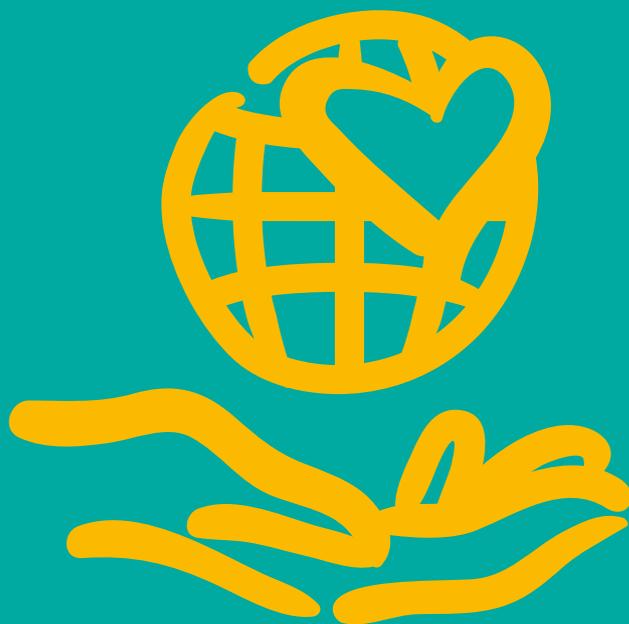


Wolenz

FORTSCHRITTS- BERICHT ZUR NACHHALTIGKEIT 2021



Moritz
BahlsenRabea
Habel-BeckThomas
Altendorfer

LIEBE LESER*INNEN,

vor rund einem Jahr haben wir unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht und unser seit jeher bestehendes soziales und ökologisches Engagement sichtbar gemacht. Seitdem ist viel passiert. Die Corona-Pandemie, der Krieg gegen die Ukraine, Inflation, Energiekrise und Klimawandel – es sind herausfordernde Zeiten für alle Menschen, unsere Gesellschaft, die Umwelt und auch für uns als Unternehmen. Die Anforderungen, die unsere Konsument*innen und Kund*innen, aber auch wir selbst an uns stellen, ändern sich in immer schnellerem Takt. Wir wollen darauf nicht nur genauso schnell, sondern vor allem richtig reagieren. Mehr noch, wir wollen aktiv einen Beitrag leisten, um die ökologischen und sozialen Herausforderungen zu bewältigen.

Eins bleibt für uns bei allem Wandel stets bestehen: Wir wollen den Menschen mit unseren Snacks Freude bereiten und gleichzeitig Verantwortung übernehmen. Als erfahrener Snack-Experte und Familienunternehmen in der vierten Generation tun wir beides bereits seit rund 130 Jahren. Wir gehen unseren Weg in eine nachhaltigere Zukunft konsequent weiter, Schritt für Schritt.

Das bedeutet für uns auch, jeden Tag ein bisschen besser zu werden, in dem, was wir tun und wie wir es tun. Was liegt näher, als direkt bei unserem Kern, unseren Marken, zu beginnen, bei unseren Verpackungen und unseren Rezepturen. Erste Erfolge konnten wir 2021 bereits verzeichnen und zum Beispiel die neuen Crunchips Rustics mit 15 Prozent weniger Salz als bei der Marke im Durchschnitt üblich in Deutschland einführen.

Natürlich blicken wir dabei auch über den eigenen Tellerrand hinaus. Der enge Austausch mit unseren Stakeholdern und die aktive Teilnahme an Brancheninitiativen helfen uns nicht nur dabei, uns selbst zu verändern, sondern auch an der Lösung globaler Herausforderungen mitzuwirken. **Daher verpflichten wir uns dem Global Compact der Vereinten Nationen – einer weltweiten Initiative für nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensführung. Wir orientieren uns an dessen zehn universellen Prinzipien und arbeiten daran, die Ziele für eine nachhaltige Entwicklung – die Sustainable Development Goals (SDGs) – in die Tat umzusetzen.**

Unsere wichtigsten Fortschritte und Herausforderungen auf diesem Weg im Jahr 2021 sind im vorliegenden Bericht dokumentiert.

**Euer/Eure
Moritz, Rabea und Thomas**





UNSERE VERANTWORTUNG FÜR MENSCH UND UMWELT

Den Menschen mit unseren Snacks Freude bereiten und gleichzeitig Verantwortung übernehmen – das ist unsere Motivation. Um dies umzusetzen, haben wir **sieben Handlungsfelder in den Bereichen „People & Planet“ identifiziert**, die als Rahmen für alle unsere bestehenden und zukünftigen Maßnahmen dienen (siehe Grafik unten rechts).

People: Wenn Lebensfreude unsere Motivation ist, dann muss der Mensch im Mittelpunkt stehen – seien es Konsument*innen, Geschäftspartner*innen, Erzeuger*innen unserer Rohstoffe oder Mitarbeiter*innen.

