



Lorenz

**FORTSCHRITTS-
BERICHT ^{ZUR}
NACHHALTIGKEIT
2023**

INHALT

Vorwort	3
Wir sind Lorenz	4
Unser strategischer Ansatz	5
Zielefortschritt	6
Nachhaltigkeitsmanagement	8
Lorenz Stories	11
Unsere Handlungsfelder	15
Zahlen im Überblick	30
Lorenz & UN Global Compact	33
Unsere Verpflichtungen und Mitgliedschaften	34
Über diesen Bericht	35
GRI-Index	37
Impressum	41



eines ist für uns glasklar: Wir wollen die unbeschwerte Lebensfreude, die in unseren Marken steckt, mit unserer Verantwortung für Mensch und Umwelt verbinden und unsere nachhaltige Entwicklung vorantreiben.

Das bedeutet für uns, so viel wie möglich dafür zu tun, dass die Welt so an die nächste Generation übergeben wird, wie wir sie bekommen haben. Vielleicht sogar ein bisschen besser. Dazu gilt es, Nachhaltigkeit in unserer gesamten Wertschöpfungskette zu integrieren, beginnend bei unseren Rohstoffen bis hin zu unseren Verbraucher*innen.

Wir sind davon überzeugt, dass wir dies am besten gemeinsam erreichen können – im Schulterschluss mit allen Mitarbeiter*innen, Lieferant*innen, Geschäftspartner*innen sowie Stakeholdern aus Politik, Gesellschaft und Wirtschaft. Die Zusammenarbeit mit Initiativen wie UN Global Compact, Supplier Ethical Data Exchange, Cashew Development Fund und vielen weiteren hilft unserer Organisation sehr, zu lernen und passende Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen. Gleichzeitig können wir unser eigenes Know-how teilen und Ressourcen und Kompetenzen einbringen, um gemeinsame Projekte voranzubringen.

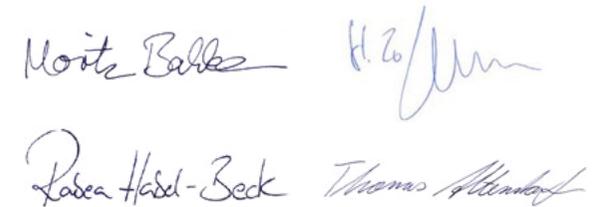
Ein besonderer Meilenstein war die Bestätigung unserer Klimaziele im Berichtsjahr 2023 durch die Science Based Targets initiative. Bereits im Vorjahr sind wir der Initiative beigetreten und haben unsere Ambitionen in Sachen Klimaschutz verstärkt. Dank des großen Engagements vieler Kolleg*innen sind wir nun eines der ersten Unternehmen in unserer Branche, das sich neben den klassischen Reduktionszielen zusätzliche Reduktions-

ziele im landwirtschaftlichen Bereich und ein langfristiges Netto-Null-Ziel gesetzt hat. Mit dem Start eines Projekts zur Förderung regenerativer Maßnahmen im Kartoffelanbau haben wir 2023 bereits mit der Umsetzung begonnen und eine wichtige Weiche gestellt, um diese Klimaziele zu erreichen.

Auch in unseren anderen Handlungsfeldern konnten wir viele neue Maßnahmen auf den Weg bringen wie das Lorenz Nutrition Profile oder das Supplier Engagement Program und haben unsere bestehenden Aktivitäten fortgeführt. Diese Fortschritte ermutigen uns. Im Hinblick auf unsere Zielerreichung sind wir jedoch nicht in jedem Bereich so gut vorangekommen wie geplant. Um zum Beispiel unseren absoluten Kunststoffverbrauch senken zu können, werden wir langfristig neu denken und andere Lösungsansätze entwickeln müssen. Wir werden uns weiterentwickeln, fortlaufend hinterfragen und sicherlich noch manches verändern und dabei unseren Weg entschlossen weitergehen.

Ein großer Dank geht an alle Mitarbeiter*innen, Partner*innen und Wegbegleiter*innen, die uns auf dieser Reise in eine nachhaltigere Zukunft unterstützen!

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



**Moritz
Bahlsen**



**Rabea
Habel-Beck**



**Thomas
Altendorfer**



**Holger
Rothfuchs**

WIR SIND LORENZ

ONE WORLD – ONE LORENZ

Seit vier Generationen und über 130 Jahren kreieren wir Snacks für Menschen auf der ganzen Welt. Heute gehören wir zu den führenden Anbietern auf dem europäischen Snackmarkt. Mit unseren Marken und Produkten machen wir die schönen Augenblicke im Leben noch ein wenig schöner – in über 80 Ländern der Welt.

JUBILÄEN 2023

88 Jahre **Saltlets**

30 Jahre **NicNac's**

60 Jahre **ErdnußLocken**



Unsere Marken und Produkte sind so vielfältig und bunt wie die Welt:

Kartoffelchips, Laugengebäck, Cracker, Nüsse, Popcorn oder Snackmischungen. Lorenz Marken wie z. B. **Crunchips**, **Saltlets**, **ErdnußLocken**, **NicNac's** und **Naturals** begeistern ebenso wie unsere **Rohscheiben**, **Kichererbsen**- oder **Linsen Chips**.



EINE SACHE IST UNS DABEI BESONDERS WICHTIG:

WIR VERBINDEN LEBENSFREUDE UND VERANTWORTUNG



Als Familienunternehmen denken wir langfristig und wirtschaften nachhaltig. Wir handeln nicht für Quartale, sondern für Generationen.

Deshalb tragen wir nicht nur Verantwortung für die hohe Qualität unserer Produkte, sondern auch für die ökologisch und sozial nachhaltige Weiterentwicklung unseres Unternehmens.

Dafür geben wir jeden Tag unser Bestes.



Über **3.000** Menschen

sorgen für hochwertige Qualität und Genuss – in unserer Zentrale in Neu-Isenburg nahe Frankfurt am Main (Deutschland), in acht internationalen Länder- und Vertriebsgesellschaften sowie an sechs Produktionsstandorten.

UNSER STRATEGISCHER ANSATZ

Den Menschen mit unseren Snacks Freude bereiten und gleichzeitig Verantwortung übernehmen – das ist unsere Mission. Wir sind entschlossen, bei den ökologischen und sozialen Auswirkungen unseres Handelns immer besser zu werden.

Denn: Wenn Lebensfreude unsere Motivation ist, dann muss der Mensch im Mittelpunkt stehen. Und damit es auch in Zukunft unbeschwerte Lebensfreude geben kann, brauchen wir eine intakte Umwelt und Natur. Als Lebensmittelhersteller sind wir uns unserer Verantwortung bewusst.

PEOPLE AND PLANET

Während wir mit unseren Produkten Lebensfreude verbreiten, nutzen wir zeitgleich umfangreiche Ressourcen. Daher sind wir fest entschlossen, die erforderlichen mutigen Schritte zu gehen und alles zu tun, um uns selbst und die Welt auf einen nachhaltigen und zukunftsfähigen Weg zu bringen. Auf diese Weise wollen wir unser Unternehmen für künftige Generationen erhalten, ausbauen und entwickeln.

Unter dem Dach People & Planet haben wir sieben wesentliche Handlungsfelder identifiziert, in denen wir viel bewegen können. In diesen Handlungsfeldern bündeln wir unsere umfangreichen und vielfältigen Aktivitäten. Viele davon sind mit konkreten, messbaren Zielen hinterlegt.

Auf den folgenden Seiten berichten wir über die Fortschritte, die wir im Kalenderjahr 2023 erreicht haben, zeigen auf, wo wir im Hinblick auf unsere Zielerreichung stehen, und geben einen Einblick in die Maßnahmen der einzelnen Handlungsfelder.

01

GESUNDHEIT & ERNÄHRUNG



02

VERPACKUNG



03

VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG



04

KLIMA & RESSOURCEN



05

REGENERATIVE LANDWIRTSCHAFT



06

UNSERE MITARBEITER*INNEN



07

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



ZIELE- FORTSCHRITT

	Ziel	Zielwert	bis	2022	2023
01	GESUNDHEIT & ERNÄHRUNG				
	Bis 2025 reduzieren wir den Salzgehalt in unserem gesamten Marken-Produktportfolio um 15 Prozent (zu Basisjahr 2019).	-15 %	2025	3,2 %	-2,1 %
	Bis 2025 enthalten 100 Prozent der Neuprodukte im Durchschnitt mindestens 15 Prozent weniger Salz als Produkte der jeweiligen Marke (zu Basisjahr 2019).	100 %	2025	54 %	94 %
02	VERPACKUNG				
	Bis 2025 reduzieren wir unseren Kunststoffverbrauch für Primärverpackungen in unserem gesamten Markengeschäft um 15 Prozent (zu Basisjahr 2019).	-15 %	2025	19,9 % ¹	14,8 %
	Bis 2025 sind alle Primärverpackungen in unserem gesamten Markengeschäft mindestens hochgradig recyclingfähig. ²	100 %	2025	46,9 %	44,1 %
	Bis 2023 kooperieren wir mit Initiativen in Deutschland, Polen und Österreich, um Konsument*innen über Mülltrennung und Recycling zu informieren.	3	2023	0	2
	<i>new</i> Bis 2026 sammeln wir gemeinsam mit unserem Partner Plastic Bank fünf Millionen Plastikflaschen.	5 Mio.	2026	1 Mio.	2 Mio.
03	VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG				
	Bis 2023 haben alle unsere Roh- und Packstofflieferant*innen den Sedex-Fragebogen beantwortet.	100 %	2023	61 %	36 % ³
	Bis 2023 ist unser Hinweisgebersystem Tell us! zugänglich für externe Parteien.	ja	2023	nein	ja
	<i>new</i> Bis 2024 haben wir neben den Produktionsstandorten auch unsere beiden Standorte der Vorproduktion (Indien, Südafrika) nach SMETA auditiert.	2	2024	0	1

¹ Dieser Wert wurde aufgrund einer Neuberechnung rückwirkend korrigiert. Weitere Informationen dazu im Abschnitt [Über diesen Bericht](#).

² Im Berichtsjahr haben wir das Ziel in unserem Zielefortschritt von „recyclingfähig“ auf „mindestens hochgradig recyclingfähig“ angepasst. Der recycelbare Anteil für „hochgradig recyclingfähig“ liegt nach CHI-Standard des Instituts cyclos-HTP bei > 90–95 % (Klassifikation AA). Aus diesem Grund hat sich der gemessene Verpackungsanteil im Vergleich zum Fortschrittsbericht 2022 (88,4 %) verringert.

³ Der Wert erfasst nur vollständig beantwortete Fragebögen, während im Jahr 2022 auch teilweise beantwortete Fragebögen mit einbezogen wurden.

	Ziel	Zielwert	bis	2022	2023
04	KLIMA & RESSOURCEN				
	<i>new</i> Bis 2030 reduzieren wir unsere absoluten Scope-1- und -2-Treibhausgasemissionen um 42 Prozent (zu Basisjahr 2020). ¹	-42 %	2030	-18,9 %	-21,4 %
	<i>new</i> Bis 2030 reduzieren wir unsere absoluten Scope-3-FLAG-Treibhausgasemissionen um 30,3 Prozent (zu Basisjahr 2020). ²	-30,3 %	2030	0,7 %	2,6 %
	<i>new</i> Bis 2030 reduzieren wir unsere absoluten Scope-3-Treibhausgasemissionen um 25 Prozent (zu Basisjahr 2020). ³	-25 %	2030	-6,4 %	-4,6 %
	<i>new</i> Bis 2050 erreichen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette Netto-Null-Treibhausgasemissionen.	-100 %	2050	-1,8 %	0,1 %
	<i>new</i> Bis 2050 reduzieren wir unsere absoluten Scope-1- und -2-Treibhausgasemissionen um 90 Prozent (zu Basisjahr 2020). ¹	-90 %	2050	-18,9 %	-21,4 %
	<i>new</i> Bis 2050 reduzieren wir unsere absoluten Scope-3-FLAG-Treibhausgasemissionen um 72 Prozent (zu Basisjahr 2020). ⁴	-72 %	2050	4,0 %	5,5 %
	<i>new</i> Bis 2050 reduzieren wir unsere absoluten Scope-3-Treibhausgasemissionen um 90 Prozent (zu Basisjahr 2020). ⁵	-90 %	2050	-5,1 %	-1,6 %
	Bis 2023 setzen wir an allen eigenen Lorenz Standorten ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien ein.	100 %	2023	100 %	100 %
Bis 2026 decken wir 25 Prozent unseres Stromverbrauchs in unseren deutschen und polnischen Werken durch selbst erzeugten Strom aus erneuerbaren Quellen.	25 %	2026	3,5 %	5,6 %	
<i>new</i> Bis 2025 verpflichten wir uns, bei unseren primären, mit Entwaldung verbundenen Rohstoffen keine Abholzung vorzunehmen.	ja	2025	k. A. ⁶	nein	
05	REGENERATIVE LANDWIRTSCHAFT				
	Bis 2024 gewinnen wir 50 unserer Vertragslandwirt*innen im Kartoffelanbau dafür, aktiv Methoden der regenerativen Landwirtschaft anzuwenden.	50	2024	k. A. ⁶	12
<i>new</i>	Bis 2030 senken wir die Treibhausgasemissionen im Kartoffelanbau gemeinsam mit unseren Vertragslandwirt*innen mit regenerativer Landwirtschaft um 100.000 t.	-100.000 t CO ₂ e	2030	k. A. ⁶	-2.079 t CO ₂ e
07	GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT				
	Wir spenden lokal für soziale Initiativen in Deutschland, Polen und Österreich.	Anzahl	jährlich	38	36

¹ Das Ziel inkludiert die landbezogenen Emissionen und Removals aus Bioenergie-Rohstoffen. Zielabdeckung: ohne Scope 1 des Standorts Kirishi.

² FLAG-Emissionen beziehen sich speziell auf die landintensiven Branchen Forst-, Land- und Agrarwirtschaft. Das Ziel umfasst die FLAG-Emissionen sowie -Removals. Zielabdeckung: 68,2 Prozent.

³ Das Ziel umfasst die Kategorien 3.1 Eingekaufte Waren und Dienstleistungen, 3.3 Energie- und brennstoffbezogene Aktivitäten sowie 3.4 Vorgelagerter Transport und Distribution. Zielabdeckung: 68,2 Prozent.

⁴ Das Ziel umfasst FLAG-Emissionen sowie -Removals. Zielabdeckung: 91,9 Prozent.

⁵ Zielabdeckung: 91,2 Prozent.

⁶ Das Ziel wurde 2023 aufgesetzt, sodass wir für 2022 noch keine Daten ausweisen können.

Nach Ablauf der Ziele für das Handlungsfeld 06 Unsere Mitarbeiter*innen planen wir die Erarbeitung neuer Ziele.

NACHHALTIGKEITS- MANAGEMENT



WIE WIR NACHHALTIGKEIT STEUERN

ORGANISATION UNSERES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENTS

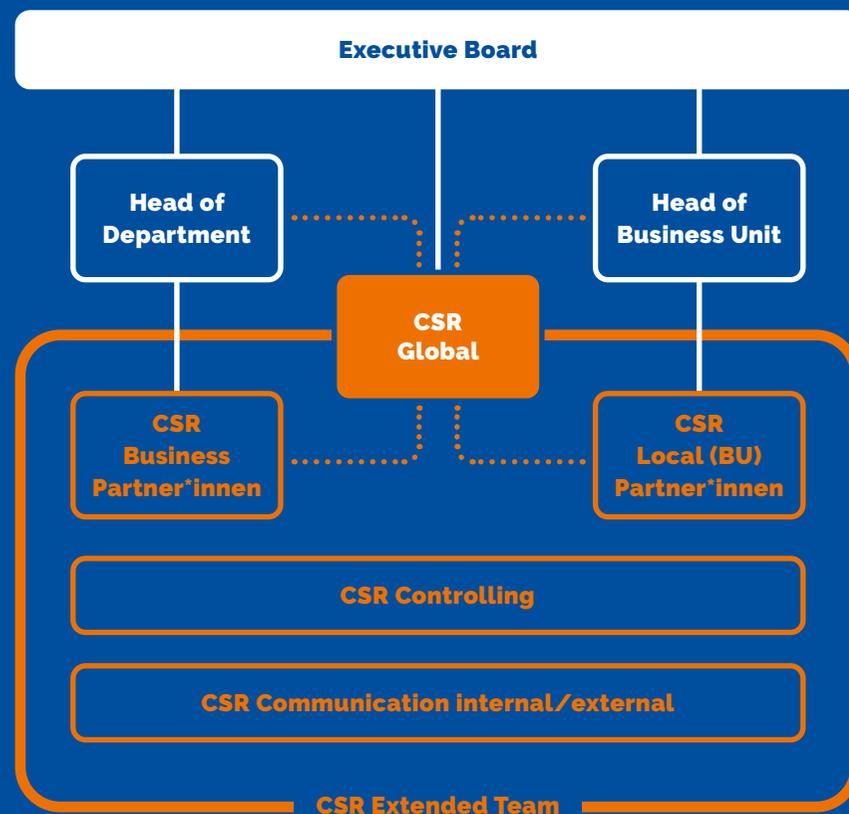
Wir bei Lorenz wollen Nachhaltigkeit gemeinsam voranbringen. Darum ist Nachhaltigkeit, bei Lorenz auch Corporate Social Responsibility (CSR) genannt, bei uns Chefsache: Das Executive Board trägt die Gesamtverantwortung und entscheidet über strategische Nachhaltigkeitsziele für die gesamte Lorenz Gruppe. Die Leiterin CSR Global berichtet regelmäßig an das Executive Board zu strategischen Entscheidungen und Entwicklungen, regulatorischen Bedingungen, sowie auf jährlicher Basis zur Zielerreichung. Unser CSR Global Team ist verantwortlich für die Steuerung des Nachhaltigkeitsprogramms und begleitet die unternehmensweite Umsetzung. Damit Nachhaltigkeit ein immer stärkerer und integraler Bestandteil unserer Aktivitäten wird, arbeitet das Team eng vernetzt mit verschiedenen Bereichen und Standorten unseres Unternehmens zusammen.

