



ESG- Bericht 2022



Environmental
Social
Governance

ZERTUS

Environmental Social Governance (ESG)

Unsere ESG-Strategie ist das Herzstück unserer Unternehmensphilosophie. Wir sind fest davon überzeugt, dass soziale Verantwortung, Umweltbewusstsein und gute Unternehmensführung nicht nur die Grundlage für langfristigen Erfolg sind, sondern auch unsere Verpflichtung gegenüber unseren Stakeholdern widerspiegeln.

Wir sind stolz darauf, dass unsere ESG-Selbstverpflichtungen nicht nur auf dem Papier stehen, sondern auch in greifbaren Ergebnissen sichtbar werden. Von der Reduzierung des Stromverbrauchs bis hin zur Förderung von Vielfalt und Inklusion in unserer Belegschaft – unsere ESG-Initiativen sind der Beleg unseres Engagements für eine bessere Zukunft.

Inhalt

1. Unternehmen	04
Vorwort der Geschäftsführung	04
Geschichte	06
Familie	08
Werte	10
Business	12
Hauptsitz	14
2. ESG-Strategie	18
Beschäftigte	20
Verantwortungsvolle Beschaffung	28
Gemeinschaften	34
Planet	40
ESG-Ziele	50
3. Governance	52

Vorwort der Geschäftsführung



Alessandra Cama
CEO der Zertus-Gruppe



Stephan Tendam
CFO der Zertus-Gruppe



Paul Tripp
CEO Zertus UK & Ireland

Willkommen zum ersten ESG-Bericht der Zertus-Gruppe. Als Geschäftsführung unter Leitung der Vorsitzenden Alessandra Cama möchten wir zunächst das vergangene Jahr einordnen. Wir sind sicher nicht allein mit unserer Einschätzung, dass die vergangenen zwölf Monate schwierig waren, vielleicht sogar eine der größten Herausforderungen für unser Geschäft in den letzten Jahren. Der Übergang zur „neuen Normalität“, der Krieg in der Ukraine, ein beträchtlicher Anstieg der Kraftstoffpreise, steigende Rohstoffpreise und die zunehmenden Auswirkungen des Klimawandels haben zahlreiche Herausforderungen mit sich gebracht, die unsere Widerstandsfähigkeit und Ausdauer als Unternehmen auf die Probe gestellt haben.

Doch wir sind beeindruckt und ermutigt von unseren Ergebnissen! Trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen haben wir uns die Zeit genommen, unsere ESG-Themen weiterzuentwickeln und sicherzustellen, dass wir eine vielfältige Belegschaft haben, in der alle vertreten sind, dass wir Transparenz in der Lieferkette schaffen und erste wichtige Schritte auf unserem Weg zu „Netto-Null“, also einer neutralen Emissionsbilanz, gehen.

Das Großartige an Nachhaltigkeit ist, dass sie sich weit über unser Geschäft hinaus bis hin zum persönlichen Engagement der Menschen erstreckt. Dies ist uns im letzten Jahr bewusst geworden. Zur Ausrichtung an und Verpflichtung zu unserem Zertus-Wert „Verantwortung“ und „Den Planeten in einem besseren Zustand zurücklassen, als wir ihn vorgefunden haben“ hat ein internationales Team unter der Leitung von Paul Tripp zusammen an der ESG-Gruppeninitiative gearbeitet. Es ist heute wichtiger denn je, dass wir als Menschen und als Unternehmen unseren Beitrag zum Schutz unseres Planeten und seiner Bewohner leisten. Wir sind stolz darauf, dass uns hier ein fulminanter Start gelungen ist:

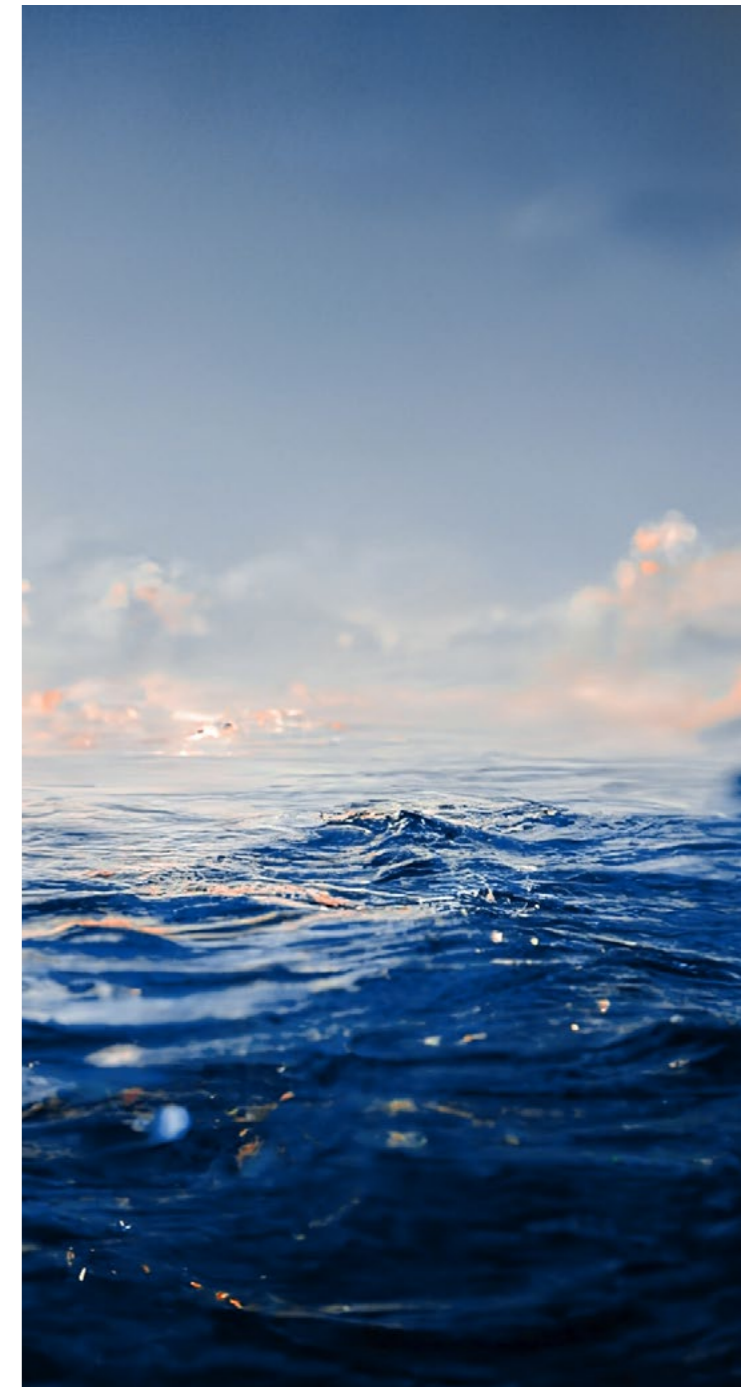
- **Wir haben begonnen, ESG in der gesamten Zertus-Gruppe einzuführen, sodass jeder einzelne Bereich nun eine ESG-Vertretung in der Arbeitsgruppe hat, wodurch eine starke Governance und Verantwortung auf lokaler Geschäftsbereichsebene gewährleistet wird.**
- **Wir haben eine Mitarbeiterumfrage in allen Tochtergesellschaften durchgeführt, um erste konkrete Einblicke zu erhalten, wie unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über die Arbeit bei Zertus denken.**
- **Wir haben unser erstes „Carbon Accounting“ für die gesamte Unternehmensgruppe durchgeführt und somit unsere Bezugsgrundlage zum Erreichen einer neutralen Emissionsbilanz ermittelt.**

Das Großartige an Nachhaltigkeit ist, dass sie sich weit über unser Geschäft hinaus bis hin zum persönlichen Engagement der Menschen erstreckt. Dies ist uns im letzten Jahr bewusst geworden. Es geht um die Abstimmung mit und die Verpflichtung zu unserem Zertus-Wert „Verantwortung“ und „Den Planeten in einem besseren Zustand zurücklassen, als wir ihn vorgefunden haben“.

Paul Tripp

Unsere Agenda für 2023 und darüber hinaus enthält eine Reihe von Prioritäten. Hervorzuheben ist insbesondere die Entwicklung eines Plans mit den notwendigen Schritten, um bis 2040 klimaneutral zu werden. Wir wollen hier transparent sein: Es gibt noch viel zu tun. Dies ist das erste Jahr, in dem wir unsere CO₂-Bilanz auf Gruppenebene erfassen. Wir haben hier positive Auswirkungen in Großbritannien und Irland beobachtet, insbesondere einen verstärkten Fokus auf und Investitionen in Effizienz- und Energiesparprojekte am Standort. Aber wir müssen unseren Schwerpunkt auch auf die komplexen und undurchsichtigen Lieferketten ausweiten, die viele unserer Produkte ausmachen, und dabei die Transparenz erhöhen und auf Menschenrechtsaspekte achten. Wir werden uns zudem schwerpunktmäßig mit der Förderung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion an unseren Standorten befassen, damit sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Arbeitsplatz unterstützt und respektiert fühlen.

Stephan Tendam und sein Team werden sich intensiv dem Thema Compliance widmen. Dabei werden uns neue gesetzliche Vorgaben in Form der EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (CSRD), der EU-Nachhaltigkeitsberichtsstandards (ESRS), der EU-Taxonomie und des Lieferkettengesetzes in den kommenden Jahren als Richtschnur für unsere Prioritäten bei der Umsetzung dienen. Wir freuen uns darauf, die Weiterentwicklung dieses Bereichs des Unternehmens sowie die gute Entwicklung von Projekten zu beobachten, auf die wir alle stolz sein sollten.



Unternehmen

Die Zertus-Geschichte Tradition & Entwicklung

Zertus ist seit 1826 in der Nahrungsmittelbranche tätig und somit eines der ältesten Familienunternehmen Deutschlands.



Die Anfänge des Unternehmens gehen auf eine kleine Zuckersiederei zurück, die von Friedrich Theodor Meyer in Tangermünde gegründet wurde. Seine Söhne übernahmen das Unternehmen, konnten den Absatz erheblich steigern und Zucker nach Übersee exportieren.

Weitere Erfolge folgten und das Unternehmen begann mit der Herstellung von hochwertigen Schokoladen und Pralinen unter der Marke „Feodora“, bis ein Brand im Jahr 1923 einen Großteil der Fabrik zerstörte.

Die Fabrik wurde als moderne große Zuckerwürfelfabrik neu errichtet. 1945 wurden die Eigentümer von der sowjetischen Besatzungsmacht größtenteils enteignet.

Danach wurde das Unternehmen neu aufgebaut. Als Reminiszenz an die alte Familientradition erhielt es den Namen „Zuckerraffinerie Tangermünde Fr. Meyers Sohn GmbH“. Tatsächlich aber begann man am neuen Standort in Hamburg mit der Herstellung von Schokolade.

Zertus entwickelte sich von einem Produzenten zu einer Holding, die in den letzten 40 Jahren eine Reihe von Unternehmen erworben hat, um ein Portfolio von hochwertigen Nahrungsmittelunternehmen zu schaffen. Nach der Übernahme von Importhaus Wilms wurde dieses Unternehmen zum führenden Importeur und Händler für Feinkost ausgebaut.

Vier Mitglieder des amtierenden Aufsichtsrats sind Nachkommen der Gründerfamilie, die somit weiterhin aktiv in den Geschäftsbetrieb eingebunden ist. Die anderen drei Mitglieder des Aufsichtsrats sind unabhängige Mitglieder, die ihre Branchenexpertise einbringen.

1984	
2002	
2003	
2005	
2007	
2012	
2015	
2017	
2021	
2022	

Unternehmen

Die Zertus-Familie Mindset & Vision

Interview mit zwei Aufsichtsratsmitgliedern aus der Zertus-Gründerfamilie.



Im August 2022 haben wir mit zwei Mitgliedern der Gründerfamilie im Aufsichtsrat über Führung und Unternehmenswerte gesprochen: Dr. Marc-Angelo Bisotti ist seit 2019 stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates sowie geschäftsführender Gesellschafter der RPP Group. Anna Sophie Meyer ist seit 2022 Mitglied des Aufsichtsrats, sie ist zudem Planning & Execution Lead Strategic Products bei Johnson & Johnson Europa.

Wir möchten von den Menschen, die Zertus über viele Jahre aufgebaut haben, erfahren, welche Familienwerte sich auf die Entwicklung des Unternehmens ausgewirkt haben und worin die Grundwerte von Zertus bestehen.

Unser Unternehmen hat so viele Herausforderungen überwunden – Wirtschaftskrisen, Kriege, Standortwechsel und vieles mehr – und ist nun in der siebten Generation in Familienbesitz. Zertus hat über 160 Gesellschafter, die alle das gleiche Ziel verfolgen, nämlich die Nachhaltigkeit von Zertus sicherzustellen. „**Es geht weniger darum, die Bilanzen und die kleinteiligen Details zu überwachen, sondern um das Vertrauen, das sie in das Unternehmen setzen**“, erläutert Marc-Angelo Bisotti. Da das Unternehmen nicht mehr direkt von der Familie geführt, sondern auf Aufsichtsratsebene beaufsichtigt wird, ist das Vertrauen in das neue Führungsteam von zentraler Bedeutung.

Diese neuen Führungskräfte müssen sich an den traditionellen Familienwerten orientieren, damit dieses Vertrauen bestehen bleibt. „**Ich halte sehr empathische Führungspersönlichkeiten für äußerst wichtig**“, erklärt Anna Sophie Meyer. Führungskräfte, die dem Wandel offen begegnen und Teams einbinden und befähigen können, sind unverzichtbar.

Beide sind sich darin einig, dass die Menschen und die Unternehmenskultur an erster Stelle stehen sollten. Anna Sophie Meyer verweist dabei auf das bekannte Diktum von Peter Drucker: „**Culture eats strategy for breakfast**“. Ein Umfeld zu kultivieren, das Innovation und unternehmerisches Denken fördert, sowie schnelles Lernen und die Anpassung an neue Herausforderungen, sind für beide zentrale Werte, die ein Unternehmen benötigt. Hierzu muss in Lernen und Entwicklung investiert werden, die Fähigkeit bestehen, nachhaltiges Wachstum organisch und mittels Akquisitionen voranzutreiben. Ebenso haben wir eine Verantwortung für die Gemeinschaften und das Umfeld, in denen wir arbeiten.

Wir haben beide nach ihrer Vision für die zukünftige Entwicklung von Zertus gefragt: „**Worin besteht die Rolle der Gesellschafter? Welche Erwartungen sollten sie erfüllen?**“ Marc-Angelo Bisotti sieht es als entscheidend für den zukünftigen Erfolg des Unternehmens an, ein Umfeld zu schaffen, in dem Strategien hinterfragt, erörtert und analysiert werden können. Mit dem aktuellen Führungsteam ist ein solches Umfeld seines Erachtens heute gegeben. Anna Sophie Meyer nennt als Erfolgsfaktoren „eine klare Vision, eine klare Mission und eine klare Strategie“ sowie „die richtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der richtigen Einstellung“.

Die Familie, die Gesellschafter und das Führungsteam von Zertus ziehen an einem Strang, um ein Unternehmen zu schaffen, auf das wir alle stolz sein können.