Planet: Als Snackhersteller benötigen wir Ressourcen wie Rohstoffe, Energie und Wasser und deshalb nehmen wir unsere besondere ökologische Verantwortung hinsichtlich Klimaschutz und Biodiversität ernst.

DIE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)

Wir wollen uns selbst verändern, aber auch gemeinsam mit Partner*innen an Lösungen für aktuelle globale Herausforderungen arbeiten. Als Unterzeichner des **UN Global Compact** unterstützen wir aktiv die Agenda 2030 der UN mit ihren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung. Wir haben **fünf SDGs** identifiziert, bei denen wir als international agierender Snackhersteller die größten Möglichkeiten haben, etwas zu bewirken. Mithilfe der unten stehenden Icons ist auf den folgenden Seiten zu erkennen, welches Handlungsfeld bzw. welche Aktivitäten auf welches SDG einzahlen.



UNSER FOKUS

Die Handlungsfelder **„Consumer Health & Nutrition“** und **„Packaging“** sind uns besonders wichtig: Wir arbeiten intensiv daran, unsere Snacks gesünder zu machen, ohne ihren Charakter zu verändern. Und wir reduzieren unseren Materialeinsatz und verbessern die Recyclingfähigkeit der Verpackungen. Denn genau hier, am Kern unserer Markenprodukte, können wir als Hersteller salziger Snacks den größten Unterschied für unsere Konsument*innen und die Umwelt machen.

KONKRETE ZIELE

Für „Consumer Health & Nutrition“ und „Packaging“ sowie für die Handlungsfelder „Climate & Resources“ und „Human Rights & Responsible Sourcing“ haben wir uns konkrete, ambitionierte Ziele gesetzt, die jeweils am Anfang der folgenden Kapitel in der Übersicht Status/Ziele aufgeführt sind. So wollen wir zum Beispiel bis 2023 zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energien an allen Standorten verwenden, den Salzgehalt unseres Produktportfolios bis 2025 um 15 Prozent reduzieren* und bis 2025 ausschließlich recyclingfähige Primärverpackungen einsetzen.

* Im Vergleich zu 2019





BESSERE NÄHRWERT-PROFILE – GROSSE VIELFALT

Wir machen Snacks, die einer modernen Lebens- und Ernährungsweise gerecht werden, und sorgen mit Icons und dem Nutri-Score für mehr Durchblick am Regal.



Mit unseren Snacks Freude zu bereiten und gleichzeitig Verantwortung zu übernehmen, heißt für uns, die individuellen Ernährungsgewohnheiten unserer Konsument*innen in den Mittelpunkt zu stellen. Damit unsere Snacks einer modernen Lebens- und Ernährungsweise gerecht werden, passen wir unsere Rezepturen fortlaufend an. Dazu optimieren wir die Nährwertprofile, indem wir zum Beispiel den Salzgehalt reduzieren, entwickeln aber auch neue Snackvarianten, die unterschiedlichen Bedürfnissen etwa nach einer glutenfreien oder veganen Ernährung entsprechen. Damit jede*r sofort sehen kann, um welche Variante es sich handelt, kennzeichnen wir unsere Verpackungen mit gut sichtbaren Icons und in Deutschland und in Österreich zusätzlich mit dem Nutri-Score.



SALZREDUKTION

Bis Ende 2025 werden wir den Salzgehalt in unserem gesamten Produktportfolio um 15 Prozent im Vergleich zu 2019 reduzieren.

Seit Juni 2021 gilt bei uns die verbindliche Vorgabe, dass jede Neuproduktentwicklung 15 Prozent weniger Salz als bei der jeweiligen Marke im Durchschnitt üblich enthalten muss.

NUTRI-SCORE-KENNZEICHNUNG

Bis Ende 2022 werden wir den Nutri-Score auf allen Produkten für den deutschen und den österreichischen Markt aufdrucken.

Bis Ende 2021 haben wir ca. ein Drittel unseres Markensortiments für Deutschland und für Österreich mit dem Nutri-Score gekennzeichnet.



NEUE REZEPTUREN, WENIGER SALZ, GLEICHER GENUSS

So viel wie nötig, so wenig wie möglich: Wir haben einen **Fahrplan zur Salzreduktion** mit klaren Zielen und Zeitplänen für unsere Marken erstellt. Jede Neuproduktentwicklung muss von vorneherein 15 Prozent weniger Salz als bei der jeweiligen Marke im Durchschnitt üblich enthalten. Den Anfang machten Crunchips Rustics, die im September 2021 in Deutschland gelauncht wurden. Darüber hinaus überprüfen wir alle bestehenden Rezepturen mit dem Ziel, auch hier den Salzgehalt zu reduzieren. Chipsletten in Polen sind das erste Produkt, das Anfang 2022 auf eine salzreduzierte Rezeptur umgestellt wurde.