Konkret funktioniert das so: Das CSR Global Team entwickelt unsere gruppenweiten Nachhaltigkeitsziele, legt den jeweiligen Handlungsrahmen fest und koordiniert die Umsetzung der Aktivitäten für die gesamte Lorenz

Gruppe. Unterstützt wird das Team dabei von CSR Local Partner*innen wie in Polen und Österreich. Zudem übernehmen Kolleg*innen aus zentralen Abteilungen, wie zum Beispiel aus der Verpackungs- oder Produktentwicklung, dem Einkauf oder dem Engineering, als CSR Business Partner*innen eigenverantwortlich zentrale Projekte und Aktivitäten. Um einen gesamthaften Austausch zu gewährleisten, berichten die Mitglieder dieses CSR Extended Teams in monatlichen Meetings über den aktuellen Status und zukünftige Projekte.

Die CSR Business Partner*innen verantworten zudem die fachspezifische und funktionsübergreifende Vernetzung zu nachhaltigen Themen im Unternehmen, lokal oder international. Diese netzwerkbasierte und agile Organisationsform ermöglicht es, unsere Handlungsfelder zukünftig noch stärker in allen Unternehmensbereichen zu verankern und voranzubringen.

STRUKTUR UNSERES NACHHALTIGKEITS- MANAGEMENTS



— hierarchische Berichtslinie

..... funktionaler Austausch

GRUNDLAGEN UNSERES HANDELNS

Wir haben uns auf höchster Ebene zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Menschen und Umwelt verpflichtet und uns selbst Regeln auferlegt, die wir im Verhaltenskodex – unserem Code of Conduct – festgeschrieben haben. Wir verpflichten uns und unsere Geschäftspartner*innen zu ethisch, rechtlich und wirtschaftlich einwandfreiem Verhalten und haben unsere Prinzipien im Berichtsjahr inhaltlich um Themen wie Klimaschutz, Energieeffizienz und -minimierung, Abfall- und Wasserwirtschaft sowie den Erhalt der biologischen Vielfalt erweitert. Der Verhaltenskodex basiert auf folgenden Standards und Leitlinien:

- UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte
- Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen
- Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)
- Prinzipien des UN Global Compact
- Agenda 2030: 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs)
- Basiskodex der Ethical Trading Initiative
- Pariser Klimaschutzabkommen



80%

UNSERER MITARBEITER*INNEN
haben 2023 eine Schulung zur
Korruptionsprävention absolviert

Um unsere Prinzipien aktiv zu leben, schulen wir unsere Mitarbeiter*innen. Vermutete Verstöße gegen unseren Verhaltenskodex oder geltende Gesetze und Vorschriften können durch unser Hinweisgeberportal Tell us! gemeldet werden. Das gilt für unsere Mitarbeiter*innen und seit 2023 auch für Personen außerhalb der Lorenz Gruppe. Damit haben wir unser Ziel aus dem Jahr 2022 erreicht. Tell us! wird durch einen unabhängigen Dienstleister bereitgestellt und garantiert auf Wunsch Anonymität. Wir bieten jederzeit ein offenes Ohr für Bedenken und fördern eine offene Unternehmenskultur. So können wir frühzeitig reagieren, möglichem Fehlverhalten begegnen, Konflikte lösen und Schaden abwenden. Das gilt auch für alle Fälle im Berichtsjahr, die wir abschließend lösen konnten.

UNSER VERHALTENSKODEX

Ausgewählte Inhalte:



Wir lehnen Korruption entschieden ab



Wir legen Interessenkonflikte offen und räumen sie aus



Wir wollen einen fairen Wettbewerb



Wir tragen Verantwortung gegenüber der Umwelt

UNSERE MANAGEMENTSYSTEME UND ZERTIFIZIERUNGEN

Alle Standorte in Deutschland und Polen sind durch ein Qualitätssystem nach **ISO 9001** zertifiziert.

Unsere deutschen Standorte führen ein zertifiziertes Energiemanagement nach **ISO 50001**. Am polnischen Standort Stanowice haben wir entsprechende Prozesse für das Energiemanagement implementiert. Alle produzierenden Standorte in Deutschland und Polen sind zudem nach dem Lebensmittelstandard **IFS Food** zertifiziert, in Polen zusätzlich nach dem **BRC Global Standard for Food Safety**.

ALLE ZERTIFIZIERUNGEN IM ÜBERBLICK



**QUALITÄTS-
MANAGEMENT**
nach
ISO 9001
(Deutschland,
Polen)

**ENERGIE-
MANAGEMENT**
nach
ISO 50001
(Deutschland)

**LEBENSMITTEL-
STANDARD**
nach
IFS Food
(Deutschland,
Polen)

**LEBENSMITTEL-
STANDARD**
nach
**BRC Global Standard
for Food Safety**
(Polen)

**IFS-LOGISTICS-
ZERTIFIZIERUNG**
(Deutschland)

**IFS-BROKER-
ZERTIFIZIERUNG**
(Schweiz)



IM DIALOG MIT UNSEREN STAKEHOLDERN

Da wir davon überzeugt sind, dass die größten Fortschritte für eine nachhaltige Zukunft im gemeinsamen Handeln liegen, pflegen wir einen regelmäßigen Dialog mit unseren Stakeholdern. Diese sind unsere Geschäftsführung, Mitarbeiter*innen, Konsument*innen, Handelspartner*innen, Lieferant*innen, die Gesetzgebung sowie Akteure aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Der Austausch unterstützt uns dabei, zu lernen und passende Maßnahmen in unseren Handlungsfeldern zu entwickeln und umzusetzen. Gleichzeitig können wir unser eigenes Know-how teilen sowie Ressourcen und Kompetenzen in gemeinsame Aktivitäten einbringen.

Die Austauschformate sind vielfältig und an die jeweilige Stakeholdergruppe angepasst: Themen aus unseren Handlungsfeldern sind zum Beispiel fester Bestandteil in unseren Managementgremien und bei Informationsveranstaltungen für Mitarbeiter*innen.

Natürlich berichten und diskutieren wir auch regelmäßig über unsere Vorhaben, Projekte und erreichte Ziele, zum Beispiel intern in unserem Social Intranet und unserer Mitarbeiterzeitung „Snack News“ oder extern auf unseren Social-Media-Kanälen und unseren Webseiten.

Außerdem engagieren wir uns in zahlreichen Projekten und entwickeln gemeinsam mit anderen Akteuren Lösungen für Herausforderungen in unserer Lieferkette und entlang unserer Handlungsfelder. Hierzu gehören eigene Projekte mit unseren Lieferant*innen und die aktive Mitgliedschaft in Initiativen wie der Sustainable Nut Initiative. Und selbstverständlich auch unsere Commitments zum UN Global Compact und zur Science Based Targets initiative. Mehr Infos dazu unter [Unsere Verpflichtungen und Mitgliedschaften](#).



„ Auch in diesem Berichtsjahr haben wir wieder große Themen über verschiedene Handlungsfelder hinweg bewegt. Das wäre ohne das großartige Engagement unserer motivierten Kolleg*innen und externer Partner*innen nicht möglich gewesen – und dafür bedanken wir uns! Als Lorenz wollen wir positiven Impact generieren und echte Veränderung in unserer ganzen Wertschöpfungskette schaffen. Dafür gilt es, Strukturen und Prozesse in der Organisation weiterzuentwickeln und Menschen mitzunehmen. Das braucht einen langen Atem, viel Überzeugungsarbeit, strategischen Weitblick und Mut. Wir lernen jeden Tag dazu und nutzen dies für die nächsten gemeinsamen Schritte!

Ines Dzeko
Head of CSR Global, Lorenz

UNSER BEITRAG ZU DEN GLOBALEN ZIELEN

Wir sind Unterzeichner des UN Global Compact (siehe [Seite 33](#)) und unterstützen aktiv die Agenda 2030 der Vereinten Nationen mit ihren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung. Diese globalen Ziele, bekannt als Sustainable Development Goals (SDGs), sollen bis 2030 weltweit ein menschenwürdiges Leben ermöglichen und zugleich die natürlichen Lebensgrundlagen dauerhaft bewahren helfen. Die SDGs richten sich an die Weltgemeinschaft und damit auch an Unternehmen. Als international tätiges Unternehmen sehen wir es als wichtig an, uns dieser Agenda anzuschließen. Wir haben die SDGs im Rahmen unserer Wesentlichkeitsanalyse unter die Lupe genommen, um festzustellen, bei welchen wir am besten positive Veränderungen bewirken können. Im Ergebnis haben wir uns auf die folgenden fünf SDGs verpflichtet:



Gesundheit und Wohlergehen

Mit unseren Maßnahmen im Handlungsfeld Gesundheit & Ernährung können wir aktiv beitragen (siehe [Seite 16 bis 17](#)).



Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

Daran arbeiten wir in unseren Handlungsfeldern Verantwortungsvolle Beschaffung (siehe [Seite 20 bis 21](#)) sowie Unsere Mitarbeiter*innen (siehe [Seite 27 bis 28](#)).



Nachhaltige/r Konsum und Produktion

Hier sind wir mit unseren Aktivitäten im Handlungsfeld Gesundheit & Ernährung (siehe [Seite 16 bis 17](#)) und im Handlungsfeld Verpackung (siehe [Seite 18 bis 19](#)) tätig.



Maßnahmen zum Klimaschutz

Unsere Maßnahmen im Handlungsfeld Klima & Ressourcen zahlen auf das Ziel ein (siehe [Seite 22 bis 24](#)).

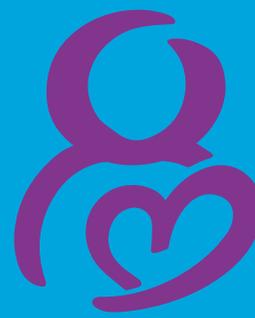


Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Heute und auch zukünftig spielen Partnerschaften für alle unsere Handlungsfelder eine Rolle – denn gemeinsam erreichen wir mehr. Beispiele zeigen wir im Handlungsfeld Verantwortungsvolle Beschaffung (siehe [Seite 20 bis 21](#)) und unter Unsere Verpflichtungen und Mitgliedschaften (siehe [Seite 34](#)).

LORENZ STORIES

FÜR DIE EINHALTUNG DER MENSCHENRECHTE IN UNSEREN LIEFERKETTEN



Um Transparenz und hohe Sozialstandards in unseren Lieferketten sicherzustellen, arbeiten wir seit vielen Jahren mit dem renommierten Dienstleister Sedex zusammen. Im Jahr 2022 wurden alle unsere Standorte in Deutschland und Polen erfolgreich nach SMETA auditiert, im Winter 2023 folgte mit Lorenz Snacks India der erste Standort außerhalb Europas.

In Indien betreiben wir seit 2021 eine eigene Anlage zur Verarbeitung von Erdnüssen am Standort Rajkot – einer Stadt im Bundesstaat Gujarat mit rund 1,3 Millionen Einwohner*innen. Seit Anfang 2022 setzen wir mit Unterstützung der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) bei einer Kooperative von Kleinbäuer*innen in Gujarat ein Projekt zu nachhaltigen und rückverfolgbaren Lieferketten für Erdnüsse und Sesam um. Unser Ziel: soziale Standards und Transparenz in der gesamten Lieferkette sicherzustellen. Laut „Radar“¹ von Sedex bestehen in der Erdnusslieferkette in Indien besonders hohe Risiken in Bezug auf die Gesundheit und Sicherheit der Arbeiter*innen.

Um diese Risiken bis auf die Ebene der Kleinbäuer*innen nachvollziehen zu können, besuchten Menschenrechtsexpert*innen von Lorenz und vom Beratungsunternehmen Löning Human Rights im Mai 2023 unsere Fabrik und weitere Schälbetriebe in Rajkot. Zudem haben wir unsere Partnerkooperative angeschlossener Kleinbäuer*innen in Junagadh besucht, um die Risiken bis hin zu den Landwirt:innen zu verstehen. Das Team machte sich ein Bild von den Bedingungen vor Ort und stellte viele Fragen: etwa zu Arbeitssicherheit, Bezahlung, Hygiene, Zufriedenheit, Geschlechterrollen und Vereinigungsfreiheit.

Die gesammelten Informationen und Empfehlungen, die sich aus den Interviews und dem Besuch vor Ort ergaben, halfen uns, konkrete Maßnahmen zur Abmilderung der Risiken zu definieren. Auch im Hinblick auf die Vorbereitung auf das SMETA-Audit, das Ende 2023 das erste Mal an diesem Standort durchgeführt und abgeschlossen wurde, erwiesen sich die Erkenntnisse als wertvoll.

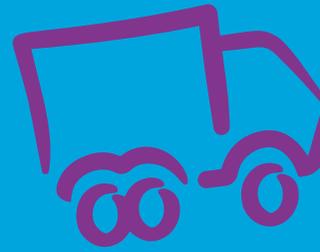
Julien Lavarini
Manager Responsible
Supply Chain, Lorenz



¹ „Radar“ ist ein umfassendes Risikobewertungs- und Analysetool, das, basierend auf Sektor und Geografie, Unternehmen bei der Identifikation von Risiken in ihren Lieferketten hilft.



AUSGEZEICHNET – CO₂-EINSPARUNGEN IN DER LOGISTIK!



Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung und darüber, dass wir unseren CO₂-Ausstoß in der Logistik innerhalb kurzer Zeit signifikant senken konnten. Das war nur möglich dank der engen und guten Zusammenarbeit mit unseren Handels- und Logistikpartner*innen.

Stefan Bender
Head of Logistics, Lorenz

Nachdem das deutsche Logistikteam 2020 bereits den 1st Star der Initiative Lean & Green erhalten hat – für eine CO₂-Reduktion in der Logistik um 24 Prozent –, stand für die Kolleg*innen fest, dass sie weiter an der Reduktion von Emissionen arbeiten werden.

Und das haben sie, mit Erfolg: Seitdem konnten die transport- und logistikbezogenen Treibhausgasemissionen in Deutschland nochmals um 11 Prozent reduziert werden, sodass im Vergleich zum Ausgangsjahr 2014 rund 35 Prozent weniger CO₂ pro Kubikmeter transportierter Ware erzeugt wird. Für diese Leistung wurden wir von der Non-Profit-Initiative Lean & Green zusammen mit GS1 Germany GmbH auf dem Deutschen Logistik-Kongress 2023 in Berlin mit dem Lean & Green 2nd Star ausgezeichnet.

Wir konzentrierten uns zum einen darauf, die Transportauslastung in der Kundenbelieferung sowie in den internen Warentransporten zu optimieren, und zum anderen darauf, den Heizbedarf zu minimieren, um geringere CO₂-Emissionen zu erzielen. In Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen und durch interne Netzwerkoptimierungen konnten wir zwischen 2014 und 2022 die Zahl der Transporte um 38.000 reduzieren. Der Energiebedarf fällt mittlerweile um 22 Prozent niedriger aus als im Jahr 2014, da deutlich weniger Erdgas für das Heizen benötigt wird. Zudem erfolgten 2022 ca. 750 Transporte zwischen den Produktionsstätten und Logistikstandorten im niedersächsischen Hankensbüttel und im bayerischen Neunburg vorm Wald mithilfe von Lang-Lkw.



