

HAND IN HAND  
FÜR EIN

*genussvolles*

MORGEN.

Unser Nachhaltigkeitsbericht 2020/2021





Unser Nachhaltigkeitsbericht 2020/2021

# Inhaltsverzeichnis

<b>4</b>	<b>Vorwort</b>	<b>52</b>	<b>Partnerschaftliches &amp; kundenorientiertes Wirtschaften</b>
<b>6</b>	<b>Unser Unternehmen: wer wir sind</b>	53	Gemeinsam zum Erfolg
7	Unternehmensstruktur	54	Zentis Innovationsökosystem
8	Internationale Standorte im Detail: Zentis international	56	Qualität und Sicherheit
9	Was wir tun	57	Zertifizierungen und Standards
<b>10</b>	<b>Über diesen Bericht</b>	58	Maßnahmen zur aktiven Qualitätssicherung
11	Unser Nachhaltigkeitsmanagement	60	Immer up to date
<b>12</b>	<b>Unsere Nachhaltigkeitsstrategie</b>	61	Respektvolles Miteinander: Zentis Compliance
14	Unsere fünf Handlungsfelder	<b>62</b>	<b>Natürliche Produkte</b>
19	Gemeinsam Nachhaltigkeit umsetzen	63	Expertise zum Genießen
<b>22</b>	<b>Ressourcenschonende Produktion &amp; Klimaschutz</b>	64	Innovation aus Tradition
23	Zentis und Klimaschutz	66	Die Marke Zentis
24	Unser Corporate Carbon Footprint	68	Unser Konzept NaturRein auf einen Blick
26	Unser Product Carbon Footprint	69	Soziale Transparenz: Zentis online und Social Media
27	Ressourcenschonende Produktion und Logistik	71	Unsere Verpackungen
37	Produktion und Lieferkette, digital gedacht	<b>74</b>	<b>Beschäftigte bei Zentis</b>
<b>38</b>	<b>Verantwortung in der Rohstoffbeschaffung</b>	75	Das Familienunternehmen aus Aachen
39	Unsere Rohstoffe: Qualität aus der Natur	76	Arbeiten bei Zentis in Zahlen
42	Herausforderungen an den Rohstoffeinkauf	78	Was zeichnet Zentis als Arbeitgeber aus?
44	Zusammenarbeit mit Lieferanten	80	Qualifizierung und Personalentwicklung
50	Tools zur Lieferantenprüfung und -zulassung	83	Arbeitssicherheit
		84	Soziales Engagement
		<b>85</b>	<b>Anhang</b>
		<b>96</b>	<b>GRI-Inhaltsindex</b>

# Vorwort

Seit über 125 Jahren hat sich Zentis auf die Verarbeitung und Veredelung von Früchten und anderen natürlichen Rohstoffen spezialisiert. Heute etablieren wir uns immer mehr zum globalen Impulsgeber für natürliche und genussvolle Ernährung. Mit innovativen Ideen und Produkten betreten wir neue Märkte und mit dem konsequenten Ausbau der Digitalisierung sowie unserem zentralen Innovationsmanagement machen wir uns fit für die Zukunft. Gleichzeitig übernehmen wir mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft.

Die Natur ist unser wichtigster Lieferant und damit wesentlicher Faktor für unseren Unternehmenserfolg. Nachhaltiges und ökologisches Wirtschaften ist daher für uns selbstverständlich und fest in unserem Unternehmensverständnis verankert. Als mittelständisches Unternehmen in Familienbesitz wollen und können wir langfristige Strategien jenseits von kurzfristigen Investoreninteressen umsetzen. Diese Freiheit nutzen wir konsequent für unser Nachhaltigkeitsengagement.

Im Berichtszeitraum stellte uns die Corona-Pandemie wie jede:n Einzelne:n in unserer Gesellschaft vor neue Herausforderungen: veränderte Arbeitssituationen für unsere Mitarbeiter:innen, Verzögerungen und Engpässe in der Lieferkette, schwankende Absatzsituationen durch welt-

weite Lockdowns sowie Einschränkungen des persönlichen und direkten Austauschs vor Ort mit unseren Lieferanten. Ein schonender und bewusster Umgang mit natürlichen Ressourcen sowie der faire und respektvolle Umgang mit allen Menschen entlang der Wertschöpfungskette ist wichtiger denn je.

Deshalb haben wir trotz der zusätzlichen Herausforderungen unsere Nachhaltigkeitsstrategie konsequent weiter ausgebaut und uns konkrete Ziele gesetzt. Die steigenden Anforderungen, auch an unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung, erfordern eine unternehmensübergreifende, systematische Bearbeitung und Steuerung relevanter Themen. Zukünftig wollen wir uns daher an den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen („Sustainable Development Goals“, kurz SDGs) orientieren und nachhaltiges Handeln noch stärker in unsere Unternehmensstrategie integrieren.

Die Umsetzung dieser Nachhaltigkeitsstrategie, die erreichten Fortschritte 2020/2021 sowie geplante Maßnahmen sind im vorliegenden Bericht dargestellt.

Besonders stolz sind wir auf unsere konkreten Maßnahmen im Bereich Klimaschutz, wo wir im Berichtszeitraum wichtige Erfolge wie die Umstellung auf 100 % Ökostrom erzielen konnten. Durch die Kompensation unserer bisher nicht

vermeidbaren Emissionen sind wir an unseren deutschen Standorten seit 2021 als klimaneutrales Unternehmen zertifiziert.

Bei der Rohwarenbeschaffung setzen wir auf langfristige Beziehungen und die enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Produzenten sowie auf zertifizierte Rohwaren. Mit dem Beitritt zur Branchen-Initiative „Food for Biodiversity“ unterstützen wir aktiv den Erhalt der biologischen Vielfalt in der Lieferkette und starteten im Berichtszeitraum u. a. ein Pilotprojekt zum biodiversitätsfördernden Aprikosenanbau.

Um Nachhaltigkeitsthemen auch über die Unternehmensgrenzen hinweg aktiv mit unseren Stakeholdern erfolgreich voranzutreiben, engagieren wir uns in Branchennetzwerken, fördern Start-ups und erarbeiten gemeinsam mit Kunden und Lieferanten Lösungen für genussvolle und natürliche Lebensmittel nach deren Bedürfnissen.

Für die Entwicklung neuer und zukunftsfähiger Produktkonzepte steht für uns besonders der Einsatz natürlicher Zutaten im Fokus, wie bei unserem NaturRein-Sortiment. Um den globalen Austausch im Bereich der Produktentwicklung zu intensivieren, haben wir interne Plattformen geschaffen.

Von zentraler Bedeutung für die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie sind unsere Mitarbeiter:innen, die in ihren Berufsalltag wichtige Expertise einbringen. Deshalb sind die aktive Einbindung sowie die Qualifizierung und Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter:innen wichtige Eckpfeiler unserer Strategie.

In den nächsten Jahren werden uns die Folgen des Klimawandels, aber auch Krisen wie der aktuelle Ukrainekrieg vor weitere Herausforderungen stellen – angefangen bei begrenzter Rohstoffverfügbarkeit. Unbeständige Zeiten wie

die aktuelle zeigen einmal mehr, dass wir uns als Unternehmen immer wieder an eine sich verändernde Umwelt anpassen müssen und Themen wie Agilität und Resilienz mehr denn je an Bedeutung gewinnen. Auch die Umsetzung neuer gesetzlicher Vorgaben, z. B. zu Sorgfaltspflichten in der Lieferkette und zu Berichtspflichten, erfordern künftig die Anpassung und Weiterentwicklung bestehender Prozesse.

Eine Veränderung, um diesen Herausforderungen zu begegnen, ist die Erweiterung der Geschäftsführung um

Hamed Hesami zum 1. Juli 2022, der als drittes Mitglied in die Geschäftsführung der Zentis Gruppe aufrückt. Durch die Verteilung der Managementverantwortung auf drei Schultern werden Führung und Entscheidungsfindung bei Zentis ganzheitlich weiterentwickelt und wir setzen bei der Erweiterung aus den eigenen Reihen gleichermaßen ein Zeichen des Aufbruchs und der Kontinuität.

Wir laden Sie herzlich ein, sich mit dem vorliegenden Bericht über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten zu informieren.



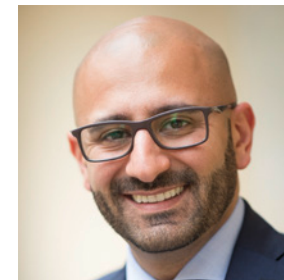
Karl-Heinz Johnen  
Geschäftsführer Zentis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'K.H. Johnen', written in a cursive style.



Norbert Weichele  
Geschäftsführer Zentis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'N. Weichele', written in a cursive style.



Hamed Hesami  
Geschäftsführer Zentis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hamed Hesami', written in a cursive style.

# Unser Unternehmen

## *Wer wir sind*

Die Zentis GmbH & Co. KG ist einer der führenden fruchtverarbeitenden Betriebe Europas und wurde 1893 in Aachen gegründet. Seit dem Gründungsjahr ist das Unternehmen in Familienbesitz mit **Hauptsitz in Aachen.**



## Globaler Impulsgeber

*... für natürliche und  
genussvolle Ernährung*

# Unternehmensstruktur

Unsere Geschäftsführung ist das höchste Leitungsorgan. Der Beirat, bestehend aus Mitgliedern der Inhaberfamilien und externen Spezialist:innen, bildet das Kontrollorgan. Gesellschafter sind die Inhaberfamilien.

## Zentis Deutschland



### Stammwerk Aachen (Werk I):

Hauptverwaltung und Produktion  
sowie Zentis Holding



### Aachen Werk II:

Zentis Logistik und Zentis Süßwaren

Anzahl Mitarbeiter:innen	2021
Deutschland	1.291
Ausland, gesamt	902
Zentis Gruppe	2.193

Umsatzerlöse	2021
Umsatzerlöse in Mio. Euro	625
Anteil der ausländischen Niederlassungen am Konzernumsatz	37,4 %

# Internationale Standorte im Detail

## Zentis international



### Polen

Zentis Polska Sp. z o.o. in Żelków wurde 1995 gegründet und bedient die Märkte in Russland, Polen, Skandinavien und den baltischen Staaten mit Fruchtzubereitungen für die Milch-, Non-Dairy- und Backwarenindustrie. Im Berichtszeitraum wurde zudem in kompletter Eigenregie die Entwicklung und Produktion färbender Lebensmittel erfolgreich gestartet.



### Ungarn

Zentis Hungária Bt. in Drégelypalánk versorgt den Balkan, Österreich und zum Teil auch Süddeutschland. Die Gesellschaft ist auf Fruchtzubereitungen und Backfüllungen spezialisiert und besitzt ein eigenes Entwicklungslabor.



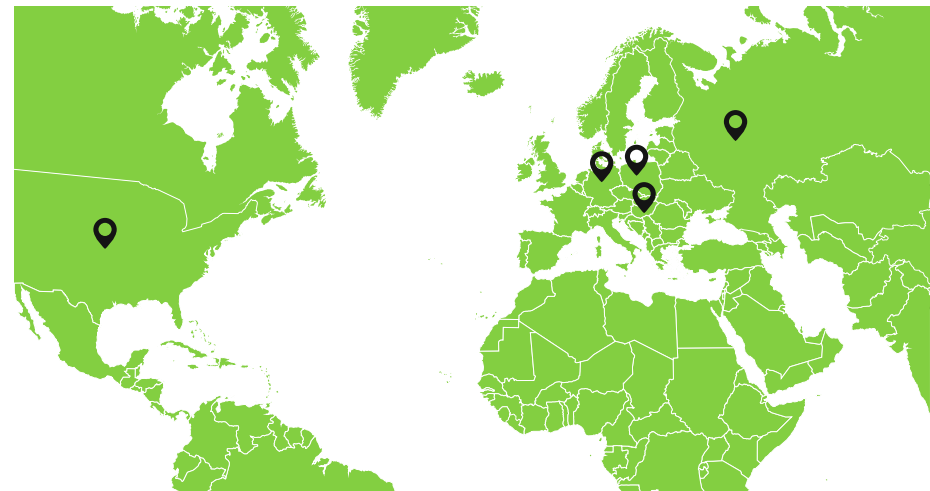
### USA

2006 wurde Zentis North America LLC in Plymouth, Indiana, gegründet. Es folgten zwei weitere Standorte, von denen einer 2019 geschlossen wurde. Die amerikanischen Standorte sind auf die Herstellung von Fruchtzubereitungen für die Milch-, Eis-, Backwaren- und Getränkeindustrie sowie auf Services für Großverbraucher, etwa die Gastronomie, spezialisiert.



### Russland

Unser Vertriebsstandort OOO Zentis Russland in Khimki bei Moskau wurde 2002 gegründet. Er vertreibt Frucht-, Gemüse- und Cerealien-Fruchtzubereitungen für Molkereien und Bäckereien zur Herstellung von Speiseeis, Mandelbrot, pikant schmeckenden Zubereitungen für Soßen und Mayonnaise in Russland und der GUS. Entwickelt und produziert wird bei Zentis Polska.



### Entwicklung Mitarbeiterzahlen, Ausland (Stand: jeweils zum 31.12.)

	2017	2018	2019	2020	2021
Polen	312	356	375	406	398
Ungarn	105	92	92	81	73
Russland	42	53	51	49	48
USA	444	412	348	375	383



# Was wir tun

Die Zentis GmbH & Co. KG steht für beispiellose Expertise bei der Veredelung von Früchten und anderen natürlichen Rohstoffen. Wir vereinen das handwerkliche Können eines traditionsreichen Familienunternehmens mit der Innovationskraft eines weltweit agierenden Konzerns.