Anna Sophie Meyer
Mitglied des Aufsichtsrats



Dr. Marc-Angelo Bisotti
Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats

Unternehmen

Die Zertus- Werte Engagement & Kultur

Die Familie Meyer ist seit über 200 Jahren mit dem Unternehmen verbunden. Obwohl unser Familienunternehmen nun von externen Führungskräften geführt wird, beteiligen sich über 160 Familienmitglieder aktiv an seiner Entwicklung. In diesen ereignisreichen zwei Jahrhunderten haben sich unsere Werte entwickelt. Wir als Familie erwarten, dass sich diese auch in der Unternehmenskultur widerspiegeln.



Diese Werte funktionieren jedoch nur im Wechselspiel miteinander, sie gleichen sich aus und verstärken sich.

Wir sind fest davon überzeugt, dass ein Unternehmen, das diese Werte lebt und sie auf allen Ebenen mit Leidenschaft und Hingabe umsetzt, den erwarteten Geschäftserfolg erzielen wird.

Indem wir unsere Familienwerte in die Unternehmenskultur integrieren und sie bei der Auswahl unserer

Geschäftsführung berücksichtigen, schaffen wir ein von Integrität, Vertrauen und guter Zusammenarbeit geprägtes Umfeld.

Wir sind überzeugt, dass wir mit diesem starken Fundament unsere 200 Jahre alte Familientradition fortführen können und dass unser Unternehmen auch in Zukunft erfolgreich sein wird.



Beständigkeit

Durch Ausdauer, Kontinuität, Fokus und eine positive Grundhaltung haben wir es geschafft, über Generationen hinweg in einer sich verändernden Welt erfolgreich zu sein. Wir streben nach Exzellenz, bleiben dabei aber stets bescheiden.



Zusammenhalt

Wir unterstützen und respektieren einander, und dieser Zusammenhalt erstreckt sich auch auf unsere Diskussionskultur und Entscheidungsfindung. Wir schätzen die Beiträge, die Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner und Gesellschafter leisten und erkennen ihre Leistung für unser Familienunternehmen an.



Vertrauen

Wir haben Vertrauen in unsere Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden und schaffen so eine Grundlage für eine erfolgreiche positive Zusammenarbeit. Unsere Stärken, unsere Erfahrung und unsere Chancen im Markt geben uns Zuversicht.



Verantwortung

Wir übernehmen Verantwortung für unsere Unternehmen, Mitarbeiter und Kunden, sowie für unsere Gesellschaft und den Planeten, indem wir gewissenhaft arbeiten, und erwarten dies auch von anderen.



Mut

Wir haben den Mut für unsere Werte einzustehen. Wir ermutigen uns gegenseitig, innovative Ideen einzubringen und Risiken einzugehen, um das Unternehmen voranzubringen.

Unternehmen

Das Zertus-Business Fokus & Marken

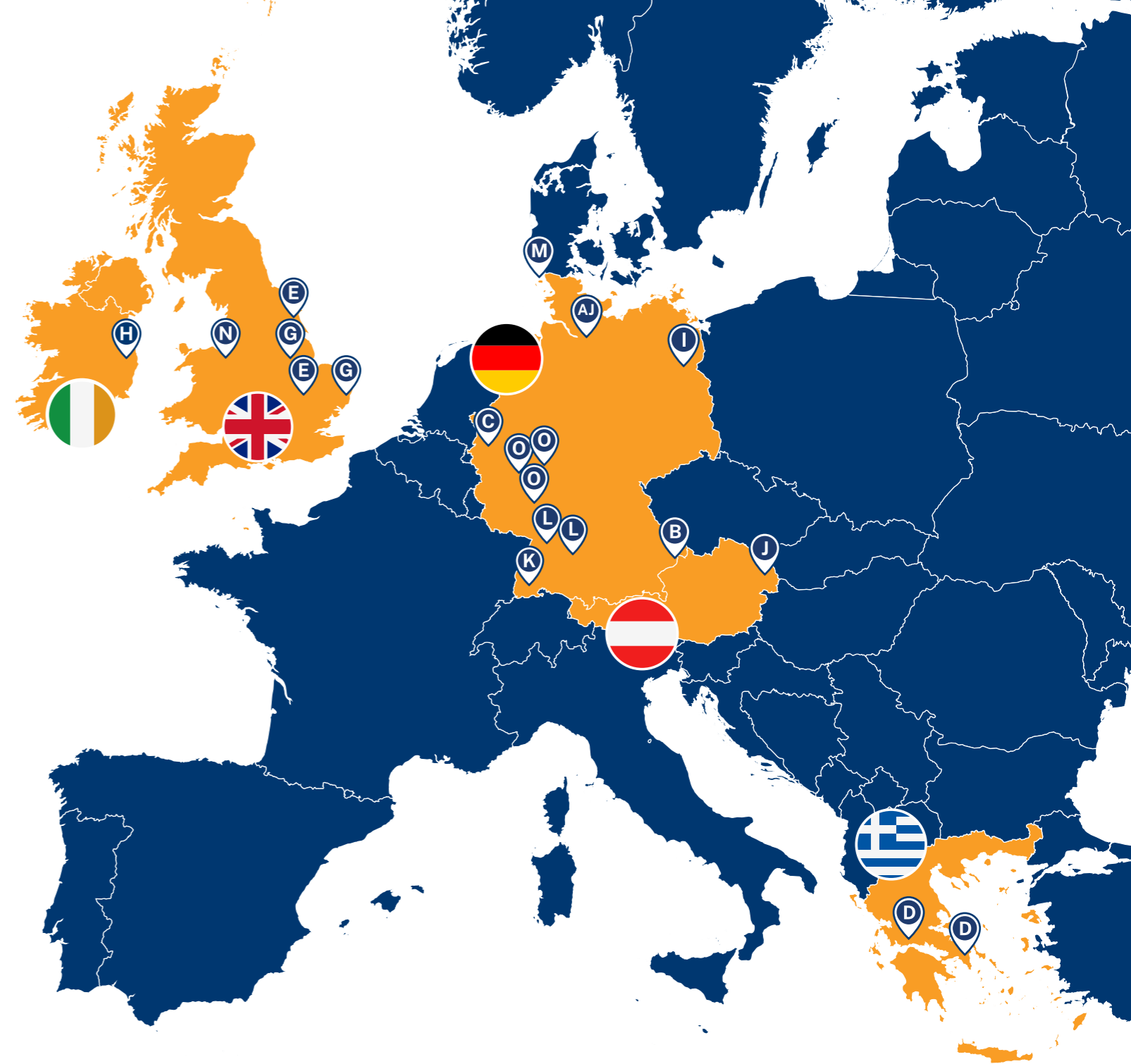
Die Zertus-Gruppe ist in vier Marktunits unterteilt, die von zentralen Funktionen und Gruppenservices unterstützt werden.



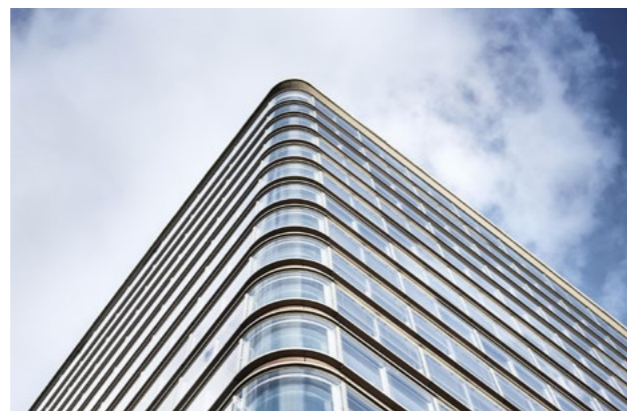
Unternehmen

Der Zertus- Hauptsitz Strategie & Governance

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg betreibt vier Markt-
units mit Tochtergesellschaften in Deutschland, Griechenland,
Österreich, Großbritannien und Irland, die hochwertige Nahrungs-
mittel und Getränke produzieren und vermarkten.



Unter Leitung der Vorsitzenden der Geschäftsführung Alessandra Cama liegen die Produktschwerpunkte der Unternehmensgruppe auf den Bereichen Gourmet, Custom Sweets, Functional Nutrition sowie Snacking & Chocolate. Mit einer eigenen Produktentwicklung und Produktion, einem professionellen Qualitätsmanagement, einem modernen Distributionszentrum sowie der Verwaltung in Hamburg hat die Unternehmensgruppe heute rund 2.300 Beschäftigte. Der Schwerpunkt der Unternehmensgruppe besteht darin, hochwertige Nahrungsmittel herzustellen, Premium-Marken in wachsenden Marktnischen aufzubauen und die Beschäftigten dazu zu befähigen, diese nachhaltig mit unternehmerischem Denken zu entwickeln.



Zertus-Hauptsitz, Hamburg, Deutschland

Die Unternehmensgruppe ist heute in fünf europäischen Ländern tätig, ihre Produkte werden aber weltweit verkauft. Die Karte zeigt die Standorte der Unternehmen in Europa.

- | | | | | |
|------------------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|-------------------------|
| A Zertus-Hauptsitz HH | D GAEA | G Kinnerton | J Power System | M Sylter Brisen |
| B Bio-Zentrale | E Humdinger | H Lir | K Pulmoll | N The Sun Valley |
| C Dextro Energy | F Kalfany | I Lotao | L Süße Werbung | O Wilms |

ESG-Strategie

Der ESG-Ansatz von Zertus

Wir haben uns den höchsten ethischen Standards verpflichtet.

Die Unternehmensgruppe verfügt über eine Reihe von Richtlinien und Selbstverpflichtungen zu ethischen Standards. Der längerfristige Plan im Rahmen der ESG-Strategie sieht vor, diese auf die gesamte Gruppe auszuweiten und somit unsere Selbstverpflichtung zu ethischem Verhalten zu stärken.

Die Richtlinien werden jährlich überprüft und mit unseren Kunden und Lieferanten ausgetauscht, damit unsere gesamte Lieferkette die Standards kennt, die wir befolgen wollen.

Es gibt Richtlinien zu folgenden Themen:

- Whistleblowing
- Verhaltenskodex
- Bekämpfung von Bestechung und Korruption
- Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion
- Menschenrechte
- Statement zu moderner Sklaverei (Modern Slavery Statement) (UK&I)
- Geschlechterspezifische Lohngefälle (Gender Pay Gaps) (UK&I)



Vereinte Nationen Rahmenwerke

Bei der Entwicklung unserer ESG-Strategie und der Erstellung dieses Berichts waren wir bestrebt, einen Beitrag zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDGs) zu leisten und uns an diesen zu orientieren. Die SDGs wurden von allen Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen im Jahr 2015 übernommen. Sie stellen einen Aktionsplan zum Umgang mit einigen der dringendsten sozialen und ökologischen Probleme wie Armut, Klimawandel und soziale Ungleichheit dar.

Unternehmen verwenden die SDGs häufig als Rahmen, um ihre ESG-Ziele so festzulegen, dass sie einen Beitrag zu einem international anerkannten Standard leisten. Sie helfen darüber hinaus bei der Organisation von Maßnahmen zur Identifizierung und Behandlung der drängendsten Themen in einer ESG-Agenda.

In diesem Bericht zeigen die farbigen Quadrate auf jeder Seite an, zu welchem SDG das Thema innerhalb unserer ESG-Strategie einen Beitrag leistet.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Vier Säulen für eine bessere Welt



Beschäftigte

- Schutz der physischen und psychischen Gesundheit unserer Beschäftigten und Förderung ihres Wohlergehens
- Sicherstellung, dass sich unsere Mitarbeitenden engagieren, indem wir sie mit den richtigen Fähigkeiten für ihre Aufgaben ausstatten und sie fair für ihr Engagement entlohnen
- Schaffung des richtigen Umfeldes für Vielfalt und Inklusion als Fundament an unseren Standorten
- Sicherstellung, dass die Menschenrechte unserer Beschäftigten und der Arbeitskräfte in unserer Lieferkette respektiert und geachtet werden



Verantwortungsvolle Beschaffung

- Beschaffung mit Wirkung: Identifizierung, Verständnis und Minderung der potenziellen negativen sozialen und ethischen Auswirkungen der Beschaffung in den Lieferketten
- Erhöhte Transparenz: Informationsaustausch zwischen Lieferanten und Zertus, um ein genaueres Lieferketten-Mapping zu ermöglichen und Best Practices zu fördern
- Gemeinschaftliches Handeln: Gemeinsame Anstrengungen zur Bewältigung von Nachhaltigkeitsherausforderungen durch verstärkte Kommunikation mit Lieferanten



Gemeinschaften

- Entwicklung von verantwortungsvollen Marken, die positiv zum Wohlbefinden der Verbraucher beitragen, einschließlich verantwortungsvoller Produktentwicklung
- Positiver Beitrag zu den Gemeinschaften an unseren Standorten und Aufbau guter Partnerschaften, insbesondere mit Bedürftigen
- Wir werden Fundraising-Aktionen sowohl auf Belegschafts- als auch auf Unternehmensebene durchführen, um Themen zu unterstützen, die unseren Beschäftigten am Herzen liegen, und unsere Plattform dafür einsetzen, etwas zu bewegen



Planet

- Reduzierung unserer CO₂-Bilanz, indem wir wissenschaftsbasierte Ziele festlegen und darauf hinarbeiten
- Bewusster Umgang mit den Ressourcen, die wir nutzen und entsorgen
- Entfernung, Reduzierung, Wiederverwendung und Recycling von für unsere Geschäftsaktivitäten verwendeten Kunststoffen und Verpackungen

Beschäftigte

Menschen sind das Rückgrat unseres Unternehmens. Sie verfügen über die Fähigkeiten, Kenntnisse, die Kreativität und Energie, um den Geschäftserfolg zu steigern. Unser Erfolg hängt von unserer Fähigkeit ab, talentierte Fachkräfte zu gewinnen, zu binden und zu entwickeln, die Innovationen, Produktivität und Wachstum vorantreiben. Glückliche, engagierte und zufriedene Beschäftigte sind das Herzstück eines stabilen und nachhaltigen Unternehmens. Dies zu erreichen, ist unser wichtigstes Ziel für die Zukunft.

Zu diesem Zweck sollen die Projekte und Maßnahmen unseres Pfeilers „Beschäftigte“ sicherstellen, dass Menschenrechte in all unseren Lieferketten respektiert, dass die Bedürfnisse unserer Beschäftigten erfüllt werden und dass wir ein vielfältiges und inklusives Arbeitsumfeld bereitstellen.

Der Pfeiler „Beschäftigte“ hat vier Schwerpunkte: physisches und psychisches Wohlergehen, Mitarbeiterbindung, Vielfalt und Inklusion sowie Menschenrechte. Diese Pfeiler wurden basierend auf wichtigen Themen für unser Geschäft ausgewählt und sind rund um Arbeitsrechtsvorschriften strukturiert.



Glückliche, engagierte und zufriedene Beschäftigte sind das Herzstück eines stabilen und nachhaltigen Unternehmens. Dies zu erreichen, ist unser wichtigstes Ziel für die Zukunft.

ESG-Strategie

Mitarbeiterwohlbefinden

Das Thema Wohlbefinden hat in den letzten Jahren an Priorität gewonnen und ist ein zentraler Aspekt für die Erhaltung einer gesunden Belegschaft geworden. Wohlergehen bedeutet für uns sowohl physische als auch psychische Gesundheit und Sicherheit. Wir arbeiten kontinuierlich daran, uns zu diesem Thema weiterzubilden und die physische und psychische Gesundheit unserer Beschäftigten zu verbessern.