**30 %
weniger Salz**
durch Rezeptur-
umstellung
bei unseren
Chipsletten in
Polen



**15 %
weniger Salz:**
Crunchips Rustics
erfüllt als eines der
ersten Neuprodukte
unsere 15%-weniger-
Salz-Vorgabe.

NUTRI-SCORE

Anfang 2021 haben wir in Deutschland und in Österreich begonnen, den Nutri-Score auf unseren Verpackungen einzuführen. Damit waren wir der erste Markenhersteller im Snackbereich, der die neue verbraucherfreundliche Lebensmittelkennzeichnung verwendet. Die fünfstufige Farb- und Buchstabenskala ermöglicht auf einen Blick den **Nährwertvergleich** von Lebensmitteln innerhalb einer Kategorie und sorgt so für **mehr Transparenz** am Regal. Bis Ende 2021 haben wir ein Drittel unserer Marken, zum Beispiel Saltlets, ErdnußLocken und Rohscheiben mit dem Nutri-Score gekennzeichnet.



ICONS

Wir arbeiten fortlaufend an unseren Rezepturen, um möglichst vielen verschiedenen Lebens- und Ernährungsweisen gerecht zu werden. Mithilfe von Icons kennzeichnen wir **vegane, vegetarische, glutenfreie und weitere Varianten** in unserem Sortiment. 40 Prozent der Marken unseres Sortiments sind im Zuge von Relaunches bereits mit solchen Icons versehen.

PARTNERSCHAFTEN

- EU Pledge
- Too Good To Go





WENIGER PLASTIK, MEHR RECYCLING UND ZERTIFIZIERTE PACKSTOFFE

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unseren Kunststoffeinsatz auf das Nötigste zu reduzieren, die Recyclingfähigkeit zu erhöhen und wo immer möglich nachhaltigeres und ökologisch verträglicheres Material einzusetzen.



Nachhaltigkeit im Bereich Verpackung

heißt zum einen: Alles vermeiden, was nicht unbedingt notwendig ist! Wir haben daher unser gesamtes Verpackungsportfolio dahingehend analysiert und überprüft, wo wir auf Kunststoff verzichten können, zum Beispiel, indem wir die Materialdicke und Beutellänge reduzieren oder Verpackungsextras weglassen. Da Verpackung unvermeidbar ist, um Transport und Produktschutz zu gewährleisten, wollen wir zum anderen die Recyclingfähigkeit unserer Primärverpackungen erhöhen und, wo immer möglich, nachhaltigeres und ökologisch verträglicheres Material einsetzen. Unser Prinzip lautet deshalb:

„Reduce, Recycle, Replace“!



ZIELE



STATUS
ENDE 2021

REDUCE PACKAGING

Bis Ende 2025 wollen wir unseren Kunststoffverbrauch für Primärverpackungen im Vergleich zu 2019 um 15 Prozent reduzieren.

Wir haben erste Einsparpotenziale ermittelt und **Ende 2021** begonnen, unseren Kunststoffverbrauch bei unseren Primärverpackungen zu reduzieren.

RECYCLE PACKAGING

Bis Ende 2022 sollen 90 Prozent unserer Primärverpackungen recyclingfähig sein. Die Recyclingfähigkeit für alle Primärpackmittel wollen wir **bis 2025** realisieren.

Wir haben die Recyclingfähigkeit aller Primärverpackungen geprüft und alternative Materialien definiert. Ende 2021 sind **88 Prozent** unserer Verpackungen recyclingfähig.

REPLACE PACKAGING

Bis Ende 2021 beziehen wir **ausschließlich FSC®**-zertifizierte Papiermaterialien für unsere Kartonagen, Wickel- und Zuschnittsdosen, POS-Materialien und Papieretiketten.

Dieses Ziel haben wir erreicht, seit Ende 2021 verwenden wir ausschließlich FSC®-zertifizierte Papiermaterialien (FSC-C133957).



MATERIALEINSATZ REDUZIEREN

Ein internationales Team bestehend aus Kolleg*innen der Bereiche Verpackung und Einkauf hat das gesamte Lorenz Verpackungsportfolio auf Reduzierungspotenziale geprüft. Eine Herausforderung, denn bereits jetzt wiegt eine leere Chipstüte nur noch wenige Gramm. Und die Anforderungen an unsere Verpackungen hinsichtlich Lebensmittelsicherheit, Produktschutz und -qualität sind hoch.

Bei einigen Marken wie Saltletts und Erdnuß-Locken konnten wir im Anschluss an die Analysephase **2021 bereits erste Erfolge** erzielen und durch Packungskürzungen Kunststoff einsparen.