Wir machen immer das Beste aus Früchten. Dies ist die Basis für unseren Anspruch, unser Markenversprechen für Kund:innen und Partner und eine Verpflichtung für alle Beschäftigten und die Unternehmensführung.



## Unser Sortiment



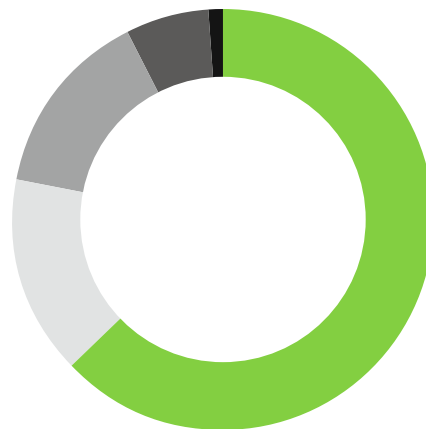
Hochwertige Frucht- und Gemüsezubereitungen sowie Marzipanrohmassen für die weiterverarbeitende Industrie








Maßgeschneiderte Lösungen (z. B. Schokosplits) für die Milch-, Back- und Süßwarenindustrie



Endverbraucherprodukte: süße Brotaufstriche und Süßwaren (überwiegend auf den deutschen Markt ausgerichtet)



## 5 strategische Geschäftsfelder, Umsatz 2021 in Prozent

-  Milchindustrie 62,9%
-  Non-Dairy (z. B. Back- und Süßwarenindustrie) 15,4%
-  Süße Brotaufstriche (B2C) 14,4%
-  Süßwaren (B2C) 6,2%
-  Sonstige inkl. Logistik 1,1%

# Über diesen Bericht

Bereits seit 2011 berichtet Zentis im Zweijahresturnus über die Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens. Der letzte Nachhaltigkeitsbericht über die Jahre 2018/2019 ist im Juli 2020 erschienen.

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht ist der sechste der Zentis GmbH & Co. KG und behandelt die Berichtsjahre 2020 und 2021. In dem Bericht werden alle Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens festgehalten und dokumentiert sowie mit Vorjahresaktivitäten verglichen. Zukünftig wollen wir unsere Unternehmensstrategie internationaler aufstellen. Hierfür konnten im Berichtszeitraum bereits in einigen Bereichen Fortschritte erzielt und globale Projekte vorangetrieben werden. Der vorliegende Bericht bezieht solche Projekte zur globalen Ausrichtung mit ein, legt aber dennoch den Fokus auf Zentis Deutschland.

Der Bericht enthält quantitative Daten und qualitative Darstellungen zu **Zentis Deutschland** (Zentis GmbH & Co. KG, Zentis Süßwaren GmbH & Co. KG, Zentis Logistik Service GmbH und Zentis Holding GmbH) und wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards Option Kern erstellt. Zusätzlich erfassen wir quantitative Daten in allen Tochtergesellschaften im Ausland (Polen, Ungarn, USA und Russland), die überwiegend im Anhang dargestellt sind. Unsere Leistung messen wir in allen relevanten Feldern durch eigene Indikatoren und die der Global Reporting Initiative (GRI) inklusive der „Food Processing Sector Disclosures“.

*Eine externe Prüfung wurde nicht vorgenommen. Allerdings werden wir in grundsätzlichen Fragen zur Anwendung der GRI-Standards, im Prozess der Erstellung des Berichts und der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie von der Nachhaltigkeitsagentur triple innova beraten.*

*Sollten Sie Fragen zum vorliegenden Bericht haben, beantworten wir diese gerne unter der E-Mail-Adresse [nachhaltigkeit@zentis.de](mailto:nachhaltigkeit@zentis.de).*

Der Aufbau dieses Berichts ist an den Handlungsfeldern unserer Nachhaltigkeitsstrategie ausgerichtet, die im folgenden Kapitel Nachhaltigkeitsstrategie dargestellt sind.

Für den nächsten Bericht streben wir eine Analyse und Weiterentwicklung der wesentlichen Themen an.

# Unser Nachhaltigkeitsmanagement

Seit 2017 kümmert sich eine Nachhaltigkeitsmanagerin ausschließlich um die Steuerung der Nachhaltigkeitsprojekte und der Nachhaltigkeitsstrategie sowie die Prozesse zur Berichterstattung. Durch eine interne Umstrukturierung des Bereichs Qualitätsmanagement, Lebensmittelrecht und Nachhaltigkeit liegt das Nachhaltigkeitsmanagement heute im Verantwortungsbereich Global Continuous Improvement & Quality, um uns zukünftig globaler aufzustellen. Aus dem Zweig Nachhaltigkeitsmanagement wurde 2020 die Abteilung Corporate Social Responsibility.

Für die fachbezogene und transparente Themenerfassung und -aufbereitung sowie für quantitative Daten und beschreibende Informationen wurden von Anfang an alle relevanten Unternehmensbereiche bzw. Fachabteilungen miteinbezogen. Die Verantwortung für die Umsetzung von Maßnahmen liegt ebenfalls in den jeweiligen Unternehmensbereichen. Nachhaltigkeitsentscheidungen auf höchster Ebene trifft die Geschäftsführung.

## Stakeholder-Einbezug

Entscheidend für langfristige Veränderungen sind neben unseren Mitarbeiter:innen noch weitere relevante Akteur:innen, die wir deshalb ebenfalls in unsere Maßnahmen und Recherchen einbeziehen.

Unsere Anspruchsgruppen dabei sind Personen, Gruppen und Institutionen, die mit uns im Austausch stehen, die wir beeinflussen und deren Tätigkeit auf uns wirkt. Dazu gehören die Mitarbeiter:innen (inkl. Betriebsrat und Beirat) und Gesellschafter:innen, Kund:innen (Industrie, Handel, Endverbraucher:innen), Lieferanten und Produzenten, die Zivilgesellschaft, Akteur:innen der Region Aachen sowie die Medien.

**Anspruchsgruppe:** Mitarbeiter:innen

**Einbindung über:** interne Kommunikation (Intranet famos.net, globale Ausrichtung der Abteilung interne Kommunikation), Mitarbeiterjahresgespräche, E-Learnings, regelmäßige Schulungen, abteilungsübergreifende Arbeitsgruppen (z. B. Nachhaltigkeitsinitiativen), Aktionen/Befragungen (z. B. Nachhaltigkeitsmonat), Workshops, Strategietage

**Anspruchsgruppe:** Lieferanten und Produzenten

**Einbindung über:** Schulungen, schriftliche Vereinbarungen, gemeinsame Projekte, Workshops

**Anspruchsgruppe:** Konsumentengruppen

**Einbindung über:** Homepage, Telefon, Social Media und Presse

**Anspruchsgruppe:** Industriekunden

**Einbindung über:** ständigen Austausch durch direkte Zusammenarbeit (z. B. in unserer „Customer-Relation-Area“ in unseren neuen kreativitätsfördernden Zentis-Räumlichkeiten)



# Unsere Nachhaltigkeits- strategie

Unsere  
Nachhaltigkeitsstrategie ›

Unsere fünf  
Handlungsfelder ›

Gemeinsam Nachhaltigkeit  
umsetzen ›

# Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Wir arbeiten Hand in Hand mit der Natur und unseren Stakeholdern entlang der Wertschöpfungskette – deshalb ist nachhaltiges Handeln fest in unserem Unternehmensverständnis verwurzelt.

Unsere Wesentlichkeitsanalyse wurde 2019 in einem bereichsübergreifenden Nachhaltigkeitsworkshop aktualisiert. Auf dieser Grundlage haben wir bei Zentis fünf Handlungsfelder definiert, die den Rahmen für unsere Nachhaltigkeitsstrategie bilden. Im Berichtszeitraum wurde diese Strategie konsequent weiterentwickelt und mit unserer Unternehmensstrategie weiter zusammengeführt. Dabei haben wir auch unsere Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette ausgeweitet. Damit unsere Handlungsfelder weiterhin unsere Aktivitäten widerspiegeln, wurde deshalb das Handlungsfeld „Kundenorientiertes Wirtschaften“ in „Partnerschaftliches und kundenorientiertes Wirtschaften“ umbenannt.

Und die nächsten Schritte sind bereits formuliert: Wir möchten sicherstellen, dass wir mit unseren Aktivitäten zum Erreichen der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals (SDGs)) beitragen.

Daher haben wir diejenigen SDGs identifiziert, zu deren Umsetzung wir als Zentis einen direkten positiven Beitrag leisten können. Wir berücksichtigen sie entsprechend bei unseren Zielformulierungen und Aktivitäten.

## Für Zentis ist die Unterstützung der nachfolgenden SDGs von besonderer Bedeutung:



Für uns sind die Vermeidung von Lebensmittelabfällen, die Förderung einer nachhaltigen und produktiven Landwirtschaft sowie die Unterstützung von Kleinbauern von zentraler Bedeutung.



Wir setzen auf langfristige Lieferantenbeziehungen sowie strenge Anforderungen und Audits vor Ort, um faire Arbeitsbedingungen und den Schutz der Menschenrechte in der Lieferkette sicherzustellen. Als Arbeitgeber sind uns

Mitarbeiterentwicklung und Weiterbildung, Schutz der Gesundheit, Arbeitssicherheit und Compliance besonders wichtig. Eine zentrale Bedeutung haben für uns dabei unsere Werte Vertrauen, Offenheit und Respekt.



Mit natürlichen und nachhaltigen Produkten für unsere Kunden und Endverbraucher:innen haben wir bei Zentis direkten Einfluss auf einen nachhaltigen Lebensstil. Wir ergreifen eine Vielzahl Maßnahmen, um unsere Produktion ressourcenschonend zu gestalten.



Wir haben eine umfassende Klimaschutzstrategie erarbeitet und wollen unsere direkten Treibhausgasemissionen kontinuierlich reduzieren sowie klimafreundliche Maßnahmen in unserer Lieferkette fördern.



Gemeinsam mit unseren Produzenten und Lieferanten setzen wir Projekte zum nachhaltigen Rohstoffanbau um und beteiligen uns an Vorhaben und Initiativen zur Förderung der biologischen Vielfalt.

# Unsere fünf Handlungsfelder

## 1. Ressourcenschonende Produktion und Klimaschutz:

In diesem Handlungsfeld geht es uns in erster Linie um die Reduktion unserer Energie- und Wasserverbräuche sowie der Abfälle in Produktion und Logistik. Im Rahmen unserer Klimaschutzaktivitäten wird jedoch zunehmend die gesamte Lieferkette betrachtet. Zentrales Steuerungselement ist der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck.



### Wichtigste Erfolge 2020/2021:



Zertifizierung „Klimaneutrales Unternehmen“ 2021



Umstellung auf 100 % Ökostrom an unseren deutschen Standorten



Reduktion des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks (Scope 1 und Scope 2) an unseren deutschen Standorten um 8 % zwischen 2018 und 2021



Reduktion des Wasserverbrauchs um 15 % im Jahr 2021 im Vergleich zu 2019



Beitritt zur Initiative 10×20×30 zur Reduktion von Lebensmittelabfällen



Einführung und Testlauf unseres ersten LNG-betriebenen LKWs in 2021

### Commitment & Ziele:



Reduktion unserer globalen Scope-1- & Scope-2-Emissionen um 30 % bis 2030 gegenüber 2019



Identifizierung eines Scope-3-Reduktionsziels nach Kriterien der Science Based Target initiative (SBTi)








Globale Reduktion unserer Lebensmittelabfälle um 50 % bis 2030





## 2. Verantwortung in der Rohstoffbeschaffung:

Wir sind uns unserer Verantwortung bei der Beschaffung der Rohwaren bewusst. Wir verbessern die soziale und ökologische Situation in unseren Lieferketten, indem wir uns z. B. für die Einhaltung von Menschenrechten und den Erhalt der biologischen Vielfalt einsetzen. Langfristige Beziehungen, zertifizierte Rohwaren und die stetige Qualifizierung unserer Lieferanten und Produzenten sind dabei unerlässlich.

### Wichtigste Erfolge 2020/2021:

-  Einsatz > 99 % RSPO (SG) zertifiziertes Palmöl
-  Einsatz > 99 % zertifizierter Kakao bei unserer Eigenmarke
-  Beitritt zur Branchen-Initiative „Food for Biodiversity“
-  Start eines Pilotprojekts zum biodiversitätsfördernden Aprikosenanbau
-  Nachhaltigkeitsworkshop mit unseren Natur-Rein-Lieferanten

### Commitment & Ziele:

-  Verbesserung der sozialen und ökologischen Standards in unserer Lieferkette
-  Schutz und Förderung der biologischen Vielfalt
-  Ausbau von Nachhaltigkeitsprojekten vor Ort bei unseren Lieferanten
-  Erhöhung der Nachhaltigkeitsanforderungen an unsere Lieferanten



### 3. Partnerschaftliches und kundenorientiertes Wirtschaften:

Kundenorientiertes Wirtschaften schließt für uns nicht nur Produktqualität und Kundengesundheit ein, sondern auch die zunehmenden Nachhaltigkeitsanforderungen unserer Kunden. Gleichzeitig ist es für uns wichtig, mit unseren Kunden und Lieferanten entlang unserer Lieferkette Partnerschaften einzugehen und Synergien zu schaffen, um Projekte und aktuelle Themen wirksam umzusetzen.

#### Wichtigste Erfolge 2020/2021:



Ausbau unseres Innovationsökosystems für eine sichere und nachhaltige Lebensmittelproduktion, u. a. durch Beteiligung in Innovationsnetzwerken wie im Foodhub NRW, Kitchen-Town und co.food.