Wellbeing Week in Großbritannien und Irland

Eine der großartigen Initiativen, die wir in Großbritannien und Irland anbieten, ist die sogenannte „Wellbeing Week“, ein siebentägiges Programm mit verschiedenen Aktivitäten, die jeden Tag stattfinden, um das Bewusstsein für verschiedene Aspekte rund um das Thema Wohlbefinden wie physische und psychische Gesundheit, Ernährung, Sport und Finanzen zu erhöhen. Während dieser Woche wird eine Mischung aus Informationen und Aktivitäten vor Ort angeboten, um das Engagement zu fördern und das Bewusstsein für Probleme von Kolleginnen und Kollegen zu erhöhen, die häufig nicht angesprochen werden.

Engagement im Bereich Gesundheit und Sicherheit bei Humdinger

Bei unserer Marktunit Humdinger wurde 2022 ein verstärkter Fokus auf das Engagement im Bereich Gesundheit und Sicherheit gerichtet. Unter Leitung von HSE Manager Derek Thompson wurde ein neuer QR-Code eingeführt,

um Beinaheunfälle und Gefahren leicht melden zu können, wodurch die Meldehäufigkeit um 65 % stieg.

Sicherheit bei Kalfany Süße Werbung (KSW)

Bei KSW wurde ein potenzielles Gesundheits- und Sicherheitsrisiko identifiziert, da Arbeitskräfte schwere Lasten gehoben haben. Um dies zu vermeiden, haben wir in ein Vakuumhebesystem investiert, das die Anzahl der schweren Hebevorgänge durch Personen begrenzt.

Ersthelfer für psychische Gesundheit

Wir haben eine Reihe von Ersthelfern für psychische Gesundheit im Unternehmen, da wir wissen, dass die psychische Gesundheit der Belegschaft genauso wichtig ist wie die physische Gesundheit. In Großbritannien und Irland sind derzeit ca. 20 Personen als Ersthelfer für psychische Gesundheit ausgebildet. Im nächsten Jahr planen wir, diese Unterstützung auch auf den Rest der Zertus-Gruppe auszuweiten.

Vielfalt und Inklusion

93 % der Belegschaft in Großbritannien und Irland haben eine Schulung zum Thema Vielfalt und Inklusion erhalten.

Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion ist ein Thema, auf das wir bei Zertus großen Wert legen. In Großbritannien und Irland haben wir obligatorische Schulungen zum Thema Vielfalt und Inklusion für alle eingeführt. Damit wollen wir gewährleisten, dass alle die notwendigen Kenntnisse über Vielfalt und Inklusion haben und wissen, welche Verhaltensweisen und Ausdrücke wir bei Zertus nicht tolerieren. Es ist wichtig für uns, dass wir ein Umfeld schaffen, in dem sich jeder respektiert fühlt.

Wir überwachen derzeit das Geschlechterverhältnis im deutschen Geschäft nicht, planen aber, dies 2023 zu tun, um transparente Informationen über unsere Belegschaft vorlegen zu können.

Kommunikation

Wir sind ständig bestrebt, neue Möglichkeiten zur Verbesserung der Kommunikationen mit unseren Beschäftigten zu finden und das Mitarbeiterengagement voranzutreiben. Wir möchten, dass unsere Beschäftigten das Gefühl haben, dass wir sie über das Geschäft und unsere Pläne für die Zukunft auf dem Laufenden halten. Unsere Vision und unsere Werte mit unseren Beschäftigten zu teilen, ist eine Top-Priorität des Pfeilers „Beschäftigte“. Wir suchen ständig nach Möglichkeiten, diesen Bereich zu verbessern und einen Dialog zwischen der Belegschaft und dem Management aufzubauen.

Am Standort von Dextro Energy in Deutschland halten wir regelmäßige Treffen zwischen Beschäftigten und dem oberen Management ab, um den Informationsaustausch zu fördern. Die Bio-Zentrale hat Townhall-Meetings eingeführt und GAEA führt nun vierteljährliche Team-Meetings durch, damit Informationen und positive Unternehmensnachrichten ausgetauscht werden.

Gummibärchen-Post bei Kalfany Süße Werbung

Kommunikation war ein Bereich, den KSW verbessern wollte, weshalb die Gummibärchen-Post ins Leben gerufen wurde. Jeden Monat erhalten alle Beschäftigten ein kleines Geschenk, durch das sie unsere Produkte und die Kolleginnen und Kollegen aus anderen Abteilungen und

Geschlechterverteilung der Belegschaft in UK&I	42 %	Frauen
	58 %	Männer
Senior-Management-Positionen UK&I	40 %	Frauen
	60 %	Männer
Geschlechterverteilung der Belegschaft in Griechenland	30 %	Frauen
	70 %	Männer

Standorten kennenlernen können. Es enthält immer einen Snack und ein Interview mit einer Kollegin oder einem Kollegen über die eigene Arbeit und auf Wunsch auch private Themen wie Hobbys. Es ist eine unterhaltsame und interaktive Möglichkeit, Neuigkeiten mit unserer Belegschaft zu teilen.

Business Improvement Groups ‚BIG‘ in Großbritannien und Irland

Im Jahr 2021 wurde in Großbritannien und Irland die Notwendigkeit für ein Forum erkannt, in dem Beschäftigte dem Standortmanagement ihre Bedürfnisse mitteilen können. Wir haben daher an jedem Standort die Business Improvement Groups (kurz BIG) eingerichtet.

Beschäftigte aus allen Abteilungen wählen ihre Vertreter, die ihnen Feedback geben und Wünsche äußern können und sich über zukünftige Pläne und Herausforderungen für den Standort informieren.

Wilms

Bei Wilms haben wir vor Kurzem ein Meeting für Managementinformationen eingeführt, das regelmäßig stattfindet. Alle Beschäftigten sind zu diesem Meeting eingeladen. Dort werden Updates von jedem Geschäftsbereich bereitgestellt und es können Fragen an das Management gestellt werden, die in diesem Rahmen beantwortet werden. Es gibt auch zahlreiche andere Tools, die zur Berichterstattung über Aktivitäten des Unternehmens und unserer Marken verwendet werden können, wie z. B. die wöchentlich veröffentlichten „Marketing News“. Dreimal im Jahr gibt es eine Kurzfassung der Markenaktivitäten in Form der „Food News“.



Mitarbeiter- einbindung

Mitarbeiterumfrage

Ein Ansatz zur Verbesserung unserer internen Kommunikation und der Mitarbeiterbindung ist die Mitarbeiterumfrage. Wir führen diese Umfrage in Großbritannien und Irland seit 2020 durch. 2022 haben wir sie auf unser europäisches Geschäft ausgeweitet. Dies ist ein großer Erfolg für uns als Unternehmensgruppe. Wir haben erkannt, dass starkes Engagement und gute interne Kommunikation das Zugehörigkeitsgefühl zum Unternehmen stärken sowie Vertrauen und Transparenz zwischen den Kolleginnen und Kollegen und dem Management fördern.

Wir wollen sowohl die Teilnahmequote (wie viele Personen an der Umfrage teilgenommen haben) als auch den Engagement-Score (wie stark sich Personen für wichtige Themen im Unternehmen engagieren) messen. Die Mitarbeiterumfrage deckt elf Themenbereiche ab und ist ein Stimmungsbarometer für Bereiche wie Lebensmittelsicherheit, Management, Vergütung und Sachleistungen, Entwicklungsmöglichkeiten usw.

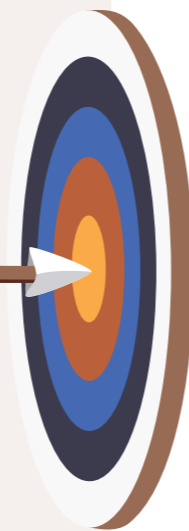


Unser gruppenweites Ziel war ein Engagement von 75 % und wir freuen uns, dass wir dies erreicht haben.

Engagement-Score UK&I	75 %
Engagement-Score Europa	78 %
Durchschnittlicher Engagement-Score Zertus-Gruppe	77 %

Die Umfrage zum Mitarbeiterengagement ermöglicht es der Personalabteilung und der Geschäftsleitung, sich ein Bild vom Zufriedenheitsgrad der Kolleginnen und Kollegen zu machen und Bereiche zu ermitteln, in denen wir uns verbessern können.

Wir sind stolz auf die durchgehend hohe Beteiligungsquote in unserer Gruppe und das Feedback, das wir von Kolleginnen und Kollegen erhalten.



Reaktion auf Mitarbeiterumfragen

Jedes Jahr nach der Umfrage entwickelt jeder Standort einen Maßnahmenplan als Reaktion auf die Umfrageergebnisse. Nachstehend aufgeführt sind einige der 2022 umgesetzten Maßnahmen basierend auf dem Feedback der Belegschaft.

Aus der Mitarbeiterumfrage abgeleitete Maßnahmen

- Der Pausenbereich bei Kalfany Süße Werbung wurde um einen Grill erweitert, um soziale Interaktionen zwischen Kolleginnen und Kollegen zu fördern.
- **Bei GAEA wurde ein Gehaltsbenchmarking durchgeführt, das zu Gehaltserhöhungen im Unternehmen führte.**
- GAEA und die Bio-Zentrale führten regelmäßige Kommunikation zur Bekanntgabe von geschäftlichen Neuigkeiten ein.
- In Hull wurden strukturiertere Schulungen für Linienvorgesetzte eingeführt.
- **Beitrag zu unserer Gesundheits- und Sicherheitskultur durch Einführung eines Meldesystems für Beinaheunfälle bei Humdinger, bei dem Beschäftigte einen QR-Code scannen und Gefahren melden können.**
- In Großbritannien und Irland wurde im August eine Gehaltsüberprüfung abgeschlossen und alle Positionen erhalten eine Gehaltserhöhung.
- **Alle Standorte bieten nun bessere Familienleistungen.**
- Das Schichtsystem von Sun Valley wurde geändert, damit unsere Beschäftigten weit im Voraus über ihre Schichten informiert werden und eine bessere Work-Life-Balance haben.



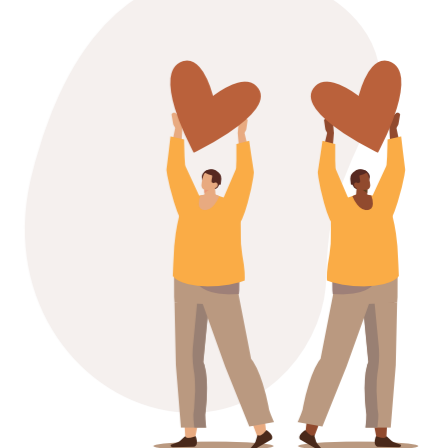
Due Diligence im Bereich Menschenrechte bei Zertus

Ende 2021 haben wir unser Due-Diligence-Programm für Menschenrechte gestartet. Als Richtschnur haben wir den sechsstufigen Prozess im Einklang mit den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte mit dem Ansatz „Protect, Respect, Remedy“ (Schutz, Respekt, Abhilfe) eingeführt: verpflichten, beurteilen, handeln, abhelfen, überwachen und kommunizieren.

Im Jahr 2021 haben wir uns vorwiegend auf die Stufe der Selbstverpflichtung konzentriert, indem wir unsere Menschenrechtsrichtlinie entwickelt und eine Arbeitsgruppe für Menschenrechte bestehend aus wichtigen Stakeholdern aus den Bereichen ESG, HR und Beschaffung ins Leben gerufen haben. Unser Ziel für 2022 war es, unsere Menschenrechtsrisiken in unserem Betrieb zu beurteilen, zu verstehen, wie wir diese angehen können, und Maßnahmen zur Minderung dieser Risiken einzuleiten.

Dieses Jahr haben wir KPIs für das Programm festgelegt, regelmäßige Sitzungen zur Überprüfung der Fortschritte eingeführt, den HR Director für Großbritannien und Irland als unseren Menschenrechtsbeauftragten im oberen Management nominiert und eine umfangreiche Risikobeurteilung gestartet.

Darüber hinaus unterstützt uns Stronger Together bei unseren Anstrengungen im Umgang mit Menschenrechtsrisiken. Diese wirkungsorientierte Non-Profit-Organisation stellt Unternehmen praktische Ressourcen, Schulungen und Dienstleistungen zur Sicherstellung von verantwortungsvoller Rekrutierung und der Abschaffung von moderner Sklaverei zur Verfügung. Unser Ziel ist es, moderne Sklaverei, Zwangsarbeit und versteckte Arbeitsausbeutung in unseren Betrieben zu verringern und zu beseitigen.



Menschenrechts- Due-Diligence Programm (UK&I)

Verpflichten

Durch eine Kombination von Selbstverpflichtungen auf Geschäftsführungsebene zu Menschenrechts-Due-Diligence (Human Rights Due Diligence, HRDD), Aufnahme des Ansatzes in die übergreifende Unternehmensstrategie und Einrichtung eines speziellen Forums war es möglich, eine tatsächliche Veränderung hin zur Förderung eines HRDD-Satzes bei Zertus UK&I anzustoßen.

Beurteilen

Bei der nächsten Etappe auf unserem HRDD-Weg sind wir gegenwärtig im Begriff, die augenfälligsten Menschenrechtsrisiken sowohl intern als auch extern mittels Risikobeurteilungen, externen Informationen und Stakeholder-Mapping zu beurteilen. Wir werden diese im Laufe des Jahres 2022 weiter entwickeln, damit die von uns ausgewählten Schwerpunktbereiche auch die Bereiche mit der größten Wirkung sind.

Handeln

Im Rahmen der Identifizierung der wesentlichsten Punkte, auf die wir unsere Aufmerksamkeit richten sollten, handeln wir weiter dort, wo wir können, um Risiken von Menschenrechtsverletzungen zu mindern. Wir verfügen bereits über einen Beschwerdemechanismus und ein Whistleblowing-Verfahren und haben Beschäftigte in unserem Team ermittelt, die von weiteren Schulungen profitieren würden, um sie bei der frühzeitigen Erkennung von moderner Sklaverei zu unterstützen. Die nächste Phase konzentriert sich auf die Ergebnisse der externen Risikobeurteilung und darauf, wie wir diese nutzen können, um die wichtigsten Aspekte zu definieren.

Abhelfen

Die Bereitstellung von Abhilfemaßnahmen mittels eines HRDD-Ansatzes befindet sich derzeit auf einer ähnlichen Entwicklungsstufe wie die Maßnahmen bei Menschenrechtsrisiken. Wir verfügen über eine Reihe von umfassenden internen Verfahren zur Unterstützung unserer Beschäftigten und entwickeln derzeit weitere robuste Standards für unsere Lieferantenbasis. Unser Ziel ist es, mit unseren Lieferanten und der gesamten Branche zusammenzuarbeiten, um die relevanten Prozesse zur Unterstützung der Entwicklung unseres breiteren Ansatzes zu verstehen.

Überwachen

Wir haben für das Jahr 2022 eine Reihe von KPIs implementiert, mit denen wir unsere Fortschritte messen können. Damit können wir nicht nur unsere eigenen Erfolge und zukünftigen Fokusbereiche überwachen, sondern wir erhalten auch Daten, die wir für Gespräche mit Lieferanten nutzen können. Durch die Messung unserer Fortschritte auf diese Weise hoffen wir, dass wir echte Veränderungen in unserem Betrieb und in unseren Lieferketten bewirken können.