Verleihung des Lean & Green 2nd Star an Lorenz in Berlin Ende Oktober im Rahmen des Deutschen Logistik-Kongresses. GS1 Germany, Träger der Initiative Lean & Green in Deutschland, überreicht die Auszeichnung an Lorenz für die erfolgreiche Reduzierung der CO₂-Emissionen in Lager- und Logistikprozessen. Von links: Aljoscha Rix (Lean & Green Germany), Thomas Fell (GS1 Germany GmbH) und Bernard Magin (Lorenz). Bildnachweis: BVL – Bundesvereinigung Logistik

ERNEUT EINE MILLION PLASTIKFLASCHEN GESAMMELT



In Ländern, in denen es noch keine umfassende Infrastruktur für die Abfallwirtschaft gibt, arbeiten wir mit „Plastic Bank“ zusammen. Wir freuen uns und sind dankbar, dass wir unsere Partnerschaft mit Plastic Bank im Jahr 2023 fortsetzen konnten – diesmal in Indonesien. Bereits im Jahr 2022 haben wir gemeinsam eine Million Plastikflaschen in Ägypten davor bewahrt, im Meer zu landen. Gesamtbilanz in zwei Jahren:

Insgesamt zwei Millionen Plastikflaschen wurden gesammelt und recycelt und gleichzeitig wurde das Leben von 309 Sammelmitgliedern in 52 Gemeinden in Ägypten und Indonesien positiv beeinflusst. Für uns steht fest: Auch 2024 werden wir uns wieder gemeinsam mit Plastic Bank engagieren!



GEMEINSAM FÜR RECYCLING SENSIBILISIEREN



Eines unserer Ziele lautet: Wir unterstützen Initiativen in Deutschland, Österreich und Polen, um Verbraucher*innen für Themen rund um Abfalltrennung und Recycling von Verpackungen zu sensibilisieren. Warum uns das wichtig ist? Nur mit der richtigen Trennung von Abfällen wie Verpackungen kommen wertvolle Rohstoffe zurück in den Kreislauf. Daher wollen wir über unsere Produkte hinaus gemeinsam mit Partner*innen aktiv werden.

In Österreich kooperieren wir seit Januar 2023 mit Digi-Cycle, einem Joint Venture der beiden Unter-

nehmen Altstoff Recycling Austria und Saubermacher. Via App können Konsument*innen den Barcode von Verpackungen scannen und erhalten über den Recycling-Guide eine ortsspezifische Trennanleitung und den Standort der nächsten Sammelstelle. Momentan sind ca. 30.000 Sammelstellen österreichweit erfasst und ca. 25.000 Artikel über einen Barcode scannbar. Seit Anfang 2023 ist das gesamte Sortiment von Lorenz in Österreich in der App.

In Polen sind Unternehmen, die Produkte in Verpackungen in den Verkehr bringen, verpflichtet, die Verbraucher*innen über die richtigen Entsorgungsmethoden zu informieren. Wir kooperieren mit der Interzero Group und der Eko Cykl Packaging Recovery Organization, um Aufklärungs- und Informationskampagnen zum Umweltschutz und zur Mülltrennung durchzuführen, zum Beispiel für Lehrer*innen und Kinder im Schulalter. Darüber hinaus haben die Marketingteams von Lorenz und Lajkonik eine eigene Kommunikationskampagne entwickelt, um Verbraucher*innen zusätzlich über das

Thema Mülltrennung mit einem „Gelb zu Gelb“-Aufruf zu informieren, der auf den Verpackungen der Lajkonik Produkte zu finden ist. Diese Botschaft kommunizieren wir begleitend auch in den sozialen Medien und haben über 200.000 Menschen erreicht.



In Deutschland sind wir seit Januar 2024 neuer Partner der Initiative „Mülltrennung wirkt“. Gemeinsam mit den dualen Systemen klären wir Verbraucher*innen mit einer humorvollen Online-Kampagne darüber auf, wie sie leere Verpackungen richtig in die Gelbe Tonne oder den Gelben Sack entsorgen. „Damit die Umwelt nicht daran zu knabbern hat – Chipstüten bitte in die Gelbe Tonne“, so lautet der gemeinsame Aufruf. Die Online-Kampagne wird auf den Web-Plattformen sowie den Social-Media-Kanälen von Lorenz und der Initiative „Mülltrennung wirkt“ kommuniziert.

UNSERE HANDLUNGS- FELDER

GESUNDHEIT & ERNÄHRUNG



LECKERE SNACKS, DIE FREUDE MACHEN

UNSER ANSATZ

Als Familienunternehmen haben wir seit Generationen nur eines im Sinn: Lebensfreude. Da gehört Snacken einfach dazu.

Für uns bedeutet das aber auch, Verantwortung zu übernehmen. Denn bei Lorenz sind wir uns der Rolle von Snacks in einer ausgewogenen Ernährung und der Bedeutung eines verantwortungsvollen Konsums bewusst. Darum arbeiten wir fortlaufend an unseren Rezepturen. Einerseits, um unsere Snackprodukte den sich verändernden Ernährungsgewohnheiten anzupassen. Andererseits wollen wir den Nährwert optimieren.

Um diese Entwicklungsprozesse zu verbessern, haben wir mit dem Lorenz Nutrition Profile eine Systematik entwickelt, die unsere Teams bei der Analyse und Weiterentwicklung unserer Produkte bzw. deren Rezepturen unterstützt. Ein zentraler Aspekt ist die Reduktion des Salzgehaltes bei unseren Snackprodukten. Hier haben wir uns klare und messbare Ziele gesetzt.



MEHR TRANSPARENZ

Transparenz ist uns wichtig – und das nicht nur hier in unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung, sondern auch direkt im Ladenregal. Darum haben wir uns 2021 das Ziel gesetzt, den Nutri-Score für unsere Marken in Deutschland und Österreich zu nutzen. Die fünfstufige Farb- und Buchstaben-Skala ermöglicht es, die Nährwerte von Lebensmitteln innerhalb einer Kategorie auf einen Blick zu vergleichen. Schrittweise haben wir den Nutri-Score bei immer mehr Produkten auf der Vorderseite der Verpackung integriert. Seit 2023 drucken wir den Nutri-Score auf alle Produkte im Standardsortiment für den deutschen und den österreichischen Markt auf.¹

Wir entwickeln Rezepturen, die zu vielen verschiedenen Ernährungsformen und Lebensentwürfen passen. Aus diesem Grund informieren wir auf der Verpackung über besondere Produkteigenschaften. Dafür haben wir eigene Icons entwickelt, mit denen wir zum Beispiel vegane, vegetarische oder glutenfreie Varianten in unserem Sortiment kennzeichnen.

92 Prozent unserer Marken haben wir bereits mit Icons versehen, die besondere Produkteigenschaften ausloben und so für eine leichtere Orientierung sorgen.

WENIGER SALZ BEI NEUPRODUKTEN



Unser Ziel: Bis 2025 sollen 100 Prozent der Neuprodukte im Durchschnitt mindestens 15 Prozent weniger Salz als bisherige Produkte der jeweiligen Marke haben (zu Basisjahr 2019).

So dürfen zum Beispiel Neuprodukte der Crunchips Produktfamilie einen maximalen Salzgehalt von 1,5 g pro 100 g enthalten. Im Jahr 2023 haben unsere Neuprodukte Crunchips Limited Edition Falafel Style und Crunchips Sour Cream im deutschen Markt oder Crunchips FrytStyle im polnischen Markt diese Vorgabe erfüllt.



100 %
UNSERER
NEUPRODUKTE
haben mindestens
15 % weniger Salz²

ZIEL

94 %
UNSERER
NEUPRODUKTE
haben mindestens
15 % weniger Salz²

STATUS
QUO

2023 2025

¹ Ausnahmen sind Produkte in unseren Fabrikläden oder Restpostenhändler sowie Aktionsartikel.
² Verglichen mit dem bisherigen Durchschnittswert der jeweiligen Marke (zu Basisjahr 2019).

BESSERE NÄHRSTOFFPROFILE

Unsere Produkte sind kein Gemüse, das ist klar. Aber wir möchten, dass sie einer modernen und möglichst ausgewogenen Ernährungsweise gerecht werden. Dafür arbeiten wir kontinuierlich an den Rezepturen unserer Produkte und sind fest entschlossen, unser Snack-Portfolio im Hinblick auf ernährungsphysiologische Aspekte stetig zu verbessern.

Auf der Grundlage von Empfehlungen renommierter Organisationen wie zum Beispiel der WHO haben wir im Jahr 2023 mit unserem Lorenz Nutrition Profile ein internes Nährstoffprofil für unsere Snacks entwickelt. Dieses dient uns als Grundlage zur Bewertung unseres Snack-Portfolios hinsichtlich ernährungsrelevanter Inhaltsstoffe und Nährstoffe – sowohl bei der Entwicklung neuer Produkte als auch der Überarbeitung bestehender Rezepturen. Das System legt einen Fokus auf Inhaltsstoffe wie Salz, gesättigte Fettsäuren und Zucker, die wir reduzieren möchten, unsere sogenannten „Fußabdruck“-Kriterien.

Gleichzeitig arbeiten wir weiterhin daran, den Anteil ernährungsphysiologisch günstiger Inhaltsstoffe wie Ballaststoffe, Proteine, Mikronährstoffe, Hülsenfrüchte, Vollkornprodukte, Nüsse und Samen zu erhöhen, unsere sogenannten „Handabdruck“-Kriterien. Beispiele hierfür sind unsere Saltlets PausenCracker, für die wir Vollkornmehl und Chia-, Lein- sowie Sesamsamen verwenden, Saltlets Vollkorn Sticks mit Vollkornmehl oder Kichererbsen-Chips mit Kichererbsenmehl.



WIEJSKIE ZIEMNIACZKI
in Polen enthält
25% weniger Salz
im Vergleich zur
vorherigen
Rezeptur

PROJEKT ÖL-SWITCH

Damit Crunchips, Pomsticks und Co. schön knusprig werden, frittieren wir sie. Bislang haben wir bei unseren Chips, chipsähnlichen Produkten und ErdnußLocken zu 100 Prozent Sonnenblumenöl eingesetzt. Seit 2022 wurden wir jedoch, wie andere Hersteller auch, mit limitierter Verfügbarkeit und außergewöhnlich gestiegenen Einkaufskosten konfrontiert, insbesondere in Bezug auf Sonnenblumenöl. Das hat uns dazu veranlasst, nach neuen Lösungen zu suchen.

2023 haben wir alle entsprechenden Produktionslinien in den Werken Hankensbüttel, Neunburg und Stanowice auf eine Mischung aus Sonnenblumen- und Rapsöl umgestellt. Dieser Mix hilft uns, besser auf Ernteschwankungen und Marktengpässe reagieren zu können und somit dafür zu sorgen, dass unsere Snacks auch zukünftig jederzeit verfügbar sind. Aber auch Umweltaspekte wie der CO₂-Fußabdruck sowie Qualitäts- und ernährungsphysiologische Aspekte sind bei der Entscheidung mit eingeflossen.



WORAUF ACHTEN WIR BEI UNSEREN PRODUKTEN?

- Allergene vermeiden
- Vegane, vegetarische und fettreduzierte Varianten
- Glutenfreie Produkte im Chipsbereich

**15 PROZENT
WENIGER SALZ
BIS 2025**

Salz zu reduzieren ist bei unserem vielfältigen Produktportfolio nicht immer einfach. Wenn Menschen unsere Marken genießen, dann tun sie das mit allen Sinnen. Deshalb stellen wir höchste Ansprüche an unsere Zutaten, Herstellungsverfahren und Produktqualität. Daran ändert sich auch nichts. Wann immer wir Anpassungen vornehmen, testen wir im Vorfeld, wie sich die Produkteigenschaften wie Textur, Geschmack oder auch die Haltbarkeit verändern. Das benötigt eine gute Vorbereitung und ausreichende Vorlaufzeiten.

Die Gesamtbilanz unserer Rezepturen zeigt, dass erste Reduktionen auf den Marken bereits sichtbar sind: 2023 haben wir im Durchschnitt über das gesamte Marken-Produktportfolio 2,1 Prozent weniger Salz verwendet als im Basisjahr 2019.

Doch im Hinblick auf unser Ziel wären wir gerne weiter mit unserer durchschnittlichen Reduktion über das Gesamtsortiment hinweg. Deshalb werden wir den Salzgehalt bei weiteren Marken reduzieren.

BEI DIESEN MARKEN HABEN WIR 2023 DEN SALZGEHALT REDUZIERT:

- Crunchips
- Rohscheiben
- Wiejskie Ziemniaczki
- Naturals
- Pommels

FÜR 2024 PLANEN WIR DIE SALZREDUKTION BEI WEITEREN INTERNATIONALEN MARKEN WIE:

- Crunchips
- ErdnußLocken/Curly
- Saltlets
- NicNac's



VERPACKUNG



WENIGER KUNSTSTOFF, MEHR RECYCLING

UNSER ANSATZ

Als Konsumgüterhersteller bringen wir mit dem Verkauf unserer Produkte immer auch Verpackungsmaterialien in Umlauf. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und arbeiten intensiv daran, unsere Verpackungen zu optimieren. Nachhaltigkeit heißt daher in diesem Handlungsfeld für uns: alles vermeiden, was nicht unbedingt notwendig ist.

Da Verpackungen für uns jedoch unverzichtbar sind, zum Beispiel um den Produktschutz zu gewährleisten und unseren hohen Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, setzen wir ebenso alles daran, die Recyclingfähigkeit unserer Primärverpackungen zu erhöhen und, wo immer möglich, nachhaltigeres und ökologisch verträglicheres Material einzusetzen. Unser Prinzip lautet deshalb: „Reduce, Recycle, Replace“.

Was heißt das konkret? Wir suchen kontinuierlich nach Verbesserungspotenzialen, bewerten die Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen auf Basis des CHI-Standards des Instituts cyclos-HTP und analysieren innovative Verpackungsmöglichkeiten. Gleichzeitig unterstützen wir in Polen, Deutschland und Österreich Initiativen, um Verbraucher*innen für einen bewussteren Umgang mit Verpackungen und ein besseres Recycling zu sensibilisieren.

KUNSTSTOFF REDUZIEREN

Unser Ziel ist klar: Wir wollen weniger Kunststoff einsetzen. Bei neun Marken konnten wir im Jahr 2023 insgesamt 93 Tonnen Kunststoff einsparen. Trotzdem sind wir bei diesem Ziel noch nicht so weit, wie wir gern wären. Warum? Das hat vor allem damit zu tun, dass wir unseren Absatz 2023 im Vergleich zum Basisjahr gesteigert haben, sodass sich unser absoluter Kunststoffverbrauch erhöht hat.

Das heißt, auch wenn wir in den letzten Jahren erhebliche Einsparungen an Kunststoffen realisieren konnten, ist der Gesamtverbrauch noch nicht wesentlich gesunken. Daher werden wir 2024 weitere Verpackungsumstellungen umsetzen und Optimierungspotenziale prüfen und umsetzen. Langfristig müssen wir neue Wege für die Reduktion von Kunststoff finden.



49 T

WENIGER KUNSTSTOFF
pro Jahr¹ durch
dünnere Folien

**BEISPIEL
CRUNCHIPS**

¹ bei gleichbleibendem Absatz

UNSER ZIEL: KUNSTSTOFF REDUZIEREN

Bis 2025 wollen wir unseren Kunststoffverbrauch für Primärverpackungen in unserem gesamten Markengeschäft um 15 Prozent reduzieren (zu Basisjahr 2019).

93 T
KUNSTSTOFF
konnten wir 2023
einsparen

Im Jahr 2023 haben wir bei neun Marken insgesamt rund 93 Tonnen Kunststoff eingespart. Wir haben zum Beispiel die Verpackungen unserer Saltlets, Clubs und Naturals auf dünnere Folien umgestellt und bei Rohscheiben, Wasabi Erdnüssen und ErdnußLocken die Verpackungsabmessungen bei gleichbleibender Grammatik optimiert.