Gründung des Zentis Ventures Studio nach erfolgreicher Investition in die Start-ups Haferkater und DÖRRWERK



Gründung der strategischen Partnerschaft „Zentauer“ zwischen Zentis und Martin Bauer zur Schaffung von Synergien im Bereich Produktentwicklung, Innovation und Nachhaltigkeit



Ausbau unseres FruchtCampus mit modernen Arbeitsflächen zum Austausch, für Kreativität und Kundenevents sowie zur Entwicklung innovativer Ideen

#### Commitment & Ziele:



Ausbau von Partnerschaften für eine nachhaltige Entwicklung entlang der gesamten Wertschöpfungskette



Förderung sowie Unterstützung der Umsetzung erfolgversprechender, innovativer Geschäftsideen in der Food-Tech-Branche



Ausbau strategischer Partnerschaften mit Lieferanten und Kunden, um Synergien im Bereich Produktentwicklung, -innovation und Nachhaltigkeit zu kreieren





#### 4. Natürliche Produkte:

Wir entwickeln innovative und zukunftsfähige Produktkonzepte. Ein wichtiger Bestandteil ist hier vor allem der Einsatz von natürlichen Zutaten und die Entwicklung nachhaltiger Verpackungen.

##### Wichtigste Erfolge 2020/2021:



Entwicklung der Fair-to-Nature-Philosophie für unser erfolgreich gelaunchtes NaturRein-Sortiment



Analyse des Ressourcenverbrauchs unserer Produkte (z. B. PCF-Berechnungen)



Schaffung einer internationalen Nachhaltigkeitsplattform im Bereich der Zentis-Produktentwicklung



Erfolgreiche Weiterentwicklungen von zuckerreduzierten Fruchtzubereitungen und Erweiterung unseres Produktportfolios für den Milchalternativen-Markt



Etablierung einer Bio-Taskforce und Erweiterung unseres Bio-Rohwarenportfolios



##### Commitment & Ziele:



Ausbau unseres klimaneutralen NaturRein-Sortiments



Ausrichtung aller F&E-Projekte an der Zentis-Nachhaltigkeitsstrategie



Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen im Rahmen der internationalen Zentis-Nachhaltigkeitsplattform







Etablierung als globaler Impulsgeber für natürliche und genussvolle Ernährung





## 5. Beschäftigte bei Zentis:

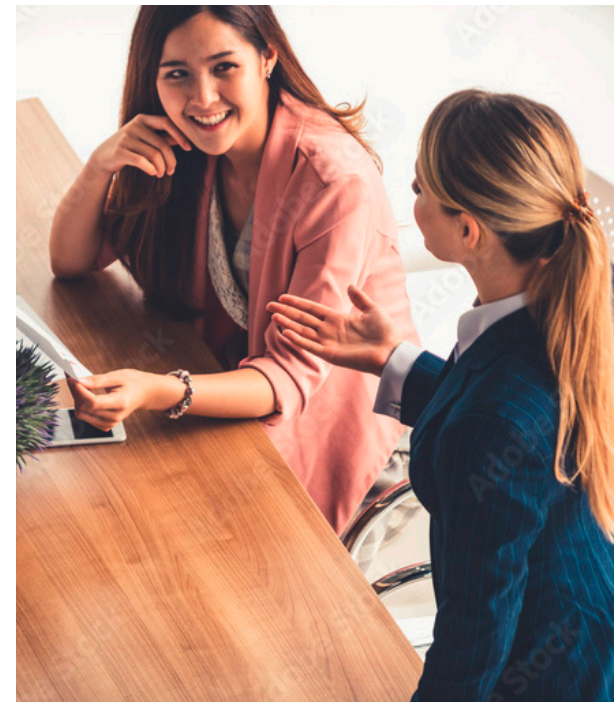
Unsere Mitarbeiter:innen sind der Schlüssel zu unserem Unternehmenserfolg. Als modernes mittelständisches Unternehmen fördern wir eine vertrauens- und respektvolle Unternehmenskultur. Ebenso zentral sind für uns die Themen Mitarbeiterentwicklung und Weiterbildung, Schutz der Gesundheit, Arbeitssicherheit und Compliance.

### Wichtigste Erfolge 2020/2021:

-  Erneute Auszeichnung BEST PLACE TO LEARN® für unsere Berufsausbildung
-  Entwicklung eines „Female Empowerment“-Programms
-  Ausbau und globale Ausrichtung unseres Angebots an Weiterbildungsveranstaltungen und Seminaren zur individuellen Personalentwicklung und gezielten Führungskräfte-Entwicklung
-  Gezielte Anpassung unserer Unternehmensleistungen und des betrieblichen Gesundheitsmanagements an die Corona-Pandemie
-  Entwicklung eines Nachhaltigkeitsbotschafter:innen-Programms

### Commitment & Ziele:

-  Förderung, Schutz und Qualifizierung unserer Mitarbeiter:innen
-  Förderung einer vertrauens- und respektvollen Unternehmenskultur
-  Förderung einer vielfältigen Belegschaft mit Beschäftigten verschiedener Nationalitäten und Altersgruppen sowie Förderung eines ausgeglichenen Verhältnisses von Frauen und Männern
-  Weiterentwicklung und Ausbau der globalen Ausrichtung unseres Programms zur Personalentwicklung



# Gemeinsam Nachhaltigkeit umsetzen

Aus dem Berufsalltag und dem Privatleben bringen unsere Mitarbeiter:innen eine Expertise mit, die wertvoll für den Erfolg unseres nachhaltigen Wirtschaftens ist. Nur gemeinsam können wir langfristig Veränderungen bewirken, weshalb unsere Mitarbeiter:innen eine zentrale Rolle für eine nachhaltige Entwicklung bei Zentis spielen. Durch ihr Wissen, ihre Erfahrungen und ihr persönliches Engagement tragen unsere Mitarbeiter:innen zur Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie bei.

Gemeinsam mit der Abteilung interne Kommunikation und Global Continuous Improvement & Quality haben wir im Berichtszeitraum vielzählige Projekte und Angebote für unsere Mitarbeiter:innen geschaffen, mit dem Ziel, diese aktiv einzubinden, ihr Engagement zukünftig noch stärker zu fördern und sie für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren. Das Thema Nachhaltigkeit

wird so ein selbstverständlicher und aktiv gelebter Part der Zentis-Unternehmenskultur. Zusätzlich setzen wir auf unser Nachhaltigkeitsbotschafter:innen-Programm. Mit der aktiven Einbindung wollen wir unseren Mitarbeiter:innen nicht nur das Wissen, die Fähigkeiten und Werte vermitteln, die wesentlich für unser nachhaltiges Handeln bei Zentis sind. Wir wollen unsere Mitarbeiter:innen auch ermutigen, sich sowohl im Arbeitsumfeld als auch im Privaten für Nachhaltigkeit einzusetzen.



## Nachhaltigkeitsmonat

Der März 2021 wurde zum Nachhaltigkeitsmonat ernannt, in dem Mitarbeiter:innen über unsere Aktivitäten und bisherigen Erfolge im Bereich Nachhaltigkeit informiert wurden. Hierfür wurde eine Wandzeitung erstellt, die in der Kantine ausing und über die interne Kommunikation geteilt wurde. Über den gesamten März konnten unsere Mitarbeiter:innen außerdem im Rahmen eines Ideenwettbewerbs ihre Ideen für mehr Nachhaltigkeit bei Zentis einreichen. Für jede eingereichte Idee hat Zentis über den Verein zum nachhaltigen Umbau regionaler Wälder e. V. in Deutschland einen Baum gepflanzt.

## Nachhaltigkeitsbotschafter:innen

Seit März 2021 können unsere Mitarbeiter:innen auf unserer zentralen Lernplattform an einem E-Learning-Programm zum Thema Nachhaltigkeit teilnehmen und sich als Nachhaltigkeitsbotschafter:in auszeichnen lassen. Inzwischen sind über 200 Mitarbeiter:innen zertifizierte Nachhaltigkeitsbotschafter:innen. Das E-Learning vermittelt unseren Mitarbeiter:innen sowohl die Grundlagen und aktuellen Entwicklungen der Nachhaltigkeit als auch das Engagement von Zentis und damit das Wirken der verschiedenen Abteilungen.



**Bewusst. Natürlich. Zentis.**

*Was heute gut ist...*

**... machen wir morgen noch besser!**

Nachhaltigkeit ist in aller Munde. Und das gilt nicht nur für unsere Produkte. Sie ist eines der großen Themen unserer Zeit. Doch was bedeutet Nachhaltigkeit für uns als Unternehmen?

**Nachhaltigkeit**

stärken wir bei Zentis durch fünf Handlungsfelder

#1

#2

#3

#4

#5

**Klimaneutral**

seit 2021

Klimaschutz und eine ressourcenschonende Produktion sind wichtige Pfeiler unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz bzw. das kontinuierliche Streben nach weniger Emission bildet die Basis unserer Strategie zum Klimaschutz. Alle CO<sub>2</sub>-Emissionen, die sich bislang nicht vermeiden lassen, kompensiert Zentis durch die Unterstützung von Klimaprojekten.

**100% Ökostrom**

In unseren Aachener Standorten beziehen wir zu 100% Ökostrom.

**Nachhalt Dich!**

Lasst uns Zentis gemeinsam besser machen!

Teile bis zum 31. März deine kleine oder große Idee für mehr Nachhaltigkeit bei Zentis. Für jede eingereichte Idee wird ein Baum über den Verein FARMALIMA e.V. in Boven (Niederlande) gepflanzt. Die 3 besten Ideen werden jeweils mit 200 Euro prämiiert.

*Idee einreichen über:*

ideenwettbewerb@zentis.de  
- oder über den QR-Code  
- oder über den Link [www.zentis.de/ideen](#)

Teil 7:  
Nachhaltigkeit



Im nächsten Teil gibt es mehr Informationen zu einem weiteren Handlungsfeld der Strategie FAMOS 2025

## Nachhaltigkeitsinitiativen

Dass unsere Mitarbeiter:innen der Schlüssel für eine nachhaltige Entwicklung sind, zeigt das nachhaltige Engagement der Abteilung Produktentwicklung: Diese hat sich 2021 zum Ziel gesetzt, in der Abteilung die durch Arbeitsutensilien (Löffel, Becher, Eimer) entstehende Menge an Kunststoffabfall von knapp 1 Tonne/Jahr langfristig um 65 % zu reduzieren. In 2021 wurde bereits von Plastiklöffeln auf Metalllöffel umgestellt und es wurden Mehrwegbecher eingeführt. Der größte Schritt für eine erfolgreiche Umsetzung des Reduzierungsziels war die Anschaffung einer Spülmaschine, um Mehrwegbehälter spülen zu können. Die Umstellung weiterer Einwegbehälter wie Schüsseln soll kontinuierlich fortgeführt werden.

In vier Nachhaltigkeitsinitiativen haben sich im Januar 2022 engagierte Mitarbeiter:innen fächerübergreifend zusammengefunden und bearbeiten Nachhaltigkeitsthemen, die zum Beispiel beim Ideenwettbewerb eingereicht wurden. Die Themen reichen von der Mobilität der Mitarbeiter:innen über Mülltrennung im Büro bis hin zur Erweiterung des vegetarischen Kantinenangebots. Innerhalb der Nachhaltigkeitsinitiativen haben sich Arbeitsgruppen gebildet, in denen sich die Mitarbeiter:innen mit unterschiedlicher Expertise auf freiwilliger Basis austauschen und gemeinsam die Ideen Schritt für Schritt erarbeiten.

## 1 Mülltrennung und -vermeidung:

Die Initiative beschäftigt sich damit, wie verschiedene Arten von Abfällen in den Abläufen bei Zentis vermieden werden können. Darüber hinaus ist das Ziel, das Bewusstsein der Kolleg:innen für Mülltrennung und Recycling in den Büros und Gemeinschaftsräumen zu stärken sowie aufzuzeigen, wie jede:r Mitarbeiter:in bei Zentis zur Mülltrennung und -vermeidung beitragen kann.

## 2 Nachhaltige Kantine

Ziel der Initiative ist eine Erweiterung des vegetarischen und veganen Angebots in den Zentis-Kantinen sowie die Sensibilisierung der Mitarbeiter:innen für klimafreundliche Gerichte, z. B. durch Kennzeichnung. Außerdem erarbeitet die Initiative ein Konzept, um den Plastikabfall in den Zentis-Kantinen z. B. durch wiederverwendbares To-go-Geschirr zu reduzieren.

## 3 Energieeinsparungen

Die Initiative erarbeitet kreative Lösungen, wie sowohl in Firmenbüro und Produktion als auch im Homeoffice Energie eingespart werden kann. Ziel ist, das gewonnene Wissen mit Kolleg:innen zu teilen.

## 4 Förderung alternativer Mobilität

Die Initiative hat das Ziel, die Angebote für Mitarbeiter:innen zu erweitern und zu fördern, um ÖPNV, Fahrrad oder E-Mobilität für den Weg zur Arbeit zu nutzen. Hierfür erarbeitet die Initiative Konzepte, wie z. B. den Ausbau von E-Ladesäulen auf dem Werksgelände, Jobtickets oder Jobbikes für unsere Mitarbeiter:innen.



# Ressourcenschonende Produktion & *Klimaschutz*

**Zentis und Klimaschutz ›**

**Unser Corporate  
Carbon Footprint ›**

**Unser Product  
Carbon Footprint ›**

**Ressourcenschonende  
Produktion und Logistik ›**

**Produktion und Lieferkette,  
digital gedacht ›**

# Zentis und Klimaschutz

Wir beziehen unsere Rohstoffe fast ausschließlich aus der Natur und stehen somit in der besonderen Verantwortung, so umwelt- und ressourcenschonend wie möglich zu handeln. Deswegen arbeiten wir im Zuge unserer Nachhaltigkeitsagenda verstärkt an einer umfassenden **Klimaschutzstrategie**.

