zentrale Stelle Verpackungsregister' (central-point packaging register) and, on an annual basis, to present proof of all sales packaging and repackaging volumes put into circulation.

Optimal verpackt **Sicher und nachhaltig**

Nicht erst mit der neuen Verpackungsverordnung ist für uns das Thema Verpackungen bedeutend. Produkte entlang der ganzen Wertschöpfungskette nachhaltig zu gestalten, ist uns seit jeher ein wichtiges Anliegen.

Bei allen Holle-Verpackungen setzen wir auf einen Vollkarton mit einem hohen Recyclinganteil zwischen 85 und 95%. Mit colordruck Baiersbronn – unserem langjährigen Druckpartner für den grössten Teil unserer Faltschachteln – haben wir einen starken Partner, der sehr nachhaltig herstellt und seine Produktionsabläufe stetig optimiert. So beispielsweise mit der Nutzung von Ökostrom oder einer neuen Photovoltaikanlage.

Die Verpackungen unserer Holle-Pouches sind bereits umgestellt: Wir können fortan auf die bislang verwendete Aluminiumfolie verzichten. Die Fruchtpürees befinden sich nun in einer dreilagigen Verpackung aus Papier, PET und PE. Die Schichten haben die unverzichtbare Funktion einer Barriere und dienen dem Schutze des Produktes vor

Optimally packaged **Safe and sustainable**

engl. *The subject of packaging did not become a significant theme for us merely with the new packaging regulation. Making products sustainable throughout the entire value chain has always been an important concern for us.*

For all Holle packaging, we rely on solid cardboard with a high proportion of recycled material – between 85 and 95%. In colordruck Baiersbronn – our long-term printing partner for the majority of our folding boxes – we have a strong partner that manufactures highly sustainably and that is always optimising its production processes. With the use of green electricity and a new photovoltaic system, for example.

The packaging for our Holle pouches has already been updated: from now on, we will be able to dispense with the aluminium foil used previously. The fruit purees are now contained in three-layer packaging made of paper, PET and PE. The layers fulfil the indispensable



Verunreinigung und Verderb. Diese Beutelverpackung wird immer wieder kontrovers diskutiert: Wissenschaftliche Studien entkräften Vorbehalte gegenüber Einwegverpackungen. So werden Pouchbeutel als ebenso ökologisch vorteilhaft wie eine Verpackung aus Glas eingestuft. Das hat das unabhängige Institut für Energie- und Umweltforschung (IFEU) bei einer Ökobilanzstudie veröffentlicht. Auch der Transport der extrem leichten Pouches wirkt sich positiv auf die Umweltbilanz aus, denn es wird deutlich mehr Inhalt als Verpackung transportiert.

Mit unseren Folienbeuteln sind wir aus Nachhaltigkeitsaspekten noch nicht zufrieden. Wir arbeiten hier mit unseren Lieferanten daran, zukünftig noch ressourcenschonendere Packungsalternativen einzusetzen. Doch die Produktsicherheit muss an erster Stelle stehen und deshalb können wir auf diese Art von Verpackung aktuell nicht verzichten.

Nachhaltigkeit wird bei Holle gelebt. Und deshalb schauen wir auf die gesamte Herstellungs- und Lieferkette. Wir optimieren unsere Packungen stetig und arbeiten hier Hand in Hand mit unseren Lieferanten.



role of a barrier and serve to protect the product from contamination and spoilage. This pouch packaging continues to be the subject of controversial debate: scientific studies refute misgivings regarding single-use packaging. Pouches are thus classified as being just as ecologically beneficial as glass packaging. This was published by the independent Institut für Energie- und Umweltforschung (institute for energy and environmental research – IFEU) as part of a life cycle assessment. Even transportation of the extremely lightweight pouches has a positive impact on environmental balance because considerably more contents than packaging are transported.

From a sustainability perspective, we are not yet satisfied with our foil pouches. We are working with our suppliers here in order to use packaging alternatives that are even more resource-efficient. Product safety must however take priority and we are therefore currently unable to give up this type of packaging.

Holle lives sustainability. We therefore examine the entire production and supply chain. We are continually optimising our packaging and work hand in hand with our suppliers.