Folgende Maßnahmen haben wir in die Wege geleitet:

Reduktion der Folienwandstärken und Siegelbereiche



Optimierung der Verpackungsabmessungen

Bewertung aller Verpackungsformate auf Materialeffizienz, zum Beispiel Flachbeutel versus Standbodenbeutel



Verzicht auf Extras aus Kunststoff, wie zum Beispiel Wiederverschlüsse, Werbesticker und Bänderolen

RECYCLING ERHÖHEN

Es ist uns nicht nur wichtig, Verpackungsmaterial zu reduzieren, sondern auch, die Wiederverwertbarkeit unserer Kunststoffverpackungen zu verbessern. Dabei gilt: Die Recyclingfähigkeit wird durch alle Komponenten der Verpackung bestimmt und der wiederverwertbare Materialanteil kann je nach Verpackungsart sehr unterschiedlich sein. Wir orientieren uns darum am Standard des unabhängigen Instituts cyclos-HTP und konnten uns im Berichtsjahr weiter verbessern. Rund 92 Prozent unserer Verpackungen sind mindestens gut recyclingfähig¹, ca. 44 Prozent werden sogar als hochgradig recyclingfähig oder besser klassifiziert. Unser Ziel ist es, dass bis 2025 alle unsere Primärverpackungen mindestens hochgradig recyclingfähig sind.

Um dies zu erreichen, haben wir uns 2023 gezielt Verpackungsgruppen mit geringem Recyclingfähigkeitsgrad vorgenommen. Ein Teil unserer Naturals Verpackungen unseres Exportgeschäfts und ein großer Teil unserer Nussproduktverpackungen wurden bereits auf recyclingfähige Verpackungsmaterialien umgestellt. Weitere Produkte wie unsere Linsen Erdnüsse wurden Ende des letzten Jahres erfolgreich überprüft und bereits Anfang 2024 umgestellt.

AUCH KLEINE MASSNAHMEN TRAGEN DAZU BEI, DIE RECYCLINGFÄHIGKEIT ZU VERBESSERN:

- Die meisten unserer **Verpackungsrückseiten haben seit Ende 2022 nur noch einen weißen Untergrund** – das erleichtert die Sortierung und spart Ressourcen
- Umstellung auf **Flexodruck-Technologie** (z. B. wie Saltlets und Clubs)
- Vereinzelt **Verringerung des Farbauftrags** bei der Bedruckung

Bei unseren papierbasierten Verpackungsmaterialien achten wir auf eine **umweltverträgliche Zusammensetzung. Für alle unsere Kartonagen, Wickel- und Zuschnittsdosen, POS-Materialien² und Papieretiketten verwenden wir seit 2022 ausschließlich FSC®-zertifizierte Papiermaterialien (FSC-C133957).**



ALTERNATIVE MATERIALIEN

Außerdem haben wir unsere Forschung an alternativen Verpackungsmaterialien intensiviert. Konkret untersuchen wir alternative Materialoptionen, in denen papier- und biobasierte sowie kompostierbare Komponenten zum Einsatz kommen.

Um die Umweltauswirkungen unserer derzeit verwendeten sowie von möglichen neuen Materialien besser vergleichen zu können, bewerten wir diese seit 2023. Dazu nutzen wir ein softwarebasiertes Life Cycle Assessment Tool, mit dem ein direkter Vergleich von verschiedenen Verpackungen möglich ist. Denn um wirklich nachhaltig bessere Lösungen zu entwickeln, müssen wir die komplexen Auswirkungen auf die Umwelt analysieren und verstehen. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse fließen zukünftig verstärkt in die Entwicklung alternativer Verpackungen mit ein.

¹ Gemäß CHI-Standard des Instituts cyclos-HTP liegt der recycelbare Anteil für **gut recyclingfähig** bei 70–90 % (Klassifikation A) und für **hochgradig recyclingfähig** bei > 90–95 % (Klassifikation AA).

² Point-of-Sale-Materialien

UNSERE ZIELE

Bis 2025 sind alle Primärverpackungen in unserem gesamten Markengeschäft mindestens hochgradig recyclingfähig.¹



GEMEINSAM MEHR ERREICHEN

Um möglichst viele Wertstoffe im Kreislauf zu halten, müssen alle an einem Strang ziehen. Daher ist es uns wichtig, über unsere Produkte hinaus gemeinsam mit Partnern aktiv zu werden. In Polen, Österreich und Deutschland unterstützen wir Initiativen, um Verbraucher*innen für Themen wie Mülltrennung und Recycling zu sensibilisieren und sie zum Mitmachen zu motivieren.

In Ländern, in denen es noch keine umfassende Infrastruktur für die Abfallwirtschaft gibt, arbeiten wir seit Juni 2022 mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank zusammen. Plastic Bank hat es sich zum Ziel gesetzt, in Schwellen- und Entwicklungsländern nachhaltige Recyclingsysteme aufzubauen, um sowohl die Plastikverschmutzung in Ozeanen als auch die Armut vor Ort zu bekämpfen.

➔ [Mehr Infos zu unseren Aktivitäten in den Lorenz Stories](#)

VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG



TRANSPARENTE & FAIRE LIEFERKETTEN

UNSER ANSATZ

Wir fühlen uns für die Menschen, die mit Lorenz verbunden sind, verantwortlich. Die Einhaltung der Menschenrechte ist dabei für uns von grundlegender Bedeutung. Deshalb wollen wir gemeinsam mit unseren Landwirt*innen und anderen Lieferant*innen faire und wertschätzende Arbeitsbedingungen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette „vom Hof auf den Tisch“ sicherstellen.

Unser Ansatz: Wir suchen den direkten Kontakt mit den Beteiligten entlang der Lieferketten und pflegen langfristige Partnerschaften, die auf gegenseitigem Respekt und vertrauensvoller Zusammenarbeit basieren. Es ist uns dabei nicht nur wichtig, dass unsere Lieferant*innen gemäß unserem Verhaltenskodex handeln, sondern auch, dass wir die Menschen vor Ort einbeziehen und stärken.

Um mögliche Risiken in den Herkunftsländern unserer Rohstoffe zu identifizieren, bewerten wir unsere Lieferketten jährlich anhand unserer Sustainability Risk Matrix. Wir nehmen unsere Lieferant*innen in die Sedex-Online-Plattform auf und befragen sie zu Sozial- und Umweltthemen.¹ Im Rahmen von SMETA-Audits lassen wir unsere eigenen Standorte im Hinblick auf nachhaltiges und ethisches Verhalten überprüfen. Darüber hinaus engagieren wir uns gemeinsam mit Partner*innen in den lokalen Gemeinschaften vor Ort.

VERANTWORTUNGSVOLL BESCHAFFEN

Für die Herstellung unserer Snacks benötigen wir zahlreiche Rohstoffe aus verschiedenen Regionen der Welt. Wo immer es möglich ist, beziehen wir diese direkt von unseren Vertragspartner*innen. So stammen beispielsweise die Kartoffeln für unsere Chips überwiegend aus der Nähe der jeweiligen Produktionsstätten in Polen und Deutschland. Andere Rohstoffe wiederum, zum Beispiel Erdnüsse oder Cashews, beziehen wir aus Ländern wie Mosambik, Südafrika oder Indien. Auch hier ist es uns wichtig und fester Bestandteil unseres Beschaffungskonzepts, den direkten Kontakt zu Landwirt*innen und Lieferant*innen zu suchen, vertrauensvolle Partnerschaften aufzubauen und uns direkt vor Ort zu engagieren.

SOZIAL- UND UMWELTSTANDARDS IN INDIEN

In Indien betreiben wir seit 2021 eine eigene Anlage zur Weiterverarbeitung und Qualitätssicherung von Erdnüssen. Neben einem Labor betreiben wir auch eine Produktionslinie zur Reinigung der Erdnüsse. Dies ermöglicht es uns, die Versorgung mit qualitativ hochwertigen Erdnüssen sowie die Gewährleistung von EU-Standards besser zu kontrollieren.

¹ Sedex ist eine Plattform für Unternehmen zur Verwaltung und Verbesserung der Arbeitsbedingungen in globalen Lieferketten. Das von Sedex entwickelte Auditverfahren SMETA überprüft die Einhaltung von Arbeitsrechten, Gesundheits- und Sicherheitsstandards, Umweltstandards und Geschäftsethik.

² Mit Ausnahme von Kirishi in Russland

MENSCHENRECHTE UND ETHISCHES VERHALTEN FÖRDERN

Für uns ist die Einhaltung der Menschenrechte unverhandelbar – auch deshalb haben wir den UN Global Compact unterzeichnet. An unseren europäischen Standorten haben wir in den vergangenen Jahren bereits SMETA-Audits durchgeführt.



Im Berichtsjahr kam die Niederlassung in Indien neu dazu. 2024 folgt unsere Mehrheitsbeteiligung Vaalharts Groundnuts Marketing (Pty) Ltd (VGM) in Südafrika, sodass wir zukünftig alle produzierenden Standorte² sowie Standorte der Vorproduktion (Nüsse schälen und sortieren) abdecken und in regelmäßigem Turnus alle drei Jahre nach SMETA auditieren.

88%

UNSERER INDIREKTEN LIEFERANT*INNEN

haben unseren Verhaltenskodex unterschrieben oder sich einem eigenen, vergleichbaren Kodex verpflichtet.



95%

UNSERER ROH- UND PACKSTOFFLIEFERANT*INNEN

haben unseren Verhaltenskodex unterschrieben oder sich einem eigenen, vergleichbaren Kodex verpflichtet.

100%

UNSERER EINKÄUFER*INNEN HABEN 2023

eine Schulung zu nachhaltigen Beschaffungspraktiken erhalten.



Parallel arbeiten wir daran, mehr Transparenz in der Lieferkette herzustellen und soziale Standards zu verbessern. Ergänzend dazu setzen wir seit Anfang 2022 mit Unterstützung der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) in Gujarat ein Projekt zu nachhaltigen und rückverfolgbaren Lieferketten für Erdnüsse und Sesam um ([mehr Infos in den Lorenz Stories](#)).

NACHHALTIGE ANBAUMETHODEN IN SÜDAFRIKA

Seit Mitte 2022 halten wir eine Mehrheitsbeteiligung am Erdnuss-Spezialisten VGM in Südafrika. Ende Februar 2023 hat VGM erfolgreich einen siebenjährigen Darlehensvertrag mit AfricaConnect abgeschlossen – einem Programm, das vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) initiiert und von der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) umgesetzt wird. Die Zusammenarbeit ermöglicht es, den Standort in Bezug auf Arbeits- und Nahrungsmittelsicherheit zu modernisieren, um langfristig eine hohe Lebensmittelsicherheit und Qualität zu gewährleisten. Ein weiteres Ziel des Programms ist es, die Umweltauswirkungen aktiv zu minimieren. Als Startpunkt haben wir den Einsatz von Chemikalien in der Landwirtschaft untersucht und einen Plan erarbeitet, schrittweise auf deren Nutzung zu verzichten. Darüber hinaus haben wir eine Analyse zu existenzsichernden Löhnen durchgeführt, um das derzeitige Lohn- und Leistungspaket unserer Mitarbeiter*innen zu bewerten. So wollen wir sicherstellen, dass die Mitarbeiter*innen ein ausreichendes Einkommen für einen zufriedenstellenden Lebensstandard verdienen.



Stephan Hochstein

Managing Director, Lorenz Schweiz



FÜR ALLE EIN OFFENES OHR

Über unser Hinweisgeberportal **Tell us!** kann jede*r Verstöße gegen unseren Verhaltenskodex, Vorschriften und Gesetze melden. Auf Wunsch auch anonym.

ENGAGEMENT IN MOSAMBIK

In Mosambik engagieren wir uns seit 2018 beim Cashew Development Fund der GIZ und haben mittlerweile über 3.800 Landwirt*innen in guten landwirtschaftlichen Praktiken und Methoden geschult, die ihren wirtschaftlichen Ertrag sowie die Qualität ihrer Rohwaren steigern sollen. 2023 haben wir über eine Kooperative 90 Tonnen Cashews eingekauft. In den Regionen Nampula und Zambezia unterstützen wir Kleinstbaumschulen und unseren Partner Central Nursery Namaita (CNN), die im Berichtsjahr zusammen rund 600.000 Setzlinge aufziehen und verteilen konnten. Mitglieder der GIZ, unsere Verarbeiter und die Kooperativen besuchten im Oktober 2023 die Lebensmittelmesse Anuga in Deutschland und unseren Produktionsstandort in Kreba, um den Austausch und den Dialog zu stärken.



Als langjähriges Mitglied der Sustainable Nut Initiative (SNI) setzen wir uns für mehr Transparenz und höhere Nachhaltigkeitsstandards speziell in der Nusslieferkette ein. 2023 wurde Stephan Hochstein, Managing Director Lorenz Schweiz, in den Vorstand berufen. Er wird sich zukünftig noch stärker in diesem Bereich einbringen. Die SNI ist ein vorwettbewerblicher Zusammenschluss, der internationale Akteure der Nusslieferkette zusammenbringt, um sich für mehr Nachhaltigkeit im Nuss-Sektor einzusetzen.

GEMEINSAM MEHR ERREICHEN



NACHHALTIGKEIT BEI UNSEREN LIEFERANT*INNEN

Im Berichtsjahr haben wir ca. 98 Prozent der Roh- und Packstofflieferant*innen in die Sedex-Plattform aufgenommen und aufgefordert, einen Fragebogen zur Selbsteinschätzung in den Bereichen Arbeitsrecht, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt sowie Geschäftsethik zu beantworten. Davon haben 36 Prozent den Fragebogen vollständig ausgefüllt.



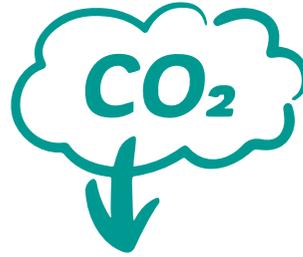
HERAUSFORDERUNG SCOPE-3-EMISSIONEN

2023 wurden unsere wissenschaftsbasierten Klimaziele von der SBTi validiert. Um diese Ziele nun auch zu erreichen, erarbeiten wir konkrete Maßnahmenpläne, die neben den Emissionen aus unserer Produktion (Scope 1) und unserem Energiebezug (Scope 2) insbesondere die indirekten Emissionen aus unserer Lieferkette (Scope 3) berücksichtigen. Denn genau hier, vor und nach der Produktion, werden am meisten Treibhausgase ausgestoßen – insbesondere im Bereich der Roh- und Packstoffe. Eine Veränderung in diesem Bereich ist herausfordernd, da wir nur indirekt Einfluss nehmen können. Daher ist es umso wichtiger, unsere Lieferant*innen aktiv in den Prozess einzubinden.

Aus diesem Grund haben wir 2023 das „Supplier Engagement Program“ gestartet. Wir informieren unsere Lieferant*innen über unsere Klimaziele und sensibilisieren sie dafür, dass ein gemeinschaftlicher Ansatz erforderlich ist, um die globale Erwärmung gemäß des Pariser Abkommens begrenzen zu können. Das erste Treffen hierzu fand im September 2023 mit dem internationalen Einkaufsteam und dem CSR-Team von Lorenz statt. Im Jahr 2024 werden wir zusammen mit unseren Lieferant*innen darauf aufbauend einen konkreten Aktionsplan erarbeiten, um die Treibhausgasemissionen gemäß unseren Zielen zu reduzieren.



KLIMA & RESSOURCEN



UNSER BEKENNTNIS ZUM KLIMASCHUTZ

UNSER ANSATZ

Laut Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) besteht immer noch die Möglichkeit, die Erderwärmung auf 1,5 °C zu begrenzen. Darum ist unser Engagement im Kampf gegen den Klimawandel entscheidend. Als produzierendes Unternehmen sind wir uns bewusst, dass unsere Aktivitäten und unsere globale Wertschöpfungskette potenzielle negative Auswirkungen auf das Klima haben können.

Wir verstehen uns als Teil der Lösung und verpflichten uns, unsere Treibhausgasemissionen zu reduzieren, um negative Auswirkungen so weit wie möglich zu minimieren. Deshalb haben wir uns ambitionierte wissenschaftsbasierte Klimaziele gesetzt, mit denen wir bis 2050 Netto-Null-Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette erreichen wollen. Wir setzen auf messbare Reduktionsmaßnahmen und suchen gezielt nach Lösungen – auch mit unseren Lieferant*innen und Geschäftspartner*innen. Denn ein erheblicher Teil unserer Emissionen entsteht in unseren vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsketten.

Unsere öffentlich zugängliche Umweltrichtlinie definiert den Rahmen für den schonenden Umgang mit Ressourcen und die Implementierung fortschrittlicher Umweltpraktiken. Zudem verpflichten wir mit dem Verhaltenskodex unsere Lieferant*innen und uns zu einer verantwortungsvollen Ressourcennutzung.

UNSERE TREIBHAUSGASEMISSIONEN

In den vergangenen Jahren haben wir die Grundlagen für die Reduktion unseres CO₂e-Fußabdrucks gelegt: Wir haben analysiert und gemessen, unsere Reduktionspotenziale erkannt und erste Maßnahmen umgesetzt. Die mittlerweile sehr umfassende Bewertung unserer Treibhausgasemissionen führen wir auf der Grundlage des weltweit anerkannten Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) durch.