Unser zentrales Steuerungsinstrument ist der **CO<sub>2</sub>-Fußabdruck**. Er ist die Basis für bereichsübergreifende Ansätze zur Emissionsminderung entlang der Wertschöpfungskette.

Wir bekennen uns zum **Pariser Klimaabkommen**, die Erderwärmung auf deutlich unter 2 °C, nach Möglichkeit auf 1,5 °C, zu begrenzen.

Deshalb haben wir uns bei der **Science Based Targets initiative** (SBTi) verpflichtet, ein wissenschaftsbasiertes Klimaziel zu setzen.

Zentis ist für seine Standorte in Aachen seit 2021 als **klimateutrales Unternehmen** zertifiziert. Die Klimaneutralität erreichen wir, indem wir in Klimaschutzprojekte investieren und so unsere bisher nicht vermeidbaren Emissionen kompensieren.

# Unser Corporate Carbon Footprint

Der Corporate Carbon Footprint (CCF) ist der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck eines Unternehmens. Er ist die Grundlage, um Vermeidungs- und Reduktionspotenziale zu erkennen, Ziele zu definieren sowie Reduktionsmaßnahmen zu entwickeln und umzusetzen. Der CCF berücksichtigt alle relevanten Treibhausgase und weist diese als CO<sub>2</sub>-Äquivalente (CO<sub>2</sub>e) aus. Einfachheitshalber werden diese hier als „CO<sub>2</sub>“ bezeichnet.

## Aufteilung in Scopes:

**Scope 1** enthält alle direkt erzeugten Emissionen, beispielsweise durch den Wärmeverbrauch der Produktionsanlagen.

**Scope 2** führt Emissionen auf, die durch zugekaufte Energie, zum Beispiel Strom, entstanden sind.

**Scope 3** umfasst alle übrigen Emissionen, die nicht der direkten unternehmerischen Kontrolle unterliegen, wie zum Beispiel die in der vorgelagerten Lieferkette entstandenen Emissionen beim Bezug von Rohstoffen.

Die regelmäßige Berechnung des CCFs ermöglicht eine Überprüfung der Zielerreichung und Wirksamkeit der Maßnahmen. Wir erfassen unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck deshalb seit 2018 jährlich im Rahmen einer umfassenden Treibhausgasbilanz, die wir sukzessive weiterentwickelt haben.

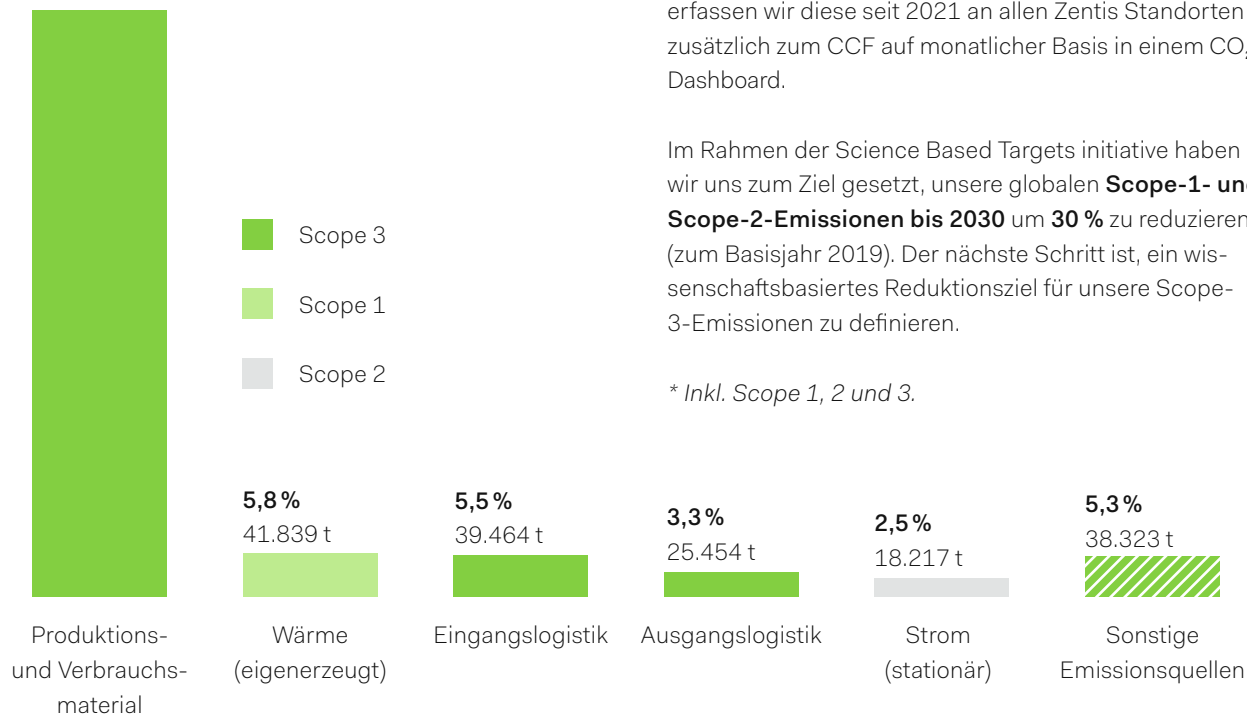
Im Jahr 2020 haben wir erstmalig einen globalen CCF für die Zentis Gruppe erstellt, der alle Scope-3-Emissionen beinhaltet.

## Gesamtemissionen 2020 global\*:

# 717.740 t CO<sub>2</sub>e

## Die größten CO<sub>2</sub>-Emissionsquellen

77,5%  
556.443 t



Die Ergebnisse zeigen, dass insgesamt > 90 % der CO<sub>2</sub>-Emissionen bereits in der vorgelagerten Lieferkette von Zentis entstehen und damit in Scope 3 fallen. Das Produktions- und Verbrauchsmaterial – unsere eingekauften Rohstoffe und Verpackungen – machen dabei den größten Anteil aus.

Die Scopes 1 und 2 machen demnach < 10 % unseres gesamten CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks aus. Trotzdem sind sie ein entscheidender Faktor unserer Klimaschutzstrategie, da wir hierauf einen direkten Einfluss haben. Um unsere globalen Scope-1- und Scope-2-Emissionen zu steuern, erfassen wir diese seit 2021 an allen Zentis Standorten zusätzlich zum CCF auf monatlicher Basis in einem CO<sub>2</sub>-Dashboard.

Im Rahmen der Science Based Targets initiative haben wir uns zum Ziel gesetzt, unsere globalen **Scope-1- und Scope-2-Emissionen bis 2030 um 30 % zu reduzieren** (zum Basisjahr 2019). Der nächste Schritt ist, ein wissenschaftsbasiertes Reduktionsziel für unsere Scope-3-Emissionen zu definieren.

\* Inkl. Scope 1, 2 und 3.



# Unser Weg zum klimaneutralen Unternehmen

Den größten Anteil unserer globalen Emissionen verursachen unsere Standorte in Deutschland. 2021 lag der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck (inkl. Scope-1- und Scope-2-Emissionen sowie ausgewählte Scope-3-Emissionen) für die Werke in Aachen bei 38.442 t CO<sub>2</sub>e.

Seit Jahresbeginn 2021 sind die Zentis Werke in Aachen offiziell klimaneutral. Um das zu erreichen, beruht unsere Klimaschutzstrategie auf den drei Säulen Vermeidung, Reduktion und Kompensation. Durch Effizienzmaßnahmen in Produktion und Logistik sowie die Umstellung auf **100 % Ökostrom** in 2021 an unseren deutschen Standorten konnten wir für unsere Werke in Aachen zwischen 2018 und 2021 bereits eine **CO<sub>2</sub>-Reduktion** unserer Scope-1- und Scope-2-Emissionen **von 8 % (2.574 t CO<sub>2</sub>e)** erreichen.

Um einen zusätzlichen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, investiert Zentis in zertifizierte Klimaschutzprojekte zum Waldschutz, zur Wiederaufforstung sowie zur Förderung regenerativer Energien. Zusätzlich befinden wir uns bereits in der Entwicklung eines eigenen Aufforstungsprojektes. Hierdurch werden die bisher nicht vermeidbaren Emissionen kompensiert und die Treibhausgasbilanz ausgeglichen.

## Kompensierte Emissionen 2021:

Zuordnung	Emissionen nach Kategorien	[t CO <sub>2</sub> e]	%-Anteile
Scope 1	Wärmeverbrauch	26.041,61	67,7 %
	Kraftstoffverbrauch im Unternehmen	3.214,90	8,4 %
	<b>Summe</b>	<b>29.256,51</b>	<b>76,1 %</b>
Scope 2	Stromverbrauch	0,00	0,0 %
	<b>Summe</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0 %</b>
Scope 3	Vorgelagerte energiebezogene Emissionen	4.798,23	12,5 %
	Geschäftsreisen und Hotelübernachtungen	170,70	0,4 %
	Arbeitswege der Mitarbeiter:innen	1.164,86	3,0 %
	Wasser-/Abfallaufkommen im Unternehmen	2.759,47	7,2 %
	Papierverbrauch	291,84	0,8 %
	<b>Summe</b>	<b>9.185,10</b>	<b>23,9 %</b>
<b>Gesamtsumme</b>		<b>38.441,61</b>	<b>100 %</b>

*Zur Steuerung der Emissionen an unseren deutschen Standorten zur Erreichung der Klimaneutralität haben wir einen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für die Werke in Aachen erstellt, der unsere Scope-1- und Scope-2-Emissionen berücksichtigt sowie ausgewählte Scope-3-Emissionen, auf die wir ebenfalls direkten Einfluss nehmen können, z. B. das Wasser- und Abfallaufkommen im Unternehmen. Durch die Umstellung auf 100 % Ökostrom konnten wir unsere Scope-2-Emissionen so reduzieren, dass wir 2021 keine Scope-2-Emissionen kompensieren mussten.*

# Unser Product Carbon Footprint

Der Product Carbon Footprint (PCF) sorgt für zusätzliche Transparenz über den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Produkte. Er enthält alle anfallenden Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette nach dem Cradle-to-Customer-Prinzip, d. h. vom Anbau bis zum Kunden. Insgesamt wurden bisher über 30 Produkte bei Zentis bilanziert.



**Rohstoffe:** Anbau und Herstellung der Rohstoffe (Früchte, Zucker, Verdickungsmittel)



**Produktionsprozess:** Vorverarbeitung der Früchte beim Lieferanten und Verarbeitung der Früchte in der Produktion bei Zentis



**Eingangslogistik:** Transport der Rohstoffe vom Ursprungsland zu Zentis



**Ausgangslogistik:** Transport der Fruchtzubereitungen von Zentis zum Kunden



**Weitere Unternehmensemissionen:** Geschäftsreisen, Arbeitswege, Verwaltung



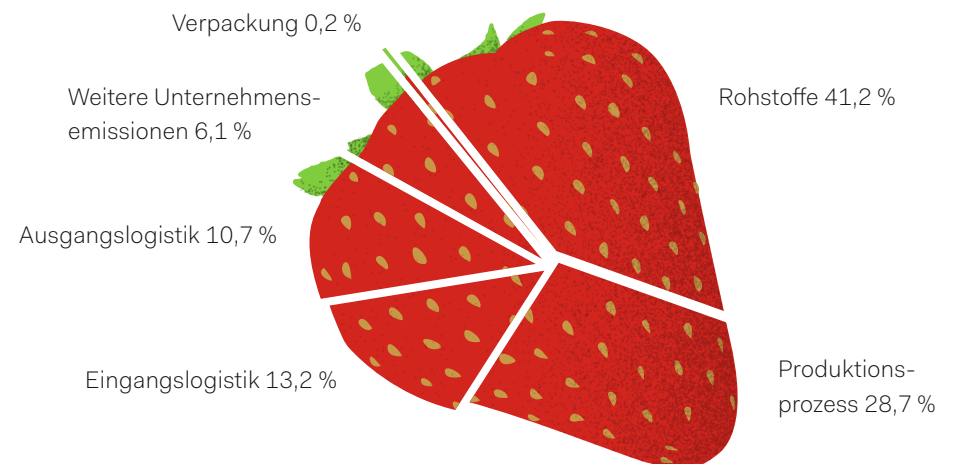
**Verpackung:** Herstellung bis Entsorgung der Edelstahlcontainer, in denen die Fruchtzubereitungen zum Kunden transportiert werden

## Product Carbon Footprint am Beispiel Erdbeer-Fruchtzubereitung mit konventioneller Erdbeere für unseren B2B-Bereich

Gesamtemissionen:

**1.030,9 kg CO<sub>2</sub>e/t**

### Aufteilung der Emissionen



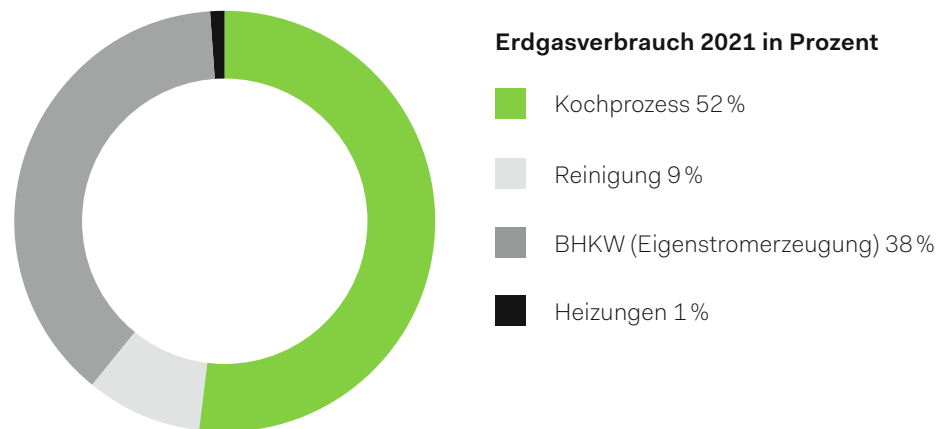
# Ressourcenschonende Produktion und Logistik

Unser Ziel ist, den Produktionsprozess so ressourcensparend und umweltschonend wie möglich zu gestalten. Um dies zu erreichen, greifen wir auf innovative Lösungen zurück, die langfristig den Energie- und Wasserverbrauch sowie die anfallenden Abfall- und Abwassermengen reduzieren. Darüber hinaus arbeiten wir mit unserem eigenen Logistikunternehmen, um Waren umweltschonend zu unseren Kunden zu transportieren.