Mit ökologischer Züchtung Vielfalt sichern

Ensuring diversity with ecological cultivation

GLS *Treuhand*
**Zukunftsstiftung
Landwirtschaft**

Saatgut ist die Grundlage unserer Ernährung. Anders als konventionelle Landwirtschaft basiert der Ökolandbau auf einem ganzheitlichen Konzept und braucht Sorten,

die sich durch Vielfalt, Nachbaufähigkeit und regionale Anpassung auszeichnen. Die Ökozüchter arbeiten mit samenfesten Sorten, denn diese sind robust, lassen sich natürlich vermehren und werden zumeist von Wind und Insekten bestäubt.

Wir unterstützen bereits seit Jahren den Saatgut- und Tierzuchtfonds der Zukunftsstiftung Landwirtschaft. Diese Stiftung fördert gemeinnützige Projekte im Bereich der ökologischen und nachhaltigen Landbewirtschaftung. Ihr Ziel ist, die biologische Landwirtschaft als Leitbild künftiger Agrarpolitik zu etablieren. Der Schwerpunkt der Stiftung liegt über den Saatgutfonds in der Förderung der Züchtungsforschung und Entwicklung neuer Sorten im Bereich Gemüse, Getreide und Obst. Die Pflanzen werden unter biologischen oder biodynamischen Bedingungen angebaut und stehen für besten Geschmack und Nahrungsqualität. Neben weiteren Themenfeldern ist der Tierzuchtfonds mit der Förderung artgerechter Tierzucht im Bereich Geflügel und Rinder ein wichtiges Arbeitsfeld. Er fördert Züchtungsinitiativen, die verantwortungsvoll und artgemäß züchten und so Gesundheit, Leistung und Wohlbefinden der Tiere ins Gleichgewicht bringen.

Mit unserem Engagement fördern wir langfristig die Vielfalt der ökologisch gezüchteten und gentechnikfreien Sorten und damit den Erhalt des Ökolandbaus.

engl. *Seeds underpin our diet. Unlike conventional farming, ecological cultivation is based on a holistic concept and requires varieties characterised by diversity, the ability to reproduce and regional adaptation. Ecological cultivators work with true-to-seed varieties because they are robust, can propagate naturally, and, in most cases, are pollinated by wind and insects.*

We have been supporting the seed and livestock breeding fund of the agricultural foundation Zukunftsstiftung Landwirtschaft for years. This foundation promotes non-profit projects in the field of ecological and sustainable land management. Its aim is to establish organic farming as a guiding principle for future agricultural policy. With the seeds fund, the foundation's focus lies in promoting research and development for the cultivation of new varieties in the area of vegetables, grains and fruit. The plants are grown under organic or biodynamic conditions and represent optimal flavour and nutritional quality. Alongside other subject areas, the animal husbandry fund is a vital sphere of activity with the promotion of species-appropriate animal breeding in the field of poultry and cattle. It promotes breeding initiatives that farm responsibly and species-appropriately, thus harmonising health, performance and the well-being of the animals.

With our commitment, we are providing long-term support for the diversity of ecologically bred and GM-free varieties and, as a result, the preservation of ecological farming.

Kernkraft? Ja, bitte!

Wir essen, was wir säen

Mit der Kampagne machen sich denn's BioMarkt und die BioMarkt Verbundgruppe für eine zukunftsfähige Ökozüchtung stark. Die Initiatoren machen darauf aufmerksam, wie wichtig der Erhalt von Bio-Saatgut ist. Viele Nutzpflanzen sind heute genetisch identisch, weltweit sind 94% der einstigen Pflanzenvielfalt verloren. Um die Ökozüchtung weiter voranzubringen, wurde 2019 von den Initiatoren ein Scheck über 300.000,- Euro an den Saatgutfonds der Zukunftsstiftung Landwirtschaft überreicht. Die Biomärkte haben für diese Kampagne starke Unterstützer unter ihren Lieferanten – so auch Holle.

The power of seeds

We eat what we sow

With this campaign, denn's BioMarkt and the BioMarkt associated group are fighting for sustainable ecological cultivation. The initiators are drawing attention to the importance of preserving organic seeds. Today, many crop plants are genetically identical. Around the world, 94% of past plant diversity has been lost. In order to further promote ecological cultivation, a cheque for €300,000 was presented to the seeds fund der Zukunftsstiftung Landwirtschaft agricultural foundation by the initiators in 2019. For this campaign, the organic markets have strong support among their suppliers – including Holle.