Um bestmöglich zum 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens beizutragen, haben wir uns wissenschaftsbasierte Ziele gesetzt. Im Rahmen dieses Prozesses haben wir das Basisjahr, das als Referenz für die gemessenen Reduktionen gilt, von 2019 auf 2020 angepasst. Für die Erreichung unseres validierten Netto-Null-Ziels bis 2050 konzentrieren wir uns vorrangig auf direkte Emissionsminderungen (Dekarbonisierung) und werden vor der Zielerreichung alle verbleibenden Emissionen in Übereinstimmung mit den SBTi-Kriterien neutralisieren.

¹ Das Ziel inkludiert die landbezogenen Emissionen und Removals aus Bioenergie-Rohstoffen. Zielabdeckung: ohne Scope 1 des Standorts Kirishi.

² FLAG-Emissionen beziehen sich speziell auf die landintensiven Branchen Forst-, Land- und Agrarwirtschaft. Das Ziel umfasst die FLAG-Emissionen sowie -Removals. Zielabdeckung: 68,2 Prozent.

³ Das Ziel umfasst die Kategorien 3.1 Eingekaufte Waren und Dienstleistungen, 3.3 Energie- und brennstoffbezogene Aktivitäten sowie 3.4 Vorgelagerter Transport und Distribution. Zielabdeckung: 68,2 Prozent.

⁴ Das Ziel umfasst FLAG-Emissionen sowie -Removals. Zielabdeckung: 91,9 Prozent.

⁵ Zielabdeckung: 91,2 Prozent.

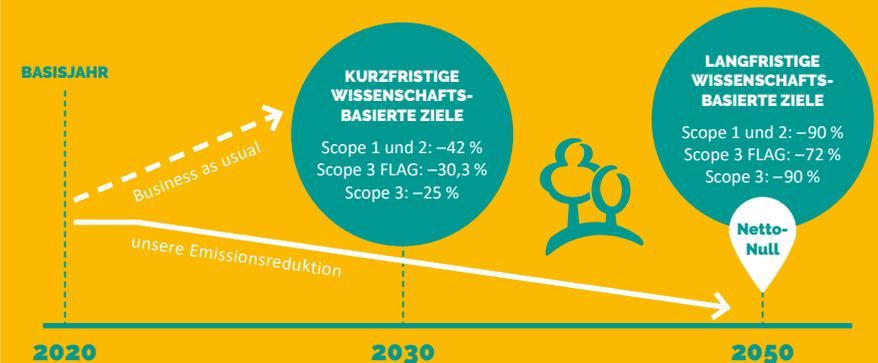
UNSERE WISSENSCHAFTS-BASIERTEN KLIMAZIELE



Im Dezember 2023 wurden unsere ambitionierten Klimaziele von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert, der wir uns Ende 2022 angeschlossen haben.

Damit sind wir eines der ersten Unternehmen unserer Branche, das sich neben den klassischen Reduktionszielen zusätzlich Reduktionsziele im landwirtschaftlichen Bereich (FLAG) und ein langfristiges Netto-Null-Ziel gesetzt hat.

- **Bis 2030 reduzieren wir im Vergleich zum Basisjahr 2020:**
 - unsere absoluten Scope-1- und -2-Treibhausgasemissionen um 42 Prozent¹
 - unsere absoluten Scope-3-FLAG-Treibhausgasemissionen um 30,3 Prozent²
 - unsere absoluten Scope-3-Treibhausgasemissionen um 25 Prozent³
- **Bis 2050 reduzieren wir im Vergleich zum Basisjahr 2020:**
 - unsere absoluten Scope-1- und -2-Treibhausgasemissionen um 90 Prozent¹
 - unsere absoluten Scope-3-FLAG-Treibhausgasemissionen um 72 Prozent⁴
 - unsere absoluten Scope-3-Treibhausgasemissionen um 90 Prozent⁵
- **Bis 2050 erreichen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette unser Ziel der Netto-Null-Treibhausgasemissionen.**
- **Bis 2025 verpflichten wir uns, bei unseren primären, mit Entwaldung verbundenen Rohstoffen keine Abholzung vorzunehmen.**



Rund 13 Prozent unserer Emissionen sind direkt mit unseren Standorten verbunden (Scope 1 und 2). Der größte Teil der Emissionen liegt jedoch in den vor- und nachgelagerten Aktivitäten unserer Wertschöpfungskette (Scope 3) in den Kategorien Scope 3.1 Eingekaufte Güter (inkl. Roh- und Packstoffen) sowie Scope 3.4 Vorlagerter Transport und Distribution. Zur Berechnung nutzen wir, wenn möglich, direkte Daten unserer Liefere

rant*innen und Geschäftspartner*innen oder alternativ Branchendaten. Um hier Reduktionen zu erreichen, haben wir die relevantesten Lieferant*innen in unserer Wertschöpfungskette über unsere Ziele, Anforderungen und die Wichtigkeit ihrer Beteiligung informiert und uns über bereits vorhandene Ziele sowie Reduktionsansätze ausgetauscht.

UNSERE TREIBHAUSGASEMISSIONEN (t CO₂e)

	2020 ¹ (Basisjahr)	2022 ¹	2023	Vergleich 2023 zu 2022	Vergleich 2023 zu 2020
Gesamt	565.823	555.478	566.306	2,0 %	0,1 %
Scope 1	63.907	67.517	68.412	1,3 %	7,0 %
Scope 2	18.442	3.438	3.164	-8,0 %	-82,8 %
Scope 3	483.474	484.523	494.730 ²	2,1 %	2,3 %

Eine detaillierte Übersicht zu unseren Emissionen inkl. der einzelnen Scope-3-Faktoren zeigen wir in unseren [Zahlen im Überblick](#).

UNSERE ENERGIEBILANZ

Unsere Produktionsprozesse wie zum Beispiel das Frittieren unserer Kartoffelchips benötigen viel Energie. Bisher nutzen wir dafür überwiegend Erdgas, also einen fossilen Energieträger. Hier gibt es bisher kaum nachhaltigere Alternativen. Daher liegt unser Fokus weiterhin darauf, den Einsatz zu reduzieren. Zum Beispiel indem wir Wärmerückgewinnungssysteme und energieeffiziente Maschinen nutzen und unsere Verbräuche kontinuierlich in Echtzeit verfolgen – so können Abweichungen schnell erkannt und behoben werden. Im Berichtsjahr betrug unser gesamter Energieverbrauch 382.278 MWh, das sind 2,5 Prozent mehr als im Jahr

2022 und 6,1 Prozent mehr im Vergleich zum Basisjahr 2020. Das liegt unter anderem daran, dass wir unsere Produktion gesteigert haben. Den Strom für unsere Produktionsstandorte beziehen wir bereits zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien.

Bis 2026 wollen wir 25 Prozent des Strombedarfs unserer fünf deutschen und polnischen Produktionsstandorte durch selbst erzeugten Strom aus erneuerbaren Quellen decken. 2023 haben wir 5,6 Prozent unseres Strombedarfs durch eine Fotovoltaikanlage am Standort Hankensbüttel sowie durch unsere Biogasanlagen

DIESE MASSNAHMEN SETZEN WIR SCHON HEUTE UM:

- **100 % Strom aus erneuerbaren Energien** an unseren Produktionsstandorten
- **Energie-Eigenproduktion** an verschiedenen Standorten
- **Zertifiziertes Energiemanagement** an deutschen Standorten
- **Prozessoptimierung** und Nutzung moderner Anlagen
- Förderung der **regenerativen Landwirtschaft**
- **Lieferantenmanagement** hinsichtlich **Dekarbonisierung**





in Neunburg und Stanowice und unsere Blockheizkraftwerke in Neunburg und Kreba selbst produziert. Für die anderen Produktionsstandorte haben wir Fotovoltaikkonzepte erarbeitet, die wir in den nächsten Jahren umsetzen. Außerdem prüfen wir den Einsatz von Windkraft. Durch die Umsetzung dieser Maßnahmen versuchen wir, unsere Abhängigkeit von nicht erneuerbaren Energiequellen Schritt für Schritt zu verringern und einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Energielandschaft zu leisten.



¹ Für die Validierung durch die SBTi haben wir unsere Treibhausgasbilanz überarbeitet und Werte auch rückwirkend angepasst. Mehr Informationen im Kapitel [Über diesen Bericht](#).

² Unsere absoluten Scope-3-Emissionen für 2023 beinhalten bereits Reduktionen und Removals, die wir aufgrund unseres Projekts zur Förderung regenerativer Landwirtschaft erreichen konnten (2.079 t CO₂e). Für Details zum Projekt siehe [Regenerative Landwirtschaft](#).

SCHONUNG UNSERER RESSOURCEN

Der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen ist uns sehr wichtig. Darum überprüfen wir jährlich unsere Umweltrichtlinie und haben sie im Berichtsjahr überarbeitet. Sie stützt sich auf die Umweltgesetzgebung und regelt unter anderem den Umgang mit Abfällen, Wasser und Logistik.



UNSER ABFALLMANAGEMENT

Wir wollen unser Abfallaufkommen minimieren und unsere Prozesse in Richtung einer Kreislaufwirtschaft weiterentwickeln. Wir analysieren und sortieren unsere Materialströme und führen sie der bestmöglichen Verwertungsoption zu. Produktionsreste von Chips oder Teigen führen wir, abhängig vom Standort, unseren eigenen oder externen Biogasanlagen zur Energiegewinnung zu oder bringen sie in andere lokale Wertschöpfungsketten ein.

UNSER WASSERMANAGEMENT

Wir sind uns der kostbaren Ressource Wasser bewusst, halten uns an geltende Standards und optimieren stetig unser Wassermanagement. Durch die Wiederaufbereitung und erneute Verwendung des Wassers, das wir zum Vorwaschen unserer geschnittenen Kartoffeln nutzen, konnten wir zum Beispiel nicht nur den Frischwasserverbrauch, sondern auch das eingeleitete Abwasser erheblich reduzieren. An zwei Produktionsstandorten betreiben wir zusätzlich eine Wasseraufbereitungsanlage. Neben den Aktivitäten an unseren eigenen Standorten bemühen wir uns auch um eine Reduzierung des Wasserverbrauchs entlang der Wertschöpfungskette.



UNSER LOGISTIKMANAGEMENT

Durch die Beschaffung bei lokalen Landwirt*innen im Kartoffelanbau und Lieferant*innen, die hauptsächlich in Europa angesiedelt sind, halten wir schon heute die zurückgelegten Strecken gering und damit transportbedingte Emissionen niedrig. Gemeinsam mit unseren Partner*innen wollen wir unsere Abläufe aber noch effizienter gestalten und zu einem nachhaltigeren Logistiksystem beitragen. Hierzu gehört unter anderem die effiziente Koordination unserer Fahrzeuge, um zum Beispiel die Auslastung zu maximieren und Leerfahrten zu minimieren. Dadurch konnten wir unsere transport- und logistikbezogenen Treibhausgasemissionen an unseren deutschen Standorten im Vergleich zu 2020 bereits um 11 Prozent reduzieren. Darüber hinaus arbeiten wir daran, mittels Digitalisierung im Logistikmanagement Verbrauchsmaterialien und Papierdokumente zu verringern.

WIR HANDELN PROAKTIV

Um das Risiko lokaler und unfallbedingter Verschmutzungen von Wasser, Luft und Boden zu minimieren, ergreifen wir vorbeugende Maßnahmen, zum Beispiel durch die regelmäßige Wartung unserer Anlagen und durch Schulungen unserer Mitarbeiter*innen. Außerdem verfügen wir über strenge Protokolle für die Handhabung, Lagerung und Entsorgung von Gefahrstoffen, um mögliche Freisetzungen in die Umwelt zu verhindern.

REGENERATIVE LANDWIRTSCHAFT

GESUNDE BÖDEN & BIOLOGISCHE VIelfALT



UNSER ANSATZ

Das Herzstück unserer Snacks sind unsere Rohstoffe. Die Art und Weise, wie diese angebaut und verarbeitet werden, hat einen großen Einfluss auf Menschen und Umwelt. So können zum Beispiel eine zu intensive Bodenbearbeitung, Monokulturen oder der intensive Einsatz von Dünge- und Pflanzenschutzmitteln zu Bodenerosion und -kontamination führen. Der damit einhergehende Verlust von fruchtbaren Oberböden und der Artenvielfalt hat weitreichende Folgen.

Es ist unser ureigenes Interesse, einen umwelt- und ressourcenschonenden Anbau zu fördern, um die Auswirkungen unserer Aktivitäten zu minimieren und auch die Rohstoffverfügbarkeit sicherzustellen. Daran arbeiten wir gemeinsam mit unseren langjährigen Vertragslandwirt*innen und engagieren uns gemeinsam mit weiteren strategischen Partner*innen in verschiedenen Projekten. Denn nur gemeinsam können wir langfristige Lösungen entwickeln, die ökologische und wirtschaftliche Vorteile bieten.

Wir setzen auf langfristige Partnerschaften im kontrollierten Vertragsanbau für Kartoffeln mit rund

210

LANDWIRT*INNEN, zum Teil seit mehr als 50 Jahren.¹

GENERATIONSÜBERGREIFENDES VERTRAUEN

Seit jeher legen wir großen Wert auf langfristige und partnerschaftliche Beziehungen mit unseren Lieferant*innen in den Anbauregionen unserer Rohstoffe. Im Kartoffelanbau pflegen wir Partnerschaften mit unseren Landwirt*innen zum Teil über mehrere Generationen hinweg. Die enge Zusammenarbeit beginnt bereits bei der gemeinsamen Auswahl der Bodenflächen und setzt sich über die Auswahl des Pflanzgutes bis hin zur Ernte fort. Da die Landwirtschaft die Umwelt beeinflusst, gleichzeitig auch „Leidtragende“ der negativen Folgen ist, nutzen wir die vertrauensvolle Zusammenarbeit auch, um gemeinsam den nachhaltigen Wandel zu gestalten.

¹Stand 2024



Wir möchten Landwirt*innen und Kleinbäuer*innen unterstützen, regenerative landwirtschaftliche Methoden anzuwenden mit dem Ziel, die Bodengesundheit zu fördern und Emissionen zu reduzieren.

Denn gesunde Böden sind die Grundlage für Nahrungssicherheit, sauberes Trinkwasser, die Bodenbiodiversität und sind darüber hinaus wertvolle Kohlenstoffspeicher. Anfang 2023 haben wir dafür gemeinsam mit Klim ein Projekt zur Förderung regenerativer Landwirtschaft im Kartoffelanbau mit unseren Vertragslandwirt*innen in Deutschland gestartet.

Das Expert*innen-Team der Klim GmbH unterstützt uns mit seinem umfassenden Know-how in der Skalierung regenerativer Landwirtschaftssysteme, stellt die Plattform zur Datenerhebung und Verifizierung bereit und bietet Möglichkeiten des Austauschs unter den Landwirt*innen, die wir zusätzlich mit finanziellen Anreizen fördern. Unsere langjährige Beziehung zu vielen unserer Vertragslandwirt*innen unterstützt die Transformation bei diesem für Lorenz wichtigen Rohstoff.

Unser Ziel ist es, regenerative Landwirtschaft so nachhaltig zu verankern, dass wir bis 2030 unsere Emissionen im Kartoffelanbau um insgesamt 100.000 t CO₂e reduzieren und eine langfristige Speicherung in den Böden ermöglichen.



WAS WIR 2023 ERREICHT HABEN:

- Bis Ende 2023 haben sich **27** unserer deutschen Vertragslandwirt*innen zur Plattform angemeldet, **12** aktiv beteiligt
- **1.291 ha** wurden mit regenerativen Anbaumethoden bewirtschaftet
- **2.079 t CO₂e** konnten dadurch eingespart werden, davon 324 t CO₂e durch Reduktion von Betriebsmitteln (wie Düngemitteln oder Diesel) und 1.755 t CO₂ durch langfristige Kohlenstoffspeicherung im Boden maßgeblich durch zusätzliche Biomasse auf dem Acker (z. B. Zwischenfrüchte und Untersaaten)



2024 werden wir das Projekt in Deutschland fortsetzen und zusätzlich mit den ersten Vertragslandwirt*innen in Polen starten. Bis Ende 2024 wollen wir 50 unserer Vertragslandwirt*innen dafür gewinnen, aktiv Methoden der regenerativen Landwirtschaft anzuwenden.

