

# HEUTE FÜR MORGEN



**TRESS  
BRÜDER**

Bio seit 1950



## GEMEINWOHLBERICHT 2020 / 2021

**„KEINE WIRTSCHAFT  
OHNE GESELLSCHAFT.  
KEINE GESELLSCHAFT  
OHNE MITWELT.“**

**ODER: „MITEINANDER FÜR  
MENSCH UND NATUR.“**

Der Leitsatz der Gemeinwohlökonomie (kurz: GWÖ) passt zu unserer Mission, weshalb wir im Jahr 2022 erstmals eine Bilanzierung durchgeführt haben, um so die ganzheitliche Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen und der Gesellschaft voranzutreiben.

## **DIE TRESSBRÜDER UND DAS GEMEINWOHL**

Seit über 70 Jahren stehen wir für gesunde Lebensmittel, welche im ökologischen Einklang mit der Natur erzeugt werden. In dieser Dimension möchten wir auch in der Zukunft noch stärker wachsen und uns konsequent weiterentwickeln. Auch die beiden anderen Aspekte der Nachhaltigkeit, die Ökonomie und das Soziale, möchten wir nicht außer Acht lassen. Die GWÖ-Bilanz bildet hierfür eine wichtige Ausgangsbasis, um zu ermitteln, wo wir als Unternehmen aktuell stehen und welche Verbesserungsmaßnahmen wir in den kommenden Jahren anstoßen müssen, um unsere Ziele im Sinne der GWÖ zu erreichen. Alle Verbesserungspotenziale, welche im Rahmen der Bilanzierung analysiert werden, fließen in die strategische und operative Planung mit ein und werden kontinuierlich umgesetzt.

Unser Großvater Johannes Tress Senior wurde häufig als „Mondscheinbauer“ belächelt, da er unseren Bauernhof schon im Jahr 1950 nach biologisch-dynamischen Richtlinien umstellte.

Unser Vater Johannes Tress Junior übernahm später das Familienunternehmen unseres Großvaters.



# UNSER UNTERNEHMEN UND UNSERE FAMILIE

Wir sind ein Familienunternehmen mit Sitz auf der Schwäbischen Alb. Zum Unternehmen gehören vier Bio-Restaurants, ein Bio-Hotel, zwei Eventlocations und die Lebensmittelproduktion von veganen Fertiggerichten.

Aktuell wird das Unternehmen von der zweiten und dritten Generation geführt. Dazu gehören unsere Mama Inge und wir vier Brüder Daniel, Simon, Christian und Dominik. Innerhalb der Familie haben wir die Aufgaben verteilt.

Unsere Mutter Inge leitet das Bio-Gasthaus Heimatküche in Bechingen und kümmert sich sorgfältig um das Wohl unserer Gäste. Daniel ist für die Service-Seite in unseren Bio-Restaurants und im Bio-Hotel verantwortlich und kümmert sich des Weiteren um die vielen Events und Hochzeiten in unseren Locations. Darüber hinaus engagiert sich Daniel für den Tourismus in der Region. Simon ist gelernter Koch und kümmert sich um das Küchenpersonal in unseren Bio-Restaurants. Seit 2020 führt und entwickelt er zudem unser Bio-Fine-Dining-Restaurant 1950. Darüber hinaus wird die Marke Simon Tress als Deutschlands bekanntester Bio-Koch in den Medien etabliert. Christian ist gelernter Steuerberater und daher übergreifend für die Finanzen und das Personal in allen unseren Betrieben verantwortlich. Dominik ist verantwortlich für den Produktionsbetrieb unserer Convenience-Linie und treibt die Nachhaltigkeitsstrategie in unserem Unternehmen voran.

## DANIEL

kümmert sich um den Service in unseren Bio-Restaurants und im Bio-Hotel. Außerdem ist er der Ansprechpartner für Events und Hochzeiten in unseren Locations.

## SIMON

ist unser Bio-Spitzkoch und leitet das Küchenpersonal in unseren Bio-Restaurants.

## INGE

leitet das Bio-Gasthaus Heimatküche in Bechingen.

## DOMINIK

führt den Produktionsbetrieb unserer Convenience-Produkte und treibt die Nachhaltigkeitsstrategie an.

## CHRISTIAN

ist unser Steuerberater und für die Finanzen und das Personal in allen unseren Betrieben verantwortlich.



# UNSERE GESCHICHTE

**1950**

Unser Großvater Johannes Tress Senior ist ein echter Pionier und stellt unseren Bauernhof nach biologisch-dynamischen Richtlinien um. Er wird häufig dafür belächelt und gerne als „Mondscheinbauer“ bezeichnet. Die erwirtschafteten Bio-Erzeugnisse bietet er den Gästen in seinem Restaurant Rose in Ehestetten an.



**1986**

Unsere Mutter Inge führt die vegetarische Vollwertküche nach Dr. Bruker im Restaurant Rose ein.



**2005**

Daniel steigt 2005 ein und startet das Projekt Wimsen. Seit 2006 führen wir das Naturerlebnis Wimsener Höhle als Ausflugslocation. Hierzu gehört der Bio-Gasthof Friedrichshöhle und die Wimsener Höhle als einzige mit dem Boot befahrbare Wasserschauhöhle in Deutschland.



**1982**

Unser Vater Johannes Tress Junior und unsere Mutter Inge übernehmen das Familienunternehmen unseres Großvaters.



**1990**

Unsere Eltern setzen sich für eine gesunde Lebensweise ein, weshalb unser Vater das Rauchen im Restaurant verbietet und Softdrinks wie Cola und Fanta von der Karte streicht.



**2003**

Unser Vater erweitert das Familienunternehmen um die Eventlocation Schloss Ehrenfels für Tagungen und Hochzeiten mit Bio-Catering.



**2008**

Simon steigt in das Familienunternehmen ein und hebt die Kulinarik in den Restaurants als Bio-Spitzenkoch auf ein neues Level.



**2008**

Nach schwerer Krankheit stirbt unser Vater.

**2018**

Wir eröffnen unser drittes Bio-Restaurant, die Heimatküche in Bechingen, welches von unserer Mutter Inge geleitet wird.



**2022**

Die TressBrüder lassen sich das erste mal nach dem Gemeinwohl bilanzieren.



**2022**

Umzug in die neue Convenience-Produktion am Standort Zwiefalten-Gaigen.

**2009**

Dominik steigt in das Unternehmen ein und startet die Produktion unserer Convenience-Produkte für den Handel.



**2015**

Christian ist zu 100% Teil des Unternehmens und leitet die Finanzen und das Personal.



**2020**

Simon eröffnet sein eigenes Bio-Fine-Dining-Restaurant 1950 in Ehestetten.

# ENTDECKE DIE WELT DER TRESSBRÜDER

## 1 Bio-Restaurant ROSE

Unser Stammhaus ROSE ist die Wurzel der TressBrüder-Welt. Wir vier Brüder sind hier aufgewachsen. In der ROSE verbinden wir Tradition mit Innovation: Hier gibt es das Fleisch als Beilage.