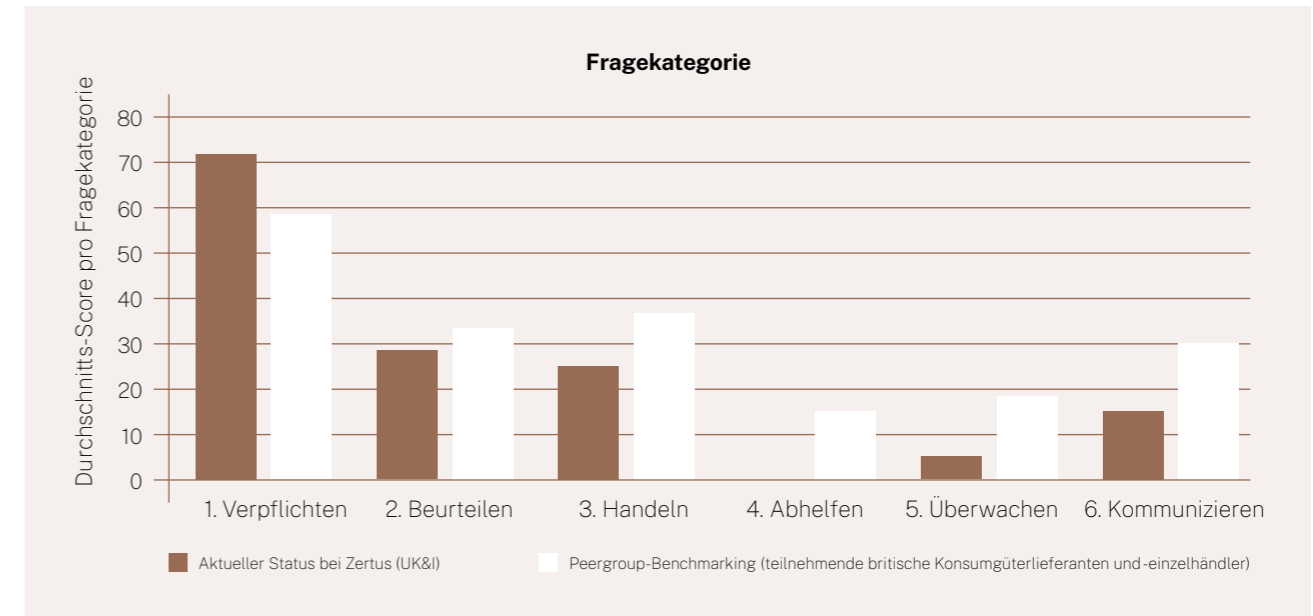
Kommunizieren

Aktuell veröffentlichen wir ein jährliches Statement zu moderner Sklaverei, in dem wir die Maßnahmen darlegen, die wir als Unternehmen ergreifen, um das diesbezügliche Risiko für unsere Belegschaft zu reduzieren.

Im Rahmen der Weiterentwicklung unseres HRDD-Ansatzes werden wir auch unseren jährlichen ESG-Bericht nutzen, um die Fortschritte aufzuzeigen, die wir sowohl intern als auch in unseren Lieferketten erzielt haben. Erhöhte Transparenz ist ein zentraler Aspekt unseres Pfeilers „Verantwortungsvolle Beschaffung“ und wir sind entschlossen sicherzustellen, dass dies in alle Richtungen funktioniert.

Dieses Jahr haben wir das **Progress Reporting Tool von Stronger Together** verwendet, um unsere Maßnahmen für den Umgang mit Risiken im Zusammenhang mit moderner Sklaverei zu beurteilen und auszurichten. Das Progress Reporting Tool ist eine Selbstbeurteilung, die es Unternehmen ermöglicht, ihre Maßnahmen für den Umgang mit Risiken im Zusammenhang mit moderner Sklaverei zu beurteilen, und die Hilfestellung gibt, wie diese Maßnahmen verbessert werden können. Wir nutzen dieses Tool für eine quantitative Messung unserer Fortschritte und zur Umsetzung sinnvoller Maßnahmen basierend auf internationalem Research und Erfahrungswerten.

Aufgrund unserer Anstrengungen im Jahr 2022 konnten wir unseren Score beim Reporting Tool um 9 % steigern. Wir sind eine unternehmensweite Selbstverpflichtung zur Bekämpfung moderner Sklaverei eingegangen und haben die diesbezüglichen Risiken in unserem Geschäftsbetrieb beurteilt. Wir haben zudem ein Bewusstsein für moderne Sklaverei geschaffen, wichtige Beschäftigte zu Zwangsarbeitsrisiken und -indikatoren geschult, sowie unsere Richtlinien, Verfahren und Prüfungen überprüft, um diese Risiken zu minimieren und sicherzustellen, dass wir die richtigen Schritte unternehmen und die richtigen Fragen stellen.



Abgeschlossen am

Score

16. März 2023	32 %	7 %	↑
14. Feb. 2023	30 %		
14. Feb. 2023	30 %		
7. Juli 2022	30 %	43 %	↑
3. Mai 2022	21 %		

Menschenrechte in Europa

Von 2023 an werden wir die sechs Schritte in den europäischen Unternehmen umsetzen. Wir verstehen dies als entscheidendes Kriterium für ein verantwortungsvolles Unternehmen und würden gerne eine eingehende Analyse unserer Lieferketten durchführen, damit alle unsere Richtlinien und Verfahren mit den zukünftigen Vorgaben zu Sorgfaltspflichten in Lieferketten konform sind, die sich auf unser Geschäft auswirken werden.



Nicola Lamb
HR Director UK&I,
Human Rights Lead

„Zertus UK&I hat sich zu den höchsten Standards bei geschäftlichem und ethischem Verhalten verpflichtet und ist bestrebt, in den Beziehungen mit unseren Beschäftigten und Lieferanten die Menschenrechte zu respektieren und zu fördern. Wir haben uns zu stetiger Menschenrechts-Due-Diligence verpflichtet, um mögliche Menschenrechtsverletzungen zu beurteilen, anzugehen und zu mindern, und wir arbeiten darauf hin, dass unsere Geschäftspartner dies ebenfalls tun.“

Im Rahmen der Erweiterung unserer Produktions- und Beschaffungskapazitäten werden Arbeitsplatzbedingungen in der Lieferkette zunehmend unter die Lupe genommen. Die Bedingungen, unter denen Produkte produziert werden, sind ein Qualitätsfaktor und ein wichtiger Teil des Leistungsversprechens des Unternehmens geworden. Unser engagiertes Menschenrechts-Due-Diligence-Programm hat daher oberste Priorität. Durch die Sicherstellung des Schutzes unserer Belegschaft, Arbeitskräfte und Lieferketten können wir gewährleisten, dass wir unser Bestes tun, um gefährdete Personengruppen bei der Durchführung unserer Geschäftsaktivitäten zu schützen.“

Verantwortungsvolle Beschaffung

Als Lebensmittelunternehmen verfügen wir über komplexe und häufig undurchsichtige Lieferketten. Wir legen Wert darauf, verantwortungsvolle Beschaffung in unsere ESG-Strategie aufzunehmen, damit sie die nötige Aufmerksamkeit erhält, um Wirkung zu zeigen, z. B. durch den Aufbau von Beziehungen mit Lieferanten, durch die Sicherstellung, dass Zutatenzertifizierungen aktuell sind, durch Lieferketten-Mapping, Audits zu ethischen Standards, Risikobeurteilungen usw.

Unser Pfeiler „Verantwortungsvolle Beschaffung“ besteht aus drei Unterbereichen:

- **Beschaffung mit Wirkung:** Identifizierung, Verständnis und Minderung der potenziellen negativen sozialen und ethischen Auswirkungen der Beschaffung in den Lieferketten
- **Erhöhte Transparenz:** Informationsaustausch zwischen Lieferanten und der Zertus-Gruppe, um ein genaueres Lieferketten-Mapping zu ermöglichen und Best Practices voranzutreiben
- **Gemeinschaftliches Handeln:** Gemeinsame Anstrengungen zur Bewältigung von Nachhaltigkeitsherausforderungen durch verstärkte Kommunikation mit Lieferanten

Diese drei Bereiche haben wir eingerichtet, um besser auf mögliche Herausforderungen reagieren zu können. Die Projekte in den einzelnen Bereichen können daher jährlich wechseln, je nachdem, welche Themen aktuell am relevantesten sind. Sie sind untereinander zudem in hohem Maße austauschbar, was der Natur unserer Lieferketten entspricht, die häufig miteinander konkurrierende Ansprüche beinhalten.



Wir legen Wert darauf, verantwortungsvolle Beschaffung in unsere ESG-Strategie aufzunehmen, damit sie die nötige Aufmerksamkeit erhält, um Wirkung zu zeigen.

ESG-Strategie

Lieferanten- beziehungen & Transparenz der Lieferkette

Für uns als Unternehmen stellen Lieferketten die größte Nachhaltigkeitsherausforderung dar. Komplexität, zueinander im Widerspruch stehende Prioritäten, mangelnde Transparenz und Kooperation sowie einander widersprechende Vorschriften machen das Erreichen eines gemeinsamen Ziels sehr schwierig. Um Nachhaltigkeit in den Lieferketten zu erreichen, ist von Unternehmen, Lieferanten und anderen Anspruchsgruppen erheblicher Einsatz gefordert. Dies beinhaltet den gleichzeitigen Umgang mit verschiedenen Herausforderungen und die Zusammenarbeit bei der Umsetzung nachhaltiger Praktiken in der gesamten Lieferkette.

Als Ausgangspunkt für den erfolgreichen Umgang mit diesem Thema sind all unsere Gesellschaften in Großbritannien, Irland und Griechenland Mitglieder von Sedex, der **Supplier Ethical Data Exchange**. Diese Plattform unterstützt Unternehmen beim Austausch und der Verwaltung von Informationen zur ethischen und sozialen Performance. Sie verbessert die Lieferkettentransparenz, sorgt für mehr Effizienz und erleichtert die Zusammenarbeit mit Lieferanten sowie die Steuerung des Lieferkettenrisikos. Die Mitgliedschaft bei Sedex hat uns eine dringend benötigte Plattform für die Zusammenarbeit und den Austausch von Nachhaltigkeitsinformationen mit unseren Lieferanten

und Kunden sowie für die Förderung von Transparenz verschafft. Darüber hinaus bietet Sedex eine Audit-Methode namens SMETA, die vier Kernbereiche abdeckt: **Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt und Geschäftsethik**. SMETA ist eine weithin anerkannte Audit-Methode, die der Beurteilung der ethischen, ökologischen und sozialen Performance eines Unternehmens dient.

Obwohl es für unsere Lieferanten nicht vorausgesetzt wird, haben wir uns zum Ziel gesetzt, durch Sedex im Hinblick auf alle mit uns verbundenen Unternehmen hohe SMETA-Ratings zu erzielen.

GAEA

Bei GAEA setzen wir uns für den Aufbau von Beziehungen zu Qualitätslieferanten ein, die hohe Transparenz und ethische Standards vorweisen können. All unsere Lieferanten sind nach einer oder mehreren der folgenden Normen zertifiziert: ISO 22000, BRC, IFS, FSMA. GAEA ist nach allen genannten Lebensmittelsicherheitsnormen zertifiziert und verfügt zudem über Bio-, Koscher- und Non-GMO-Zertifizierungen. Für unser natives Bio-Olivenöl GAEA Planet arbeiten wir mit einem Gut zusammen, das die Einhaltung sämtlicher Anbau- und Nacherntestandards sicherstellt.

UK&I: Anzahl Lieferanten	516	
> 95 % SAQ	402	78 %
SMETA-Audit in den letzten 3 Jahren	187	36 %
GAEA: Anzahl Lieferanten	13	
> 95 % SAQ	12	92 %
SMETA-Audit in den letzten 3 Jahren	8	61 %



Verantwortungsvolle Kakaobeschaffung

Die Rohstoffbeschaffung ist aufgrund ihrer großen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Auswirkungen in allen Teilen der Lieferkette vom Anbau bis zur Verarbeitung ein wichtiger Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wie und wo wir unsere Rohstoffe beschaffen, wirkt sich auf unseren CO₂-Fußabdruck, Menschenrechtsfragen, Reputation und Kosten aus.

Die Beschaffung von Produkten auf Kakaobasis ist ein wichtiger Bestandteil der Geschäftstätigkeit von Zertus. Ohne diese Produkte könnten wir ein breites Spektrum unserer Handels- und Eigenmarkenprodukte nicht herstellen. Allerdings sind uns auch die Herausforderungen der Kakaolieferketten bewusst. Sie sind notorisch schwer nachzuerfolgen, weshalb Nachhaltigkeitsbemühungen selbst dort, wo wir starke Einwirkungsmöglichkeiten haben, schwierig umzusetzen sind. Unser Ziel ist es, durch die Zusammenarbeit mit unseren Hauptlieferanten und auf Kakao spezialisierten NGOs überall, wo wir es können, eine positive Wirkung zu erzielen.

Fairtrade

Die Initiative Fairtrade setzt sich für bessere Preise, menschenwürdige Arbeitsbedingungen, Sozialverträglichkeit und faire Handelsbedingungen für Landwirte und Arbeitskräfte ein. Im Vordergrund steht ein existenzsichernder Lebensunterhalt, den Landwirte für ihre harte Arbeit verdienen. Unsere Standorte Kinnerton und Lir sind Fairtrade-zertifiziert, was uns die Beschaffung von Kakaoprodukten für unsere Kunden und Eigenmarken nach Fairtrade-Standards

ermöglicht. 2022 hat Fairtrade durch die Unterstützung von Kinnerton und Lir 32.100 £ erhalten. Bei Kalfany Süße Werbung und Lotao setzen wir ebenfalls auf Fairtrade-zertifizierte Schokolade, damit unser Kakao verantwortungsvoll beschafft wird, wo immer dies möglich ist. Jedes Mal, wenn wir Fairtrade-zertifizierte Zutaten erwerben, zahlen wir einen Preisaufschlag. Dieser dient dazu, das Leben der Landwirte und Anbauer zu verbessern und sie in den besten und nachhaltigsten Anbaupraktiken zu schulen.

Rainforest Alliance

Die Rainforest Alliance ist ein weiterer wertvoller Verbündeter im Einsatz für die Nachhaltigkeit unseres Kakaos. Die Rainforest Alliance befasst sich mit ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit, wobei der Schwerpunkt auf Waldschutz, Biodiversität und Treibhausgasemissionen liegt. Um unsere positive Wirkung zu verstärken, beschaffen wir die Zutaten für die Schokolade unserer Eigenmarken Kinnerton und NOMO verantwortungsvoll, indem wir Produkte der Rainforest Alliance erwerben. Diese Selbstverpflichtung sind wir bereits 2019 eingegangen und setzen unsere Unterstützung nun im vierten Jahr in Folge fort. In diesem Jahr haben wir unsere Zertifizierung um die Schokoladenprodukte von Humdinger erweitert, damit diese vollständig zertifiziert werden können. Das Gütezeichen der Rainforest Alliance ist auf allen Schokoladenprodukten von Kinnerton und NOMO zu sehen und gibt unseren Kunden Gewissheit, dass die Landwirte nachhaltigeren Anbau praktizieren, der die Wälder schützt, ihren Lebensunterhalt verbessert und ihnen dabei hilft, die Auswirkungen der Klimakrise zu bewältigen.