VON DER HERAUSFORDERUNG ZUR LÖSUNG

Gesunde, humusreiche Böden sind natürliche Nährstoff- und Kohlenstoffspeicher. Sie sind zentral für den Ertrag der Ernte und gleichzeitig widerstandsfähiger gegenüber klimatischen Veränderungen. In der regenerativen Landwirtschaft sehen wir deshalb einen zentralen Hebel, um aktuelle Herausforderungen in der Landwirtschaft bewältigen zu können. Dies bedeutet für uns im Hinblick auf unseren Rohstoffanbau, verschiedene landwirtschaftliche Methoden anzuwenden mit dem Ziel, die Bodengesundheit und die biologische Vielfalt nicht nur zu erhalten, sondern zu erhöhen. Widerstandsfähige Böden und Biodiversität sind wiederum von entscheidender Bedeutung für die Sicherstellung unserer künftigen Rohstoffversorgung. Die Reduktion und langfristige Speicherung von CO₂ (Removals) unterstützt uns, unser Netto-Null-Ziel zu erreichen ([mehr Infos dazu im Handlungsfeld Klima & Ressourcen](#)).



MEHR BIODIVERSITÄT

Für uns ist der Erhalt der biologischen Vielfalt von großer Bedeutung. Die Rolle von Wildbienen und anderen Insekten bei der Bestäubung von Wild- und Kulturpflanzen ist von immensem Wert für unsere Ökosysteme. Wir engagieren uns seit Jahren gemeinsam mit Landwirt*innen und Imker*innen in Blühflächenprojekten. Dabei stellen wir entweder das Saatgut direkt zur Verfügung oder übernehmen finanzielle Patenschaften, während die Landwirt*innen sich um Einsaat und Pflege kümmern. Auch fördern wir den Austausch zwischen Landwirt*innen und Imker*innen durch deren Vernetzung in unserem Projekt in Polen.

Im Berichtsjahr haben wir im Umkreis unserer deutschen Standorte in Hankensbüttel und Neunburg insgesamt 14 Hektar Blühflächen in drei Projekten geschaffen. In Polen konnten wir mit fünf Landwirt*innen und drei Imker*innen sogar 70 Hektar Blühflächen umsetzen. Das verwendete Saatgut umfasste unter anderem Rettich, Klee, Sonnenblume und Phacelia, auch bekannt als Bienenfreund. Diese Gründüngerpflanze bindet Stickstoff im Boden und dient gleichzeitig als natürliche Schädlingsabwehr, beispielsweise gegen den Kartoffelkäfer. Wir freuen uns darauf, die erfolgreiche Zusammenarbeit mit unseren Landwirt*innen und lokalen Imker*innen auch im kommenden Jahr fortzusetzen.

70 ha



14 ha



ANGELEGTE BLÜHFLÄCHEN

In Polen
70 ha (Stanowice: 5 Landwirt*innen, 3 Imker*innen)

In Deutschland
0,3 ha (Hankensbüttel: Familie von der Ohe)
1,7 ha (Hankensbüttel: Dirk Niebuhr)
12 ha (Neunburg: Kooperation mit 19 Landwirt*innen)



FÖRDERUNG REGENERATIVER LANDWIRTSCHAFT IN ARGENTINIEN

Argentinien ist eines der größten Erdnussanbauländer der Welt, aus dem auch wir einen Großteil unserer Rohstoffe beziehen. In den letzten Jahren wurden bereits einige Fortschritte beim nachhaltigen Anbau von Erdnüssen erzielt. Dennoch überwiegen nach wie vor konventionelle Anbaumethoden.

Als Mitglied der SAI-Plattform, einer globalen Initiative zur Förderung nachhaltiger Landwirtschaft, beteiligen wir uns gemeinsam mit anderen Unternehmen an einem branchenweiten Erdnussprojekt in Argentinien. Das Pilotprojekt wird sich über ein Jahr erstrecken. Unser Ziel ist es, das Potenzial zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und zum Aufbau von Widerstandsfähigkeit angesichts zunehmender Dürre und Klimaauswirkungen durch nachhaltigere und regenerativ landwirtschaftliche Praktiken zu verstehen.

Das Projekt wird von [GapGreen](#) durchgeführt, einem lokalen Partner mit umfassenden Kenntnissen und Verständnis des Sektors. Wir werden mit 25 landwirtschaftlichen Betrieben in der Region zusammenarbeiten, und da Erdnüsse in einer Fruchtfolge angebaut werden, werden wir auch die anderen Kulturen (Soja, Weizen und Mais) mit einbeziehen. Als Schwerpunkte des Projekts sollen für die teilnehmenden Betriebe die Treibhausgasemissionen und die Grundlagen der regenerativen Landwirtschaft ermittelt werden. Im Anschluss kann für jeden einzelnen Betrieb ein Fahrplan erstellt werden. Die Erkenntnisse aus dem Projekt werden allen Landwirt*innen in der Branche zur Verfügung stehen, und wir werden mit der SAI-Plattform und den anderen Projektmitgliedern zusammenarbeiten, um zu prüfen, was die nächsten Schritte sein könnten.



UNSERE MITARBEITER*INNEN



GEMEINSAM BESSER WERDEN

UNSER ANSATZ

Lorenz, das sind über 3.000 Kolleg*innen an mehreren internationalen Standorten, in den Werken, im Außendienst und in den Büros. Unser gemeinsames Ziel: jeden Tag ein bisschen besser zu werden in dem, was wir tun. Unser Weg dorthin ist die lernende Organisation, in der jede*r bei uns Verantwortung übernimmt. Wir pflegen eine offene Unternehmenskultur, in der alle wachsen, sich entwickeln und aktiv die Zukunft unseres Familienunternehmens mitgestalten können.

Um das zu gewährleisten, bieten wir zahlreiche Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten an und messen deren Wirkung im Praxisbezug. Wir dokumentieren und analysieren die Wirksamkeit unserer Arbeitssicherheitsmaßnahmen und stellen im Rahmen unseres betrieblichen Gesundheitsmanagements erweiterte Leistungen bereit.



VERANTWORTUNGSVOLLES MITEINANDER

Wertebasiertes, ethisches, rechtlich und wirtschaftlich einwandfreies Verhalten ist die Grundlage unseres unternehmerischen Handelns. Hierfür haben wir uns selbst Regeln auferlegt, die wir 2019 in einem Verhaltenskodex für die gesamte Lorenz Gruppe – unserem Code of Conduct – zusammengeführt haben.

Damit diese Haltung intern gelebt wird, erhalten bei uns alle Mitarbeiter*innen der Lorenz Gruppe eine Schulung. Wenn Mitarbeiter*innen mögliche Verstöße gegen unseren Verhaltenskodex oder geltende Gesetze und Vorschriften feststellen, können sie entsprechende Hinweise, auf Wunsch anonym, über unser „Tell us!“-Portal melden.

COMPLIANCE MANAGEMENT SYSTEM

2023 haben wir ein neues internationales Compliance Management System implementiert, das Compliance eng mit der ethischen Unternehmensführung verbindet. Das neue System umfasst alle Werkzeuge und Prozesse, um sicherzustellen, dass sowohl Compliance als auch die Leitlinien unserer Unternehmensethik eingehalten werden. In Zusammenarbeit mit der Haufe Akademie haben wir ein Schulungsprogramm erarbeitet, das im Lorenz Campus eingebunden ist. Es umfasst ein breites Kursprogramm zu Themen wie Datenschutz, Arbeitsschutz, Korruptionsprävention, Lieferkettengesetz und vieles mehr.

ANGEBOTE FÜR MITARBEITER*INNEN



Die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter*innen zu fördern ist uns ein wichtiges Anliegen. Auch im Jahr 2023 standen viele verschiedene Angebote zur Auswahl, unter anderem:

- In Deutschland und Polen: **Betriebsarzt mit Angeboten, z. B. Gripeschutzimpfung**
- In Deutschland und Österreich: **Sportangebote und gemeinsame Veranstaltungen wie Laufen und Tennis**
- **Gesundheitstage**, z. B. in Neu-Isenburg und Hankensbüttel
- In Deutschland und Österreich: **Angebote des pme Familienservice**
- **Betriebliches Eingliederungsmanagement** an deutschen Standorten
- **JobRäder** an deutschen Standorten
- **Zuschuss zur Bildschirmarbeitsplatzbrille** an deutschen Standorten





Zudem lassen wir uns regelmäßig extern überprüfen. 2022 und 2023 haben alle europäischen Produktionsstandorte sowie unser Verwaltungsstandort in Neulisenburg die externen SMETA-Audits¹ absolviert. Überprüft werden dabei Arbeitsbedingungen, Arbeitsschutz, Umweltmanagement und Geschäftsethik. Die Ergebnisse zeigen, dass wir besonders im Bereich Arbeitsschutz mit gutem Beispiel vorangehen.

UNSERE ARBEITGEBERMARKE

Wir wissen: Nicht die Snacks sind das Wichtigste, sondern die Menschen. So sind es zum Beispiel unsere Mitarbeiter*innen, die den Erfolg von Lorenz tragen und unsere Snacks zu dem machen, was sie sind. Um neue Talente für Lorenz zu gewinnen und bestehende Mitarbeiter*innen zu halten, haben wir 2023 ein internationales Employer-Branding-Team etabliert mit dem Ziel, ein umfassendes Verständnis für die Bedürfnisse bestehender, neu eingestellter und zukünftiger Mitarbeiter*innen zu erlangen.

Eine Aufgabe ist es, Maßnahmen zur Zufriedenheit von Mitarbeiter*innen für alle Standorte zu prüfen und weiterzuentwickeln. Bewährt haben sich zum Beispiel Angebote zur Gesundheit, JobRad und ein breites Weiterbildungsangebot.

Eine besondere Herausforderung ist es, neue Kolleg*innen für Positionen an unseren Produktionsstandorten weltweit zu begeistern. Unser Fokus lag im Berichtsjahr zum einen darauf, stärker den Austausch mit jungen Talenten zu suchen und in den Dialog zu gehen über Maßnahmen an Messen, Schulen und Universitäten. Zum anderen fokussierten wir uns darauf, in den regionalen Arbeitsmärkten die Aufmerksamkeit zu erhöhen, zum Beispiel mit Social-Media-Videos, die 2023 erstmals zu diesem Zweck erstellt wurden.

ARBEITEN IM AGILEN FRAMEWORK MIT OKR

Unsere moderne Arbeitswelt befindet sich fortlaufend im Wandel und es ist eine große Herausforderung, flexibel zu agieren und dabei gleichzeitig die übergeordneten Ziele nicht aus dem Blick zu verlieren. Im Jahr 2023 haben wir uns daher intensiv mit dem OKR-Framework beschäftigt und erste Erfahrungen mit einer Pilot-Abteilung gesammelt. 2024 beginnt die weitere Einführung von OKR in der gesamten Lorenz Gruppe.

OKR steht für Objectives and Key Results und beschreibt ein agiles Framework zur Strategieumsetzung, das mit transparenten und fokussierten Zielen einer Organisation hilft, sich gemeinsam in eine Richtung zu bewegen – und diese auch regelmäßig zu justieren. Es schafft den Rahmen, sodass unsere Teams mit größtmöglicher Wirkung zur Unternehmensvision und -strategie beitragen können.

¹ Die Auditierung nach SMETA überprüft die Einhaltung von Arbeitsrechten, Gesundheits- und Sicherheitsstandards, Umweltstandards und Geschäftsethik in der Lieferkette.

² Aufgrund der aktuellen Situation ohne Daten zu unseren russischen Standorten.

WEITERBILDUNG: UNSER LORENZ CAMPUS



Unsere interne Weiterbildungsplattform „Lorenz Campus“ bietet Mitarbeiter*innen international vielfältige Angebote, unter anderem in den Bereichen Fachwissen, Persönlichkeitsentwicklung, Methodenkompetenz und Führungskräfte trainings.

Viele unserer Weiterbildungsangebote drehen sich zudem um Nachhaltigkeitsthemen aller Art. Dies gibt den Kolleg*innen sowohl die Möglichkeit, sich über den eigentlichen Tätigkeitsbereich hinaus zu informieren und sich grundlegendes Wissen in Sachen Nachhaltigkeit anzueignen, als auch Gelegenheit, Fachwissen zu unseren Handlungsfeldern zu vertiefen. Mithilfe interner Expert*innen und Referent*innen bauen wir dieses Angebot kontinuierlich aus. Jeder Beitrag aus den Fachbereichen und der/des Einzelnen zählt – denn nur gemeinsam können wir die nachhaltige Transformation bei Lorenz voranbringen.

2023

47.828
Lernstunden global

HOHER PRAXISBEZUG:

> 80 %

der Teilnehmer*innen an internen Weiterbildungsangeboten sagen, dass sie das Wissen aus dem Training nach vier Wochen regelmäßig anwenden

DAVON

648

zu Nachhaltigkeit mit 1.246 Teilnehmer*innen²

ÜBER

150

digitale Lernangebote, insbesondere die Werksstandorte haben mehr Inhalte digital verfügbar gemacht



GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



ZURÜCKGEBEN & FREUDE TEILEN

UNSER ANSATZ

Als Familienunternehmen sind wir an unseren Standorten nicht nur wirtschaftlich, sondern auch gesellschaftlich fest verankert. Es ist uns ein wichtiges Anliegen, ein guter und verlässlicher Partner für die Menschen vor Ort bzw. in der jeweiligen Region zu sein und soziale Verantwortung zu übernehmen.

Es geht uns darum, über unsere eigentliche Tätigkeit hinaus einen Mehrwert für die Gesellschaft zu leisten, den Gemeinschaften vor Ort etwas zurückzugeben und uns für Menschen einzusetzen, die Hilfe gut gebrauchen können. An vielen Lorenz Standorten unterstützen wir zum Teil seit vielen Jahren karitative Einrichtungen und soziale Initiativen durch finanzielle Zuwendungen sowie Sachspenden. Darüber hinaus engagieren sich unsere Mitarbeiter*innen regelmäßig aktiv in ihren lokalen Gemeinschaften. Beispiele unseres Engagements:

DEUTSCHLAND:

LANGJÄHRIGE PARTNERSCHAFT MIT DER BÄRENHERZ STIFTUNG

Die Bärenherz Stiftung in Wiesbaden begleitet schwerst-kranke Kinder und ihre Angehörigen. Seit vielen Jahren unterstützen wir die Stiftung finanziell, im Berichtsjahr mit 21.000 Euro.

→ [Mehr zur Bärenherz Stiftung](#)

DEUTSCHLAND:

ZUSAMMENARBEIT MIT DEN TAFELN

Die Tafeln sammeln Lebensmittel im Handel und bei herstellenden Unternehmen ein und verteilen diese an armutsbetroffene Menschen. Viele der deutschlandweit über 970 lokalen Tafeln bieten neben der Lebensmittelausgabe auch Zusatzangebote an – etwa einen warmen Mittagstisch, Nachhilfeunterricht oder Kinderbetreuung. Neben dem sozialen Ausgleich leisten Tafeln mit der Lebensmittelrettung auch einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz.

Als langjähriger Partner der Tafeln lassen wir dem Dachverband Tafel Deutschland regelmäßig Sachspenden zukommen, die dieser dann je nach Bedarf an die lokalen Tafeln verteilt.

→ [Mehr zu Tafel Deutschland](#)

DEUTSCHLAND:

WUNSCHBAUMAKTION FÜR STRAHLENDE KINDERAUGEN

Auch in diesem Jahr haben unsere Kolleg*innen am Standort Neu-Isenburg wieder an der Wunschbaumaktion des Frankfurter Kinderbüros teilgenommen und dabei geholfen, Kindern in schwierigen Lebenssituationen einen kleinen Weihnachtswunsch zu erfüllen. 75 Kinder im Alter von vier Monaten bis zu 14 Jahren aus der Übergangsunterkunft des Arbeiter-Samariter-Bundes in Frankfurt am Main haben ihre Weihnachtswünsche auf eine Karte geschrieben. Im Nu waren die Karten vergriffen und die Weihnachtswünsche von unseren Kolleg*innen organisiert und liebevoll verpackt – sehr zur Freude der Kinder, die sie zu Weihnachten in Empfang nehmen konnten.



GEMEINSAM FEIERN, GEMEINSAM HELFEN

POLEN:

WOŚP (Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy) ist die prominenteste nicht staatliche Wohltätigkeitsorganisation in Polen. Das Herzstück der Stiftung ist eine jährliche Spendenaktion, deren Höhepunkt an einem Januar-Sonntag mit der überwältigenden Beteiligung von Tausenden Freiwilligen stattfindet. An diesem Tag werden im ganzen Land Spenden für einen bestimmten medizinischen Zweck gesammelt.