## 2 Bio-Hotel ROSE

Für deine Auszeit in der Natur. Genieße in unserem Hotel ROSE, welches das erste zertifizierte Bio-Hotel Baden-Württembergs ist, unsere kulinarischen Köstlichkeiten und die Schätze der idyllischen Schwäbischen Alb.

## 3 Bio-Fine-Dining-Restaurant 1950

Die Natur macht den Teller: Alle Zutaten des vegetarischen 5-Gänge-Menüs stammen aus einem Umkreis von 25 km. Die Zutaten sind in Demeter- oder Bioland-Qualität. Das Restaurant wurde mit dem grünen MICHELIN-Stern ausgezeichnet.

## 4 Produktionsstätte

Bio-Küche für Zuhause oder bei der Arbeit. Wir kochen für dich aus besten Bio-Zutaten vegane Suppen, Eintöpfe und Fertiggerichte.



Im nachfolgenden Bericht wird oft nur von **Tress Lebensmittel** oder **Tress Gastronomie** gesprochen. Gemeint sind damit die vollständigen Firmierungen **Tress Lebensmittel GmbH & Co. KG** und **Tress Gastronomie GmbH & Co. KG**.

Zur **Tress Lebensmittel** zählt unsere Convenience-Produktionsstätte. Unter **Tress Gastronomie** fassen wir alle Restaurantbetriebe und die Eventlocations zusammen.

## 5 Wimsener Höhle

Die Wimsener Höhle ist die einzige mit dem Boot befahrbare Schauhöhle Deutschlands und auch die tiefste erforschte Unterwasserhöhle Deutschlands. Entdecke sie!

## 6 Bio-Gasthof Friedrichshöhle

Neben Klassikern aus der schwäbischen Küche findest du hier feine Spezialitäten von der Forelle und innovative vegetarische oder vegane Gerichte.

## 7 Eventlocation Wimsener Mühle

Feier deine Hochzeit, deinen Geburtstag oder dein Firmenevent in der historischen Wimsener Mühle mit bestem Bio-Catering von Bio-Spitzkoch Simon Tress und seinem Team.

## 8 Eventlocation Schloss Ehrenfels

Eingebettet in die wunderschöne Naturlandschaft der Schwäbischen Alb liegt Schloss Ehrenfels. Feier deinen besonderen Tag in stimmungsvollen Ambiente mit bestem Bio-Catering von Bio-Spitzkoch Simon Tress und seinem Team.

## 9 Bio-Gasthaus Heimatküche

Hier ist der Name Programm. Fühl dich wie zu Hause und genieße unsere bodenständige Küche.

# GENUSS FÜR ZUHAUSE

## UNSERE PRODUKTE

Neben den Restaurants haben wir seit 2008 auch eine Convenience-Linie mit veganen Fertiggerichten. Unter der Marke „TressBrüder“ vertreiben wir im Lebensmitteleinzelhandel und im Bio-Fachhandel deutschlandweit frische vegane Bio-Convenience, wie Suppen, Eintöpfe und Fertiggerichte.

All unsere Produkte sind vegan und biozertifiziert. Sie werden täglich mit frischen Bio-Zutaten gekocht.



Fertiggerichte der Marke „TressBrüder“

Erhältlich im Lebensmitteleinzelhandel

Suppen und Eintöpfe der Marke „TressBrüder“

Suppen und Eintöpfe „by Simon Tress“ erhältlich im Bio-Fachhandel



# LIEFERANT:INNEN

Unsere Rohstoffe stammen vorwiegend von regionalen Landwirt:innen, Getränke-lieferant:innen und Winzer:innen. Zu all unseren Lieferant:innen pflegen wir einen wertschätzenden, ehrlichen und offenen Umgang. Dies spiegelt sich auch in den langjährigen Partnerschaften wider. Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen in der Tress Gastronomie beträgt 12 Jahre, in der Tress Lebensmittel 8 Jahre.

Daneben haben wir landwirtschaftliche Flächen, welche wir an die Familie König zum Gemüseanbau kostenfrei verpachten. Familie König hat auf dem Acker Entscheidungshoheit darüber, was angebaut wird. Alle angebauten Rohwaren werden von uns vollumfänglich abgenommen und verarbeitet. Dies führt zu einer hohen Experimentierfreudigkeit bei Familie König, wodurch einige spannende Sorten, wie beispielsweise Artischocken, Kichererbsen und Süßkartoffeln, erfolgreich angebaut werden konnten.

Für die Suppenherstellung beziehen wir vermehrt B-Ware. Normalerweise würde dieses Gemüse vom Handel nicht abgenommen werden.



Heidrun König baut auf unserem Demeter-Acker Gemüse für unsere Restaurants an.



In Form eines regionalen Anbauprojekts beziehen wir unseren Ingwer von der Insel Reichenau.



Kräuter und Gewürze bauen wir für unsere Restaurants in unserem eigenen Gewächshaus in Ehestetten an.

Unsere Produkte sind vorwiegend in Verbandsqualität, d.h. Demeter, Bioland und Naturland. Das Mindeste ist aber immer 100% Bio-Qualität.

demeter

Bioland

Naturland

BIO  
nach  
EU-Normen

In Wimsen verfügen wir über eine eigene Wasserkraftanlage, mit welcher wir im Berichtszeitraum ca. 38.000 kWh produziert haben.



# UNSER IDEALBILD

Das Konzept in unserem Bio-Fine-Dining-Restaurant 1950 ist für die Region einmalig und unser persönlicher, interner Benchmark für die Produktbeschaffung und -verarbeitung. Im Restaurant arbeiten Simon und sein Team nach folgenden selbst auferlegten Grundprinzipien:

## „Die Natur macht den Teller“ - regional, saisonal und bio

Für die Zubereitung des 5-Gänge-Menüs werden nur regionale und saisonale Zutaten in Bioland- oder Demeter-Qualität verwendet.

## Kein unnötiger Transport

Alle Lebensmittel stammen aus einem Radius von maximal 25 km. Die kurzen Transportwege gehen mit einem geringem CO<sub>2</sub>-Ausstoß einher.



Die Prinzipien unserer 1950-Küche ermöglichen es, die Treibhausgase zu verringern, da wir weder auf lange Transportwege mit LKWs noch auf große Kühlhäuser angewiesen sind.



FRISCHE



FROST



LAGERUNG



FERMENTIEREN



EINKOCHEN



TROCKNEN

## Transparenz über das gesamte Menü

Alle Zutatenbestandteile inklusive Herkunft, Erzeuger:innen, Kilometerdistanz und Angaben zum CO<sub>2</sub>-Ausstoß werden den Gästen mit Kärtchen transparent gemacht.

## Fleisch als Beilage

Unser 5-Gänge-Menü ist grundsätzlich vegetarisch. Das Fleisch wird auf Wunsch als Beilage serviert. Die Tiere werden beim Bauern ganz gekauft und von einem ortsansässigen Metzger geschlachtet. Alle Teile des Tiers werden verwendet.

