

LEITBILD EARLYBIRD

UNSERE VISION

Bis 2030 ist Earlybird klimaneutral, pflegt fortschrittlichste soziale Beziehungen zu sämtlichen Anspruchsgruppen und ist damit wirtschaftlich erfolgreich.

EARLYBIRD CORE VALUES

- Kein ökologischer Fussabdruck – Wir möchten mit Earlybird unserem Planeten keinen Schaden hinzufügen.
- Fair & Transparent – Wir leben die Ehrlichkeit, den gegenseitigen Respekt und fortschrittlichste Arbeitsbedingungen.
- Qualität bringt Freude – Unsere Produkte sowie sämtliche Dienstleistungen stehen für die höchste Qualität und lösen bei unseren Kundinnen Begeisterung aus.
- Vorwärts– Unsere Treibkraft der Innovation bezieht sich auf sämtliche unternehmerischen Dimensionen – Vom Umgang mit sämtlichen Anspruchsgruppen bis zum Angebot.

UNSERE MISSION

Tagtäglich arbeiten wir daran, unsere Vision zu verwirklichen, indem wir hochwertige Produkte mit dem besten Service verkaufen und konstant unsere Prozesse in der wirtschaftlichen, sozialen sowie der ökologischen Dimension hinterfragen, herausfordern und weiterentwickeln.

DIE EARLYBIRD VISION ALS MANIFEST

Earlybird wurde von drei Freunden mit dem Traum der Unabhängigkeit und Selbständigkeit gegründet. Dies bedeutet konsequenterweise auch, dass die Firma 100% eigenfinanziert und daher nicht auf Investoren angewiesen ist.

Mit einer gesunden Diversifikation in verschiedenen Segmenten und dem jeweils qualitativ besten Angebot wie auch Service, streben wir die langfristige Wirtschaftlichkeit der Unternehmung an.

Wir machen uns stark für eine gesunde, soziale Entwicklung der Unternehmung. Dies beinhaltet unter anderem, dass wir uns Gleichberechtigung in allen Belangen leben, Ausbildungen von Mitarbeitenden unterstützen, ein Lohnverhältnis von max. 1:3 definieren, sowie mit allen Partner:innen und Lieferant:innen eine verantwortungsvolle Beziehung pflegen.

Unser Ziel ist es, bis 2030 klimaneutral zu sein. Dies beinhaltet den Aufbau einer klimaneutralen E-Logistik. Der Fokus auf saisonale, regionale, nationale und Lebensmittel aus den umliegenden Ländern soll die CO2 Emissionen massiv reduzieren.

Das Verpackungsdesign in allen Segmenten soll klimaneutral produziert werden und in einem ökologisch sinnvollen Kreislauf eingebunden sein. Der Food Waste wird bei uns bereits auf ein Minimum reduziert, er soll weiterverarbeitet /-genutzt werden.

Generell sind wir der Ansicht, dass die Klimaneutralität nicht durch Klimakompensationen erreicht werden sollte, sondern durch die Anpassung von Angeboten, Prozessen, Projekten, der Kommunikation mit Lieferanten und dem Appell ans Konsumverhalten. Der Beitrag von Allen macht hier den Unterschied.

To be continued.