1.800 kg weniger Plastikverpackung pro Jahr*

* Im Vergleich zu 2019



755 kg weniger Plastikverpackung pro Jahr*

* Im Vergleich zu 2019



RECYCLING-FÄHIGKEIT OPTIMIEREN



SUCHE NACH ALTERNATIVEN

Wir prüfen die Recyclingfähigkeit für jede Verpackung, um zu wissen, wo wir anpassen müssen. Schon jetzt setzen wir bei den meisten unserer Kartoffelchipsmarken, bei Saltletts, bei ErdnußLocken und allen anderen Extrudermarken **Mono-Kunststoffverpackungen** ein.

Nicht recyclingfähige Verpackungen wie zum Beispiel die Folienbeutel für unsere Nussprodukte und weitere mit aktuell geringen Recyclingfähigkeitsgraden nehmen wir uns gezielt vor. Wir arbeiten eng mit unseren Material- und Maschinenlieferant*innen zusammen, um nachhaltigere Alternativen zu implementieren.



MEHR KLIMASCHUTZ, WENIGER CO₂-AUSSTOSS

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Als produzierendes Unternehmen sind wir uns unserer Verantwortung bewusst und haben uns ambitionierte Klimaziele gesetzt. Wir konnten die ersten CO₂-Reduktionen in Scope 1 und Scope 2 bereits erfolgreich umsetzen. Bis Ende 2045 wollen wir das Netto-Null-Emissionsziel entlang der gesamten Wertschöpfungskette realisieren.



Klimaschutz heißt Ressourcen schonen, Energie sparen, CO₂- und andere Treibhausgasemissionen reduzieren. Wir senken den Ressourcenverbrauch in unserer Wertschöpfungskette und die hierdurch verursachten Emissionen. Um die Emissionen in unserem eigenen Unternehmen zu reduzieren, nutzen wir Strom aus erneuerbaren Energien, produzieren einen Teil unseres Stroms selbst und schonen Ressourcen. Zusätzlich müssen wir auch die vor- und nachgelagerten Prozesse wie Anbau, Transport und Verarbeitung der von uns eingesetzten Rohstoffe im Blick haben. Dies ist herausfordernd, da wir hier nur indirekt Einfluss nehmen können. Deshalb suchen wir gemeinsam mit unseren Lieferant*innen und Partner*innen gezielt nach Lösungen.



CO₂-REDUKTION

Bis 2030 wollen wir die Emissionen in Scope 1 und Scope 2 um 50 Prozent reduzieren.¹

Bis 2045 wollen wir das **Netto-Null-Emissionsziel entlang der gesamten Wertschöpfungskette** erreichen.

Wir haben den Emissionsausstoß in Scope 1 und Scope 2 um **27,3 Prozent** reduziert.

Wir haben unseren Carbon Footprint um **0,9 Prozent gesenkt.**

¹ Emissionen aus Energieverbräuchen im Vergleich zu 2019, bezogen auf Scope 1 und Scope 2 des CO₂-Fußabdrucks gemäß Greenhouse Gas Protocol

ERNEUERBARE ENERGIE

Bis 2023 wollen wir an allen eigenen Lorenz Standorten **ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien** einsetzen.

Wir beziehen seit Anfang 2021 **99 Prozent** unseres Strombedarfs an unseren Standorten **aus erneuerbaren Energien.**



CO₂-EMISSIONEN KONTINUIERLICH REDUZIEREN

Wir messen unsere Treibhausgasemissionen jedes Jahr nach dem offiziellen Standard des **Greenhouse Gas Protocol** (GHG Protocol). Im Jahr 2021 betrug der Gesamt-CO₂-Ausstoß der Lorenz Gruppe 413 kt CO₂eq und lag damit knapp **4 kt unter dem Referenzwert** aus 2019*, was einer **Reduktion von 0,9 Prozent** entspricht.

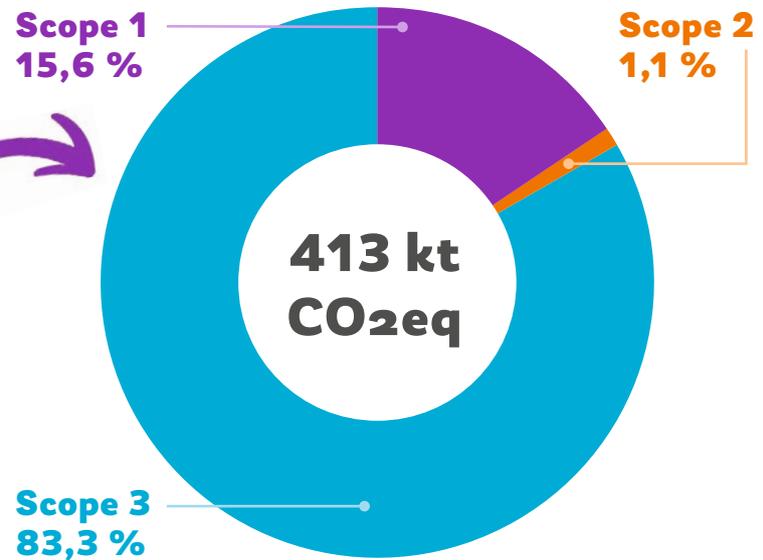
Der größte Emissionsanteil (83,3 Prozent) entfällt dabei auf Scope 3. Scope 3 umfasst indirekte Emissionen, die entlang der Wertschöpfungskette entstehen, wie zum Beispiel bei der Rohwarenerzeugung, dem Transport und der Abfallentsorgung. Die direkten Emissionen in Scope 1 folgen mit 15,6 Prozent und die indirekten Emissionen aus dem Energiebezug in Scope 2 mit 1,1 Prozent.