## Zero Waste

Um unsere Wertschätzung gegenüber den kostbaren Lebensmitteln zum Ausdruck zu bringen, verarbeiten wir alle Lebensmittel entsprechend der Prinzipien „Leaf-to-Root“ und „Nose-to-Tail“. Es entsteht kein Lebensmittelabfall.

Die Erfahrungen, die wir im Bio-Fine-Dining-Restaurant 1950 sammeln, wollen wir auch in den anderen Geschäftsbereichen umsetzen. In der Tress Lebensmittel forcieren wir beispielsweise einen Beschaffungsradius von maximal 200 km für 90% der Rohwaren bis 2030.

Erzeuger:innen der Lebensmittel werden auf Kärtchen vorgestellt. Dadurch steigern wir die Wertschätzung für Herkunft und Anbauform des Produkts beim Gast.

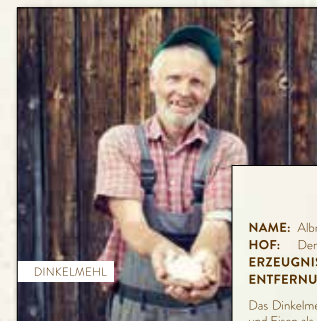


CAMEMBERT „NATUR“



**NAME:** Annette Schelkle  
**HOF:** Biohof Schelkle  
**ERZEUGNIS für das 1950:** Camembert „Natur“  
**ENTFERNUNG zum 1950:** 18,2 km

Camembert ist ein ursprünglich französischer Weißschimmelkäse. Der Weichkäse hat eine Reifezeit von 2-3 Wochen.



DINKELMEHL



**NAME:** Albrecht Freytag und Thomas Wörz  
**HOF:** Demeterhof Freytag & Wörz GbR  
**ERZEUGNIS für das 1950:** Dinkelmehl  
**ENTFERNUNG zum 1950:** 6,76 km

Das Dinkelmehl enthält mehr Eiweiß, Magnesium, Zink und Eisen als das Weizenmehl. Beibehalten ist es auch wegen seines leicht nussigen Geschmacks.



# EIGENTÜMER:INNEN UND FINANZPARTNER:INNEN

Das Eigenkapital unseres Unternehmens wird ausschließlich durch die Gesellschaften erwirtschaftet und nicht über externe Finanzierungsmaßnahmen generiert.

Folgende Eigenkapitalquoten bestanden für die Tress Gruppe jeweils zum Stichtag 31. Dezember.

| Jahr | Eigenkapitalquote | Beitrag        |
|------|-------------------|----------------|
| 2019 | 27 %              | 2.469.236,42 € |
| 2020 | 19 %              | 2.313.881,03 € |
| 2021 | 13 %              | 2.458.031,09 € |

Unser Ziel ist es, die Eigenkapital-Quote wieder auf über 30% zu führen. Aufgrund einer Sprunginvestition in Verbindung mit den Coronajahren ist die Eigenkapital-Quote geringer geworden.

Mit der GLS Bank und der VR Bank Alb-Blau-Donau eG haben wir zwei starke Hausbanken für unsere Betriebe mit welchen wir die Investitionen in den Betrieben abbilden. Darüber hinaus arbeiten wir mit der Volksbank Münsingen, der Volksbank Riedlingen und dem Internationalen Bankhaus Bodensee zusammen. Besonders mit unseren beiden Hausbanken arbeiten wir auch eng in den Themen Ethik zusammen. Die GLS Bank ist hier sicherlich das Aushängeschild im Bereich ethische Banken.

Im Berichtszeitraum 2020 haben wir einen Kredit über 6,7 Mio. Euro für den Neubau der Produktion bei der GLS Bank aufgenommen.

Bei der Finanzierung ist es uns besonders wichtig darauf zu achten, dass ein guter Ausgleich zwischen Ethikbanken und regionalen Banken besteht, aber auch alternative, solidarische Finanzierungsformen wie Crowdfunding realisiert werden.

## „WOZU IST GELD GUT, WENN NICHT, UM DIE WELT ZU VERBESSERN?“

– LIZ TAYLOR

Durch eine Crowdfunding-Kampagne im Jahr 2019 haben wir Wachstumskapital in unser Unternehmen geholt, um im Bio- und Lebensmitteleinzelhandel mit unseren Produkten weiter zu wachsen.

**651**

Investoren

**1.152.500 €**

Investmenthöhe

**24.01.2019**

finanziert am

Die Weiterentwicklung des Unternehmens sowie die Deckung von Zukunftsausgaben haben bei uns einen höheren Stellenwert als die Ausschüttung von Kapitalerträgen. Über den Verbleib der Gewinnanteile entscheiden wir in der Gesellschafterversammlung. Diese Vorgehensweise ist im Gesellschaftervertrag festgeschrieben. De facto verbleiben alle überschüssigen Kapitalerträge im Unternehmen.

Wir, die Familie Tress, sind alleinige Inhaber der verschiedenen Gesellschaften. Jedem Familienmitglied gehören 20% des Unternehmens. Die Familienstruktur und Tradition soll auch in den kommenden Jahren fortbestehen und wir sind bereits dabei, eine Regelung für die Generationennachfolge zu entwickeln.

# MITARBEITER:INNEN

Die grundlegenden Werte für unsere Mitarbeiter:innen:

- 1 **Freude und Herzlichkeit**
- 2 **Gute und professionelle Strukturen**
- 3 **Verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen**
- 4 **Faires Miteinander im Team**

Wir wollen, dass die Zeit für all die Menschen, die bei uns arbeiten als sinnstiftend und gut investiert angesehen wird. Die Wertschätzung jedes einzelnen Menschen steht bei uns im Fokus, vom Unternehmenseintritt bis zum Unternehmensaustritt.

Mit unseren Mitarbeiter:innen kommunizieren wir auf Augenhöhe und duzen uns daher durch alle Hierarchieschichten hindurch. Aufgrund der flachen Hierarchiestrukturen und Offenheit von uns als Geschäftsführung gegenüber Ideen aus der Belegschaft, haben unsere Führungskräfte und Mitarbeiter:innen jederzeit die Möglichkeit neue Ideen persönlich an uns heranzutragen und sich aktiv an der Weiterentwicklung des Unternehmens zu beteiligen.

Mitarbeiter:innen, die über ein E-Auto verfügen, haben die Möglichkeit, ihr Auto kostenlos bei uns an den Ladestationen zu laden. Auch bei der Auswahl der Fahrzeuge in unserem Fuhrpark achten wir darauf, dass diese über alternative Antriebsformen wie beispielsweise Elektro- oder Hybridantrieb verfügen. Dienstreisen werden mehrheitlich mit der deutschen Bahn unternommen und wir versuchen Flugreisen zu vermeiden.

Organisatorisch gestalten wir die Arbeitszeiten in der Gastronomie mitarbeiterfreundlich. Daher haben wir von den in der Gastronomie üblichen Teildiensten zu Durchschichten gewechselt. Ergebnis ist, dass die Mitarbeiter:innen auch an einem Arbeitstag über mehr freie Zeit am Stück verfügen.