MITARBEITER EMPLOYEES

Holle hilft Holle helps

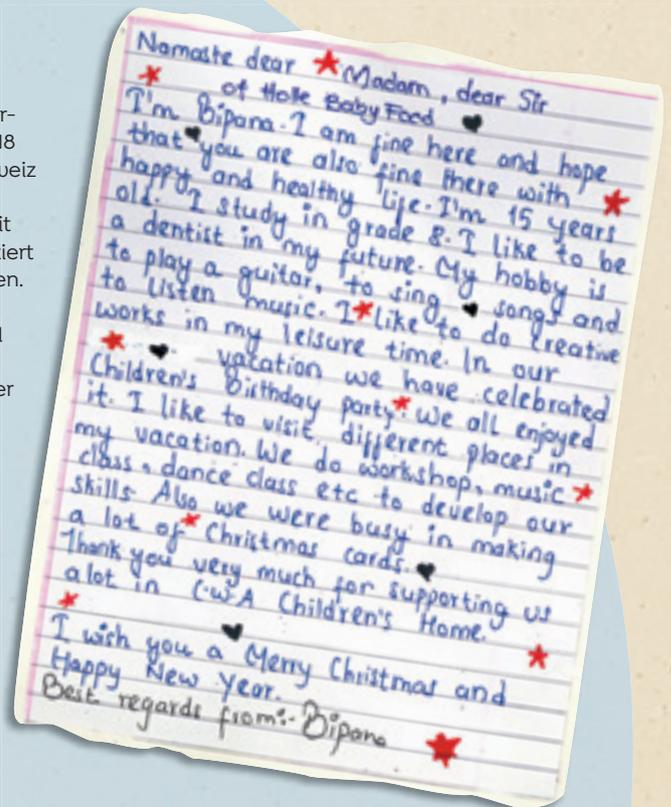


Mitarbeiter, Geschäftsleitung und die Firma Holle unterstützen seit Jahren Projekte für Kinder weltweit, so 2018 das Kinderheim der Children Welfare Association Schweiz (CWA) in Pokhara, Nepal. Neben dem Mentoring von ausgebildeten Betreuern und Therapeuten konnten mit unserer Spende u. a. Schul- und Collegebesuche finanziert und landwirtschaftliche Anbauflächen erweitert werden.

2019 ging unsere Mitarbeiterspende an die Stiftung Pro Universitätsspital beider Basel – für ein Kinderlachen mehr: Die Stiftung setzt sich für die Erhaltung und Entwicklung notwendiger Rahmenbedingungen für Kinder während ihres Spitalaufenthaltes im Universitäts-Kinderspital beider Basel (UKBB) ein.

engl. Employees, management board and the Holle company have been supporting children's projects around the world for years, such as the Children Welfare Association Switzerland (CWA) children's home in Pokhara, Nepal, in 2018. Alongside mentoring for trained caregivers and therapists, our donation was able to finance, among other things, school and college visits and expand agricultural areas.

In 2019, our employee donations went to the 'Stiftung Pro Universitätsspital beider Basel – für ein Kinderlachen mehr': the foundation campaigns for the preservation and development of essential framework conditions for children during their hospital stay at the Universitäts-Kinderspital beider Basel (UKBB).





Neue Holle-Köpfe – Vielfalt wird bei uns gelebt

New minds at Holle – we live diversity

„Holle ist ein multikulturelles Unternehmen – Vielfalt pur.“
‘Holle is a multicultural company – pure diversity.’
Aziza Boughanmi, Sales Manager
Sales manager



**Neu!
New!**

„Die Entwicklungsmöglichkeiten bei Holle sind individuell und vielfältig.“
‘The potential for development at Holle is personal and varied.’
Sonja Schneider, Produktmanager
Product manager

„Der respektvolle Umgang miteinander ist etwas ganz Besonderes.“
‘A respectful approach to one another is something very special.’
Volkhard Werner, Senior-Projektmanager
Senior project manager

Seit der Herausgabe unseres letzten Magazins im Frühjahr 2018 gab es einigen Zuwachs und unser Holle-Team besteht inzwischen aus 44 Mitarbeitern: eine bunte Mischung über alle Altersgruppen hinweg, mit den unterschiedlichsten Ausbildungen und Erfahrungen, multikulturell und multinational. Diese Mischung bringt eine Ideenvielfalt, welche in die tägliche Arbeit einfließt und erheblich zum Erfolg unseres Unternehmens beiträgt.