Da wir im Geschäftsjahr 2021 mehr Produkte verkauft und somit auch mehr Rohwaren eingekauft haben als 2019, ist der Carbon Footprint in Scope 3 gegenüber dem Basisjahr gestiegen. **Wir konnten dies jedoch durch eine deutliche Reduktion in Scope 2 auffangen**, da wir 2021 auch den Strombezug unserer letzten beiden Produktionsstandorte auf Strom aus erneuerbaren Energien umgestellt haben.

Im Rahmen unseres Energiemanagements arbeiten wir weiter an Prozessoptimierungen, um den Energieeinsatz zu reduzieren und daran, die Eigenstromproduktion auszubauen. **Unser übergreifendes Ziel bleibt, unsere Gesamtemissionen unabhängig von einem möglichen Wachstum zu reduzieren.**

* Die Datenbasis 2019 wurde um weitere Einkaufskategorien ergänzt. Der CO₂-Fußabdruck 2019 hat sich von 414 kt auf 417 kt erhöht.

Gesamt CO₂-Fußabdruck (CO₂eq, market based approach)



PROZESSE VERSTEHEN – UMWELTAUSWIRKUNGEN REDUZIEREN

Das größte Reduktionspotenzial liegt im Bereich unserer Roh- & Packstoffe. Diese fallen unter die Kategorie 1 der Scope-3-Emissionen. Um hier zusammen mit unseren Partner*innen und Lieferant*innen besser zu werden, haben wir 2021 zwei Projektmaßnahmen gestartet.

KARTOFFELCHIPS

Wir haben gemeinsam mit unabhängigen Expert*innen die Wertschöpfungskette unserer Kartoffelchips analysiert, um die Umweltauswirkungen besser zu verstehen und diese gemeinsam mit unseren Lieferant*innen und Landwirt*innen verringern zu können.

SONNENBLUMEN- UND RAPSÖL

Seit Ende 2021 arbeiten wir zusammen mit Expert*innen, Einkäufer*innen und Hersteller*innen am Austausch zu Primärdaten und dem Reduktionspotenzial von Umweltauswirkungen im Bereich der Frittieröle. Diesen Austausch vertiefen wir weiter.



MEHR FAIRNESS UND TRANSPARENZ IN DER LIEFERKETTE

Menschenrechte wahren und über alle Bereiche der Wertschöpfungskette transparent und fair handeln: Wir setzen uns für wertschätzende Arbeitsbedingungen in unserer Produktion und der Lieferkette ein.



Mit unserem **Code of Conduct** verpflichten wir uns zu ethisch, rechtlich und wirtschaftlich einwandfreiem Verhalten. Eine klare Haltung, die wir auch über unsere Unternehmensgrenzen hinweg leben wollen. Die Mitgliedschaft bei der globalen Organisation **Sedex** (Supplier Ethical Data Exchange) hilft uns, gemeinsam mit unseren Lieferanten*innen verantwortungsvolle und nachhaltige Geschäftspraktiken zu etablieren. Im Rahmen von **SMETA-Audits** (Sedex Members Ethical Trade Audits) lassen wir unsere Produktionsstätten beurteilen und können so die Praktiken unserer Organisation in den Bereichen Soziales, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt und Geschäftsethik bewerten. Wenn Mitarbeiter*innen Verstöße gegen unseren Code of Conduct oder Gesetze feststellen, können sie diese vertraulich über unser **Tell us!-Portal** melden.

ZIELE

STATUS ENDE 2021

CODE OF CONDUCT

Alle unsere Mitarbeiter*innen sind zum Code of Conduct geschult.

Alle unsere Roh- und Packstofflieferant*innen haben sich bis Ende 2021 zur Einhaltung unseres Verhaltenskodex oder eines eigenen, vergleichbaren Kodex verpflichtet, der von uns überprüft wurde.