Das Hauptaugenmerk bei Bewerber:innen legen wir darauf, ob diese sich mit unserer Mission identifizieren können und sich unsere eigene Begeisterung bei den Bewerber:innen widerspiegelt. Daher stellen wir Menschen jeden Alters, Geschlechts oder Herkunft ein. Auch Quereinsteiger:innen sind bei uns herzlich willkommen.

Besonders bedürftigen Mitarbeiter:innen stellen wir günstigen Wohnraum in Betriebsnähe zur Verfügung. Die Höhe der Miete liegt für einen Vollzeitmitarbeiter je nach Zimmer bei max. 100 Euro pro Monat, ein/e Auszubildende/r zahlt nur 50 Euro pro Monat.

In der Tress Gastronomie stellen wir unseren Mitarbeiter:innen ein vollwertiges Personalessen aus Biozutaten und Getränken zur Verfügung. In der Tress Lebensmittel werden den Mitarbeiter:innen unsere eigenen Suppen und Ready-Meals zur Verfügung gestellt.

Gemeinschaft ist uns wichtig, weshalb wir jährlich ein Sommerfest und eine Weihnachtsfeier für alle Mitarbeiter:innen veranstalten.

Zur Förderung der Work-Life-Balance erhalten unsere Mitarbeiter:innen 50% Rabatt auf die Zimmer in unserem Biohotel ROSE und in befreundeten Biohotels in Tirol und bei München.

Aktuell bieten wir unseren Mitarbeiter:innen ein Jobrad als umweltschonende Alternative zum PKW an.

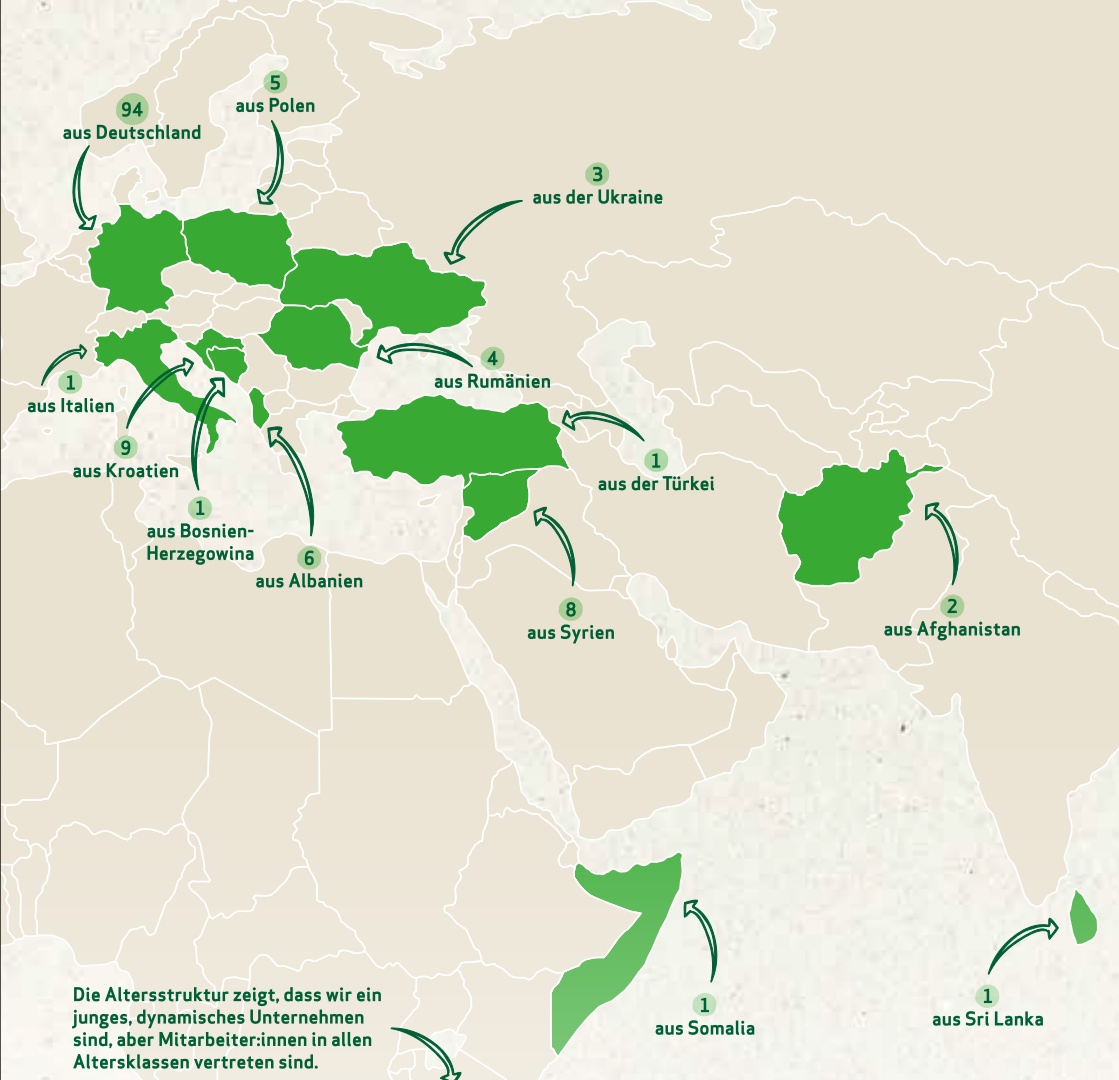
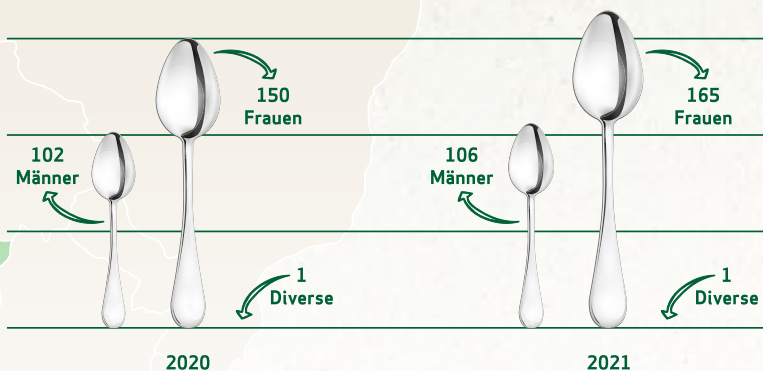


# AUS DIESEN LÄNDERN KOMMEN UNSERE MITARBEITER:INNEN

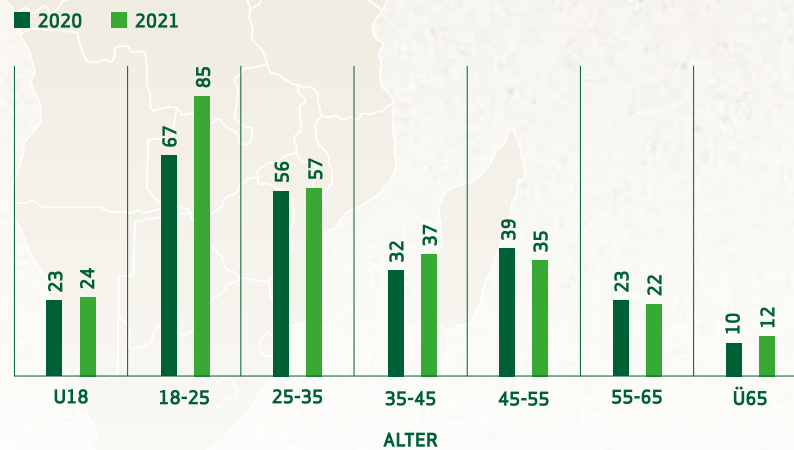
Wir haben eine ethisch-kulturelle Vielfalt innerhalb der Tress Gruppe und sind ein buntes und diverses Team.