# Energie

Unsere Rohstoffe kaufen wir in unterschiedlichen Verarbeitungsformen ein, die verschiedene Produktionsschritte erfordern. Im Kern fallen aber folgende Schritte an: Vorbereiten bzw. Reinigen der Früchte, Erhitzen, Kühlen und Abfüllen, Reinigen der Anlagen



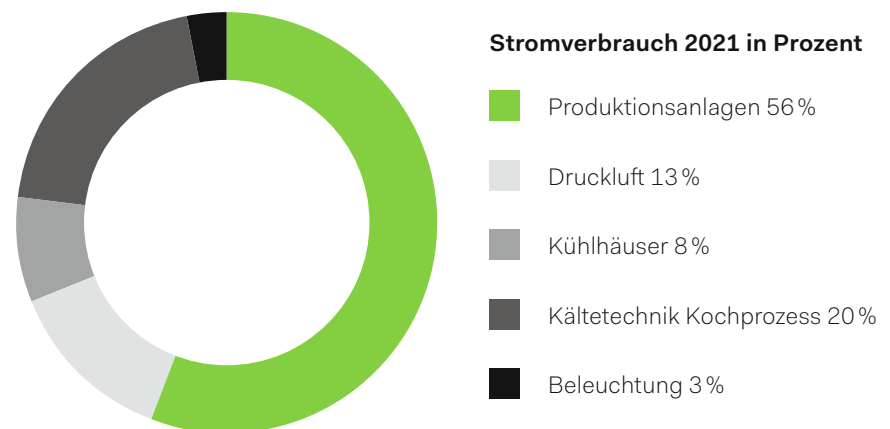
Aus den genannten Produktionsschritten ergab sich 2021 in Deutschland ein Energieverbrauch von 514.986 Gigajoule (2019: 515.834 GJ) aus Erwärmungs- und Kühlprozessen sowie für den Betrieb der Produktionsanlagen. Alle anfallenden Energieaufwände werden bei Zentis aus Erdgas und Strom gewonnen.

Im Berichtszeitraum konnten wir unsere Grundlast trotz hoher Bemühungen zwar nicht senken, hatten jedoch einen geringeren Stromeinkauf. Solange die zugekaufte Strommenge entsprechend dem Gasverbrauch sinkt und die Eigenstromerzeugung steigt, ist dies durchaus gewollt.

## Energieverbräuche in Deutschland

Deutschland*	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Erdgas in kWh/t	705	703	678	718	723	702
Zugekaufter Strom in kWh/t	87	85	86	83	76	79
Energieverbrauch in kWh/t	792	788	764	801	799	781

\* Standorte in Aachen, zertifiziert nach ISO 50001.



## Energie effizienter nutzen: unsere wichtigsten Maßnahmen und Projekte

### Blockheizkraftwerke (BHKW)

Seit 2016 nutzen wir fünf eigene Blockheizkraftwerke, da ihr Wirkungsgrad im Vergleich zur konventionellen Art deutlich höher ist. Der Anteil der Eigenstromerzeugung lag 2021 bei 55,2 %. In 2020 erzeugten die BHKW 111,42 kWh/t, 2021 wurden 100,10 kWh/t Eigenstrom erzeugt. Die Abnahme im Berichtszeitraum ist auf den vorübergehenden Stillstand eines BHKWs aufgrund einer defekten Gasleitung zurückzuführen.

Die dabei erzeugte Wärme dient hauptsächlich der Warmwasser-Erzeugung zur Reinigung der Produktionsanlage und der Edelstahl-Transportgebäude. Für eine bestmögliche Auslastung wird mit der überschüssigen Wärme eines unserer Gebäude beheizt und an produktionsfreien Wochenenden die Kühllhäuser gekühlt.

### Gesamt-Anlagen-Effizienz (GAE)

Die Gesamt-Anlagen-Effizienz (GAE) stellt die Effizienz der Produktionsanlagen im Bereich Fruchtzubereitungen/Konfitüren dar. Diese Kennzahl berechnet sich aus Leistungsgrad, Verfügbarkeitsgrad und Qualitätsgrad und wird täglich ermittelt, um zeitnah Schwachstellen zu identifizieren. Darüber hinaus erarbeitet das Anfang 2020 neu gegründete GAE-Team mögliche Optimierungen in der Struktur, Organisation und Prozesszeit und sucht Potenziale zur Standardisierung der Arbeitsabläufe. Das GEA-Team konnte feststellen, dass bestimmte Rezepturen im Kochprozess leichter anbrennen. So führten häufigere und intensivere Reinigungen zu Zeit-

verlusten und damit auch zu erhöhten Kosten. Eine im GAE-Team entwickelte Idee führte schließlich zu einem exemplarischen Umbau einer Kochanlage. Über eine Reduzierung der Hitze im Dampfmantel und eine Direkt-eindampfung ins Produkt an einem Bypass wird nun ein Anbrennen der Fruchtzubereitung verhindert. Die Anzahl an Reinigungen und ihre Intensität kann damit reduziert werden.

### Kleinstmengen-Anlage

Der Trend der Fragmentierung von Produktionsaufträgen ist weiterhin erkennbar. Die dafür angepasste Anlage für Kleinstmengen („Small Units“) ist seit der Inbetriebnahme zum Jahreswechsel 2019/2020 gut ausgelastet. Dadurch konnten im Berichtszeitraum spezifische Energieverbräuche verbessert und damit auch die GAE erhöht werden.

### Solarenergie

Im Berichtszeitraum wurde eine erneute Prüfung zur Installation von Solarzellen vorgenommen. Diese ergab, dass die Einrichtung von Solarzellen trotz unzureichender Tragfähigkeit der Dachflächen durch neue, weiterentwickelte Technologien umsetzbar ist. Die Installation einer Photovoltaikanlage ist für Mitte 2022 geplant. Es wird mit einer voraussichtlichen Stromproduktion von bis zu 25.000 kWh pro Jahr gerechnet.

### Weitere Maßnahmen



Durch den sukzessiven Austausch alter Leuchtstoffröhren gegen moderne LED-Lampen werden inzwischen fast ausschließlich LED-Lampen verwendet.



Sofortige Meldung von Druckluftleckagen und entsprechende Installation neuer Ventilgenerationen bei größeren Umbauten. 2021 wurde mit externer Unterstützung eine Druckluft-Grobanalyse durchgeführt. Eine ineffiziente Regelung verursacht hochfrequentierte Last-/Leerläufe. In 2022 wird deshalb die Druckluftsteuerung erneuert. Das Einsparpotenzial liegt bei 370.000 kWh. Mit Unterstützung einer externen Fachfirma sollen zukünftig verstärkt Druckluftleckagen detektiert und beseitigt werden.



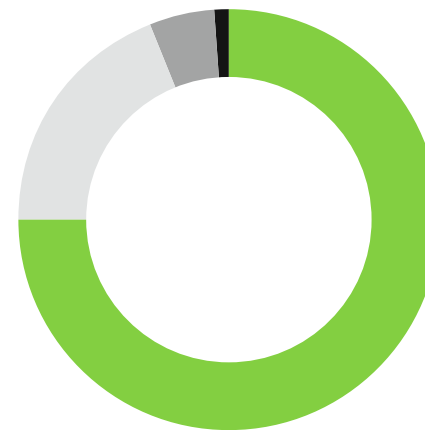
Für 2020 war die Umstellung von zwei auf einen Kessel geplant, um den Gasverbrauch zu reduzieren. Diese Maßnahme würde 2.000 t CO<sub>2</sub> einsparen, birgt jedoch das Risiko eines Produktionsstopps, würde der Kessel ausfallen. Nach einem Testlauf im Herbst 2020 wurde dieses Vorhaben aufgrund des zu hohen Risikos abgelehnt.

*Bedingt durch die Corona-Pandemie lag der Fokus im Berichtszeitraum auf der Instandhaltung der Produktion, weshalb die Umsetzung einzelner Projekte vorerst teilweise ausgesetzt wurde.*

# Wasser

Wasser nutzen wir überwiegend für die Reinigung der Produktionsanlagen.  
Als Bestandteil unserer Produkte selbst wird Wasser in nur sehr geringen Mengen verwendet.

**2021 lag der Wasserverbrauch in Deutschland insgesamt bei ca. 853 Megalitern (852.592 m³).**



**Wasserverbrauch 2021 in Prozent**

- Reinigung 75%
- Rezepturbestandteil 19%
- Kesselhaus und Kühltürme 5%
- Rest 1%

**Pro Tonne Endprodukt ergibt sich für den Wasserverbrauch folgende Entwicklung:**

Deutschland*	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Wasserverbrauch m³/t	5,1	4,9	4,9	5,4	5,2	4,7

\* Standorte in Aachen, zertifiziert nach ISO 50001.

**Im Verhältnis zum Produktionsvolumen ist der Wasserverbrauch von 2019 auf 2021 um ca. 15 % gesunken. Grund dafür ist die Optimierung des Allergenreinigungsprozesses, durch welche der Wasserverbrauch wieder deutlich gesenkt werden konnte.**

## Wasserverbrauch reduzieren: unsere wichtigsten Maßnahmen und Projekte

### Reinigungsprozess für allergenfreie Fruchtwagen

Die Inbetriebnahme der Fruchtwagenwaschanlage in 2019 zur Allergenreinigung hatte einen Anstieg des Wasserverbrauchs zur Folge. Grund dafür war vor allem, dass bei einer Allergenreinigung gebrauchtes Wasser umgehend verworfen werden muss. Der Reinigungsprozess wurde daraufhin weiter optimiert. Für weniger verunreinigte Fruchtwagen, mit nicht allergenhaltigen Stoffen, gibt es nun ein gesondertes Reinigungsprogramm mit dem deutlich weniger Wasser verbraucht wird. Wasser aus dem letzten Klarspülschritt wird für den nächsten Fruchtwagen zur Grobreinigung wiederverwendet.

### Ausbau dezentraler Reinigungsanlagen (D-CIPs)

Durch den Anschluss der Produktionsanlagen an D-CIPs wird Wasser aus dem letzten Spülschritt für die nachfolgende Vorreinigungsstufe wiederverwendet. Dieses Verfahren kann 40.000 m<sup>3</sup> Frischwasser pro Jahr einsparen. Die weitere Installation von D-CIPs wurde vorerst ausgesetzt.

### Abwasserqualität

Die Fragmentierung der Aufträge und der gestiegene Anspruch auf Allergenfreiheit haben zusätzlich Auswirkungen auf den pH-Wert und somit die Qualität des Abwassers. Deswegen haben wir 2019 eine Abwasserbehandlungsanlage in Betrieb genommen, die den pH-Wert bei Bedarf anpasst.



# Abfall

Allgemein gilt: Abfälle und Verpackungen sollen minimiert sowie verbleibende Abfälle umweltschonend verwertet oder, falls nicht möglich, von Entsorgungsfachbetrieben beseitigt werden.

Etwa zwei Drittel unserer hergestellten Fruchtzubereitungen werden global in rund 32.000 stabilen Mehrweg-Edelstahlcontainern zu unseren Industriekunden transportiert. Der Vorteil: Die Container werden vollständig zurückgenommen, gereinigt und wieder mit frischer Ware befüllt.

**Das Abfallaufkommen 2021 verteilt sich wie folgt auf die verschiedenen Abfallarten:**



- 4.520 t Nahrungsmittelabfälle, z. B. nicht mehr verwertbare Fruchtzubereitungen, Konfitüren und Süßwaren (Tierfutter/Ethanol-Herstellung/Biogas-Verwertung)
- 2.783 t Kartonagen (Verwertung)
- 1.795 t gemischte Verpackungen (thermische Verwertung)
- 161 t Bauschutt (stoffliche Verwertung)
- 1.271 t Sonstiges

*Die hohen Qualitätsstandards an die Rohwaren und erzeugten Produkte führen gelegentlich zu einem erhöhten Ausschuss. Mit der Zunahme der produzierten Menge an Endprodukten um ca. 3 % ist auch die Abfallmenge um ca. 3 % von 2019 zu 2021 gestiegen.*



## Abfälle vermeiden: unsere wichtigsten Maßnahmen und Projekte

### Reduktion unserer Lebensmittelabfälle

2021 hat sich Zentis dem Ziel der 10×20×30-Initiative verpflichtet, unsere weltweiten Lebensmittelverluste und -abfälle bis 2030 zu halbieren. Mit der 10×20×30-Initiative unterstützen die weltweit größten Lebensmitteleinzelhändler und -versorger sowie ihre wichtigsten Lieferanten das globale Ziel der Vereinten Nationen, bis 2030 die Nahrungsmittelabfälle und -verluste in der Produktions- und Lieferkette drastisch zu reduzieren. Die Unterstützer:innen der Initiative messen und veröffentlichen die in ihrem Betrieb anfallenden Lebensmittelverluste und -abfälle und ergreifen entsprechende Maßnahmen, um die Abfälle zu verringern.