Nachhaltig zu handeln bedeutet für uns auch, unsere Mitarbeiter zu fördern, ihnen den nötigen Freiraum zu geben, um sich persönlich zu entfalten und um ihre Vielfältigkeit in unser Unternehmen einzubringen.

engl. *There has been some growth since the last edition of our magazine was published in spring 2018, and our Holle team is now made up of 44 employees: a rich tapestry across all age groups with a wide range of educational backgrounds and experience, as well as being multicultural and multinational. This blend brings a broad variety of ideas that flow into our daily work and make a significant contribution to the success of our business.*

For us, acting sustainably also means supporting our employees, providing them with the necessary space to develop on a personal level and to bring their diversity to our company.



Ganz oben mit dabei

Auszeichnung als einer
der besten Arbeitgeber
in der Schweiz



*Great Place to Work
Award as one of the best
employers in Switzerland*

engl. *We have been honoured again in 2019 in the 'Great Place to Work' study as one of the best employers in Switzerland, even making it to the podium with our third place in the category of 'Company with 20-49 employees'. We are all very proud of this. But we don't want to rest on our laurels after this great result. We see it as motivation to do all we can to maintain this and develop ourselves further in future, too.*

This evaluation stands for a credible management team that cooperates respectfully and fairly with its employees, for the high number of employees who identify with the company and for a strong team spirit.

All employees at participating employers were asked their opinion anonymously for the ranking. The results of the study show what the foundations for a good workplace culture look like: credibility, respect and appreciation, fairness (including for remuneration), and team spirit.

Auch 2019 sind wir im Rahmen der „Great Place to Work“-Studie als einer der besten Arbeitgeber der Schweiz ausgezeichnet worden und haben mit unserem 3. Platz in der Kategorie „Unternehmen mit 20 – 49 Mitarbeitern“ sogar das Podest erreicht. Darauf sind wir alle sehr stolz. Doch wir möchten uns auf diesem guten Ergebnis nicht ausruhen, sondern sehen es als Ansporn, auch in Zukunft alles dafür zu tun, dieses zu halten und uns weiterzuentwickeln.

Die Bewertung steht für ein glaubwürdiges Management, das respektvoll und fair mit seinen Mitarbeitenden zusammenarbeitet, für eine hohe Identifikation der Beschäftigten mit ihrem Unternehmen und für einen starken Teamgeist.

Für das Ranking werden bei den teilnehmenden Arbeitgebern alle Mitarbeiter anonym zu ihrer Meinung befragt. Die Studienergebnisse zeigen, was die Grundlagen einer guten Arbeitsplatzkultur sind: Glaubwürdigkeit, Respekt und Wertschätzung, Fairness (auch bei der Vergütung) und Teamgeist.

„Wir sehen die Auszeichnung als einen Erfolg und eine schöne Bestätigung dafür, dem kontinuierlichen Anspruch des Unternehmens – die Organisation und damit auch die Verantwortung der Mitarbeitenden weiter zu stärken und auszubauen – gerecht zu werden.“

‘We see the award as a success, as well as being a nice acknowledgement that we are satisfying the company’s ongoing demand to continue to strengthen and develop the organisation and thus also employee responsibility.’

Anne Mutter, CEO,
Holle-Geschäftsführung
Holle management board



Gelebte Integration

The embodiment of integration

„Ich bin dankbar und sehr glücklich über meine Chance bei Holle.“

‘I am grateful and delighted about my opportunity at Holle.’

Bashir Hasan,
Auszubildender
Trainee



Viele Geflüchtete suchen eine berufliche Perspektive und bringen dafür gute berufliche und soziale Kompetenzen mit. Dennoch gestaltet sich der Einstieg in den Arbeitsmarkt schwierig.

Wir bei Holle sind uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und haben gemeinsam mit dem Unternehmen Weleda AG und dem Zentrum Erlenhof ein Pilot-Projekt für junge Menschen mit Fluchterfahrung zur beruflichen Orientierung ins Leben gerufen.