Im Jahr 2023 waren wir mit Crunchips zum zweiten Mal als einer der Partner des großen Finales dabei. Zu unseren Aktivitäten gehörten eine Limited Edition unserer Crunchips, eine Trikot-Auktion des FC Kaiserslautern bei Allegro, der größten Plattform für Online-Handel in Polen, sowie das aktive Sammeln von Spenden und interne Versteigerungen. Beim großen Finale am 29. Januar 2023 trat ein Team unserer polnischen Kolleg*innen sogar live im Studio polnischer Fernsehsender auf und erlebte dabei eine unglaublich positive Energie.

Durch unsere Aktionen konnten wir insgesamt 66.391 Zloty (15.262 Euro) sammeln und auch im kommenden Jahr werden wir wieder mit dabei sein.

→ [Mehr zu WOŚP](#)



ÖSTERREICH/KÄRNTEN:

UNTERSTÜTZUNG FÜR HILFSBEDÜRFTIGE MENSCHEN IN DER REGION

Unsere Kolleg*innen in Österreich unterstützen regelmäßig den gemeinnützigen Hilfsverein „Kärntner in Not“. 2023 konnten mit der Spende in Höhe von 5.000 Euro eine alleinerziehende Mutter und ihr Kind mit Behinderung unterstützt werden. Mit der Spende wurden Hilfsmittel angeschafft, die den Pflegealltag erleichtern sollen.

„ZAHLEN IM ÜBERBLICK“

UMWELT



	Einheit	2020 ¹	2022 ¹	2023
KLIMA				
Absolute Treibhausgasemissionen	t CO ₂ e	565.823	555.478	566.306
Absolute Scope-1-Treibhausgasemissionen	t CO ₂ e	63.907	67.517	68.412
Absolute Scope-2-Treibhausgasemissionen (market-based)	t CO ₂ e	18.442	3.438	3.164
Absolute Scope-2-Treibhausgasemissionen (location-based)	t CO ₂ e	44.985	47.266	46.048
Absolute Scope-3-Treibhausgasemissionen	t CO ₂ e	483.474	484.523	494.730²
Scope 3 Vorgelagerte Treibhausgasemissionen	t CO ₂ e	468.375	474.051	484.002
Scope 3.1 Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	t CO ₂ e	387.750	413.980	415.452
Scope 3.2 Kapitalgüter	t CO ₂ e	14.833	11.186	12.033
Scope 3.3 Energie- und brennstoffbezogene Aktivitäten	t CO ₂ e	16.118	15.762	15.289
Scope 3.4 Vorgelagerter Transport und Distribution	t CO ₂ e	43.487	26.567	33.880
Scope 3.5 Abfall	t CO ₂ e	1.543	1.901	2.416
Scope 3.6 Geschäftsreisen	t CO ₂ e	219	224	232
Scope 3.7 Pendeln	t CO ₂ e	4.377	4.397	4.670
Scope 3.8 Angemietete und geleaste Sachanlagen	t CO ₂ e	48	34	30
Scope 3 Nachgelagerte Treibhausgasemissionen	t CO ₂ e	15.099	10.472	10.728
Scope 3.9 Nachgelagerter Transport und Distribution	t CO ₂ e	5.703	3.535	3.500
Scope 3.12 End-of-Life Treatment verkaufter Produkte	t CO ₂ e	9.396	6.937	7.228

¹ Für die Validierung durch die SBTi haben wir unsere Treibhausgasbilanz überarbeitet und Werte auch rückwirkend angepasst. Daher sind die Zahlen für 2022 mit denen aus dem Fortschrittsbericht 2022 nicht vergleichbar.

	Einheit	2020 ¹	2022 ¹	2023
Absolute Treibhausgasemissionen, die durch regenerative landwirtschaftliche Methoden unserer Kartoffel-Vertragslandwirt*innen eingespart werden	t CO ₂ e	k. A.	k. A.	2.079
Absolute Treibhausgasemissionen pro Mitarbeiter*in	t CO ₂ e	174	179	183,3
Absoluter Stromverbrauch	MWh	57.311	65.114	62.088

	Einheit	2022	2023
WEITERE UMWELTDATEN			
Absoluter Energieverbrauch	MWh	373.067	382.278
Gas	MWh	315.197	321.247
Strom	MWh	57.870	61.031
Anteil eigenproduzierter Energie aus erneuerbaren Quellen	%	3,5	5,6
Anteil erneuerbarer Energien am absoluten Stromverbrauch	%	100	100
Kartoffel-Vertragslandwirt*innen, die aktiv regenerative landwirtschaftliche Methoden nutzen	gesamt	k. A.	12
Fläche, die von Kartoffel-Vertragslandwirt*innen mit regenerativen landwirtschaftlichen Methoden bewirtschaftet wird	ha	k. A.	1.291
Angelegte Blühstreifen pro Jahr	ha	118,3	84

² Unsere absoluten Scope-3-Emissionen für 2023 beinhalten bereits Reduktionen und Removals, die wir aufgrund unseres Projekts zur Förderung regenerativer Landwirtschaft erreichen konnten (2.079 t CO₂e). Für Details zum Projekt siehe [Regenerative Landwirtschaft](#).

PRODUKT

	Einheit	2022	2023
GESUNDHEIT & ERNÄHRUNG			
Anteil der Neuprodukte mit mindestens 15 Prozent weniger Salz als Produkte der jeweiligen Marke (zum Basisjahr 2019)	%	54	94
Durchschnittlicher Salzgehalt in unseren Markenrezepten	%	1,91	1,90
Nährwertangaben Salzgehalt je Marke			
Crunchips	%	1,72 ¹	1,55
Naturals	%	2,15 ¹	1,90
Wiejskie	%	1,89 ¹	1,30
Curly/ErdnußLocken	%	2,16 ¹	2,16
Saltletts	%	3,27 ¹	3,54
Lajkonik	%	2,49 ¹	2,65
NicNac's	%	2,03 ¹	1,99
Anteil vegetarischer Produkte	%	57,3	55
Anteil veganer Produkte	%	40,5	29
Anteil zertifizierter Schokolade (Rainforest Alliance)	%	k. A.	97,1
Anteil der Marken mit Responsibility Icon auf der Verpackung	%	84	91,7
VERPACKUNG			
Anteil von FSC®-zertifizierten Verpackungsmaterialien	%	100	100
Kunststoffeinsatz (Primärverpackung)	t	4.433 ¹	4.246
Kunststoffeinsatz (Primärverpackung) pro Tonne Produkt	t	0,04	0,04
Durch Reduktionsmaßnahmen eingesparter Kunststoff	t	56	93
Anteil der mindestens gut recycelbaren Folien am Gesamtportfolio ²	%	91,5	92
Anteil der hochgradig recycelbaren Folien am Gesamtportfolio ²	%	34,1	29,4
Anteil der exzellent recycelbaren Folien am Gesamtportfolio ²	%	12,8	14,7
Gemeinsam mit unserem Kooperationspartner Plastic Bank eingesammelte Plastikflaschen ³	Mio.	1	1
Eingesammelter Kunststoff mit unserem Kooperationspartner Plastic Bank ³	kg	20.000	20.000

¹ Der Wert wurde aufgrund einer Neuberechnung rückwirkend korrigiert.

BESCHAFFUNG & UNTERNEHMENSFÜHRUNG

	Einheit	2022	2023
LIEFERKETTE			
Anteil der Roh- und Packstofflieferant*innen, die unseren Verhaltenskodex oder einen eigenen vergleichbaren unterschrieben haben	%	96	95
Rohstoffe	%	94	95
Packstoffe	%	98	93
Anteil der Roh- und Packstofflieferant*innen mit abgeschlossenem Sedex-Fragebogen	%	61 ⁵	36
Rohstoffe	%	66	43,2
Packstoffe	%	45	18,3
Anteil der Roh- und Packstofflieferant*innen in der Hochrisikogruppe, die nach SMETA oder einem vergleichbaren Standard geprüft wurden	%	k. A.	35,4
Rohstoffe	%	k. A.	34,8
Packstoffe	%	k. A.	50
EIGENES UNTERNEHMEN			
Produktionsstandorte mit SMETA-Audit	gesamt	5	5
Anteil der Produktionsstandorte mit SMETA-Audit	%	83,3	83,3
Anteil der Einkäufer*innen, die eine Schulung zu nachhaltigen Beschaffungspraktiken erhalten haben	%	k. A.	100
Anteil der Mitarbeiter*innen, die eine Schulung zur Korruptionsprävention absolviert haben ⁴	%	60,1	79,7
Gemeldete Korruptionsfälle, die sich auf das Berichtsjahr beziehen	gesamt	0	0
Gemeldete Korruptionsfälle, die sich auf das Vorjahr beziehen	gesamt	0	0
Tell us!-Fälle	gesamt	4	8
Anteil abgeschlossener Tell us!-Fälle	%	100	100

² Recycelbarer Anteil wird nach dem Anforderungs- und Bewertungskatalog des CHI-Standards (Institut cyclos-HTP) berechnet:
 Kategorie A (70–90 %): gut recyclingfähig
 Kategorie AA (90–95 %): hochgradig recyclingfähig
 Kategorie AAA (> 95 %): exzellent recyclingfähig

³ Die Sammelaktionen starten unterjährig. Die Daten betreffen den jeweils im Geschäftsjahr startenden Turnus.

⁴ Diese ist Teil der Schulung zum Verhaltenskodex.

⁵ Der Wert erfasst nur vollständig beantwortete Fragebögen, während im Jahr 2022 auch teilweise beantwortete Fragebögen mit einbezogen wurden.

MITARBEITER*INNEN UND GESELLSCHAFT¹

	Einheit	2022	2023
MITARBEITER*INNEN			
Mitarbeiter*innen	gesamt	3.314	3.089
Frauen	gesamt	1.674	1.480
Männer	gesamt	1.640	1.609
Mitarbeiter*innen nach Altersgruppe			
< 20 Jahre	gesamt	42	36
20–29 Jahre	gesamt	520	385
30–39 Jahre	gesamt	796	726
40–49 Jahre	gesamt	817	812
50–59 Jahre	gesamt	850	814
≥ 60 Jahre	gesamt	289	316
Anteil der Mitarbeiter*innen nach Altersgruppe			
< 20 Jahre	%	1,3	1,2
20–29 Jahre	%	15,7	12,5
30–39 Jahre	%	24	23,5
40–49 Jahre	%	24,7	26,3
50–59 Jahre	%	25,6	26,3
≥ 60 Jahre	%	8,7	10,2
Durchschnittliche Dauer der Beschäftigung	Jahre	10,9	11,7
Frauen in Führungspositionen	gesamt	154	139
Anteil der Frauen in Führungspositionen	%	37,4	35,7
Nationalitäten der Mitarbeiter*innen	gesamt	30	29
Schwerbehinderte Mitarbeiter*innen	gesamt	85	83
Anteil schwerbehinderter Mitarbeiter*innen an der Gesamtbelegschaft	%	2,6	2,7

	Einheit	2022	2023
WEITERBILDUNG			
Weiterbildungsstunden gesamt	Stunden	49.768	63.338
Frauen	Stunden	18.908	29.081
davon in Führungspositionen	Stunden	3.995	2.162
Männer	Stunden	30.860	34.257
davon in Führungspositionen	Stunden	7.212	4.421
Durchschnittliche Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter*in	Stunden	15	20,5
Frauen	Stunden	18,4	19,6
davon in Führungspositionen	Stunden	28,3	15,6
Männer	Stunden	11,5	21,3
davon in Führungspositionen	Stunden	25,9	17,7
Mitarbeiter*innen in Tarifverträgen (nur Deutschland)	gesamt	1.111	1.077
Anteil der Mitarbeiter*innen in Tarifverträgen	%	33,5	34,9
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT			
Spenden an gemeinnützige Organisationen	Euro	741.000	590.000
Anzahl begünstigter Organisationen	gesamt	38	36
Spenden an politische Organisationen	Euro	k. A.	0

¹ 2021 und 2022 war die Gesellschaft „House of Bakery“ integriert. Sie befindet sich seit 2023 nicht mehr im Konsolidierungskreis. Dementsprechend ergeben sich abweichende Werte zu 2023, wodurch die Vergleichbarkeit eingeschränkt ist.

WIR SIND UNTERZEICHNER DES UN GLOBAL COMPACT

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

WE SUPPORT



„Wir wollen nicht nur uns selbst verändern, sondern auch einen Beitrag zur Lösung globaler ökologischer und sozialer Herausforderungen leisten. Daher verpflichten wir uns dem Global Compact der Vereinten Nationen und bekennen uns zur Einhaltung und Förderung seiner zehn Prinzipien. Wir stehen dafür ein, im Rahmen unserer Einflussmöglichkeiten die Menschenrechte zu wahren, faire Arbeitsbedingungen zu schaffen, Umwelt- und Klimaschutz zu fördern und jegliche Form von Korruption zu verhindern.“

Moritz Bahlsen

→ [Mehr zu unseren Fortschrittsberichten beim UN Global Compact](#)

→ [Mehr zum UN Global Compact](#)

DIE 10 PRINZIPIEN DES UN GLOBAL COMPACT

PRINZIP 1

Achtung der internationalen Menschenrechte

PRINZIP 2

Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen

PRINZIP 3

Wahrung der Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen

PRINZIP 4

Beseitigung von Zwangsarbeit

PRINZIP 5

Abschaffung von Kinderarbeit

PRINZIP 6

Beseitigung von Diskriminierung

PRINZIP 7

Vorsorgeprinzip im Umgang mit Umweltproblemen

PRINZIP 8

Förderung des Umweltbewusstseins

PRINZIP 9

Umweltfreundliche Technologien

PRINZIP 10

Bekämpfung von Korruption



UNSERE VERPFLICHTUNGEN UND MITGLIEDSCHAFTEN

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

Wir unterstützen die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Damit leisten wir unseren Beitrag, bis 2030 weltweit ein menschenwürdiges Leben zu ermöglichen und natürliche Lebensgrundlagen dauerhaft zu bewahren.

➔ [Mehr Info](#)

UN GLOBAL COMPACT (UNGC)

Als Teil der weltweit größten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung engagieren wir uns aktiv für die zehn universellen Prinzipien des UN Global Compact.

➔ [Mehr Info](#)

SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVE (SBTi)

Als Mitglied von SBTi verpflichten wir uns mit wissenschaftsbasierten Zielen für den Klimaschutz in Übereinstimmung mit dem 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens.

➔ [Mehr Info](#)

VEA-INITIATIVE KLIMAFREUNDLICHER MITTELSTAND

Mit der Unterzeichnung der Selbstverpflichtung arbeiten wir mit zahlreichen weiteren Unternehmen an der Entwicklung eines klimafreundlichen Mittelstands in Deutschland.

➔ [Mehr Info](#)

SUPPLIER ETHICAL DATA EXCHANGE (SEDEX)

Die Mitgliedschaft bei der globalen Organisation Sedex unterstützt uns dabei, gemeinsam mit unseren Lieferant*innen verantwortungsvolle und nachhaltige Geschäftspraktiken entlang der gesamten Lieferkette zu etablieren.

➔ [Mehr Info](#)

INITIATIVE FÜR NACHHALTIGE AGRAR-LIEFERKETTEN (INA)

Als Mitglied bei der INA treten wir mit zahlreichen Akteuren aus Privatwirtschaft, Zivilgesellschaft und Politik für zukunftsfähige globale Agrarlieferketten ein, die auch Lebensbedingungen von Kleinbäuer*innen verbessern sollen.

➔ [Mehr Info](#)

SUSTAINABLE NUT INITIATIVE (SNI)

Als Mitglied der SNI bündeln wir unsere Kräfte mit verschiedenen Akteuren aus der internationalen Nussbranche und setzen uns für mehr Transparenz und höhere Nachhaltigkeitsstandards speziell in der Nusslieferkette ein.

➔ [Mehr Info](#)

CASHEW DEVELOPMENT FUND (CDF)

Seit 2018 beteiligen wir uns in Mosambik aktiv am CDF, um die soziale und wirtschaftliche Entwicklung zu fördern und die Einkommenssituation der Kleinbäuer*innen zu stärken.

SUSTAINABLE AGRICULTURE INITIATIVE PLATFORM (SAI)

Gemeinsam mit über 170 weiteren Unternehmen arbeiten wir an einem nachhaltigen, gesunden und widerstandsfähigen Agrarsektor bei gleichzeitiger Schaffung starker und sicherer Lieferketten.

➔ [Mehr Info](#)

EU PLEDGE

Als Unterzeichner der freiwilligen Initiative führender Lebensmittel- und Getränkeunternehmen verpflichten wir uns dazu, keine Werbung an eine Zielgruppe unter 14 Jahren auszuspielen.