60 Prozent unserer Mitarbeiter*innen haben eine Schulung zum Code of Conduct erhalten.

99 Prozent unserer Roh- und Packstofflieferant*innen haben sich zur Einhaltung unseres/eines eigenen Kodex verpflichtet.

SMETA-AUDITS

Alle unsere Produktionsstandorte sind bis Ende 2022 nach dem SMETA-Verfahren geprüft.

Drei unserer Produktionsstandorte wurden nach dem SMETA-Verfahren geprüft.



CODE OF CONDUCT

Wir haben 2019 einen Verhaltenskodex für die gesamte Lorenz Gruppe eingeführt. Die Grundsätze bauen auf unseren Unternehmenswerten auf und sind das Fundament unserer täglichen Arbeit. Sie gelten verbindlich für alle Lorenz Mitarbeiter*innen weltweit.

Unsere Grundsätze basieren auf der UN-Menschenrechtscharta und den Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO) und decken die **UN-Global-Compact-Prinzipien** zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruption ab.

Von unseren Lieferant*innen, Dienstleister*innen und allen Personen, die im Auftrag von Lorenz tätig sind, erwarten wir, dass sie nach vergleichbaren Leitlinien handeln. Daher haben wir **auch für unsere Geschäftspartner*innen** einen Verhaltenskodex aufgesetzt. Diesen führen wir nun schrittweise ein, zunächst 2021 für alle unsere Roh- und Packstofflieferant*innen.

TRANSPARENZ IN LIEFERKETTEN

 Member

2021 haben wir unsere Mitgliedschaft bei Sedex erweitert, um mithilfe neuer Tools auch unsere Lieferant*innen einbeziehen zu können und gemeinsam mit ihnen die Transparenz unserer Lieferkette zu erhöhen, Risiken zu identifizieren und zu bewerten.

Gemeinsam mit unseren Roh- und Packstofflieferant*innen haben wir **2021** den Erhebungsprozess gestartet. Diese wurden aufgefordert, über einen ausführlichen Fragebogen Informationen zu den Themen Arbeitsstandards, Arbeitssicherheit, Umweltschutz und Wirtschaftsethik offenzulegen.

SMETA-AUDITS

Wir prüfen unsere Produktionsstandorte nach dem **SMETA-4-Pillar**-Format, einem der meistgenutzten Auditierungsformate für nachhaltiges und ethisches Verhalten in der Wirtschaft. Im Zentrum der Audits stehen sowohl **Arbeitsbedingungen** und **Arbeitsschutz** als auch Themen wie **Umweltmanagement** und **Geschäftsethik**. Geprüft wird, ob unsere Prozesse in diesen Bereichen den nationalen Gesetzen und den Standards der Ethical Trade Initiative (**ETI**) entsprechen.

TELL US!-PORTAL

Bis Ende 2021 wurden drei Hinweise über unser internes Tell us!-Portal eingereicht und abgeschlossen. Das Beschwerdesystem soll im nächsten Schritt auch für Unternehmensexterne zugänglich gemacht werden.


SNI INA
sustainable nut initiative

UNSERE PARTNERSCHAFTEN

- Cashew Development Fund (**CDF**)
- Sustainable Nut Initiative (**SNI**)
- Initiative für nachhaltige Agrarlieferketten (**INA**)

17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE





BIODIVERSITÄT FÖRDERN UND UMWELT SCHONEN

Als Lebensmittelhersteller und Verarbeiter von landwirtschaftlichen Produkten liegt uns ein ressourcen- und umweltschonender Anbau am Herzen. Schließlich wollen wir auch morgen noch hochwertige Rohstoffe wie Kartoffeln beziehen können.

Der **Erhalt der biologischen Vielfalt** ist für uns in diesem Zusammenhang **essenziell**, denn sie ist die Basis für ein gesundes Ökosystem und somit für gute Ernteerträge in der Zukunft.

Wir arbeiten daran, die biologische Vielfalt in unserer Lieferkette so weit wie möglich zu erhalten und gemeinsam mit unseren Landwirt*innen und anderen Partner*innen eine nachhaltige Landwirtschaft zu fördern.