Um sich beruflich zu orientieren, haben drei junge Menschen mit Fluchthintergrund für insgesamt vier Wochen an sogenannten „Orientierungswochen“ teilgenommen. Ein für alle Teilnehmer jeweils individuell ausgearbeitetes Programm gab jedem einen guten Einblick in die Arbeitsgewohnheiten und -gegebenheiten.

Das Spannende dabei: Obwohl von den beteiligten Unternehmen nicht eingeplant, konnten einige Teilnehmer Vorlehren beginnen – so auch Bashir Hasan, geflüchtet aus Syrien. Er startete bei uns im Sommer 2018 eine kaufmännische Vorlehre. Seit August 2019 absolviert er hier seine zweijährige Ausbildung als Büroassistent (EBA).

Mit diesem Projekt möchten wir weitere Unternehmen dazu inspirieren, Menschen mit Fluchthintergrund eine Chance zur beruflichen Integration zu geben.

engl. Many refugees are looking for employment prospects and bring good professional and social skills with them. However, getting onto the job market is difficult.

We at Holle are aware of our social responsibility and, together with the company Weleda AG and the Zentrum Erlenhof, we have launched a pilot project for young people with experience as refugees to provide professional orientation. In order to find career orientation, three young people with a refugee background took part in four-week-long so-called ‘orientation weeks’. A programme tailored to each participant provided them all with good insights into working practices and conditions.

The exciting thing: although this was not planned by the companies taking part, some participants were able to start pre-vocational training – such as Bashir Hasan, a refugee from Syria. He began pre-vocational commercial training with us in the summer of 2018. As of August 2019, he is completing a two-year training programme as an office assistant (EBA).

With this project, we want to inspire more companies to give people with a refugee background a chance to integrate professionally.

Ideenmanagement

FRISCHE IDEEN AUS VERSCHIEDENEN BLICKWINKELN

Unser Team verfügt über ein hohes Fachwissen. Und genau das möchten wir bündeln und unsere Mitarbeiter dazu motivieren, dieses Wissen mit uns zu teilen. Jede Idee ist es wert, ins Ideenmanagement einzufließen.

Voraussetzung für ein intaktes Ideenmanagement ist ein offenes und kreatives Arbeitsklima sowie eine vertrauensvolle Unternehmenskultur. Und genau das leben wir bei Holle tagtäglich!

Wir sind davon überzeugt, dass wir mit diesem Werkzeug unser Unternehmen optimieren und Neuerungen gezielt in Gang setzen können.

Ideas management

FRESH IDEAS FROM A VARIETY OF PERSPECTIVES

engl. Our team possesses a high level of expertise. And this is precisely what we want to pool, motivating our employees to share this knowledge with us. Every idea is worthy of consideration in ideas management.

The prerequisite for sound ideas management is an open and creative working environment, as well as a trusting corporate culture. And this is precisely what we at Holle embody each and every day!

We are confident that we will be able to optimise our company with this tool and initiate innovations in a targeted way.





FAMILIE UND BERUF MITEINANDER VERBINDEN

FLEXIBLE ARBEITSZEITEN MACHEN ES MÖGLICH

COMBINING FAMILY AND CAREER

FLEXIBLE WORKING HOURS MAKE THIS POSSIBLE

Wie bekommen berufstätige Eltern Arbeit und Kinderbetreuung unter einen Hut? Was tun, wenn unvorhergesehene Ereignisse eintreten, die Betreuung plötzlich ausfällt oder das Kind krank ist?

Das Thema „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ ist längst in aller Munde und es stellt sich auch bei uns die Frage nach Lösungen, welche für Mitarbeiter und Unternehmen passen. Das Gehalt ist schon lange nicht mehr die wichtigste Komponente bei der Wahl des richtigen Arbeitgebers. Inzwischen gewinnen für Mitarbeiter andere Dinge wie flexible Arbeitszeiten oder individuelle Teilzeitmodelle immer mehr an Bedeutung.