Vor allem in Wimsen haben wir ein sehr diverses Team und Saisonarbeiter:innen die seit vier Jahren regelmäßig in den Sommermonaten wiederkommen.

1 aus Chile



Die Altersstruktur zeigt, dass wir ein junges, dynamisches Unternehmen sind, aber Mitarbeiter:innen in allen Altersklassen vertreten sind.



# KUND:INNEN UND MITUNTERNEHMEN

Grundsätzlich richten wir unsere Angebote und Dienstleistungen so aus, dass sie von allen Menschen genutzt werden können. Gäste aller Gesellschaftsschichten, Bildungsniveaus und Altersstrukturen sind bei uns willkommen.

In der Tress Gastronomie kooperieren wir überregional vor allem mit den Biohotels e.V., den Bio-Spitzenköchen, den Bio-Verbänden Bioland und Demeter sowie der DEHOGA. Mit allen genannten Kooperationspartner:innen verfolgen wir das Ziel eine nachhaltige, bewusste und biologische Ernährung in der Hotellerie und Gastronomie voranzutreiben.

Im Eventbereich verweisen wir regelmäßig Hochzeitsgäste an Partnerhotels in der Region, da wir selbst nicht die Kapazität haben, alle Hochzeitsgäste in unserem eigenen Hotel unterzubringen.



Im Catering haben wir uns bewusst gegen ein Buffetangebot entschieden und bieten nur noch Menüs an, da es bei Buffets häufig zu einer hohen Wegwerfquote kommt.



Durch die Anpassung der Portionsgrößen und die konzeptionelle Umstellung zu „Fleisch als Beilage“ ist es uns gelungen, dass 80% der Teller leer in die Küche zurück gehen. Sollten die Portionen dennoch zu groß sein, bieten wir unseren Kund:innen an, die Reste einzupacken.



Bei circa 75 Veranstaltungen jährlich empfehlen wir circa 1500 Übernachtungsgästen eine andere Unterkunft.

Bei unserer Werbung ist es uns wichtig, dass wir unseren Kund:innen unsere Mission "Miteinander für Mensch und Natur" näherbringen, ohne diese dabei zu belehren. Wir betreiben kein Greenwashing, sondern sind in unserer Kommunikation ehrlich und authentisch.

In der Tress Lebensmittel hat vor allem der anfallende Verpackungsmüll ökologische Auswirkungen. Darüber sind wir uns bewusst und bereits seit 2017 auf dem Weg, die Verpackung kontinuierlich zu verbessern. Bei unseren Bechern handelt es sich um beschichtete Kartonbecher, die mikrowellentauglich sind und in die thermische Verwertung gehen. Die Becher haben wir zusammen mit unserem Verpackungslieferant entwickelt und sind laufend dabei, diese gemeinsam zu optimieren. Daneben haben wir eine Glaslinie, die wir explizit an den Biofachhandel als Alternative zur Einwegpackung vertreiben.

Unser Suppenbecher wiegt nur noch 12 g statt 20 g. Außerdem haben wir den Deckel durch eine Platine ersetzt, um die Verpackung zu reduzieren.



In der Bilanzierungsperiode 2020/2021 haben wir einen Test mit Mehrweggläsern gestartet. Leider sind diese nur im Biofachhandel auf positive Resonanz gestoßen, weshalb es die Glaslinie nur dort gibt.

# UNSERE UMWELTPROJEKTE IN 2020 / 2021

Wiederaufforstung der Wälder



Forest Lunch: Mit jedem verkauften Becher, pflanzen wir einen Baum über die Organisation „Eden Reforestation Projects“.



The BeeTress: Mit jedem verkauften Becher spenden wir 10 Cent an den Verein Mellifera e.V., welcher eine Blumenwiese auf unserem Acker entstehen lässt.

Förderung von Biodiversität und Artenreichtum



Mellifera e. V.  
Initiativen für #BienenMenschNatur

Plastic Neutral

CleanHub



In Zusammenarbeit mit CleanHub wollen wir 10.000 kg Plastik pro Jahr durch Sammelaktionen an den Küsten rückgewinnen.



Auf all unseren Ready-Meals machen wir den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der Mahlzeit mit dem Schweizer Institut Eaternity transparent. Unsere Kund:innen können somit genau nachvollziehen, wie viel CO<sub>2</sub> und Wasser für die Herstellung des Produkts verbraucht wurde.



# UNSERE KONTAKTPUNKTE ZU UNSEREN KUND:INNEN

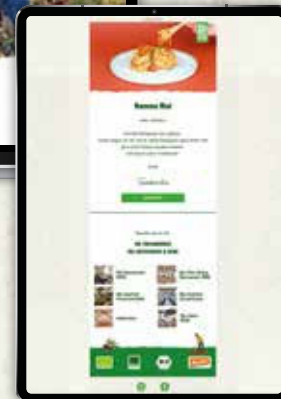
2.933 Besucher:innen pro Tag auf der Website

1200 Aufrufe pro „Topf & Deckel“-Podcastfolge von Simon Tress und Jochen Knecht

33.302 Follower:innen auf Instagram



2021 waren es 72 positive Rückmeldungen, 282 negative Reklamationen. Mit Blick auf das Produktionsvolumen liegt die Reklamationsquote deutlich unter 0,1%.



5.987 Newsletter-Abonnent:innen

# GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

Unser Unternehmertum ist unser Weg als Familie, einen positiven Beitrag für das regionale Ökosystem und die Gesellschaft zu leisten. Ökologische Landwirtschaft und soziales Engagement sind die beiden wichtigsten Säulen für uns, weshalb wir uns hierfür einsetzen.

Die Marke „TressBrüder“ ist ein Qualitätsversprechen für das Gesamtunternehmen, dass wir uns positiv für die Menschen und die Natur einsetzen.

## UNSERE MARKE STEHT FÜR:

- 1 Pflanzliche Produkte
- 2 Lokale Wertschöpfung
- 3 Transparenz
- 4 Herzlichkeit im Familienunternehmen



**„VIELE KLEINE LEUTE,  
DIE AN VIELEN KLEINEN ORTEN  
VIELE KLEINE SCHRITTE TUN,  
KÖNNEN DAS GESICHT DER WELT  
VERÄNDERN.“**

Dieses afrikanische Sprichwort ist zentral für unsere Mutter Inge und ein Grundgedanke der regenerativen Landwirtschaft, welchen wir vier Brüder weiterleben und auch an die Folgegeneration weitergeben werden.