BLÜHFLÄCHEN FÜR BIODIVERSITÄT

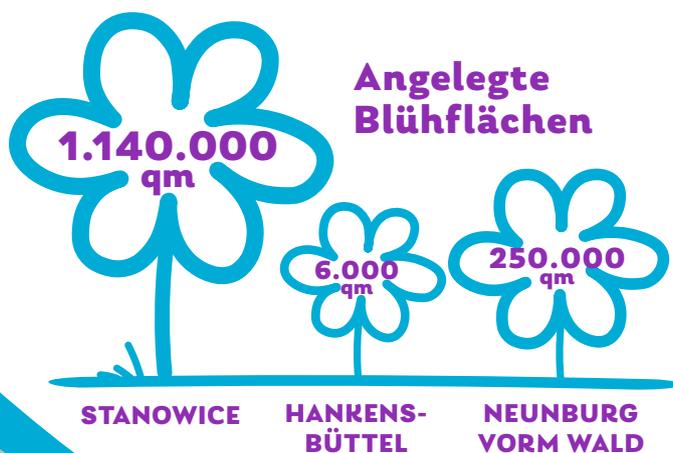
„**Bienen – Unsere kleinen Helden**“: Diese Kooperation fördern wir rund um unseren polnischen Standort in Stanowice seit 2016. In 2021 waren daran zwölf unserer Landwirt*innen und fünf Imker*innen beteiligt. Mit 114 ha konnten wir gemeinsam die **Blühflächen** zum Vorjahr mehr als **verdoppeln**.

„**Vielfalter**“ – eine Initiative der Familie von der Ohe im Umland unseres Werks in Hankensbüttel hat mit unserer Unterstützung erneut die Aussaat für 6.000 qm bienenfreundlicher Pflanzen ausgebracht, die bewirtschaftete Flächen im Bioanbau durchziehen.

„**Blühstreifen für Neunburg**“ haben wir 2021 gemeinsam mit 33 unserer kartoffelanbauenden Partner*innenbetriebe rund um unseren Produktionsstandort in der Oberpfalz angelegt. 25 ha Blühstreifen an den Feldern unseres Vertragsanbaus schaffen Lebensräume für Wildbienen und andere Insekten.

PILOTPROJEKT NACHHALTIGER KARTOFFELANBAU

Wir kooperieren mit der Sustainable Agriculture Initiative Platform (**SAI**), einer gemeinnützigen Organisation, die sich auf die breite Einführung und Umsetzung nachhaltiger landwirtschaftlicher Praktiken konzentriert. 2021 haben wir ein Pilotprojekt zur Bewertung von fünf landwirtschaftlichen Betrieben in Deutschland und Polen durchgeführt, um intern Wissen aufzubauen und Feedback von unseren Landwirt*innen einzuholen. Hierfür wurde im ersten Schritt das Farm Sustainability Assessment (**FSA**) als Instrument genutzt, um die Nachhaltigkeitspraktiken zu bewerten. Auf diesen Erkenntnissen werden wir in den nächsten Schritten aufbauen.



Alle drei Blühstreifenprojekte werden im Jahr 2022 fortgesetzt.



SOZIALE UND GESELLSCHAFT- LICHE VERANTWORTUNG

Als Familienunternehmen wollen wir der Gesellschaft, in der wir uns bewegen, etwas zurückgeben. Wir unterstützen karitative Einrichtungen und soziale Initiativen mit regelmäßigen Spenden, zum Beispiel den Verein „Kärtner in Not“ in Österreich oder die „Bärenherz“-Stiftung in Deutschland. Darüber hinaus setzen sich unsere Mitarbeiter*innen mit lokalen Aktivitäten für Themen ein, die ihnen am Herzen liegen. An unserem polnischen Standort in Stanowice organisieren die Kolleg*innen zum Beispiel jährlich eine Weihnachtsgeschenkeaktion für die Kinder eines Waisenhauses vor Ort.

BEISPIELPROJEKT 2021: BIOLOGISCHE VIELFALT FÖRDERN

In einem Naturschutzgebiet nahe unseres Werkes Skawina in Polen haben engagierte Kolleg*innen im Herbst 2021 **rund 800 neue Setzlinge** entlang eines Waldweges eingepflanzt. Berberitze, Weißdorn, Eberesche, Wildrose und viele andere Pflanzen sollen die biologische Vielfalt fördern und bestäubenden Insekten im Wald als Nahrung dienen.



CSR@ – NEUE LERNFORMATE IM LORENZ CAMPUS

Lorenz, wir sind über 3.000 Kolleg*innen an vielen, internationalen Standorten. Unser gemeinsames Ziel: jeden Tag ein bisschen besser zu werden in dem, was wir tun. Unser Weg dorthin ist die lernende Organisation, in der wir agile Arbeitsmethoden fördern und eine offene Unternehmenskultur pflegen, in der jede*r wachsen, sich entwickeln und aktiv die Zukunft unseres Unternehmens mitgestalten kann.

Unter dem Dach des **Lorenz Campus** haben unsere Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, aus einem vielfältigen globalen Angebot in den Bereichen Fachwissen, Persönlichkeitsentwicklung, Prozesswissen, agile Methodenkompetenz und Führungskräfte-Training zu wählen. Im Jahr 2021 wurden 468 Lernmaßnahmen über unser Learning Managementsystem global erfasst.