Uns bei Holle ist diese Thematik sehr wichtig, denn gerade als Hersteller von Babynahrung liegen uns die Kleinsten, aber auch ihre Familien sehr am Herzen. Und da gilt unser Augenmerk natürlich vor allem unseren Mitarbeitern mit ihren Familien. Um Beruf und Familie vereinbaren zu können, gewähren wir individuelle, flexible Arbeitszeitmodelle: Teilzeitarbeit, verbunden mit Home-Office-Zeiten, teilweise sogar mit der Möglichkeit, zu 100% von zu Hause aus zu arbeiten – hierbei immer an die Anforderungen der jeweiligen Stelle angepasst.

Besonders geschätzt wird von unseren Mitarbeitern mit Kleinkindern, dass das Arbeitsvolumen jederzeit – und auch sehr kurzfristig – an die familiären Gegebenheiten angepasst werden kann. Sollte



„Bei Holle kann ich flexibel arbeiten – das schätze ich sehr und davon profitiert die ganze Familie.“

‘I can work flexibly at Holle – I really appreciate this and the whole family benefits.’

Lilli Zeoli, Produktmanager und Mutter
Product manager and mother



„Familie und Beruf optimal unter einen Hut bringen – das ist für uns eine Herzensangelegenheit.“

‘Optimally balancing family and work – this is something very close to our hearts.’

Anne Mutter, CEO,
Holle-Geschäftsführung
Holle management board

die Betreuung einmal unvorhergesehen ausfallen, ist ein spontaner Home-Office-Tag kein Problem. Oder man bringt das Kind ausnahmsweise einfach auch mal mit zur Arbeit. Das kommt hier und da vor, vor allem zu Ferienzeiten, wenn es an ausreichender Kinderbetreuung fehlt.

Bei Holle arbeiten viele Eltern in Teilzeit und wir sehen es als unsere Pflicht an, dass Familie und Arbeit optimal vereinbart werden können. Nur so schaffen wir es, als Team erfolgreich zusammenzuarbeiten.

engl. *How do working parents achieve a balance between working and looking after their children? What can be done in unforeseen circumstances? If childcare is suddenly cancelled or your child is sick?*

The topic of ‘reconciling family and work’ has long been a subject of debate and – for us, too – it demands solutions that work for employees and the company.

Pay has long since ceased to be the most important component when choosing the right employer. Employees now increasingly value things like flexible working hours or individual part-time models.

This topic is extremely important to us at Holle. As a manufacturer of baby food, little ones – but also their families – are very close to our hearts. And our attention is drawn in particular of course to our employees and their families. So as to be able to balance work and family, we guarantee tailored, flexible work time models. Part-time work combined with time spent working from home, sometimes even with the possibility of working exclusively from home – always tailored to the requirements of the respective post.

Employees with small children especially appreciate the fact that work volumes can always be adapted – even at short notice – to family circumstances. If childcare is unexpectedly cancelled one day, it is no problem to spontaneously work from home on that occasion. Or you can just bring your child to work with you as a one-off. It happens sometimes, especially during the holidays if sufficient childcare cannot be found.

Many parents work part-time at Holle and we see it as our duty to facilitate an optimal balance between family and work. Only in this way can we succeed in working as a team.

Unser Blick in die Zukunft

Nachhaltigkeit ist ein Denken an die Zukunft und ein Handeln in der Gegenwart

*Looking towards our future
Sustainability is thinking about the future
and acting in the present*



Unser Unternehmen entwickelt sich kontinuierlich weiter und zeigt heute eine Vielfältigkeit in den unterschiedlichsten Bereichen. Damit das Miteinander und die Integration jedes Einzelnen gelingen, braucht es ein vielseitiges Management und eine „nachhaltige“ Unternehmensführung. Und diese leben wir tagtäglich – immer wieder aufs Neue!

Bei jeder Entscheidung fragen wir uns: „Stimmt diese für den Moment?“ Und noch wichtiger: „Können wir auch in Zukunft noch hinter dieser Entscheidung stehen?“

Unser strategischer Weg zielt auf eine langfristige, gesunde und nachhaltige Unternehmensentwicklung. Darüber hinaus behalten wir immer die Frage im Blick: „Was können wir unseren nachfolgenden Generationen mitgeben, welche Lebensgrundlage hinterlassen wir ihnen und entwickeln sich unsere Entscheidungen nicht zu ihrem Nachteil?“