➔ [Mehr Info](#)

NUTRI-SCORE

Die freiwillige, verbraucherfreundliche Lebensmittelkennzeichnung sorgt für mehr Transparenz in Bezug auf Nährwerte in verarbeiteten Lebensmitteln.

➔ [Mehr Info](#)

OFT LÄNGER GUT

Wir nehmen an der Aufklärungskampagne „Oft länger gut“ von Too Good To Go teil, um einen Beitrag zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung zu leisten. Wir platzieren das Label auf vielen unserer Produkte.

➔ [Mehr Info](#)

POLSKI PAKT PLASTIKOWY

Gemeinsam mit anderen Akteuren bringen wir uns im Polnischen Plastik-Pakt ein mit dem Ziel, bis 2025 einen geschlossenen Kreislauf von Plastikverpackungen in Polen aufzubauen.

➔ [Mehr Info](#)

ROUNDTABLE ON SUSTAINABLE PALMOIL (RSPO)

Mit unseren Chips- und Extruderstandorten sind wir Mitglied des Roundtable on Sustainable Palmoil (RSPO).

➔ [Mehr Info](#)

FOREST STEWARDSHIP COUNCIL (FSC®)

Wir sind Mitglied des FSC®, haben unsere Standorte in Deutschland, Polen und Österreich nach dem FSC®-Standard für vorbildliche Waldwirtschaft zertifizieren lassen und verwenden seit 2022 ausschließlich FSC®-zertifizierte Verpackungsmaterialien (FSC-C133957).

➔ [Mehr Info](#)



ÜBER DIESEN BERICHT

Das ist der vierte Fortschrittsbericht zur Nachhaltigkeit der Lorenz Gruppe. Mit dieser freiwilligen Berichterstattung informieren wir Stakeholder und die interessierte Öffentlichkeit regelmäßig darüber, wie wir Nachhaltigkeit in unsere Unternehmensstrategie integrieren. Dafür zeigen wir die Schwerpunkte unseres Nachhaltigkeitsmanagements, unsere Ansätze sowie ausgewählte Ziele, Maßnahmen, Fortschritte und Kennzahlen.

Der Bericht ist gültig für das Geschäftsjahr 2023 (1. Januar bis 31. Dezember 2023) und wurde im Juli 2024 veröffentlicht. Der Redaktionsschluss war am 3. Juni 2024, eine externe Prüfung hat nicht stattgefunden. Der vorangegangene Fortschrittsbericht erschien im Juli 2023 für das Geschäftsjahr 2022.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Der Konsolidierungskreis dieses Fortschrittsberichts umfasst Unternehmungen des Marken- und Eigenmarkengeschäfts der gesamten Lorenz Gruppe für salzige Snacks, die Personen beschäftigen und bei denen wir eine Mehrheitsbeteiligung haben – das heißt strategisch sowie operativ steuern und Einfluss nehmen können. Dabei unterscheiden wir Produktionsstandorte, vertriebliche Unternehmungen sowie Dienstleistungen erbringende Unternehmungen. Hierzu gehören:

Deutschland

- The Lorenz Bahlsen Snack-World GmbH & Co. KG Germany

Polen

- The Lorenz Bahlsen Snack-World Sp. z o.o.
- Lajkonik Snacks Sp. z o.o.
- Lorenz Services Sp. z o.o.

Österreich

- The Lorenz Bahlsen Snack-World GmbH Austria

Weitere internationale Standorte

- Lorenz Snack-World China Co. Ltd.
- Lorenz Switzerland AG inklusive Lorenz Snacks India Private Limited und Lorenz South Africa (Pty) Ltd
- Vaalharts Groundnuts Marketing (Pty) Ltd (VGM)
- Lorenz Snack-World Russia und Lorenz Snack-World Production Kirishi Ltd (seit 2022 autark vor Ort)

DATENERHEBUNG

Sämtliche Daten und Informationen wurden von unseren zuständigen Fachabteilungen ermittelt. Sofern nicht anders angegeben, decken die Daten folgende Bereiche unseres Konsolidierungskreises ab:

- Daten zu Klima, Mitarbeiter*innen und Unternehmensführung umfassen die gesamte Lorenz Gruppe.
- Weitere Umweltdaten erheben wir für die Produktionsstandorte der europäischen Ländergesellschaften.
- Daten der Handlungsfelder Verantwortungsvolle Beschaffung sowie Gesellschaftliches Engagement beziehen sich auf die Lorenz Gruppe (ohne die russischen Unternehmenseinheiten Lorenz Snack-World Russia und Lorenz Snack-World Production Kirishi Ltd).
- Daten der Handlungsfelder Gesundheit & Ernährung sowie Verpackung beziehen sich auf die Produktmarken der Lorenz Gruppe (ohne die russischen Unternehmenseinheiten Lorenz Snack-World Russia und Lorenz Snack-World Production Kirishi Ltd).
- Unsere Mehrheitsbeteiligung Vaalharts Groundnuts Marketing (Pty) Ltd (VGM) in Südafrika ist nur in den Daten zu Klima konsolidiert.

ERHEBUNGSMETHODIK DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN

Unsere Treibhausgasemissionen werden jährlich in Form unseres Corporate Carbon Footprint (CCF) nach dem offiziellen Standard des Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) berechnet. Beim Festlegen der Systemgrenze wurde der Operational-Control-Ansatz angewendet. Das bedeutet, dass alle entstehenden Emissionen aus Betrieben, über die wir die operative Kontrolle haben, mit in den CCF eingerechnet werden. Nicht berücksichtigt werden dementsprechend Emissionen aus Betrieben, an denen wir Anteile haben, über die wir jedoch keine operative Kontrolle ausüben.

Gemäß GHG Protocol berechnen wir unsere Scope-1- und -2-Emissionen vollständig. Emissionen in Scope 2 berechnen wir sowohl nach dem marktbasieren Ansatz als auch nach dem standortbasierten Ansatz. Im Bericht sind die Scope-2-Emissionen nach dem marktbasieren Ansatz aufgeführt. Als Basisjahr wurde 2020 festgelegt, es dient als Vergleichsbasis für die Emissionsentwicklung.

Zur Auswahl der relevanten Scope-3-Emissionen wurde eine Bewertung durchgeführt, wobei zehn von 15 Kategorien in Scope 3 als wesentlich eingestuft wurden. Dazu gehören die Kategorien 3.1 bis 3.9 sowie Kategorie 3.12. Die Kategorien 3.10, 3.11, 3.13, 3.14 und 3.15 sind für Lorenz nicht zutreffend. Die Kategorien 3.10 und 3.11 sind nicht zutreffend, da nach dem Verkauf weder eine „Verarbeitung verkaufter Produkte“ noch eine „Nutzung der verkauften Produkte“ stattfindet. Da Lorenz keine Sachanlagen vermietet oder verleast und auch kein Franchise-Geschäftsmodell anbietet, sind auch die Kategorien 3.13 und 3.14 nicht zutreffend. Zudem tätigt Lorenz keine Investitionen, die unter Kategorie 3.15 fallen.

Für die Berechnung unserer Emissionen nutzen wir primäre Aktivitätsdaten. Die verwendeten Emissionsfaktoren erhalten wir entweder direkt von Lieferant*innen (zum Beispiel Stromlieferant*innen oder Rohstoff-

lieferant*innen) oder aus anerkannten Datenbanken. Wir intensivieren die Zusammenarbeit mit unseren Lieferant*innen, um unsere Treibhausgasbilanzierung kontinuierlich durch den Einsatz von primären Emissionsfaktoren zu verbessern. Erläuterung: Unter Removals verstehen wir langfristige Kohlenstoffspeicherung.

NEUDARSTELLUNGEN UND WICHTIGE ÄNDERUNGEN

Die Intensivierung unserer Berichterstattung hat verschiedene Änderungen und Neudarstellungen zur Folge. Hierzu gehört die Ausdetaillierung unseres Konsolidierungskreises, die Berichterstattung unter Bezugnahme auf die GRI-Standards 2021 der Global Reporting Initiative (GRI) sowie die Anpassung unserer Klimaziele aufgrund unserer SBTi-Commitments. In diesem Zuge haben wir auch die Formulierungen der Ziele vereinheitlicht und teilweise angepasst.

Für die Validierung unserer Klimaziele durch die SBTi haben wir zudem im Berichtsjahr unsere Treibhausgasbilanz überarbeitet. Die Berechnung unserer Emissionen in Scope 3 wurde erweitert, konkret um die Kategorien 3.2 Kapitalgüter sowie 3.9 Nachgelagerter Transport und Distribution. Zudem haben wir unsere Mehrheitsbeteiligung VGM in Südafrika in die Berechnung integriert, weshalb auch die Emissionen in Scope 1 und 2 angepasst wurden. Darüber hinaus wurde im Berichtsjahr, für eine noch genauere Berechnungsgrundlage, eine ausführliche Anpassung der Emissionsfaktoren vorgenommen. Mit der Neuberechnung ergaben sich erhebliche Veränderungen in unseren Scope-3-Emissionen. In Konformität mit den SBTi-Regularien haben wir unsere Emissionsdaten auch rückwirkend angepasst, dadurch sind sie mit denen im Fortschrittsbericht 2022 nicht vergleichbar. Angepasste Daten weisen wir in diesem Bericht an den entsprechenden Stellen aus.

Die Zahl unserer Länder- und Vertriebsgesellschaften hat sich von neun auf acht reduziert, da es die Niederlassung

in Ägypten nicht mehr gibt. Zudem sind in den Kennzahlen zu unseren Mitarbeiter*innen im Vergleich zu den Berichten 2020/21 und 2022 die Mitarbeiter*innen von House of Bakery nicht mehr inkludiert, da diese Gesellschaft nicht Teil des Konsolidierungskreises ist. Entsprechende Kennzahlen wurden nicht rückwirkend korrigiert.

Aufgrund der Zusammenführung von Daten aus verschiedenen Systemen und der Einführung neuer Klassifizierungen in der Berechnungsgrundlage unseres Kunststoffverbrauchs haben wir eine Neuberechnung vorgenommen und unsere Daten für 2022 rückwirkend korrigiert. Zahlen sind mit denen aus dem Fortschrittsbericht 2022 nicht direkt vergleichbar.

Aufgrund der aktuellen Situation sind in den Daten zu den Handlungsfeldern Gesundheit & Ernährung, Verpackung, Verantwortungsvolle Beschaffung sowie Gesellschaftliches Engagement derzeit keine Informationen der russischen Unternehmenseinheiten Lorenz Snack-World Russia und Lorenz Snack-World Production Kirishi Ltd integriert. Die russische Landesgesellschaft und Produktionsstätte wurden von Lorenz 2022 entkonsolidiert und aus der Gruppe herausgelöst. Die russische Gesellschaft fungiert seither autark.

Weitere Änderungen merken wir direkt an den entsprechenden Stellen im Bericht an.



Dieser Fortschrittsbericht ist öffentlich auf unserer Website als PDF-Datei zugänglich und auch in englischer und polnischer Sprache verfügbar. Im Falle von sprachlichen Abweichungen ist die deutsche Version maßgebend.

Ansprechpartnerin bei Fragen rund um Nachhaltigkeit und zu unseren Berichten ist Ines Dzeko: ines.dzeko@lbsnacks.com

GRI- INDEX

Der vorliegende Fortschrittsbericht zur Nachhaltigkeit wurde unter Bezugnahme auf die GRI-Standards 2021 sowie die Richtlinie GRI 1: Grundlagen 2021 der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt und gilt für das Geschäftsjahr 2023 (1. Januar bis 31. Dezember 2023). GRI-Sektorstandards sind nicht anwendbar. Die Angaben entsprechen der jeweils aktuellsten vorliegenden Version der deutschen Übersetzung der GRI-Standards, die [hier](#) abrufbar sind.

Angabe		Seiten	Erläuterungen
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021			
1. Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken			
2-1	Organisationsprofil	4, 35	
2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	35	
2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	35–36	
2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	36	
2-5	Externe Prüfung	35	
2. Tätigkeiten und Mitarbeiter*innen			
2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	4, 20–21	
2-7	Angestellte	32	nur nach Geschlecht, nur Mitarbeiter*innen mit garantierten Arbeitszeiten
3. Unternehmensführung			
2-12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	8	
2-13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	8	
2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	8	
2-17	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	8	
4. Strategie, Richtlinien und Praktiken			
2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	3	
2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	9	
2-24	Einbeziehung politischer Verpflichtungen	9, 20–21	
2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	9–10, 20–21, 27	
2-28	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	34	
5. Einbindung von Stakeholdern			
2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	10	
2-30	Tarifverträge	32	

GRI- INDEX

Angabe		Seiten	Erläuterungen
GRI 3: Wesentliche Themen 2021			
3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	5, 10	
3-2	Liste der wesentlichen Themen	5	

GRI-Standard	Angabe		Seiten	Erläuterungen
Gesundheit & Ernährung				
GRI 3-3: Management von wesentlichem Thema			6, 16	
GRI 416: Kundengesundheit- und Sicherheit 2016	416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	16–17, 31	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	16–17	

Verpackung				
GRI 3-3: Management von wesentlichem Thema			6, 18	
GRI 301: Materialien 2016	301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	31	für wichtigste Verpackungsmaterialien
	301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	18–19, 31	für wichtigste Verpackungsmaterialien

Verantwortungsvolle Beschaffung				
GRI 3-3: Management von wesentlichem Thema			6, 20	
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016	205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	9, 20, 27, 31	
	205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	31	
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016	308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	20–21, 31	
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016	412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	20, 31	
	412-2	Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren	20, 31	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	20–21, 31	

GRI- INDEX

GRI-Standard	Angabe	Seiten	Erläuterungen
Klima & Ressourcen			
GRI 3-3: Management von wesentlichem Thema		7, 22	
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016	201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	22, 25
GRI 302: Energie 2016	302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	23, 30
	302-3	Energieintensität	30
	302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	23, 30
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	24
	303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	24
GRI 305: Emissionen 2016	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	23, 30, 36
	305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	23, 30, 36
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	23, 30, 36
	305-4	Intensität der THG-Emissionen	30
	305-5	Senkung der THG-Emissionen	23, 30, 36
GRI 306: Abfall 2020	306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	24
Regenerative Landwirtschaft			
GRI 3-3: Management von wesentlichem Thema		7, 25	
Aktivitäten zur Förderung der Bodengesundheit und Reduktion von Treibhausgasemissionen		25–26, 30	
Förderung der Biodiversität durch Schaffung von Blühstreifen		26, 30	

GRI- INDEX

GRI-Standard	Angabe		Seiten	Erläuterungen
Unsere Mitarbeiter*innen				
GRI 3-3: Management von wesentlichem Thema			27	
GRI 401: Beschäftigung 2016	401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmer*innen oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	27	Unsere betrieblichen Leistungen stehen voll- und teilzeitbeschäftigten Mitarbeiter*innen gleichermaßen zur Verfügung.
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018	403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	27–28	exemplarisch
	403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	24, 27	exemplarisch
	403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter*innen	27–28	
GRI 404: Aus- und Weiter- bildung 2016	404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	28, 32	
	404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	27–28, 32	nur Kompetenzen
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	32	nur Angestellte
Gesellschaftliches Engagement				
GRI 3-3: Management von wesentlichem Thema			7, 29	
GRI 415: Politische Einflussnahme 2016	415-1	Parteispenden	32	
Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen			29, 32	

Lorenz

HERAUSGEBER

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

REDAKTION

CSR Global Team, Corporate Communications

INHALTLICHE BERATUNG, REDAKTION

STEINBACH STRATEGIEN Hamburg

KONZEPT, LAYOUT UND SATZ

Cash Cow Farmers Hamburg

BILDNACHWEISE

iStock (S. 1), Lorenz (S. 2–12), Bundesvereinigung Logistik (S. 13), Plastic Bank und „Digi-Cycle“-App (S. 14), Lorenz (S. 16–28), SNI (S. 21), SBTi (S. 22), iStock (S. 24), Marcin Michon und WOŚP (S. 29), UN Global Compact (S. 33), Lorenz (S. 33–37)

HINWEIS

Die teilweise oder vollständige Reproduktion der Grafiken, Bilder und Texte ist ohne schriftliche Einwilligung der Lorenz Snack-World Holding GmbH nicht erlaubt.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Die Erhebung und Verarbeitung aller Angaben im Fortschrittsbericht 2023 erfolgt mit größter Sorgfalt. Dennoch können Fehler nicht vollkommen ausgeschlossen werden. Jegliche zukunftsgerichteten Aussagen wurden aufgrund von gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung getroffen.

STAND

Juni 2024