# UNSER BEITRAG IN BEZUG AUF DIE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

## 1 Keine Armut

Wir entlohnen unsere Erzeuger:innen und Mitarbeiter:innen gerecht. Durch unsere entlegenen Standorte auf der Schwäbischen Alb schaffen wir attraktive Arbeitsplätze in der Gastronomie- und Lebensmittelbranche. Dadurch leisten wir einen indirekten materiellen Beitrag zur Fortentwicklung der Region und den Wohlstand der Gesellschaft.

## 2 Kein Hunger

Wir setzen uns für eine vegetarische und vegane Ernährung als Ernährungsform der Zukunft ein. Daher experimentieren wir unter anderem mit Fleischersatzprodukten als nachhaltige Proteinquellen. Produkte mit kurzem Verfallsdatum, welche wir nicht mehr an den Handel vertreiben dürfen, spenden wir an Tafelläden oder in Krisensituationen.

## 3 Gesundheit und Wohlergehen

Unsere Produkte tragen zur Deckung des täglichen Kalorienbedarfs bei und unterstützen einen gesunden Lebensstil. Bei einem Ausflug in die Wimsener Höhle, einer Achtsamkeitswanderung oder einem Restaurantbesuch können sich die Menschen bei uns erholen.

## 4 Hochwertige Bildung

Wir tragen zur Bewusstseinsbildung der Menschen für Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit bei.

## 6 Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen

Wir verwenden ausschließlich Rohwaren aus regenerativer Landwirtschaft. Dadurch wird das Grundwasser nicht durch Pestizide und Düngemittel verschmutzt. Daneben unterstützen wir die Brunnenbau-Aktionen von Viva con Acqua und Gold-eimer durch den Kauf derer Produkte.

## 9 Industrie, Innovation und Infrastruktur

Wir kooperieren mit Hochschulen und Universitäten für Innovationsprojekte.

## 12 Nachhaltiger Konsum und Produktion

Die Grundphilosophie unseres Unternehmens ist es, alle Menschen zu nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Produktion zu inspirieren.

## 13 Maßnahmen und Klimaschutz

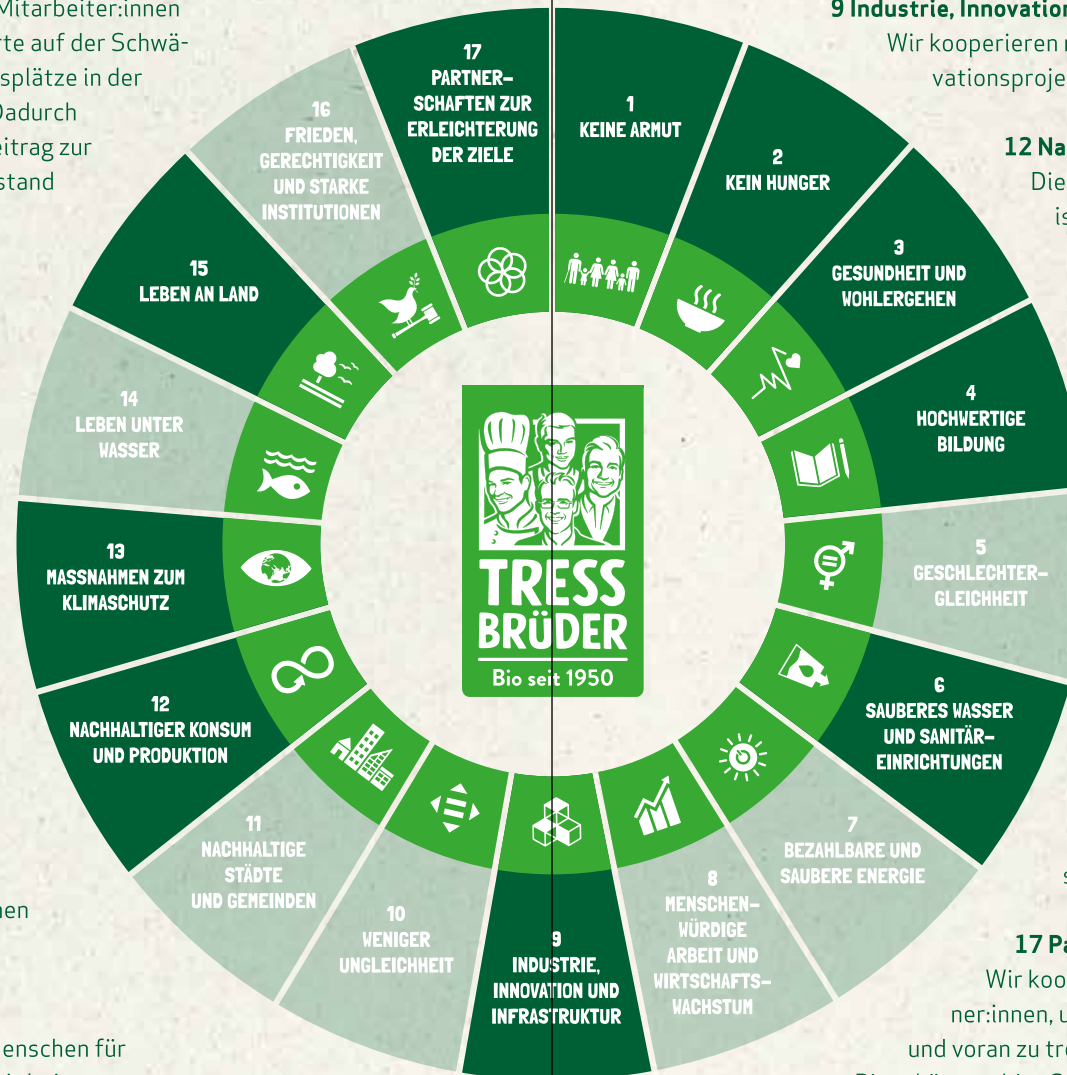
Ein Teil der entstandenen Umweltbelastungen kompensieren wir über Klimaschutzprojekte (Cleanhub, Mellifera e.V. etc.). Im Jahr 2022 haben wir damit begonnen, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für unsere Standorte und unsere Produkte zu ermitteln. Der Eaternity Score auf unseren Produkten gibt Einblick in den Ressourcenverbrauch. Die Mehrheit unserer Rohwaren beschaffen wir regional, wodurch wir lange Transportwege eliminieren.

## 15 Leben am Land

Wir setzen uns für regenerative Landwirtschaft und Biodiversität in der Region ein.