OUR EMPLOYEES

Mit dem Weiterbildungsprogramm **CSR@ Lorenz** unterstützen wir unsere Mitarbeiter*innen darin, Fachwissen rund um das Thema Nachhaltigkeit, unsere Strategie und Aktivitäten zu erwerben. Neu im Programm:

- Virtuelle Lernformate mit internen Referent*innen: „Verantwortungsvolle Beschaffung“ und „Gemeinsam für ein besseres Klima“
- „Responsibility Talks“ – offene virtuelle Termine, zu denen externe Expert*innen eingeladen werden

Mit den neuen Lernmaßnahmen CSR@ Lorenz (Start: September 2021) erreichten wir bis Ende 2021 88 Kolleg*innen.



WIR SIND UNTERZEICHNER DES UN GLOBAL COMPACT

WE SUPPORT



Im Dezember 2020 haben wir den UN Global Compact unterzeichnet und sind damit Teil der weltweit größten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Grundlage des UN Global Compact sind zehn universelle Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umwelt und Korruptionsprävention sowie darauf aufbauend die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs). Für uns als Unternehmen heißt das, dass wir unsere Aktivitäten und Strategien konsequent an diesen Zielen ausrichten.



Die folgende Übersicht (Seite 15) zeigt die Zuordnung der zehn Prinzipien des UN Global Compact zu den Beschreibungen unserer Maßnahmen in diesem Lorenz Fortschrittsbericht zur Nachhaltigkeit.



PRINZIP	MASSNAHMEN	SDG (AUSWAHL)	SEITE
MENSCHENRECHTE			
Prinzip 1: Achtung der internationalen Menschenrechte Prinzip 2: Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen	Lorenz Code of Conduct, Mitarbeiter*innentrainings, SMETA-Audits, Tell us!-Portal, Einkaufspraktiken und Verhaltenskodex für Geschäftspartner*innen, Mitgliedschaft Sedex, Engagement bei INA und SNI	SDG 8, SDG 17	11 – 12 13
ARBEITSNORMEN			
Prinzip 3: Wahrung der Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen Prinzip 4: Beseitigung von Zwangsarbeit Prinzip 5: Abschaffung von Kinderarbeit Prinzip 6: Beseitigung von Diskriminierung	Lorenz Code of Conduct, Mitarbeiter*innentrainings, SMETA-Audits, Tell us!-Portal, Einkaufspraktiken und Verhaltenskodex für Geschäftspartner*innen, agiles Arbeiten, Weiterentwicklung und Trainings	SDG 3, SDG 8	11 – 12 13
UMWELT			
Prinzip 7: Vorsorgeprinzip im Umgang mit Umweltproblemen Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins Prinzip 9: Umweltfreundliche Technologien	Kunststoffreduktion und Recyclingfähigkeit bei unseren Verpackungen, Corporate Carbon Footprint und Klimaziele, Energiemanagementsystem, Strom aus erneuerbaren Energien, Mitarbeiter*innentrainings zu CSR-Themen im Bereich Klima und Energie, FSC®-Zertifizierung, Projekte im Bereich Biodiversität	SDG 12, SDG 13	6 – 7 8 – 9
KORRUPTIONSPRÄVENTION			
Prinzip 10: Bekämpfung von Korruption	Lorenz Code of Conduct, Mitarbeiter*innentrainings, SMETA-Audits, Tell us!-Portal, Einkaufspraktiken und Verhaltenskodex für Geschäftspartner*innen	SDG 8	11 – 12 13



Lorenz Snack-World Holding GmbH
Rathenastr. 54 | D-63263 Neu-Isenburg
lorenz-snacks.de

IMPRESSUM

Herausgeber

Lorenz Snack-World
Holding GmbH
Rathenastr. 54
D-63263 Neu-Isenburg

Redaktion

CSR Core Team,
Corporate Communications

Projektleitung

Ines Dzeko, Head CSR

Konzept, Layout und Satz

Jeschenko MedienAgentur Köln GmbH
D-50968 Köln

Stand November 2022

Hinweis

Inhalte dieser Broschüre dürfen nur mit schriftlicher Genehmigung von Lorenz verwendet werden.

Haftungsausschluss

Die Erhebung und Verarbeitung aller Angaben im Fortschrittsbericht für Nachhaltigkeit 2021 ist mit größter Sorgfalt erfolgt. Dennoch können Fehler nicht vollkommen ausgeschlossen werden. Jegliche zukunftsgerichteten Aussagen wurden aufgrund von gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung getroffen.

Bildnachweise

Lorenz (Logos, Icons, Fotos S. 01–16); Shutterstock (S. 02, S. 08–09, S. 12); Too Good To Go („Oft Länger Gut“-Label S. 05); United Nations (SDG Icons S. 03–06, S. 08, S. 10–11); Sustainable Nut Initiative (SNI-Logo S. 11); Sedex (Sedex-Logo S. 11); UN Global Compact (Logo S. 14)