### Herausforderung Rohwarenverpackung

Im Gegensatz zum Zucker, der größtenteils in Silolastzügen geliefert wird, bekommen wir die Frucht-Rohware in der Regel in 10-bis-12-kg-Kartons. Diese bestehen aus Kartonagen und mit Fruchtresten verunreinigten Folien. Hersteller und Lieferanten nutzen zunehmend folien- und wachsbeschichtete Kartonagen, um auf die Foliensäcke zu verzichten. Damit wird zwar der Foliensack vermieden, allerdings erschwert dies die Verwertung der Kartonagen. Nach einer Beschwerde unseres Entsorgungspartners haben wir hierzu Recherchearbeiten betrieben und unseren Entsorger vor Ort besucht. Wachsbeschichtete Kartonagen werden von den Papierfabriken nicht mehr angenommen und müssen über die „Gemischten Verpackungen“ in die thermische Verwertung. Insgesamt ist in der Entsorgungsbranche zu beobachten, dass die qualitativen Ansprüche an stofflich verwertbare Kartonagen gestiegen sind. Bisher konnten die wachsbeschichteten Kartonagen in der Fruchtvorbereitung noch nicht durch geeignete Alternativen ersetzt werden.

### Gemeinsam mehr erreichen

Auch intern kümmern wir uns verstärkt um die Vermeidung von Abfällen. Mehrere vor allem durch Mitarbeiter:innen initiierte Aktionen verhelfen uns seit 2019, das Aufkommen von Einwegplastik in den Kantinen und Laboren zu reduzieren und die Abfälle – wo möglich – bis ins kleinste Detail zu trennen.

# Logistik

Die Logistik Service GmbH wurde 1998 am Standort Aachen gegründet und ist eine selbstständige, auf temperaturgeführte und flexible Transporte spezialisierte Geschäftseinheit von Zentis. Zu ihren Kernaufgaben zählen die Lieferung von Produkten, die Organisation der Rohwarenbeschaffung sowie der Transport zwischen unseren europäischen Werken und dem externen Fertigproduktlager bei Aachen. Dabei werden Aufträge grundsätzlich zusammengelegt, um eine optimale Auslastung zu gewährleisten. Gleichzeitig kann auch kurzfristig auf Kundenwünsche reagiert werden.

Zudem ermöglicht uns die Logistik Service GmbH eine direkte Anpassung und Umsetzung unserer Klimastrategemaßnahmen, die wir anhand spezifischer Indikatoren seit 2011 fortlaufend messen. Zum Beispiel spart eine patentierte Hebevorrichtung im LKW ein Drittel an Leertguttransporten und trägt damit auch zur Verringerung von Emissionen bei.

Im Berichtszeitraum waren die größten Herausforderungen für unsere Logistik steigende Treibstoffpreise, Fachkräftemangel (u. a. Berufskraftfahrer:innen, Lagerist:innen) sowie durch die Corona-Pandemie bedingte Veränderungen, z. B. knappe Verfügbarkeiten und die Einhaltung von Hygienemaßnahmen, ohne das Be- und Entladen einzuschränken.



## Daten und Fakten:



Die Logistik Service GmbH (Logistik) beschäftigt 151 Mitarbeiter/-innen (Stand 31.12.2021)



Flotte von ca. 37 eigenen Fahrzeugen und 116 Aufliegern



Seit 2017 LKWs mit EURO-6-Norm in Deutschland



1,78

Durchschnittsalter der Fahrzeuge unserer Flotte: 1,78 Jahre



km

In Russland waren 2021 18 eigene Fahrzeuge im Einsatz, mit denen 1,4 Mio. km Eigentransporte durchgeführt wurden



2,42

Durchschnittsalter der Flotte in Russland 2021: 2,94 Jahre



In den USA, Polen und Ungarn wird kein eigener Fuhrpark eingesetzt



Kommen in Deutschland, USA, Polen und Ungarn zum Einsatz; in Russland weiterhin nur in wenigen Ausnahmefällen



Seefrachten überwiegend nach Kanada und Island



Zwei Transporte per Luftfracht nach China und Saudi-Arabien in 2020, in 2021 fanden keine Transporte per Luftfracht statt; Luftfrachten werden nur auf Kundenwunsch durchgeführt und sind ausschließlich Ausnahmefälle

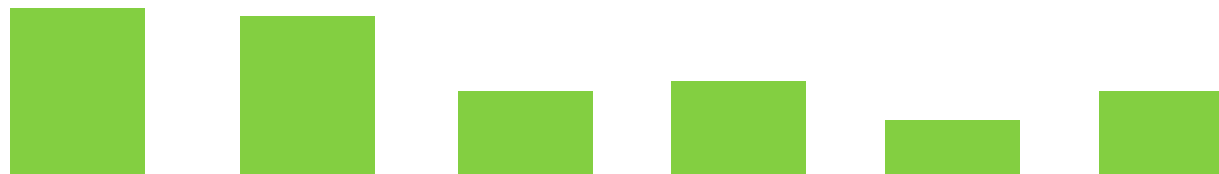


Für alle gilt die länderspezifische „Zentis Qualitätsordnung für Spediteure“, die bei Produktbehandlung, Temperatur, Transportmitteln, Ladungssicherheit, Sauberkeit und Hygiene sowie Sicherheit bestmögliche Qualität garantiert

## Einsatz von Fremdlogistikern:

### Angaben für Eigenfuhrpark Deutschland:

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Dieserverbrauch pro 100 km	30,90l	29,66l	25,40l	26,00 l	26,00 l	26,00 l
CO <sub>2</sub> -Emissionen	5.738 t	4.206 t	2.701 t	2.871 t	2.596 t	2.727 t



## Effiziente Logistik: unsere wichtigsten Maßnahmen und Projekte



Ausbau der eigenen Beschaffungslogistik (im Berichtszeitraum bereits umgesetzt: Rohwaren, Verpackungsmaterial, Kakaobutter und -masse, Haselnusspaste, Flakes, Stärke, Zucker, Flüssigzucker und beispielsweise Erdbeeren bei den Früchten).



Einsparung von ca. 440 kg Restmenge, die sonst in den Fässern verbleiben, durch Lieferung in Tanks (Beispiel Haselnusspaste). Zudem können die Tanks mehrfach verwendet werden im Vergleich zu Einwegfässern, die nach der Nutzung entsorgt werden.



Optimale Nutzung der LKWs durch Linienverkehr, d. h. feste Pendelverkehre zwischen Zentis und Kundenstandort.



Einsatz eines LNG-LKWs.



Liftachse an Aufliegern ermöglicht, dass die vorderste Achse des Aufliegers bei Transporten unter 4 t hochgezogen wird. Diese Technologie können wir z. B. bei Rücktransporten von Leergut einsetzen. Dadurch können wir den Reifenabrieb und Kraftstoffverbrauch verringern.



Seit 2021 sukzessive Modernisierung der Kühlaggregate. In 2022 ist der weitere Ausbau von Aufliegern mit modernen Kühlaggregaten geplant. Durch diese moderne Technik soll weniger Kraftstoff verbraucht werden. Zudem ist sie geräuscharm und dadurch angenehmer für unsere Fahrer:innen.



E-Learning-Tool ermöglicht vereinfachte Schulung von Kraftfahrer:innen zu Themen wie: allgemeine Fahrunterweisungen, Lenk- und Ruhezeiten, Ladungssicherung und Hygieneschulung.



# Produktion und Lieferkette, digital gedacht

Die Digitalisierung der Lieferkette und der Produktionsprozesse bietet großes Potenzial für Effizienzsteigerung. Deswegen wurde 2018 die Supply-Chain-Management-Abteilung gegründet. Unterstützt durch die Abteilung für Digitalisierung „Business Processes & Digital Transformation“ wird eine bereichsübergreifende und prozessorientierte Planung und Steuerung der Produktionsabläufe gewährleistet.

## Maßnahmen und Projekte



Umsetzung der geplanten Sensoren in allen Zucker-Silos erlaubt eine exakte Messung der Füllstände und beugen somit „Notkäufen“ vor.



Ein Ein- und Aussteuerungsprozess ist im Aufbau, um eine exakte Darstellung unserer aktuellen Artikel und Rohwarenbestände zu ermöglichen und folglich Lieferengpässe, teure „Nottransporte“ und Abfälle zu vermeiden.



Implementierung eines Container-Logistik-Systems (CLS) in Deutschland, welches die Steuerung der Container weltweit sowie die Containeranalyse und -verfolgung ermöglicht. Weiterhin verbessert das CLS die Planbarkeit der Rückholtransporte.



Es wurde eine App zur digitalen Datenerfassung und -auswertung im Bereich Kleingebinde entwickelt, um den Papierverbrauch zu reduzieren. Derzeit wird die App mit den Bereichen Kocherei und Abfüllung getestet. In einem weiteren Schritt ist geplant, die Störfassung in der Abfüllung und die Checklisten zu digitalisieren.



Implementierung eines Prognose-Systems zur Erstellung einer Absatzprognose, um Bedarfe im Einkauf einschätzen sowie Lebensmittelabfällen und Notkäufen vorbeugen zu können.



Zudem befinden wir uns weiterhin in der Entwicklungsphase für Smarte Container, die unsere Container-Bestände besser ermitteln, die Abholung beim Kunden effizienter gestalten und somit zur Optimierung der Lagerung und des Transportes unserer Produkte beitragen sollen. Hierfür wurden bereits die Anforderungen der Fachbereiche an den Sensor sowie die Abläufe in der Produktion intern aufgenommen. Im Berichtszeitraum fanden erste Testläufe statt. Die Fertigstellung ist im Laufe der nächsten Jahre geplant.

## Unsere Projekte:

*innovativ und effizient*

Zur Steigerung der Effizienz wurde 2019 das bereichsübergreifende Strategie-Projekt **„Effizienz“** mit verschiedenen Bereichsleiter:innen gegründet. Diese Arbeitsgruppe bespricht und entwickelt laufende sowie zukünftige Projekte und beschließt auf Grundlage von Kennzahlen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung. Dabei gibt es eine Übersicht von Projekten auf jährlicher Basis, die dann monatlich besprochen werden. Die erarbeiteten Effizienzmaßnahmen beziehen sich beispielsweise auf die Überprüfung von internen Schnittstellen und Prozessabläufen und die Reduzierung der Materialvielfalt. In 2020 umfasste die Projektliste 26 Projekte aus vier Bereichen (Einkauf, Logistik, Supply-Chain-Management und Produktion). Im Jahr 2021 kamen die Bereiche Cost-Engineering und Finanzen hinzu. Zukünftig soll zudem das Thema Nachhaltigkeit stärker in der Projektfindung berücksichtigt werden. Die mit den umgesetzten Projekten erzielte Effizienz (überwiegend in Euro gemessen) war über den Berichtszeitraum konstant hoch.



# Verantwortung in der Rohstoffbeschaffung

Unsere Rohstoffe:  
Qualität aus der Natur ›

Herausforderungen  
an den Rohstoffeinkauf ›

Zusammenarbeit mit Lieferanten ›












Zertifizierungen und Mitgliedschaften ›

Tools zur Lieferantenprüfung  
und -zulassung ›

# Unsere Rohstoffe:

Qualität  
aus der Natur

Hier unsere wichtigsten Rohstoffe 2020/2021:

Rohware	t
Erdbeeren	
Himbeeren	
Kirschen	
Pfirsiche	
Aprikosen	
Heidelbeeren	
Pflaumen	
Brombeeren	
Weißzucker	
Mandeln (alle Verarbeitungsformen)	
Kakao (alle Bestandteile)	
Haselnüsse (alle Verarbeitungsformen)	