Bio-Zertifizierung



Bio-Produkte werden ohne Einsatz synthetischer Pestizide, Düngemittel, genetisch veränderter Organismen (GVO) oder sonstiger künstlicher Zusatzstoffe hergestellt. Sie sind nährstoffreich, nachhaltiger und schmecken besser – ein dreifacher Bonus für die Menschen und die Umwelt!

Zertifizierte Bio-Betriebe müssen sich an gewisse Verfahren wie Fruchtfolge, Humuswirtschaft zur Verbesserung der Bodengesundheit und Unkrautbekämpfung ohne Chemie halten, um ihre Nachhaltigkeit zu gewährleisten. All diese Praktiken verbessern die Gesundheit und Fruchtbarkeit des Bodens, wodurch eine langfristig nachhaltige Nutzung sichergestellt wird.

GAEA, Kalfany Süße Werbung und Lotao sind alle nach den Vorschriften des EU-Bio-Labels für den ökologischen Anbau und die ökologische Erzeugung zertifiziert.



Naturland bei Lotao

Ein Großteil der Produktpalette von Lotao ist Naturland-zertifiziert. Um diese Zertifizierung zu erreichen, müssen unsere Hersteller nicht nur den strengen Bio-Richtlinien der EU für nachhaltige Pflanzen- und Tierzucht sowie Lebensmittelverarbeitung entsprechen, sondern auch eine Reihe zusätzlicher Standards einhalten, die Naturland selbst eingeführt hat. Diese beinhalten Folgendes:

- Soziale Standards für die Lösung von Menschenrechts- und Gleichstellungsfragen
- Normen für die Zucht von Wassertieren (Fische und Meeresfrüchte)
- Normen für Nicht-Lebensmittel: Wald- und Holzprodukte (Forstwirtschaft und Holzverarbeitung), Textilien und Kosmetika
- Freiwillige „Fair“-Zertifizierung für Naturland-Betriebe in aller Welt

Das bedeutet, dass unsere Produktpalette strenge Kriterien ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit erfüllt und es Verbraucherinnen und Verbrauchern ermöglicht, durch bewussten Konsum Gutes zu tun.

Darüber hinaus ist dies eine zusätzliche Möglichkeit zur Förderung und Stärkung unserer sozialen, ökologischen und qualitativen Standards mit unserem Partner in Indien. **2022 haben wir rund 13 Tonnen Produkte mit Naturland-Zertifizierung gekauft.**

Verantwortungsvolle Palmölbeschaffung

Palmöl ist eines der vielseitigsten Pflanzenöle und in vielen Produkten von Shampoo und Zahnpasta bis hin zu Pizza, Gebäck und Süßigkeiten zu finden. Es verhindert die Oxidation unserer Produkte und verlängert so deren Haltbarkeit, ist auch bei hohen Temperaturen sehr stabil, unterstützt die gewünschte Beschaffenheit und ist sehr effizient: Aus einer einzelnen Pflanze lässt sich extrem viel Öl gewinnen.

Leider ist Palmöl, das von Natur aus nur in Afrika vorkommt, auch ein wesentlicher Faktor für die Abholzung der artenreichsten Wälder der Welt. Zudem wird es häufig auf Torfboden angebaut, eine kohlenstoffreiche Bodenform, die zur globalen Erwärmung beiträgt. Und nicht zuletzt wird die Palmölherstellung häufig mit sozialen Problemen wie Kinderarbeit und Ausbeutung von Arbeitskräften in Verbindung gebracht.

Das heißt jedoch nicht, dass Palmöl völlig aus Produkten verschwinden muss, damit diese nachhaltig sind. Der Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) ist eine gemeinnützige Organisation, die Standards für die Palmölproduktion festlegt, um eine nachhaltige Produktionsweise und die Begrenzung seiner negativen Umweltauswirkungen sicherzustellen. Palmöl mit RSPO-Zertifizierung ist eine nachhaltige Alternative, da der RSPO die nachhaltige Produktion prüft und bescheinigt. Es gibt zwei Zertifizierungsvarianten: Massenbilanz (MB) und segregiert (SG). Der Massenbilanz-Ansatz bezeichnet eine Beschaffungsvariante, bei der Palmöl aus zertifizierten Quellen in der Lieferkette mit herkömmlichem Palmöl vermischt wird. Der segregierte Ansatz bezeichnet die Trennung zwischen zertifizierten und nicht zertifizierten Quellen.

Unsere Strategie zur Minimierung der negativen Auswirkungen von Palmöl in unseren Produkten ist also zweigleisig. Erstens reduzieren wir, wo immer dies möglich ist, die Menge des verwendeten Palmöls, um die Produktion nachhaltiger zu gestalten. Zweitens kaufen wir ausschließlich RSPO-zertifiziertes Palmöl.

UNSERE FORTSCHRITTE:

Bei Lotao und GAEA verwenden wir gar kein Palmöl in unseren Eigenprodukten.

Bei der Bio-Zentrale, Dextro Energy, Kinnerton, Humdinger, Lir, Sun Valley und Kalfany Süße Werbung verwenden wir ausschließlich RSPO-zertifiziertes Palmöl, damit das von uns verwendete Palmöl nicht zur Abholzung beiträgt.

Bei Kalfany Süße Werbung ist Palmöl in einigen der Fertigwaren enthalten, die wir kaufen. Aus diesem Grund können wir derzeit keine klare Bilanz darüber ziehen, wobei das gesamte verwendete Palmöl RSPO-zertifiziert ist. Gleichzeitig überdenken wir die künftige Verwendung von Palmöl jedoch im Ganzen.

Es gilt zudem zu beachten, dass einige von Wilms importierte Produkte Palmöl enthalten, was allerdings schwieriger zu beeinflussen ist, da wir nicht Eigentümer der Marken sind. Dennoch arbeiten wir unermüdlich mit Lieferanten zusammen, um Alternativen zu Palmöl zu finden oder darauf zu verzichten, wo es möglich ist.



Bis 2025 wird das gesamte Palmöl in unseren Produkten die RSPO-SG-Zertifizierung erhalten

Geschäft	SG- o. IP-Palmöl	MB-Palmöl
Dextro	0 %	100 %
Bio-Zentrale	100 %	0 %
Kinnerton	74 %	26 %
Humdinger	55 %	45 %
Lir	66 %	33 %
Sun Valley	0 %	100 %

Gemeinschaften

Unsere Gemeinschaftssäule setzt sich aus zwei Aspekten zusammen. Erstens geht es dabei um die Gemeinschaft der Verbraucherinnen und Verbraucher, die unsere Produkte kauft. Wir möchten sicherstellen, dass wir tun, was wir können, um den Nährwert unserer bestehenden Produkte zu verbessern und bei der Entwicklung neuer Produkte das Wohlergehen der Verbraucher zu berücksichtigen. Hierbei können Gesundheitstrends wie hoher Ballaststoff- oder Eiweißgehalt oder ökologische Entscheidungen wie die Erweiterung unseres pflanzlichen Produktsortiments eine Rolle spielen. Zudem möchten wir uns so verantwortungsvoll wie möglich verhalten, indem wir überflüssige Fette, Salz und Zucker reduzieren.

Der zweite Gemeinschaftsaspekt fokussiert darauf, den Gemeinden, in denen sich unsere Standorte befinden, etwas zurückzugeben oder Anliegen zu unterstützen, die unseren Beschäftigten wichtig sind. Innerhalb der Unternehmensgruppe laufen verschiedene gemeinnützige Initiativen, die Spenden sammeln, Sponsoring betreiben und Freiwilligenarbeit leisten.

Wir haben unsere soziale Wirkung im Verlauf des Jahres 2022 verstärkt und planen, sie in den kommenden Jahren noch weiter auszubauen. Wir sind sehr stolz auf die Beziehungen, die wir geknüpft haben und die für unsere Beschäftigten, die sich mit Leidenschaft dafür einsetzen, eine große Motivation darstellen.



Wir sind sehr stolz auf die Beziehungen, die wir geknüpft haben und die für unsere Beschäftigten, die sich mit Leidenschaft dafür einsetzen, eine große Motivation darstellen.

ESG-Strategie

Verantwortungsvolle Produkte

Einer der wichtigsten Aspekte unserer Gemeinschaftssäule sind die Auswirkungen unserer Produkte auf die Verbraucherinnen und Verbraucher. Einige unserer Produkte wie Schokolade, Süßwaren und Nüsse weisen von Natur aus einen hohen Salz-, Fett- oder Zuckergehalt auf. Es ist daher sehr wichtig, dass wir uns bewusst sind, wie wir diese Produkte herstellen und welche Zutaten wir verwenden. Mit dieser Verantwortung im Hinterkopf arbeiten wir stets daran, unsere Produktpalette zu verbessern und sie gesünder, natürlicher und besser für die Konsumentinnen und Konsumenten zu machen. So werden etwa in Dextro Energy nur noch natürliche Aromen verwendet und alle GAEA-Produkte sind frei von Konservierungsmitteln und anderen Zusätzen und weisen zudem einen hohen Nährwert auf.



Produktverbesserungen

Humdinger

Bei Humdinger arbeitet unser neues Team für Produktentwicklung gemeinsam mit unseren Kunden an der Verbesserung unserer Produktpalette. Allein im Jahr 2022 haben wir umfangreiche Veränderungen an den Rezepturen vorgenommen und den Salzgehalt reduziert. **Dies entspricht 200 Kilogramm weniger Salz pro Jahr.** Darüber hinaus hat Humdinger in Zusammenarbeit mit unseren Kunden 13 neue Produktlinien gestartet, die alle einen britischen Gesundheitsindex unter 4 aufweisen und damit als salz-, fett- und zuckerarm eingestuft werden – eine echte Leistung für ein Nuss- und Snackunternehmen.

Bio-Zentrale

2022 haben wir unsere Produktpalette angepasst und die gesünderen Optionen erweitert. Die Herstellung des Kakaosirups aus der Produktreihe BioKids haben wir eingestellt. Auch die Rezeptur der BioKids-Tomatensoße haben wir verbessert und den Zuckergehalt um 20 % reduziert. **Dies spart pro Jahr rund 5.380 Kilogramm Zucker.**

Darüber hinaus haben wir als Reaktion auf die wachsende Nachfrage nach gesunden, eiweißreichen Produkten eine neue Proteinschokolade und ein neues, veganes Bio-Müsli mit hohem Eiweißgehalt eingeführt.

Pflanzliches Angebot

UK&I

Der Markt für pflanzliche Produkte wächst und wir wachsen mit: Mit NOMO haben wir nicht nur die erfolgreichste „Frei von“-Marke in Großbritannien, unsere Snack-Division ist auch natürlich pflanzlich, da die Produkte auf Nüssen basieren. In 2022 **verzeichnete die Markunit UK&I bei pflanzlichen Produkten ein Umsatzwachstum von 31 %.** Verantwortlich dafür war neben der Übernahme von Sun Valley auch das starke Wachstum der Marke NOMO. Für uns ist es wichtig, dass wir ein möglichst breites Spektrum an Ernährungsbedürfnissen abdecken und allen, die ökologisch und ethisch verantwortungsvoller leben wollen, die Auswahl erleichtern.

Wilms

Wilms hat einen eigenen Katalog mit „besseren Alternativen“ zusammengestellt, in dem alle Bio- und veganen Produkte enthalten sind, um Verbraucherinnen und Verbraucher beim nachhaltigen Einkauf zu unterstützen.



Jackfrucht-Beschaffungsprojekt

Lotao

Vor einigen Jahren hat Lotao als Reaktion auf die Nachfrage nach veganen und vegetarischen Produkten mit der Entwicklung von auf Jackfrucht basierenden Produkten begonnen. Jackfrucht ist aufgrund ihres Geschmacks, ihrer Beschaffenheit, ihres Nährwerts und ihrer Umweltverträglichkeit eine großartige Fleischalternative. Zudem ist sie umweltfreundlich im Anbau, da eine Pflanze viele Früchte hervorbringt, nicht viel Wasser braucht und nicht sehr schädlingsanfällig ist. Die Beschaffung von Jackfrucht kann allerdings mit sozialen Risiken im Hinblick auf die landwirtschaftlichen Arbeitsbedingungen in Ländern wie Brasilien und Indien verbunden sein, wo Jackfrucht natürlich vorkommt. Als Reaktion darauf hat Lotao ein Projekt zur ganzheitlichen Förderung der Nachhaltigkeit beschaffter Jackfrüchte gestartet, das ganz am Anfang der Lieferkette – noch vor dem Anbau – ansetzt. Das Projekt soll den Anbau vereinfachen und eine umweltfreundliche, sozial verantwortungsvolle Jackfrucht-Lieferkette für den europäischen Markt aufbauen. In Zusammenarbeit mit einer von der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) finanzierten lokalen Agrarforschungsstiftung hat Lotao einen Businessplan für die Jackfrucht-Beschaffung erstellt und arbeitet dafür mit einer familiengeführten landwirtschaftlichen Stiftung im indischen Bangalore zusammen.

Zur Verbesserung der Anbauphase wurden alle teilnehmenden Landwirte in nachhaltiger Bio-Landwirtschaft geschult. Dank dieser Weiterbildung und insgesamt 15.000 Jackfrucht-Setzlingen aus biologischem Anbau sowie Unterstützung während der Anbau- und Erntephase haben die Landwirte nun ideale Ausgangsbedingungen und können sich einen Anteil am boomenden Markt für Fleischersatzprodukte sichern. Zur weiteren Unterstützung der Landwirte beinhaltet das Programm auch Maßnahmen zum Ausbau der lokalen Infrastruktur und den Bau von Kühl-, Lager- und Verpackungseinrichtungen in der nächstgelegenen Großstadt Bangalore. Alle Landwirte, die an dem Programm teilgenommen haben, verfügen nun über eine Qualifikation als zertifizierte Anbauer von Bio-Jackfrüchten und haben Verträge für die Abnahme der geernteten Früchte. Dies sorgt für ein stabiles Einkommen und eine Existenzsicherung, da gewährleistet ist, dass die Landwirte für ihre Arbeit fair bezahlt werden.

Bislang wurden **über 15.000 Baumsetzlinge verteilt** und die Zahl der beteiligten Landwirte (80 zu Beginn des Projekts) ist auf 600 angewachsen. Damit sind alle unsere Jackfrucht-Produkte nun kompromisslos gut für alle Beteiligten.

Über 15.000 Baumsetzlinge wurden an Landwirte verteilt

Gemeinschaften (UK&I)



Eine Möglichkeit, nachhaltige Wirkung zu erzielen, ist die Zusammenarbeit mit und Unterstützung von lokalen Wohltätigkeitsorganisationen. Wir haben ein umfangreiches Wohltätigkeitsprogramm aufgebaut, das Spenden, Freiwilligenarbeit und Sponsoring beinhaltet.