Wie sich unser Nachhaltigkeitsengagement weiterentwickelt und was wir zudem noch so alles bewegen, darüber berichten wir in einer nächsten Ausgabe. Bei all unserem Tun und Handeln bleiben wir ganz sicher unseren Grundsätzen und Werten treu – gemäss unserem Motto „Nachhaltig von Anfang an“.

engl. *Our company is continuously developing and today displays huge diversity in a wide variety of areas. In order to ensure the successful cooperation and integration of every individual, versatile management and 'sustainable leadership' are required. We embrace these concepts every day anew!*

With every decision, we ask ourselves, 'Is this the right way at this moment?'; and even more importantly, 'Will we still be able to defend this decision in the future?'

Our strategic journey focuses on long-term, healthy and sustainable company development. We are always guided by the same questions: 'What can we pass on to future generations? What living conditions will we leave for them? How can we ensure that our decisions are not to their detriment?'

We will report on how our commitment to sustainability is developing and what else we are doing in the next issue. One thing is certain – in all of our actions, we will stay true to our principles and values, embracing our motto of 'Sustainable from the beginning'.

Impressum / Imprint

Herausgeber / Published by:
Holle baby food AG
Lörracherstrasse 50
CH-4125 Riehen

Telefon / Phone:
+41 (0)61 555 07 00
Fax / Fax:
+41 (0)61 555 07 09
babyfood@holle.ch
www.holle.ch

**Konzeption & Redaktion /
Conception & edited by:**
Anne Mutter, Viola Hechinger,
Karin Henke

Text / Text:
Heike Bihlmann
blsc – bihlmann life science
communication
www.blsc.ch

**Grafische Konzeption &
Gestaltung / Graphic
conception & layout:**
Nena Weidhofer
Superherogroup OHG
www.superherogroup.de

**Fragen oder Feedback? /
Questions or feedback?**
sustainability@holle.ch

Fotos / Photos:
Shutterstock (Titel / Cover
illustrations by Hein Nou-
wens, Artur Balytskyi, Lislia,
Liliya shlapak), Seite / page
11–13 (wild meadow by
TomKli), 15 (bees by BTKS),
21 (no sugar by nito) | **Holle
baby food AG** (Seite / page 8
[wheat, cow, goat, children],
25 [recipes], 27, 46, 47, 48) |
Sonya Osmly (Seite / page 8
[mother with child], 21 [baby],
19, 30, 50 [family]) | **Soraya
Häßler** (Seite / page 2 [hands],
3, 7, 10 [head Shot], 17 [head

Shot], 26 [head shot], 32 [head
shot], 38 [head shot], 47, 49
[employee at desk]) | **Karkot
Trading Ltd.** (Seite / page 33,
34) | **Biocoop** (Seite / page
35 [store], 36 [employee,
farmer, truck]) | **Biopulver
GmbH** (Seite / page 10) | **Nena
Weidhofer** (Seite / page 12
[graphic], illustrations 6, 17,
23, 26 [globe], 31, 32, 41, 46, 48
[birds]) | **Getreide Uwe Wüst**
(Seite / page 14) | **Naturata
Logistik eG** (Seite / page 15,
16) | **Monte Ziego** (Seite /
page 22) | **Matthias Weber**

(Seite / page 23) | **Sarah Keller**
(Seite / page 40) | **colordruck
Baiersbronn** (Seite / page
44) | **Lilli Zeoli** (Seite / page
50 [mother and child]) |
Unsplash.com (Seite / page 32
Istanbul photo by Emre
Gencer, 35 background
photo by Bernard Hermant,
36 background photo: Les
routes sans fin (s), 42 trees
photo by Dave, 45 wheat
photo by Eui Radauscher, 51
boy photo by Jen Theodore)



Eine digitale Version findest Du auf unserer Homepage. Reproduktion und Vervielfältigung nur nach ausdrücklicher Genehmigung durch die Holle baby food AG erlaubt. / A digital version of this magazine can be found on our website. This magazine may only be reproduced or copied with the express permission of Holle baby food AG.



Druck / Print:
Offset Company
www.offset-company.de
Gedruckt auf Papier mit 100% Recycling-
fasern. Gedruckt mit mineralölfreier Farbe.
Printed on paper made from 100% recycled
fibres. Printed using petroleum-free inks.



www.holle.ch