## 17 Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Wir kooperieren unter anderem mit folgenden Partner:innen, um Nachhaltigkeit ganzheitlich umzusetzen und voran zu treiben: Biohotels, GWÖ, Demeter, Bioland, Biosphärengebiet Schwäbische Alb



Im Berichtszeitraum haben wir diese Projekte mit Spendengeldern unterstützt

| Projekt                                       | Spenden 2020 | Spenden 2021 |
|---|--------------|--------------|
| Eden Reforestation                            | 777,51 €     |              |
| Zukunftsstiftung Biomarkt                     | 1.500,00 €   |              |
| Fairantwortung                                | 750,00 €     |              |
| Freunde der Liebfrauenschule Sigmaringen e.V. | 420,00 €     | 420,00 €     |
| Förderverein krebskranke Kinder Tübingen      |              | 10.000,00 €  |
| 46 Plus                                       |              | 1.000,00 €   |
| Arche Noah e.V.                               |              | 1.000,00 €   |
| Stadt Hayingen Schulfruchtprogramm            |              | 250,00 €     |

Sachspenden: Jährlich spenden wir circa 10.000 Suppen an soziale Institutionen.

Ehrenamtliche Engagement: Neben den Spendenprojekten engagieren wir uns ehrenamtlich. Inge ist Mitglied bei der DEHOGA. Daniel ist Stadtrat bei der Stadt Hayingen und unterstützt den Tourismusverband Schwäbische Alb. Simon setzt sich für verschiedene Organisationen ein. Beispielsweise kocht er an Heiligabend für Obdachlose in Reutlingen, liefert das Catering für das Sommerfest des Fördervereins krebskranke Kinder in Tübingen und veranstaltet Kochevents bei dem Projekt 46PLUS. Christian engagiert sich in der Kirche und im Sportverein. Auch unsere Mitarbeiter:innen stellen wir nach Absprache für gesellschaftliches Engagement frei.

Mit unserem vielfältigen sozialen Engagement wollen wir Treiber des ökologischen und gesellschaftlichen Wandels sein. Viele Landwirt:innen in der Region haben ihre Landwirtschaft bereits durch unseren Impuls auf Bio oder Demeter umgestellt beziehungsweise ihren Anbau ausgebaut.



Seit Mai 2021 sind wir Unterzeichner der WIN-Charta des Landes Baden-Württemberg. Diese wurde im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes Baden-Württemberg speziell für kleine und mittlere Unternehmen entwickelt. Die Umsetzung der WIN-Charta hat zum Ziel, Nachhaltigkeit in der Unternehmensphilosophie zu verankern und nachhaltiges Denken und Handeln zu fördern.



Dem Förderverein für krebskranke Kinder Tübingen e. V. befüllen wir regelmäßig zwei Kühlschränke mit unseren Convenience-Produkten, damit die Eltern der Kinder kostenlos und jederzeit eine warme Mahlzeit haben. Zudem übernehmen wir jedes Jahr auf dem Sommerfest des Vereines das Catering. In unseren vier Bio-Restaurants spenden wir für jedes Kinder-Essen 1 € an den Förderverein.

Durch die TV-Auftritte erreichen wir zudem Menschen, die mit der Schwäbischen Alb als Region nicht in Berührung kommen, aber unsere Konzepte in ihrer eigenen Region umsetzen können.

Wir haben uns dazu entschieden, dass wir die Reduktion ökologischer Auswirkungen in einen strukturierten Prozess überführen wollen und in die Unternehmensstrategie implementieren. In diesem Zuge wurden drei größere Projekte gestartet:

- 1 Erstellung einer GWÖ-Bilanz
- 2 Ermittlung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks unseres Unternehmens
- 3 Erstellung einer Klimastrategie in Richtung Klimaneutralität

Simon engagiert sich mit Kochveranstaltungen bei dem Projekt 46PLUS. Hierbei handelt es sich um einen Verein, dessen Ziel es ist, über das Down-Syndrom zu informieren und den betroffenen Familien Mut zu machen. Bei Kochkursen oder bei der Espresso-Bar gehen die Einnahmen immer komplett an den Verein. Zudem hat Simon das Projekt bei der Erstellung eines Kochbuchs unterstützt.





# UNSERE ZIELE

Diese Bilanz ist der Beginn einer langen Wanderung. Gemeinsam machen wir uns nun bis 2024 mit folgenden Zielen auf zur nächsten Etappe.

## Lieferant:innen

Wir wollen noch enger mit unseren Lieferant:innen zusammen rücken und die Kommunikation intensivieren. Bis 2024 wollen wir ein Konzept für einen Lieferantenstammtisch erarbeiten, bei dem wir ein- bis zweimal pro Jahr mit unseren Lieferant:innen an einen Tisch sitzen und uns über aktuelle Themen austauschen. Innerhalb der Gespräche soll eine strukturierte Lieferantenbefragung stattfinden, in der gezielt auch auf die Themen Menschenwürde, soziale Risiken in der Zulieferkette, sowie die Zufriedenheit der Lieferant:innen eingegangen wird. Intern wollen wir die Einkaufsrichtlinien formalisieren und ein Abteilungshandbuch für das ökologische Einkaufsmanagement erstellen.

## Eigentümer:innen und Finanzpartner:innen

Bis 2024 wollen wir unsere Balanced Scorecard zur besseren Steuerung des Unternehmens weiterentwickelt haben. In dieser sollen sowohl die Ziele, unsere Vision 2030, als auch die Ziele der GWÖ integriert sein. Daneben wollen wir unsere Eigenkapitalquote wieder erhöhen und die Zinskostenstruktur verbessern. Bei Neufinanzierungen wollen wir den Fokus noch stärker auf solidarische Finanzierungsformen setzen. In diesem Zuge soll auch ein Entscheidungsprozess inklusive eines Kriterienkatalogs zur Berücksichtigung ökologischer und sozialer Kriterien bei Investitionsentscheidungen erarbeitet werden, um intern und extern mehr Transparenz zu schaffen. Im Bereich der Kostenstrukturen sollen die Wartungs- und Instandhaltungskosten zukünftig je Anlage aufgeschlüsselt werden und es soll ein festes Budget für die Personalentwicklung in die jährlichen Zukunftsausgaben einkalkuliert werden. Die Zukunftsausgaben werden ab sofort schriftlich, separiert nach Tress Gastronomie und Tress Lebensmittel erfasst.

## Kund:innen und Mitunternehmen

Auch mit unseren Kund:innen wollen wir zukünftig aktiver in die Vernetzung gehen und unser Anliegen noch stärker kommunizieren. Zentrale Verbesserungsmaßnahme ist die Entwicklung eines strukturierten Feedbackprozesses. Bis 2024 wollen wir vermehrt schriftliches Feedback von unseren Kund:innen erhalten, welches regelmäßig ausgewertet und als Kennzahl in die BSC aufgenommen wird. Dadurch wollen wir die Qualität unserer Produkte und Services entsprechend den Kundenanforderungen erhöhen. In Bezug auf den Preis und die Zutaten unserer Produkte wollen wir bis 2024 noch transparenter werden. Unsere Kund:innen sollen erfahren, wie sich die Preise für unsere Produkte zusammensetzen, woher die eingesetzten Rohstoffe stammen und welche CO<sub>2</sub>-Bilanz unsere Produkte haben. Zur stärkeren Verbreitung des Gedanken der Gemeinwohlökonomie wollen wir das Label zukünftig auf unseren Produkten abdrucken.