In Großbritannien und Irland arbeiten unsere Standorte jedes Jahr mit einer lokalen Wohltätigkeitsorganisation zusammen, welche die Beschäftigten per Wahl bestimmen. Im Verlauf des Jahres organisieren unsere HR-Teams verschiedene Spendenaktionen wie Tombolas, Kuchenverkäufe und Wettbewerbe. Das dabei gesammelte Geld wird an die vom Standort gewählte Wohltätigkeitsorganisation gespendet. Auf diese Weise können unsere Beschäftigten Kontakte pflegen und gleichzeitig wichtige Hilfsmaßnahmen in unseren Gemeinschaften unterstützen. Die gesammelte Summe verdoppeln wir bis zu einem Wert von 1.000 £ pro Standort und überweisen das Geld an die jeweiligen Organisationen.

Darüber hinaus sind wir innerhalb der Unternehmensgruppe immer auf der Suche nach neuen Möglichkeiten zur Unterstützung gemeinnütziger Organisationen. Sollten Lagervorräte überschüssig sein oder es einen Anlass geben, bei dem man für unsere Hilfe dankbar wäre, nehmen wir dies in unser Programm auf.

2022 haben wir beispielsweise zu Weihnachten einen Aufruf für Spielzeugspenden am Standort Kinnerton im britischen Sherburn gestartet, bei dem Hunderte von Spielzeugen für die Leeds Children Charity zusammenkamen, mit denen Kinder in dieser besonderen Zeit des Jahres unterstützt wurden.

Sponsoring und Freiwilligenarbeit

Neben Fundraising-Aktionen und Spenden haben wir zudem einen Sponsoring-Fonds und ein Freiwilligenprogramm für alle Unternehmensbereiche in Großbritannien und Irland eingerichtet.

In unserem Sponsoring-Fonds stehen für jeden Standort 1.000 £ pro Jahr zur Verfügung, mit denen unterschiedliche von unseren Beschäftigten ausgewählte Veranstaltungen und wohltätige Zwecke gesponsert werden können. Ob es sich dabei um einen Marathon, eine Gemeindeveranstaltung oder eine Spendenseite handelt – der Fonds ist zur Unterstützung der Gemeinschaft gedacht. Im vergangenen Jahr haben wir mit dem Sponsoring-Fonds weitere 1.724 £ gespendet. Wir hatten die Ehre, verschiedene großartige Initiativen zu unterstützen, darunter einen Treck durch die Sahara, mit dem Ziel, das Bewusstsein für Brustkrebs zu erhöhen.

Darüber hinaus verfügen wir über ein Freiwilligenprogramm, das unseren Beschäftigten einen bezahlten Tag Freiwilligenarbeit pro Jahr ermöglicht, an dem sie eine Wohltätigkeitsorganisation ihrer Wahl tatkräftig unterstützen können. 2022 haben unsere Beschäftigten beispielsweise Fareshare und die Lebensmittelhilfe First Focus unterstützt.



Gemeinschaften (Europa)

Obwohl das Wohltätigkeitsprogramm nicht formell ausformuliert ist, unterstützen wir Gemeinschaften vor Ort, wo immer es möglich ist. Hier beschreiben wir verschiedene Beispiele, wie unsere deutschen Geschäftsbereiche einen Beitrag zu den Gemeinden leisten, in denen sie beheimatet sind.

Kalfany Süße Werbung

Bei Kalfany Süße Werbung (KSW) spenden wir regelmäßig an die lokale „Tafel“, um Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken und Bedürftigen zu helfen. Auch an Schulen und Krankenhäuser sowie lokale Wohltätigkeitsorganisationen haben wir unsere Produkte gespendet.

Bio-Zentrale

Wir spenden regelmäßig Lebensmittel an die Feuerwehr und lokale Wohltätigkeitsorganisationen, um Abfall zu vermeiden und unserer Gemeinschaft zu helfen. Darüber hinaus unterstützt die Bio-Zentrale den örtlichen Fußballverein in Wittibreut mit jährlichen Spenden.

Zertus Holding

Manche Organisationen sind rein spendenfinanziert und benötigen gelegentlich sofortige Unterstützung. **In diesem Jahr haben wir das Kinderhospiz Sternenbrücke in Hamburg mit einer Spende von 5.000 € unterstützt.** Das Hospiz begleitet todkranke Kinder auf ihrem letzten Weg und unterstützt Familien, damit sie sich erholen und Kraft für die Trauerbewältigung schöpfen können.

Ebenfalls 5.000 € haben wir an die Stiftung Mittagskinder gespendet, eine Organisation mit Sitz in Hamburg, die sozial benachteiligten Kinder gesunde Mahlzeiten sowie sichere Sozial- und Bildungsräume bietet.



Wilms

Bei Wilms haben wir im Rahmen einer großartigen Nachhaltigkeitsinitiative darauf verzichtet, unseren Geschäftspartnern Weihnachtsgeschenke zu kaufen, und haben stattdessen 2.000 € an die McDonald's Kinderhilfe gespendet. Diese Organisation unterhält in verschiedenen deutschen Städten die sogenannten Ronald McDonald Häuser in der Nähe von Kinderkliniken, die es Familien schwer kranker Kinder ermöglichen, stets an deren Seite zu bleiben.

Darüber hinaus hat das Unternehmen interne Spendenaktionen organisiert, um unsere Beschäftigten zur Unterstützung der Organisation zu ermuntern. Als Fortsetzung dieser Initiative hat Wilms für 2023 ein einjähriges Sponsoring mit dem Speisesaal des Ronald McDonald Hauses in Mainz vereinbart, wo Familien in einer gemütlichen Atmosphäre gutes Essen zu sich nehmen können, damit ihnen die Krankenhausroutine ein bisschen leichter fällt.



In diesem Jahr haben wir das Kinderhospiz Sternenbrücke in Hamburg mit einer Spende von 5.000 € unterstützt

Planet

Ein Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft sollte für jede Geschäftstätigkeit in allen Branchen weltweit an erster Stelle stehen und wir alle sind dafür verantwortlich, im Interesse des Planeten und künftiger Generationen auf nachhaltige Praktiken zu setzen. Einer der Kernwerte der Zertus-Gruppe ist Verantwortung: Wir glauben fest daran, dass wir den Planeten in einem besseren Zustand zurücklassen sollten, als wir ihn vorgefunden haben. Um für diesen Wert einzustehen, konzentriert sich eine Säule unserer Strategie auf den Planeten. Sie deckt unser Klimaneutralitätsziel, unser Engagement für verantwortungsvollere Verpackung und die Reduzierung von Abfall und Wasserverbrauch ab.

Von der Reduzierung des CO₂-Ausstoßes bis hin zur Verbesserung unserer Verpackungen ist jede unserer Bemühungen um einen gesünderen Planeten ein Schritt in eine bessere Zukunft für alle. Die Priorisierung nachhaltiger Unternehmenspraktiken hilft uns dabei, unser Unternehmen zukunftssicher zu machen – sowohl im Hinblick auf künftige Regulierungen als auch auf den zunehmend kritischen Blick der Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich der Auswirkungen geschäftlicher Tätigkeiten auf den Planeten zunehmend bewusster werden und umweltbewusstere Konsumentscheidungen treffen. Deshalb arbeiten wir gemeinsam an einer nachhaltigen Zukunft – für uns, für unsere Kundinnen und Kunden sowie für den Planeten.



**Einer der Kernwerte der Zertus-Gruppe ist Verantwortung:
Wir glauben fest daran, dass wir den Planeten in einem besseren
Zustand zurücklassen sollten, als wir ihn vorgefunden haben.**

ESG-Strategie

Zertus-Gruppe CO₂-Bilanz

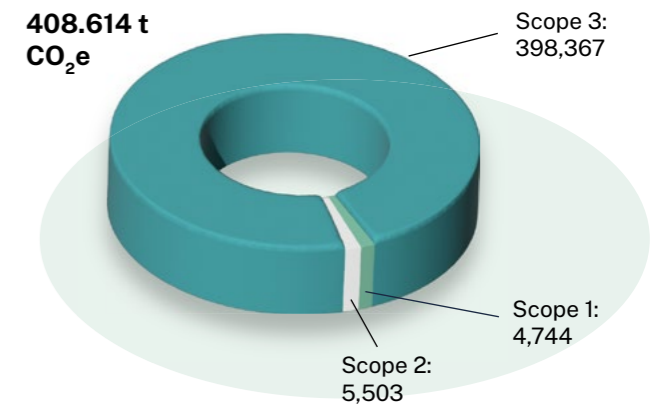
In diesem Jahr haben wir erstmals eine Kohlenstoffbilanzierung, ein sogenanntes „Carbon Accounting“ für die gesamte Zertus-Gruppe durchgeführt. In Zusammenarbeit mit ClimatePartner haben wir Berechnungen angestellt, um einen Eindruck von unseren Schwerpunkten in allen drei Scopes zu erhalten.

Unsere gesamte CO₂-Bilanz lag bei 408.614 Tonnen CO₂-Äquivalenten (CO₂e). Zum Vergleich: Das entspricht dem jährlichen CO₂-Fußabdruck von 584.318 durchschnittlichen Menschen – ungefähr der Gesamtbevölkerung der Malediven.



Die CO₂-Bilanz wird in drei Scopes aufgeteilt:

- Scope 1** bezieht sich auf alle mit Prozesswärme zusammenhängenden Aktivitäten
- Scope 2** bezieht sich auf alle mit gekauftem Strom zusammenhängenden Emissionen
- Scope 3** bezieht sich auf alle anderen mit unserer Geschäftstätigkeit und Lieferkette (Up- und Downstream) zusammenhängenden Aktivitäten. Dies schließt alle Aspekte von erworbenen Gütern und Dienstleistungen (Verpackung und Rohstoffe), Logistik und Abfall bis zum Ende der Produktlebensdauer und der Entsorgung der Verpackung durch die Verbraucherschaft ein.

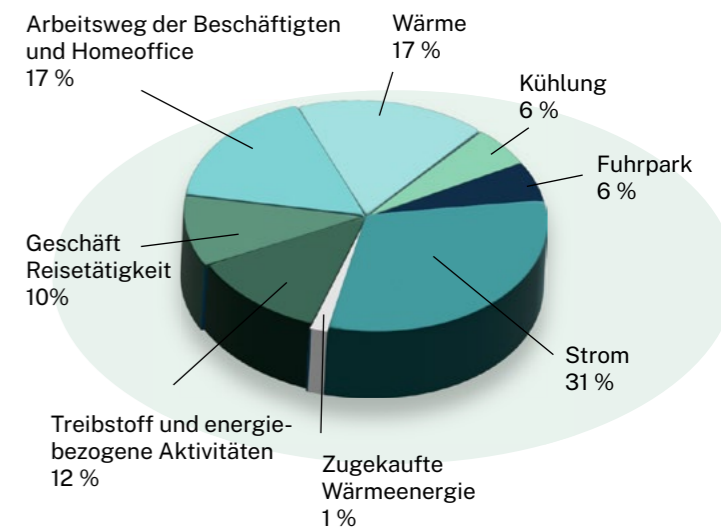


Unsere CO₂-Bilanz entspricht einem typischen Lebensmittelunternehmen: Der Großteil unserer Emissionen (97 % in unserem Fall) entfallen auf Scope 3.

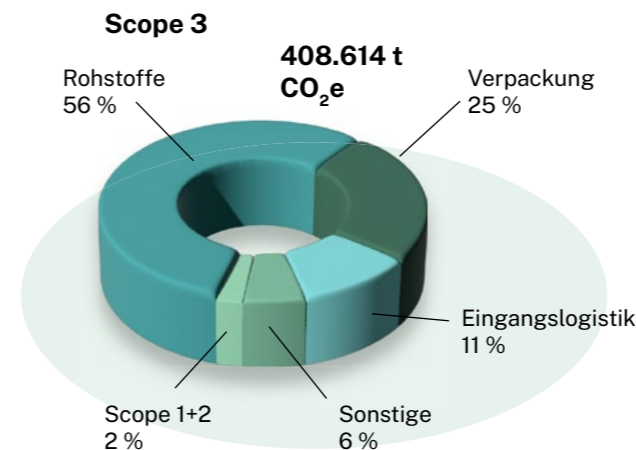
Operative CO₂-Bilanz

Unsere operative CO₂-Bilanz beträgt in der Summe 16.764 Tonnen. Dies bezieht sich auf alles, was unter unserer direkten operativen Kontrolle steht, einschließlich Wärme, Strom, Wasser, Abfall, Arbeitsweg der Beschäftigten und Geschäftsreisen. In diesen Bereichen haben wir den größten Einfluss auf die Reduzierung von Emissionen.

Im Rahmen unserer Bestrebungen um Klimaneutralität suchen wir nach neuen Möglichkeiten zur Reduzierung der Emissionen in allen Bereichen der Zertus-Gruppe. Durch den Abschluss unserer ersten Kohlenstoffbilanzierung konnten wir feststellen, auf welche Bereiche wir uns konzentrieren sollten und wo sich Reduzierungsmöglichkeiten ergeben.



Scope 3 macht einen großen Teil unserer allgemeinen CO₂-Bilanz aus und ist auch der Teil, auf den wir den geringsten Einfluss haben. Um diesen Anteil der Bilanz zu verringern, wird eine enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten erforderlich sein. Dies gilt besonders für kleinere Lieferanten, die noch gar nicht erwogen haben, diesen Weg zu beschreiten. Durch unsere Kohlenstoffbilanzierung haben wir drei zentrale Bereiche identifiziert, die für den größten Anteil unserer Emissionen verantwortlich sind: Rohstoffe, Verpackung und Logistik. Während auf Scope 3 insgesamt 98 % unserer Gesamtbilanz entfallen, machen diese drei Bereiche 92 % davon aus, womit auf die anderen Kategorien lediglich 6 % entfallen. Dies verdeutlicht, wie viele Emissionen mit diesen Bereichen jeweils zusammenhängen.



- Rohstoffe** verursachen bei uns die meisten Emissionen.
- Verpackungen** haben einen wesentlichen Anteil an unserer CO₂-Bilanz, insbesondere bei Lotao und GAEA.
- Auf die **Eingangslogistik** bezüglich Zutaten und Verpackung entfallen 11 % unserer Gesamtemissionen.



Verpackung – Reduktion um 25 %

In Sachen Nachhaltigkeit ist die Verpackung eine wichtige Stellschraube. Wiederverwertbarkeit und Verpackungen aus recycelten Materialien spielen eine immer größere Rolle. Maßgeblich für diese Entwicklung ist ein neues britisches Gesetz, nach dem Unternehmen je nach Stand der Wiederverwertbarkeit ihrer Verpackungen oder der Menge der darin enthaltenen recycelten Materialien Staffelgebühren zahlen müssen. Entsprechend haben wir uns für alle Markenprodukte in Großbritannien vorgenommen, bis 2025 auf 100 % recyclingfähige Verpackung umzustellen. Das ganze Jahr über machen wir Fortschritte bei unseren Verpackungen und kooperieren mit Einzelhändlern bei der Entwicklung umweltfreundlicherer Produkte.