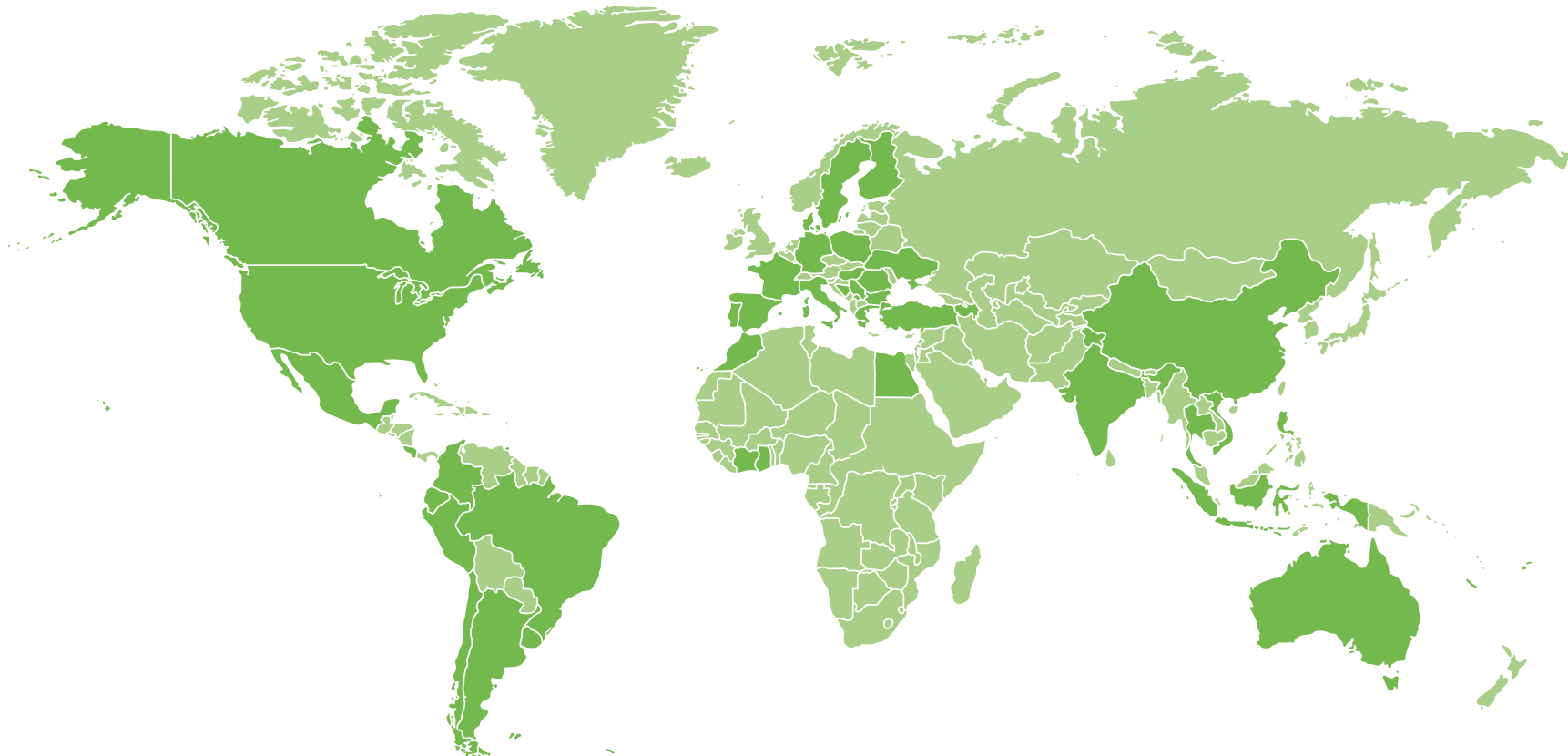
Zentis hat sich verpflichtet, ökologische und soziale Themen in der Lieferkette fortwährend zu verbessern. Während bisher soziale Maßnahmen im Vordergrund standen, werden umweltbezogene Aspekte, wie der Verlust der biologischen Vielfalt oder die Folgen des Klimawandels, immer relevanter. Um der wachsenden Zahl von Nachhaltigkeitsprogrammen gerecht zu werden, gibt es seit 2016 eine zusätzliche Stelle im Bereich Einkauf. Auch unsere langfristigen Beziehungen und der enge Kontakt zu unseren Lieferanten sowie eine strenge Lieferantenprüfung und -zulassung garantieren die Erfüllung von Qualitäts- und Nachhaltigkeitsanforderungen. Darüber hinaus unterstützen unsere Lead-Buying-Strategie und unser Fruit Scout uns dabei, eine verantwortungsvolle Rohstoffbeschaffung sicherzustellen.

”  
Die Verwendung natürlicher  
und qualitativ hochwertiger  
Naturprodukte ist die Basis  
unseres Geschäfts.

“

## Unsere Bezugsquellen

Unsere Rohstoffe kaufen wir dort, wo sie am besten wachsen und reifen können, d. h. in den unterschiedlichsten Ländern weltweit. Dabei berücksichtigen wir zahlreiche ökonomische und qualitative Gesichtspunkte und prüfen vor Ort sorgfältig die Bedingungen im jeweiligen Erntejahr.







## Früchte

Erdbeeren beziehen wir in großen Mengen aus Ägypten und Marokko, Himbeeren aus Polen und Serbien, Pfirsiche aus Spanien und Griechenland. Dennoch war und bleibt Südamerika – gerade aufgrund der räumlichen Nähe zu unseren amerikanischen Standorten – beim Anbau für uns die wichtigste Alternative zu Europa. Wir erwerben Früchte ausschließlich von Herstellern, die unsere strengen Vorgaben für Anbau, Ernte und Qualität einhalten und garantieren. Dazu halten wir uns strikt an eine „strenge Lieferantenprüfung und -zulassung“.

## Mandeln/Haselnüsse

Mandeln sind für unsere Marzipanprodukte der wichtigste Rohstoff. Ca. 95 % der von uns eingesetzten Mandeln beziehen wir dabei aus Kalifornien, die restlichen Mandeln sind Bittermandeln aus Marokko. Unsere Haselnüsse beziehen wir aus der Türkei. Über langjährige Lieferantenbeziehungen und vertrauensvolle Zusammenarbeit sowie unseren Supplier Code of Conduct versuchen wir kritische Themen bezüglich Arbeitsbedingungen und Kinderarbeit auszuschließen.

## Zucker

Besonders wichtig ist uns der Rohstoff Zucker. Wir versorgen unsere europäischen Werke mit Zucker aus Deutschland sowie anderen europäischen Ländern und halten den Transportaufwand bewusst so gering wie möglich. Den eingekauften Zucker gewinnen wir fast ausschließlich aus Zuckerrüben und unterstützen auf diese Weise die deutsche und europäische Landwirtschaft.

# Herausforderungen an den Rohstoffeinkauf

Im Rohstoffbereich war das Jahr 2021 erneut gezeichnet durch dramatische globale Wetterlagen. Extreme Trockenheit, Hitze und Frost als Folgen des **Klimawandels** erschweren die Anbaubedingungen, beeinträchtigen die Verfügbarkeit und erhöhen die Preise: Spätfröste in Südeuropa führten zu eklatanten Ausfällen bei Aprikosen und Pfirsichen. Eine Hitzewelle im Nordwesten der USA Ende Juli („heat dome“) sowie Kälte- und Regenperioden im Sommer in Europa führten zu einer dramatischen Verknappung von Himbeeren und Brombeeren. Die Verfügbarkeit war stark limitiert und die Preise sind auf ein nie gesehenes historisches Niveau gestiegen.

Zudem hat die **Corona-Pandemie** Lieferketten weltweit stark beeinflusst: Nach wie vor gibt es zahlreiche Verzögerungen bei LKW- und Containertransporten auf allen nationalen und internationalen Handelsrouten. Verstärkt werden die pandemiebedingten Auswirkungen durch höhere Energiekosten, Arbeitskräftemangel, die globale Knappheit von Containerbehältern sowie Stilllegungen von Häfen. Hinzu kommt die weltweite Rohstoffknappheit, insbesondere im Berichtszeitraum die Verknappung bei den Rohstoffen zur Herstellung von Verpackungen und damit Engpässe bei PE-Folien, Weißblech und Papier/Wellpappe. Die Folge der pandemiebedingten Störungen ist ein starker Preisanstieg sowohl für Transporte als auch für Rohstoffe.



# Umgang mit den Herausforderungen

Unser Fokus lag in dem Berichtszeitraum stark auf operativen Themen, d. h. der Sicherstellung der Produktionsversorgung und somit der Steuerung der Warenströme. Hier war auch sehr unsere eigene Beschaffungslogistik von Vorteil: Wir lassen viele Materialien direkt von unserer eigenen Logistik bei Lieferanten abholen und sind somit unabhängiger vom Frachtmarkt.

## Langfristige Partnerschaften

Unsere Strategie, langfristig und partnerschaftlich mit unseren Lieferanten zusammenzuarbeiten, hat sich in diesen schwierigen Zeiten ausgezahlt. So wurde uns oft bei Neuabschlüssen Priorität in der Belieferung zugesichert. Auch die Unterstützung unserer Lieferanten bei der Vorfinanzierung von Rohwaren hat sehr geholfen, Mengen für uns zu sichern.

## Lead Buying

Im Zuge der Internationalisierung bündelt Zentis seit 2017 die Kräfte im Einkauf unter dem Thema „Lead Buying“. Durch dieses neue Konzept findet ein gezielterer und effizienterer Informationsaustausch mit den Tochtergesellschaften und unseren Lieferanten statt und unser Lieferantenportfolio wird global erweitert. Beispielsweise übernimmt Zentis Deutschland das „Lead Buying“ für Pfirsichwürfel aus Europa, Zentis North America im Gegenzug für Mangoprodukte aus Südamerika.

Diese Aufteilung der Verantwortlichkeiten fördert, dass sich Lead Buyer als Expert:innen für Warengruppen ins Team einbringen und gezielt Informationen untereinander austauschen. Gerade während der Corona-Pandemie und in dem von vielen schlechten Ernten betroffenen Jahr 2021 war diese globale Verzahnung umso wichtiger, insbesondere um Lieferketten zu koordinieren, Entscheidungen kurzfristig zu treffen und somit Warenströme gezielt zu steuern.

So konnten durch das Lead Buying z. B. alternative Ursprünge und Lieferanten zur Versorgung mit Himbeerprodukten (global besonders stark betroffen von Missernten) direkt für mehrere Standorte der Zentis Gruppe aufgebaut werden. Auch neue Lieferanten im Bereich Heidelbeeren wurden durch das Lead USA global qualifiziert.

## Risikoanalysen

Zur Verbesserung ökologischer und sozialer Aspekte in der Lieferkette ist für 2022 eine Risikoanalyse der von uns bezogenen relevanten Rohstoffe vorgesehen. Dabei werden sogenannte Hot Spots identifiziert, die besonders kritisch hinsichtlich menschenrechtlicher Risiken (u. a. Kinder- und Zwangsarbeit, Arbeitssicherheit) sowie Umweltauswirkungen (u. a. Treibhausgasemissionen, Wasser- und Luftverschmutzung) sind.



# Zusammenarbeit mit Lieferanten

Die Beziehung zu unseren Lieferanten und Verkäufern ist von langjähriger, vertrauensvoller Kooperation geprägt – und das weltweit. Das ermöglicht uns, auch mehrjährige Verträge abzuschließen.

**Produzenten** sind alle Akteure der ersten Verarbeitungsstufe in der Lieferkette. Hier werden die frisch geernteten Früchte für die Weiterverarbeitung gewaschen, sortiert, gegebenenfalls gewürfelt und tiefgefroren und aseptisch oder als Konserve verpackt. Von den Produzenten erhalten wir ein „Ready-to-use-Produkt“ für den Einsatz in unseren Werken.

**Lieferanten** wiederum sind die Importeure der Ware und somit generell unsere Ansprech- und Vertragspartner. Ein Lieferant kann aber auch gleichzeitig Produzent der Ware sein.



Rund 67 % unserer Bezugsquellen bestehen schon mehr als zehn Jahre (Rohmaterialien Zentis Deutschland)



Bei rund 20 % unserer Rohstofflieferanten kaufen wir über 90 % unserer Rohstoffmengen ein (auf internationaler Ebene 93 %)



Mit 38 % der Rohstofflieferanten realisieren wir einen jährlichen Umsatz von jeweils mehr als 200.000 Euro (97 % der Menge)



Im Jahr 2021 waren für den deutschen Standort 69 % aller Lieferanten auch gleichzeitig Produzenten; mit ihnen haben wir ein Beschaffungsvolumen von 86 % der Gesamtmenge umgesetzt

## Supplier Day

Regelmäßige **Supplier Days** fördern den Austausch und eine vorausschauende Zusammenarbeit für konkrete Problemlösungen. Im Berichtszeitraum konnte der Supplier Day aufgrund der Corona-Pandemie nicht stattfinden. Der nächste Supplier Day ist für September 2022 geplant, der Fokus wird auf den Themen Innovation und Nachhaltigkeit liegen.

## Workshop NaturRein

Vor dem Launch unseres neuen NaturRein-Sortiments fand im März 2021 ein digitaler Workshop mit Lieferanten statt, um das NaturRein-Konzept vorzustellen und die Philosophie dahinter zu vermitteln: der Einsatz von Rohwaren aus kontrolliertem Anbau und der Erhalt natürlicher Lebensräume. Darüber hinaus wurde das Thema Nachhaltigkeit mit Strategie und Commitment bei Zentis vorgestellt

## Unterstützung unserer Lieferanten vor Ort

Ziel unserer Besuche und Schulungen vor Ort ist es, allen Rohwarenlieferanten ihre Rolle als verantwortlicher Teil der Lieferkette zu verdeutlichen. Geschult wurde bisher zu produktbezogenen Qualitätsthemen wie z. B. Fremdkörpermanagement und Hygiene. Abteilungsleiter:innen wurden außerdem zu umweltbezogenen und sozialen Themen geschult.

Um unsere Lieferanten vor Ort noch besser zu begleiten und konkrete Projekte im Fruchtbereich anzustoßen, wurde im Einkauf die Stelle des Fruit Scouts geschaffen. Dieser betreut Lieferanten vor Ort, um bessere Einblicke in Ernte und Verarbeitung zu gewinnen, Projekte aktiv zu unterstützen sowie die Bindung zum Lieferanten zu stärken.

Aufgrund der Corona-Pandemie war eine aktive Betreuung der Lieferanten vor Ort im Berichtszeitraum nicht möglich. Diese Zeit wurde für eine umfassende Potenzialanalyse neuer Produzenten genutzt. So wurden z. B. in Spanien neue Bezugsquellen für Erdbeerpüree und -konzentrate gefunden, was unsere Bezugsmöglichkeiten von Rohstoffen auch in schwierigen Erntesituationen erweitert. Auch in 2022 sollen die Aktivitäten des Fruit

Scouts weiter intensiviert werden, d. h. die Analyse und Entwicklung neuer Herkünfte durch Potenzialanalyse und Erzeugerauswahl wird weiter ausgebaut.

Zukünftig sollen gemeinsam mit den Lieferanten vor Ort Projekte zur Nachhaltigkeit, z. B. im Bereich Erdbeeren in Nordafrika (Solarenergie, Wasseraufbereitung, Entsorgung und Wiederverwertung Plastikfolie, Biodiversität etc.), umgesetzt werden.



# Zertifizierungen und Mitgliedschaften

Der Einbezug der gesamten Wertschöpfungskette sowie ein verstärkter regelmäßiger Austausch mit Stakeholdern sind zentrale Elemente unserer nachhaltigen Beschaffungsstrategie. Mitgliedschaften, z. B. in Branchen-Initiativen, und Zertifizierungen sind zudem eine konkrete Möglichkeit für uns, soziale und ökologische Standards in der Lieferkette zu verbessern.