## Mitarbeiter:innen

Hauptfokus liegt hier auf der Erarbeitung einer agilen Organisationsstruktur mit klaren Stellenbeschreibungen, einheitlichen Prozessen und einer zielgerichteten, internen Kommunikation. Bis 2024 sollen alle Mitarbeiter:innen Zugang zu firmeninternen Informationen haben, sodass sich der Austausch unter den Mitarbeiter:innen an den verschiedenen Standorten intensiviert. Die Themen Arbeitssicherheit, Gesundheitsförderung und Personalentwicklung werden von der Personalabteilung aufgegriffen und entsprechende Konzepte erarbeitet. Die Mitarbeiter:innenzufriedenheit soll zukünftig mindestens einmal jährlich über einen standardisierten Fragebogen erhoben werden.

2024

## Gesellschaftliches Umfeld

Bis 2024 wollen wir unser Wirken in der Gesellschaft weiter ausbauen. Hier sind TV-Auftritte und Print-Kooperationen mit Simon geplant. Daneben wollen wir die Impact-Dimension strukturieren und einen klaren Fahrplan zur Verteilung von Spenden in sozial und ökologisch nachhaltige Projekte bis 2030 aufstellen. Zur Erhöhung der Transparenz in Bezug auf den ökologischen Einfluss unseres Wirtschaftens, planen wir bis 2024 unsere Klimabilanzen und Umweltkennzahlen auf unserer Homepage zu veröffentlichen. Zur Sensibilisierung der Gesellschaft für nachhaltiges Wirtschaften, planen wir gemeinsame Projekte mit Organisationen, Gruppen und Schulklassen. Konkret ist hier die Teilnahme am Projekt „Umweltprofis von Morgen“ mit dem BNW geplant.

Genauere Maßnahmenbeschreibungen findest du in unserer Vollbilanz auf unserer Webseite zum Download.



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Auditprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:

**GEMEINWOHL ÖKONOMIE** ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft  
Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

|                |                       |                          |  |
|----------------|-----------------------|--------------------------|--|
| <b>Testat:</b> | <b>Externes Audit</b> | <b>Gemeinwohl-Bilanz</b> | <b>TRESS Brüder (TRESS Lebensmittel GmbH &amp; Co. KG &amp; Tress Gastronomie GmbH &amp; Co. KG)</b> |
|----------------|-----------------------|--------------------------|--|

|                        |                  |   |
|------------------------|------------------|---|
| <b>M5.0 Vollbilanz</b> | <b>2020/2021</b> | Auditor*In:<br><b>Roland Wiedemeyer</b> |
|------------------------|------------------|---|

| Wert  | MENSCHENWÜRDE   | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT   | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT  | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG   |
|---|---|---|---|---|
| <b>A: LIEFERANT*INNEN</b>                             | A1 Menschenwürde in der Zulieferkette:<br><b>50 %</b>                                   | A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette:<br><b>50 %</b> | A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette:<br><b>80 %</b>  | A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette:<br><b>40 %</b> |
| <b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b> | B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:<br><b>30 %</b>                           | B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:<br><b>80 %</b>          | B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:<br><b>40 %</b>                                  | B4 Eigentum und Mitentscheidung:<br><b>0 %</b>                          |
| <b>C: MITARBEITENDE</b>                               | C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:<br><b>30 %</b>  | C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:<br><b>50 %</b>                  | C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:<br><b>40 %</b>                               | C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:<br><b>20 %</b>    |
| <b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>             | D1 Ethische Kund*innenbeziehungen:<br><b>60 %</b>                                       | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern:<br><b>40 %</b>    | D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:<br><b>70 %</b> | D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:<br><b>50 %</b>         |
| <b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>                   | E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:<br><b>70 %</b> | E2 Beitrag zum Gemeinwesen:<br><b>30 %</b>                            | E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:<br><b>30 %</b>  | E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:<br><b>30 %</b>    |
|   |   |   | Testat gültig bis:<br><b>31.03.2025</b>   | <b>BILANZSUMME: 445</b>   |

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.  
TestatID: 347v1  
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

Hamburg, 13.03.2023

*Roll Wiedemeyer* *Alf...*

## Allgemeine Informationen zum Unternehmen

**Firmenname:** Tress Gastronomie GmbH & Co. KG, Tress Lebensmittel GmbH & Co. KG  
**Rechtsform:** GmbH & Co. KG  
**Eigentumsform:** Gesellschafter (Familie Tress)  
**Website:** [www.tressbrueder.de](http://www.tressbrueder.de)  
**Branche:** Lebensmittelbranche, Gastronomie/Hotellerie  
**Firmensitz:** Hayingen-Ehestetten  
**Gesamtzahl der Mitarbeitenden 2021 (inkl. Ein- und Austritte):** 272  
**Mittelwert Köpfe Mitarbeitende in 2021:** 122  
**Vollzeitäquivalent:** 88  
**Saison- oder Zeitarbeitende:** 12  
**Umsatz 2021:** 11.328.335,73 EUR (Gruppe)  
**Jahresüberschuss 2021:** 404.551,15 EUR (Gruppe)

## Verbundene Unternehmen:

Tress Gastronomie GmbH & Co. KG,  
 ROSE Johannes Tress Beteiligungs-GmbH,  
 Tress Lebensmittel GmbH & Co. KG,  
 Tress Brüder GmbH,  
 Organic Fresh Food JT GmbH,  
 Heimatküche Bechingen GmbH,  
 Ingeborg Tress Immobilien GmbH & CO. KG,  
 Ingeborg Tress Immobilienverwaltungs-GmbH

**Berichtszeitraum:** 2020/2021

**GWÖ-Berater:** Matthias Rausch, Yellow Birds Consulting GmbH & Co. KG,  
 Lise-Meitner-Straße 9, 89081 Ulm

**GWÖ-Auditor:** Roland Wiedemeyer

## Folgende Personen waren an der Erstellung des Berichts beteiligt:

Inge Tress: Geschäftsführung  
 Daniel Tress: Geschäftsführung  
 Simon Tress: Geschäftsführung  
 Christian Tress: Geschäftsführung  
 Dominik Tress: Geschäftsführung  
 Sara Rehm: Finanzbuchhaltung  
 Susanne Geiselhart: Personalabteilung  
 Matthias Rausch: Externer GWÖ-Berater  
 Odette Deuber: Externe Klimastrategie-Beraterin  
 Louisa Häußler: Nachhaltigkeit, IT und Assistenz der Geschäftsführung

**Du hast Fragen?**

**Dann zögere nicht uns zu kontaktieren:**

**Dominik Tress**

Geschäftsführung

[dominik@tressbrueder.de](mailto:dominik@tressbrueder.de)

Tel. 07383 9498-200

**Louisa Häußler**

Nachhaltigkeitsmanagement

[louisa.haeussler@tressbrueder.de](mailto:louisa.haeussler@tressbrueder.de)

Tel. 07383 9498-240