Rohstoffe – Reduktion um 56 %

Rohstoffe haben mit Abstand den größten Anteil an unserer CO₂-Bilanz. Das ist für Lebensmittelhersteller nicht ungewöhnlich, insbesondere für diejenigen, die Güter mit von Natur aus hohem Emissionsgehalt verarbeiten. Auf Schokolade, Erdnüsse und Cashew-Nüsse entfielen in unseren Geschäftsbereichen in Großbritannien und Irland 27,6 % unserer Gesamtemissionen. Diese Emissionen ergeben sich beispielsweise aus der Landnutzungsänderung und dem Umfang der Verarbeitung, die diese Zutaten durchlaufen, bevor sie in der Produktion eingesetzt werden können. Einige unserer Geschäftsbereiche wie die Schokoladen- und Nussproduzenten sehen sich im Hinblick auf die Senkung der Scope-3-Emissionen Herausforderungen bei der Beschaffung ausgesetzt, da die Möglichkeiten der Emissionsreduktion bei diesen Rohstoffen begrenzt sind. Doch auch vor diesem Hintergrund werden wir mit unseren Lieferanten an der Verbesserung der Datenqualität arbeiten, sie für die Emissionsenkung sensibilisieren und dort, wo es möglich ist, selbst Reduktionen vornehmen.



Unser Klimaversprechen

Wir sind bestrebt, bis 2040 klimaneutral zu werden. 2022 hat Zertus erstmals seine CO₂-Bilanz als Gruppe ermittelt – ein erster wichtiger Schritt, um unsere Bezugsgrundlage zu ermitteln und uns nun glaubwürdige Emissionsziele setzen zu können. Wir werden unsere Zusammenarbeit mit Climate Partner fortsetzen, um uns im Rahmen unserer Umstellung wissenschaftlich fundierte und geprüfte Klimaneutralitätsziele zu setzen, während unsere Teams an der Reduzierung unserer betriebsbedingten Emissionen arbeiten. Wir schaffen es nicht allein, Klimaneutralität zu erreichen. Daher werden wir mit unseren Stammlieferanten zusammenarbeiten, um die Scope-3-Emissionen zu senken und sicherzustellen, dass sich alle unsere Lieferanten unserer Selbstverpflichtung bewusst sind.

Projekte zur Energieeffizienz & Verbrauchssenkung

Durch Steigerung der Ressourceneffizienz können wir unseren CO₂-Ausstoß senken und die Nachhaltigkeit unserer Produkte verbessern. Wir arbeiten intensiv daran, die Effizienz unseres Betriebs immer weiter zu steigern, Abfälle zu minimieren und sicherzustellen, dass wir die wertvollen Ressourcen unseres Planeten stets voll verwerten. Aus diesem Grund haben wir in der Gruppe eine Reihe von Projekten für mehr Ressourceneffizienz ins Leben gerufen.

Energieeffizienz bei Kinnerton Sherburn

Sherburn konnte beeindruckende 243.222 kWh pro Jahr durch die Reparatur der Klimaanlage im Werk einsparen, durch die Temperaturschwankungen vermieden wurden. Zudem wurden die Abschalt- und Startvorgänge formalisiert, um unnötigen Energieverbrauch zu verhindern.

Klimaneutralität bei der Bio-Zentrale

In unserem Geschäft setzen wir auf Klimabewusstsein. Nach der Prüfung unseres CO₂-Ausstoßes im Jahr 2021 haben wir uns dazu entschlossen, unsere Emissionen zu kompensieren. Dazu starteten wir ein Projekt im Tschad, bei dem wir tragbare Solarkocher für Flüchtlingscamps bereitstellten. Sie sind eine energieeffizientere Alternative, die weniger Emissionen verursacht und gesünder für die Nutzer ist.

Kontinuierliche Optimierung bei der Bio-Zentrale

Am Produktionsstandort der Bio-Zentrale suchen wir stets nach Wegen, um unsere Ressourcennutzung zu optimieren. Zur Reinigung unserer Produktionsanlagen benötigen wir Wasser, um das erforderliche Maß an Hygiene zu gewährleisten.

In diesem Jahr installierten wir nach einer aktuellen Evaluierung Dampfreinigungsgeräte und konnten damit unseren Energie- und Wasserverbrauch senken.

Photovoltaik bei der Bio-Zentrale

Photovoltaik-Anlagen sind klimafreundlich, kosteneffizient und eine hervorragende Quelle erneuerbarer Energie. Aus diesem Grund haben wir in diesem Jahr solche Anlagen bei der Bio-Zentrale installiert, um damit eine Senkung unseres Energieverbrauchs zu erreichen.

Seit Einführung der Anlage sparen wir jährlich 42.231 kWh ein.

Energieeffizienz bei Dextro Energy

2022 setzten wir ein Beleuchtungsprojekt um, bei dem wir alle unsere Standardleuchtmittel in den Produktionsbereichen durch LED-Beleuchtung ersetzen. LED-Lampen haben eine längere Lebensdauer und sind um bis zu 80 % energieeffizienter. So steigern wir die Nachhaltigkeit unseres Betriebs. Mit dieser Maßnahme sparen wir rund 15.000 kWh jährlich.

Klimaneutralität bei Wilms

Auch Wilms verfügt wie die Bio-Zentrale über eine Photovoltaik-Anlage. 2022 generierten wir darüber 141.000 kWh Solarstrom, was einem Anteil von 16,84 % am Gesamtverbrauch entspricht.

Die verbleibenden und nicht vermeidbaren Emissionen wurden durch den Kauf von Klimaschutzzertifikaten kompensiert, woraufhin das Importhaus Wilms als klimaneutral eingestuft wurde.



Gruppenweite Abfallvermeidung

Ein Schwerpunkt im Rahmen unserer Verpflichtung gegenüber unserem Planeten ist die Reduktion und Minimierung von Abfällen. Die vollständige Verwertung der wertvollen Ressourcen unseres Planeten ist dabei sehr wichtig, um einerseits die gegenwärtige Nachfrage nach Nahrungsmitteln erfüllen und andererseits die negativen Auswirkungen minimieren zu können. Daher versuchen wir stets, unsere betrieblichen Prozesse zu verbessern, um Plastik, den Wasserverbrauch sowie Produktions- und Lebensmittelabfälle zu minimieren. Nachstehend erfahren Sie, welche Erfolge wir 2022 dahingehend erzielt haben.

Verbesserung der betrieblichen Prozesse bei Humdinger

An unserem Standort in Heckington fanden unsere Mitarbeitenden heraus, dass Einkaufstaschen als Restmüll behandelt und dementsprechend nicht recycelt wurden, wodurch unnötige Abfälle entstanden. Dies wurde umgehend behoben. Alle Einkaufstaschen werden nun ordnungsgemäß wiederverwertet, wodurch allein in diesem Jahr 12 Tonnen Plastik eingespart werden konnten.

Abfallreduktion in Fakenham

Unsere Schokoladenfabrik in Fakenham reduzierte ihre Abfälle im Jahr 2022 um 31 %, und das dank der Bemühungen unseres operativen Teams, das sicherstellte, dass sämtliche Budgets, Stücklisten sowie Grenzwerte für übergewichtige Verpackungen und Produktverluste innerhalb der Prozesse stets auf dem aktuellsten Stand waren. Darüber hinaus wurden die Tests im Rahmen der Entwicklung von neuen Produkten erneut auf den Prüfstand gestellt. Dabei wurde sichergestellt, dass die Testdauer korrekt war und die Testbestände möglichst wiederverwendet wurden.

Entscheidend war auch die Einführung des Programms „Sustainable Performance Improvement“ (SPI), das unter anderem der Verbesserung der Datenerhebung und -genauigkeit dient, wobei der Fokus auf Einsparungen bei Sparten und Produkten mit höheren Ausschussmengen liegt. So erreichte Aasted bei einer Produkt-Tonnage von 119.120 kg im Jahresvergleich eine Abfallreduktion von 0,75 % bzw. 9.000 kg.



ABFALLREDUKTION BEI DER BIO-ZENTRALE

Längere Haltbarkeit

Die Bio-Zentrale hat sich zum Ziel gesetzt, das Label „Oft länger gut“ auf allen Produkten anzubringen, deren Haltbarkeit dies zulässt. Dieser Hinweis informiert die Verbraucher darüber, dass das Produkt auch nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) noch zum Verzehr geeignet ist, sofern es noch gut riecht, schmeckt und aussieht. Das Label findet sich bereits bei vielen Produkten neben dem MHD, sodass es für die Verbraucherinnen und Verbraucher klar ersichtlich ist. Flexibilität bei der Haltbarkeitsdauer reduziert Verschwendung, vermeidet Abfälle und verbessert die CO₂-Bilanz des Produkts.

Zero-Waste-Ansatz

Bei der Bio-Zentrale haben wir uns einem Zero-Waste-Ansatz verschrieben. Das heißt, die in Produktionsläufen angefallene Nacharbeit wird in die nachfolgenden Produktionsläufe überführt oder der Ausschuss wird an eine lokale Biogasanlage geliefert. Sämtliche Abfälle durch Verpackungsmaterialien werden ebenfalls den einschlägigen Entsorgungs- oder Recycling-Systemen zugeführt.

Verpackungs- optimierung

Verantwortungsvolle Verpackungslösungen tragen wesentlich zum Schutz der Umwelt bei. Die große mediale Aufmerksamkeit rund um die Wiederverwertbarkeit und Verpackungen aus recycelten Materialien ist nicht unberechtigt. Bis 2050 werden voraussichtlich mehr Plastikteilchen als Fische in unseren Ozeanen schwimmen.

Als Gesellschaft müssen wir diesem Problem Rechnung tragen und unsere Verantwortung für die Auswirkungen unserer Verpackungsauswahl auf die Umwelt anerkennen. Wir bei Zertus wissen, dass hierfür erhebliche Veränderungen nötig sind. Verantwortungsvolle Verpackungskonzepte umfassen beispielsweise wiederverwertbare Materialien, doch auch die Reduktion von überschüssiger Verpackung und die Verwendung biologisch abbaubarer Materialien gehören dazu. Durch Umsetzung entsprechender Praktiken können wir einen nachhaltigen Beitrag zum Schutz unseres Planeten leisten.

Jeder Geschäftsbereich arbeitete 2022 an verschiedenen Initiativen, um unserem Gruppenziel einer hundertprozentig recycelbaren Verpackungslösung bis 2030 ein Stück näher zu kommen.

Reinpaper® bei Kalfany Süße Werbung

2022 führten wir bei Kalfany Süße Werbung einen komplett recyclingfähigen Adventskalender ein. Er ist frei von Plastik und wiederverwertbar und lässt sich vollständig individualisieren. Außerdem ist der Kalender nicht bloß aus herkömmlicher Pappe gefertigt: Er besteht aus reinpapier®, einer der nachhaltigsten Verpackungslösungen auf dem Markt.

Vorteile von reinpapier®:

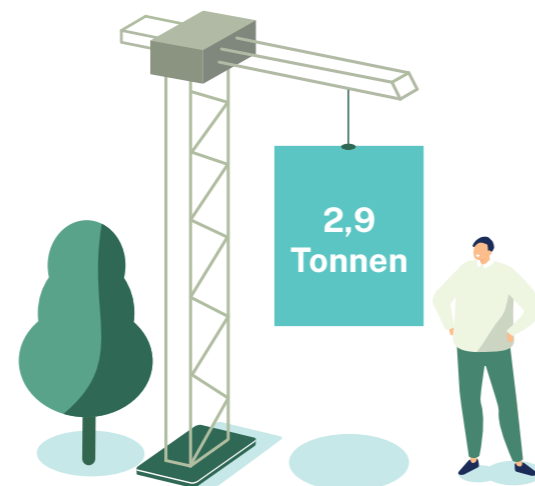
- Aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt
- Ressourcenschonend – aus FSC®-zertifizierten Wäldern
- 100 % recycelbar – Entsorgung mit dem Altpapier
- Biologisch abbaubar und kompostierbar gemäß EN13432
- Ungiftig, lebensmittelecht und umweltfreundlich
- Geringer CO₂-Ausstoß bei der Herstellung
- Geringer Wasser- und Energieverbrauch bei der Herstellung



Dextro Energy

Dextro Energy brachte ein Projekt zur Gewichtsreduktion von Kartonpaletten zum Abschluss. Ziel war es, unnötige Verpackung zu vermeiden.

Wir haben das Grammgewicht der Kartonpalette um nahezu 50 % gesenkt. Statt 210 g/m² hat sie nun ein Gewicht von 110 g/m², was allein 2022 zu mehr als **2,9 Tonnen an eingespartem Papier** führte!



Verlängerte Haltbarkeit bei Lotao

Die Verpackungsumstellung kann viele verschiedene Umweltvorteile haben, von der biologischen Abbaubarkeit oder Wiederverwertbarkeit bis hin zur Verlängerung der Haltbarkeit des Produkts. Im September 2022 wechselten wir bei Lotao von PE-beschichteten Pappbechern zu reinen PP-Jackpot-Bechern mit ablösbarer Papphülle. Dementsprechend sind die Becher nun recycelbar, da die PP-Materialien leicht voneinander zu trennen sind. So konnten wir allein in den letzten drei Monaten des Jahres 2022 700 kg an nicht wiederverwertbarer Verpackung vermeiden.

Die neue Verpackung ermöglicht uns außerdem die Verwendung von Packgas, das die Oxidation des Fetts in Chips verlangsamt und so die Haltbarkeit verlängert. Dank der längeren Lagerfähigkeit von Produkten können wir und unsere Kunden Lebensmittelverschwendung vermeiden.



Recyclingfähigkeit bei der Bio-Zentrale

Das „Made for Recycling“-Siegel ist ein vom bifa Umweltinstitut entwickelter und vom Fraunhofer Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung IVV bestätigter Standard. Demnach muss der Endverbraucher die Verpackung trennen und sie dem vorgesehenen Erfassungssystem zuordnen können. Dazu muss die Verpackung hochwertig und wiederverwertbar sein. Bei der Bio-Zentrale verfügen 90 % unserer Verpackungen über dieses Siegel.

Veränderte Verpackungen bei der Bio-Zentrale

2022 haben wir bei der Bio-Zentrale einige wirkungsvolle Veränderungen an unseren Verpackungen vorgenommen. Für unsere Linguine, Vollkorn-Penne, Spirelli und Spaghetti verwenden wir nun eine Verpackung, die zu 100 % aus Papier besteht. **So konnten wir insgesamt 2,23 Tonnen an Plastikfolie einsparen!**

Zu Ostern drehte sich bei M&S dieses Jahr alles um die Plastikreduktion. Das Verpackungsteam leistete bei der Erfüllung der Vorgaben hervorragende Arbeit. M&S ließ sich mit der strategischen Entscheidung über das gewünschte Verpackungsformat etwas Zeit. Unser Team lieferte daraufhin tolle Designs, die das Produkt unterstützten und mit denen sichergestellt wurde, dass es die erforderlichen Fall- und Transporttests besteht.

Man sorgte sich, dass der Aufbau einer Kartonwand gleichen würde, doch die Verwendung fotografischer Aufnahmen wirkte sich günstig auf die Optik aus. Im Vergleich zum vergangenen Jahr sparte das Team bei M&S insgesamt etwa 29 Tonnen Plastik ein – anders ausgedrückt ca. 2,9 Millionen einzelner Plastikteile.



Die Ziele von Zertus

Unsere Vision für 2023 und darüber hinaus ist es, unseren ESG-Fokus in allen Geschäftsbereichen weiter zu stärken, indem wir unsere ESG-Projekte und -Initiativen in der gesamten europäischen Gruppe abstimmen, um so die von uns angestrebten KPIs zu erreichen. Unsere ESG-Schwerpunktbereiche für 2023 sind folgende:

- Fortgesetzte Informationssammlung zu unserer CO₂-Bilanz und weitere Senkungen
- Maßnahmen und Zielsetzung im Hinblick auf die Reduktion unseres CO₂-Ausstoßes und künftige Klimaneutralität
- Verbesserung der Nachhaltigkeit unserer Produkte und verantwortungsvolle Produktentwicklung
- Stärkung des gesellschaftlichen Engagements unserer Geschäftsbereiche
- Reduktion der negativen Umweltauswirkungen unserer Verpackungen durch Verringerung der verwendeten Materialien und Verbesserung ihrer Wiederverwertbarkeit
- Förderung des Wohlbefindens unserer Kolleginnen und Kollegen durch Einführung verschiedener Gesundheitsinitiativen und Sensibilisierung im Hinblick auf die physische und psychische Gesundheit

Zur Umsetzung dieser Vorhaben haben wir uns eine Reihe von Zielen für 2023 und darüber hinaus gesetzt, die auf der nächsten Seite vorgestellt werden.

ESG



Säule	Zielbereich	Vorgeschlagene Gruppenziele	Zieljahr
Beschäftigte	Physische und psychische Gesundheit	Einführung einer gruppenweiten Gesundheitswoche zur Ausweitung der Unterstützung und Sensibilisierung zum Thema Wohlbefinden. Der Fokus soll dabei auf Themen wie physische und psychische Gesundheit, Ernährung und finanzielle Gesundheit liegen. (Gruppe)	2023
	Mitarbeiterbindung	Engagement-Score von 77 % (Gruppe)	
	Vielfalt und Inklusion	Einführung einer DEI-Richtlinie zu Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion (Europa); 95 % zu DEI geschult (UK&I)	
	Menschenrechte	Einführung einer Richtlinie zu Menschenrechten und moderner Sklaverei (Europa); Verbesserung des Werts im Progress Reporting Tool um 10 Punkte (UK&I)	
Beschaffung	Beschaffung mit Wirkung	Palmöl zu 100 % über den segregierten Ansatz – relevante Standorte und Verständnisgewinnung über deren Fortschritte in Bezug auf das Ziel von 100 % SG-zertifizierten Palmöls und Ziel der vollständigen Umstellung der Spezifikationen zu den Zutaten bis 2025	2025
	Erhöhte Transparenz	Zur Stärkung unserer ethischen Grundprinzipien und Vorbereitung auf die anstehende EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen werden wir für jeden Geschäftsbereich in der Gruppe eine Analyse der ethischen Lücken durchführen.	2024
Gemeinschaften	Gemeinschaftliches Handeln	Lieferketten-Mapping – vollständige Zuordnung aller Lieferketten der Gruppe und Risikobewertung zur Vorbereitung auf neue Sorgfaltspflichten in den Lieferketten	2024
	Wohlbefinden der Verbraucher / verantwortungsvolle Produktentwicklung	Produkt-Mapping gemäß NutriScore und HFSS – Zusammenstellung eines gruppenweiten Produktkatalogs aller Marken-SKUs mit Informationen zur Konformität mit dem NutriScore und den gesetzlichen Regelungen bezüglich hoher Fett-, Salz- und Zuckeranteile	
	Gesellschaftliches Engagement	Unterstützung von kinderbezogenen Initiativen über die Marken – die Gruppe möchte Partnerschaften mit Wohltätigkeitsorganisationen oder Initiativen und Marken begründen bzw. ausbauen. Dies wird zentral unterstützt.	
Gemeinschaften	Fundraising	Die Zertus-Gruppe wird entsprechende gruppenweite Initiativen stärken, sowohl über unsere Marken als auch über unsere Beschäftigten.	2023
	Abfälle	Zero to Landfill – jeder Geschäftsbereich wird eine Analyse der gruppenweiten Abfallströme im Hinblick darauf vornehmen, was es zur Abfallvermeidung braucht. Lebensmittelumverteilung – im Rahmen unser Pläne für 2030 versuchen wir, Lebensmittelabfälle in den Fabriken zu vermeiden und Umverteilungskanäle zu etablieren, um die Verschwendung zu reduzieren und unsere karitative Position zu stärken.	2030
Planet	Verpackung	100 % recyclingfähige Verpackung.	
Planet	Kohlenstoff	Netto-Null 2040 – entsprechend den Ergebnissen unserer Kohlenstoffbilanzierung werden wir übergeordnete Maßnahmen ergreifen, um unsere Bilanz an den Standorten zu verbessern. Ab 2024 werden wir Fünfjahrespläne für die CO ₂ -Reduzierung erarbeiten.	2040
Planet	Compliance	Wahrung der rechtlichen Konformität	Fortlaufend

Governance

Governance bei Zertus

Eine gute (Corporate) Governance ist die Grundlage für verantwortungsvolle Entscheidungen und ethisches Verhalten. Transparente Governance-Strukturen fördern die Rechenschaftspflicht, Integrität und Transparenz in allen Aspekten der Gruppe, einschließlich unserer Wirkung auf Umwelt und Gesellschaft.

Um unserer Verpflichtung zu Nachhaltigkeit und verantwortungsvollen Geschäftspraktiken Ausdruck zu verleihen, haben wir klare und eindeutige Richtlinien, Verfahrensweisen und Governance-Strukturen etabliert. So können wir mühelos Bereiche identifizieren, in denen wir unsere ESG-Performance noch verbessern können, uns mit Stakeholdern austauschen und Vertrauen bei unseren Beschäftigten, Lieferanten und Kunden schaffen. Eine gute Governance ist wesentlich, um die Integration von ESG in die Geschäftspraktiken zu gewährleisten, und trägt dazu bei, den langfristigen Erfolg und das nachhaltige Wachstum der Zertus-Gruppe zu sichern.



Governance bei Zertus Struktur

Die ESG-Governance in den Bereichen Umwelt und Soziales ist für Zertus als Gruppe ein neues Schwerpunktthema. Grundlage unseres Nachhaltigkeitsprogramms war die Einrichtung eines Sustainability-Teams in Großbritannien und Irland im Oktober 2021. Seitdem haben wir innerhalb des gesamten Geschäfts eine nachhaltigkeitsbezogene Governance-Struktur eingerichtet. Zur Förderung unseres ESG-Engagements in der gesamten Gruppe übernahm zunächst Paul Tripp, unser CEO von Zertus UK&I, in unserer Geschäftsführung die Verantwortung für das Thema. So ist gewährleistet, dass Nachhaltigkeit in der Gruppe die erforderliche Aufmerksamkeit bekommt.

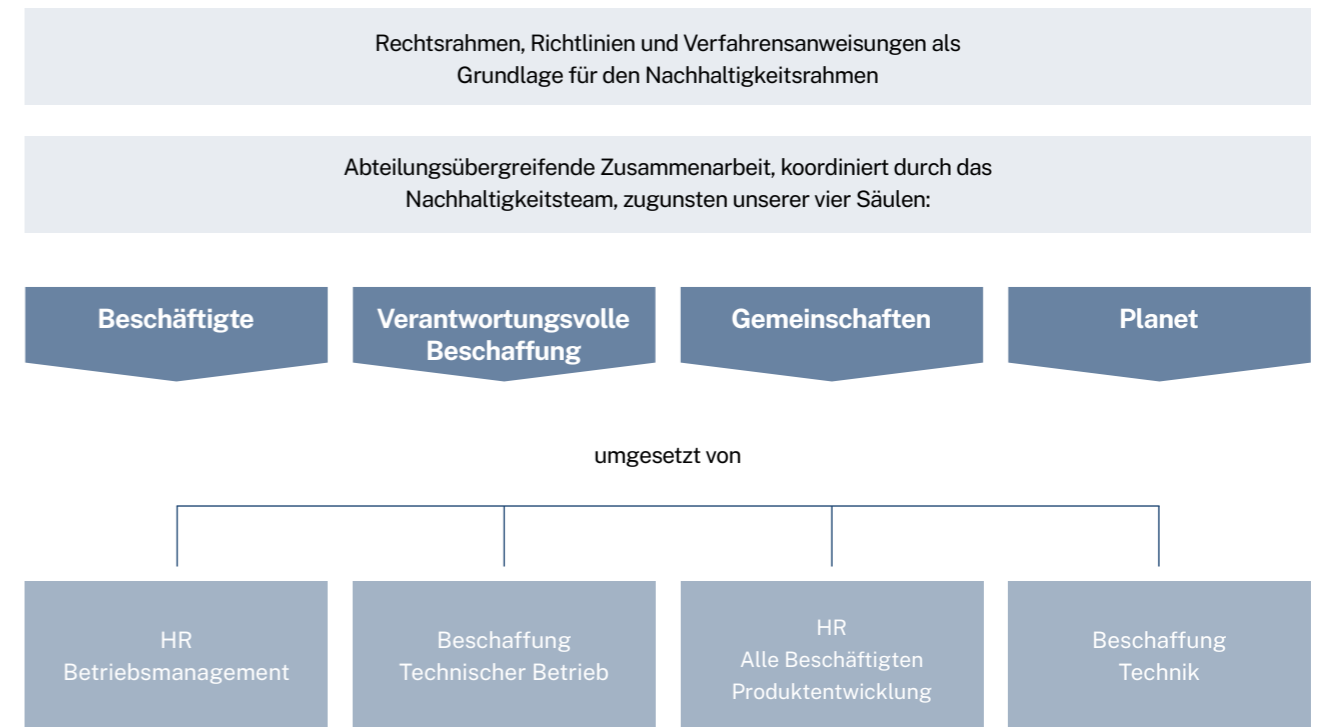
Anschließend haben wir in Europa eine ESG Working Group eingerichtet, die eng mit dem britischen Sustainability-Team zusammenarbeitet. Während sich unsere Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele im Jahr 2021 in erster Linie noch auf Großbritannien bezogen, arbeiteten wir 2022 intensiv daran, sie auf die gesamte Gruppe auszuweiten. So werden nun auf Standortebene Projekte umge-

setzt und nachverfolgt und die entsprechenden Fortschritte gemessen. Dies ermöglicht eine verbesserte Kontrolle, auf die einzelnen Standorte zugeschnittene Maßnahmen und eine höhere Datenqualität. Die harte Arbeit hat sich ausgezahlt: Wir verfügen nun über eine nachhaltigkeitsbezogene Governance-Struktur mit klar verteilten Zuständigkeiten, Zielen und Verantwortlichkeiten.



Bekanntnis des Managements zu Nachhaltigkeit

Europäisches Nachhaltigkeitsteam



Managementstruktur

An der Spitze unseres Unternehmens stehen zwei Gremien, die Geschäftsführung und der Aufsichtsrat. Der Aufsichtsrat ist für die Ernennung, Steuerung und Überwachung der Geschäftsführung zuständig. Er ist beratend tätig und gibt die strategische Richtung für unser Unternehmen vor, genehmigt Budgets und große Investitionen und stellt darüber hinaus die Einhaltung der rechtlichen Vorgaben sicher. Unsere Geschäftsführung verantwortet hingegen das Tagesgeschäft des Unternehmens. In diesem Zusammenhang trifft sie unter anderem strategische Entscheidungen, verwaltet die Unternehmensressourcen und setzt Richtlinien und Verfahren um.

Dieses Modell gewährleistet eine ausgewogene Entscheidungsfindung und eine verbesserte Verantwortungsübernahme. Unser Ziel ist es zudem, verschiedene Sichtweisen und Erfahrungen einfließen zu lassen, damit wir innovativere und effektivere Lösungen erarbeiten können. Vielfalt in den Gremien sorgt dafür, dass Gruppendenken vermieden und sichergestellt wird, dass unterschiedliche Meinungen berücksichtigt werden, bevor wichtige Entscheidungen getroffen werden. Das senkt das Risiko voreingenommener Entscheidungen und verbessert die Qualität der Entscheidungsfindung.

Aufsichts- rat

Dr. Markus Conrad, Vorsitzender

- Jahrgang 1959
- Vorsitzender des Aufsichtsrates seit 2017
- Mitglied des Aufsichtsrates seit 2006
- Ehemaliger Vorsitzender der Geschäftsführung der Tchibo GmbH, Hamburg

Dr. Marc-Angelo Bisotti, stellvertretender Vorsitzender

- Jahrgang 1980
- Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates seit 2019
- Mitglied des Aufsichtsrates seit 2017
- Geschäftsführender Gesellschafter RPP Group

Gerhard Berssenbrügge

- Jahrgang 1952
- Mitglied des Aufsichtsrates seit 2014
- Ehemaliger Chief Executive Officer der Nestlé Deutschland AG, Frankfurt/Main

Dr. Malte Herwig

- Jahrgang 1972
- Mitglied des Aufsichtsrates seit 2017
- Journalist/Autor, NDR

Karen Heumann

- Jahrgang 1965
- Mitglied des Aufsichtsrates seit 2022
- Mitgründerin und Vorstandsvorsitzende der thnk AG

Andreas Krippner

- Jahrgang 1966
- Mitglied des Aufsichtsrates seit 2010
- Consultant

Anna Sophie Meyer

- Jahrgang 1988
- Mitglied des Aufsichtsrates seit 2022
- Leitung Portfoliomanagement Strategische Produkte Johnson & Johnson Europa

ALTER

GESCHLECHT

Unter 55 Jahre	43 %	71 %	Männer
55–59,9 Jahre	29 %	29 %	Frauen
60–64,9 Jahre	14 %		
65–69,9 Jahre	0 %		
70 Jahre oder älter	14 %		

Geschäfts- führung

ALTER

GESCHLECHT

Unter 55 Jahre	33 %	67 %	Männer
55–59,9 Jahre	67 %	33 %	Frauen
60–64,9 Jahre	0 %		
65–69,9 Jahre	0 %		
70 Jahre oder älter	0 %		



Alessandra Cama

CEO der Zertus-Gruppe

- Jahrgang 1967
- Seit 2019 für die Zertus-Gruppe verantwortlich
- Zuvor Vorstandsmitglied der GfK und Partnerin bei der Unternehmensberatung Roland Berger und zuletzt Geschäftsführerin bei Warsteiner
- Ihre Karriere begann Alessandra Cama im Marketing Management



Stephan Tendam

CFO der Zertus-Gruppe

- Jahrgang 1968
- Seit 2021 verantwortlich für Finanzmanagement, Controlling und IT der Zertus-Gruppe
- Zuletzt Geschäftsführer (CFO) der Ludwig Görzt GmbH
- Zuvor CFO der Fressnapf Holding GmbH und Geschäftsführer der Tchibo Logistik GmbH



Paul Tripp

CEO Zertus UK & Ireland

- Jahrgang 1974
- Seit Oktober 2021 Mitglied der Geschäftsführung
- Seit 2019 verantwortlich für Zertus UK & Ireland und zuvor für Humdinger Ltd seit 2017
- Zuvor Geschäftsführer von Soreen und Group Director der McCambridge Group Plc.
- Umfassende Karriere im FMCG-Sektor für Lebensmittel und Getränke, einschließlich der Beratung von inhabergeführten und Private-Equity-Unternehmen und einer Vielzahl von technischen Führungspositionen in den Abteilungen von ABF und RHM



Zertus GmbH
Astratum
Zirkusweg 2
20359 Hamburg
Deutschland

T +49 40 44 194 0
E info@zertus.de
www.zertus.de