## Verein Food for Biodiversity

Ohne Biodiversität keine fruchtbaren Böden – der Erhalt der biologischen Vielfalt ist eine essenzielle Grundlage für die Lebensmittelproduktion und damit auch für uns. Die Landwirtschaft und der Lebensmittelsektor können dazu beitragen, biologische Vielfalt und Lebensräume zu bewahren. Deshalb ist Zentis Mitglied in der im März 2021 ins Leben gerufenen Brancheninitiative **Food for Biodiversity**. Ziel der Initiative ist, die biologische Vielfalt in der Lebensmittelbranche und in der vorgelagerten Lieferkette zu schützen sowie einen Beitrag gegen das Artensterben zu leisten. Um dieses Ziel zu erreichen, werden Stakeholder mit in Projekte und Maßnahmen einbezogen. Im Jahr 2022 startet deshalb ein Pilotprojekt zur Entwicklung und Umsetzung von Biodiversitätsstandards bei einem unserer Aprikosen-Lieferanten. Über dieses Engagement hinaus fördern wir auch im Zusammenhang unserer NaturRein-Philosophie ausgewählte Projekte zum Erhalt und zur Förderung der biologischen Vielfalt, wie beispielsweise Streuobstwiesen in Deutschland. *siehe Kapitel Natürliche Produkte/Unser NaturRein-Konzept auf einen Blick*



## Sedex

Seit 2006 sind wir als Verarbeiter und Händler in der Mitte der Lieferkette AB-Mitglied der unabhängigen Organisation **Sedex (Supplier Ethical Data Exchange)**. Sedex ist eine webbasierte Datenbank für Unternehmen mit dem Ziel, ethische Daten von Mitgliedern zu erfassen und untereinander verfügbar zu machen. Sie ermöglicht es Unternehmen, potenzielle Risiken innerhalb der Lieferkette zu analysieren und auszuwerten. Sedex benutzt ein spezielles Risk-Assessment-Tool, welches wir auch für unsere eigene Risikobewertung nutzen. Aktuell haben wir keine Lieferanten mit einem hohen Risiko. Wir gehen aktiv auf Lieferanten zu, um sie zu einem SMETA Audit (Auditierungs-Methode von Sedex) aufzufordern. Das Netzwerk der in Sedex gelisteten Lieferanten wurde im Berichtszeitraum weiter ausgebaut. Zusätzlich werden die Sozialstandards in der gesamten Zentis Unternehmensgruppe bereits von verschiedenen Kunden auditiert. Diese sogenannten Corporate Social Audits basieren auf den gängigen internationalen Sozialstandards wie z. B. dem SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) oder Kundenaudits, wie dem Social Workplace Accountability Audit.



## FONAP

Seit 2017 sind wir ebenfalls Mitglied beim **Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP)**. Ziel des FONAP ist es, den Anteil nachhaltig erzeugten Palmöls und seiner Derivate auf dem deutschen, österreichischen und Schweizer Markt schnellstmöglich signifikant zu erhöhen und gleichzeitig existierende Standards und Zertifizierungen zu verbessern. Für uns bedeutet dies: Wir verpflichten uns anhand einer Selbsterklärung, die Verwendung von 100 % nachhaltig produziertem Palm- und Palmkernöl in unseren Produkten anzustreben.



## RSPO

**Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)** ist eine Initiative von Nichtregierungsorganisationen, der Lebensmittelindustrie und weiteren Stakeholdern aus der Palmölindustrie mit dem Ziel, die Entwaldung zu verringern und zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen. Gleichzeitig sollen damit die Lebensbedingungen der ländlichen Gemeinschaften in Palmöl produzierenden Ländern respektiert werden. Zentis ist seit 2012 RSPO-zertifiziert.

**Palmöl 2021: RSPO „Segregated“:**

> 99 %

Das Supply-Chain-Modell „Segregated“ (SG) verlangt, dass in jeder Stufe entlang der gesamten Lieferkette zertifiziertes Palmöl von nicht zertifiziertem getrennt bleibt, um zu garantieren, dass tatsächlich nur zertifiziertes Palmöl ins Endprodukt gelangt.

Besonders schwierig ist es, die Fraktion Palmkernstearin nach dem Modell RSPO „Segregated“ zu beziehen. Deswegen verarbeiten wir auch nur weniger als 1 % unseres Palmöls gemäß RSPO-„Mass Balance“ (MB). Eine Vermischung mit nicht zertifiziertem Palmöl ist dabei legitim. Da es in der Vergangenheit auch Probleme bei der Beschaffung von Aromen und Emulgatoren mit RSPO-zertifizierten Palmöl-Derivaten und -Fraktionen gab, weichen wir heute teilweise auf palmölfreie Aromen und Emulgatoren aus, sollten diese nicht in der gewünschten RSPO-Qualität verfügbar sein.



## Rainforest Alliance

Mit dem **Rainforest-Alliance**-Zertifizierungsprogramm 2020 und Einführung des neuen RA-Siegels in 2020 ist das UTZ-Zertifizierungsprogramm schrittweise ausgelaufen. Das Programm und Gütesiegel Rainforest Alliance zeichnet verantwortungsbewusste, nachhaltige Landwirtschaft sowie die Transparenz entlang der Versorgungskette aus. Ziel ist die Achtung der Menschenrechte, die Sicherung des Einkommens, der Erhalt der Artenvielfalt und der Schutz des Klimas.



## Fairtrade

Das **Fairtrade**-Siegel kennzeichnet Güter aus fairem Handel, deren Herstellung festgelegte soziale und ökologische Kriterien erfüllt. Elementarer Bestandteil des Siegels ist die Zahlung von garantierten Preisen sowie einer zusätzlichen Prämie für Gemeinschaftsprojekte in den Anbauregionen. Fairtrade fördert die ökologische, vertraglich fixierte Anbaupraxis und verbietet ausbeuterische Kinderarbeit.



Anteil Rainforest-Alliance- und Fairtrade-zertifizierter Produkte 2021:	%
Kakao Süßwaren:	> 99
Kakao, gesamt:	39,1
Schokolade:	34,8

Der Anteil des zertifizierten Kakao in unseren in Deutschland verkauften Süßwaren ist im Berichtszeitraum gestiegen und lag im Jahr 2021 bei 100 %, davon waren 72 % Fairtrade und 28 % UTZ/RA-zertifiziert. Der zertifizierte Anteil am gesamten eingesetzten Kakao lag im Berichtszeitraum auf dem gleichen Niveau wie 2019. Da im Berichtszeitraum weniger Schokoladen selbst hergestellt wurden und verstärkt konventionelle Schokolade zugekauft wurde, ist der Anteil von eingekaufter zertifizierter Schokolade in 2021 gesunken.

Seit 2020 beziehen wir auch Rainforest-Alliance-zertifizierte Haselnüsse. 2020/21 betrug der Anteil der zertifizierten Haselnüsse noch 1 %, dieser soll jedoch weiter ausgeweitet werden.

## Bio

Derzeit beträgt der Anteil biozertifizierter Rohwaren bei Zentis 2,6 % (2019: 1,9 %). Unsere eingekauften Früchte sind **zu 6,0 % biozertifiziert** (2019: 3,8 %). Zuckerrohr setzen wir zwar nur auf speziellen Kundenwunsch ein, dieses ist jedoch zu 65 % biozertifiziert. Allgemein wollen wir verstärkt auf biologische Landwirtschaft setzen, um unter anderem langfristig den Erhalt der Biodiversität zu fördern und gezielter auf Kundenwünsche eingehen zu können.

Eine hierfür gegründete crossfunktionale „Bio-Taskforce“ hat im Berichtszeitraum einen Rohwarenkatalog erstellt, welcher alle Standardfruchtsorten mit jeweiligen Eigenschaften wie Geschmack, Preis, Qualität und Verfügbarkeit dokumentiert hat und das Lieferantenportfolio um Bio-Früchte aus Spanien, Marokko und der Türkei erweitert (siehe Kapitel Plattform Organic).



# Tools zur Lieferantenprüfung und -zulassung

Unsere hohen Qualitätsanforderungen für Lieferanten und unser Nachhaltigkeitsengagement bei der Erzeugung, Herstellung, Verpackung und beim Transport aller Rohwaren gehen weit über gesetzliche und lebensmittelrechtliche Vorgaben hinaus. Die angewendeten Tools werden regelmäßig von unserem Qualitätsmanagement in Zusammenarbeit mit dem Einkauf evaluiert.

## Generalspezifikation für unsere Lieferanten

Unsere Generalspezifikation ist das verbindliche Anforderungswerk für alle unsere Zulieferer, dessen Einhaltung schriftlich bestätigt werden muss.

Die Generalspezifikation wurde 2016 eingeführt und letztmalig 2019 aktualisiert. Sie umfasst unter anderem Inhalte aus den Bereichen HACCP, Hygienemaßnahmen, GMP (Good Manufacturing Practice), Fremdkörpervermeidung, Allergenmanagement, Farm-Management, gentechnisch veränderte Organismen (GVO) und Rückverfolgbarkeit und legt den Rahmen für Nachhaltigkeitsthemen auf sozialer und ökologischer Ebene fest. Seit 2018 gibt es zusätzlich eine Generalspezifikation für Verpackungen.

## Lieferantenfragebogen

Für neue Lieferanten gibt es ein striktes Zulassungsverfahren. Kernbestandteil der Lieferantenprüfung ist ein speziell entwickelter Lieferantenfragebogen, der regelmäßig überarbeitet und an neue Erfordernisse angepasst wird. Alle Lieferanten müssen ihn in regelmäßigen Abständen aktualisieren. Wir lassen dieses Zulassungssystem regelmäßig von externen Fachleuten auditieren.

Im Jahr 2021 wurde das Projekt „Smarte Lieferantenzulassung“ von den Abteilungen Einkauf und Global Continuous Improvement & Quality ins Leben gerufen, welches in Vorbereitung auf die Einführung eines digitalen Lieferantenmanagementsystems die aktuellen Anforderungen an die Zulassung, Überwachung und Zusammenarbeit mit Lieferanten definiert. Die Projektgruppe hat die Aufgabe, Optimierungsmöglichkeiten zu den Themen Lieferantenfragebogen, Generalspezifikation, Lieferantenaudits etc. herauszustellen. In diesem Zusammenhang soll auch der Lieferantenfragebogen für diejenigen Lieferanten verschlankt werden, die ein

GFSI-anerkanntes Zertifikat vorliegen haben, da ein solches Zertifikat einen Großteil unserer Anforderungen an Lieferanten abdeckt. Diese Verschlinkung des Lieferantenfragebogens beschleunigt den Zulassungsprozess, wodurch wir auf die aktuelle Rohwareknappheit reagieren können, ohne auf Qualität und Sicherheit zu verzichten.

Zukünftig wollen wir die Nachhaltigkeitsanforderungen an unsere Lieferanten erhöhen.

## Supplier Code of Conduct

Wir nutzen seit 2016 unseren eigenen Supplier Code of Conduct, den jeder Lieferant unterschreiben muss (USA seit 2013). Es handelt sich hierbei um einen Verhaltenskodex zum Schutz von Arbeitnehmerrechten. Dazu gehören faire Arbeitsbedingungen, Vermeidung von Zwangs- und Kinderarbeit, Förderung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz und Aspekte des Umweltschutzes. Dabei stützen wir uns auf Inhalte der Business Social Compliance Initiative (BSCI), einer gemeinnützigen Unternehmensvereinigung zur Verbesserung der sozialen Standards in einer weltweiten Wertschöpfungskette. Deren Themen werden durch eigene ergänzt, wie z. B. Vorgaben zur Einhaltung des Mindestlohns im Ursprungsland.

## Jährliche Lieferantenbewertung

Bei unseren strategischen Lieferanten und Lieferanten ab einem festgelegten Umsatzvolumen führen wir jährlich eine umfangreiche Lieferantenbewertung durch, die insgesamt ca. 80 % des Einkaufsvolumen abdeckt. Sie umschließt sowohl qualitative als auch quantitative Aspekte: Qualität, Preise und Konditionen, Lieferung und Service, aber auch GMP (Good Manufacturing Practice) werden durch unterschiedlich gewichtete Fragen bewertet.

Je nach Ergebnis wird der Lieferant informiert oder gebeten, ein Statement abzugeben. Er kann aber auch zu konkreten Verbesserungsmaßnahmen in Zusammenarbeit mit unserem Einkauf und der Abteilung Qualitätssicherung aufgefordert werden. Erfolgen diese Maßnah-

men nicht oder treffen nicht unsere Vorgaben, wird der Lieferant gesperrt. Im Berichtszeitraum gab es auf Basis der jährlichen Lieferantenbewertung keine Sperrungen.

2021 wurde ein neues Tool zur Lieferantenbewertung im Einkauf eingeführt, um Liefer- und Mengentreue sowie die Reklamationsquote auf monatlicher Basis zu überwachen. Zusätzlich wird mithilfe des Tools eine jährliche Bewertung von Softfacts erfolgen, welche durch einen Fragebogen und den Einbezug verschiedener Abteilungen im Unternehmen vorgenommen wird. Vorteile sind die automatische Bewertung von Daten aus den Systemen der einzelnen Ländergesellschaften sowie die automatisierte Lenkung und Auswertung des Fragebogens.

## Lieferantenaudits

Um die Einhaltung unseres hohen Qualitätsanspruchs sicherzustellen, werden unsere Lieferanten und ein Teil der Dienstleister regelmäßig auditiert. Wir akzeptieren von unseren Lieferanten eine Auditierung nach den GFSI(Global Food Safety Initiative)-anerkannten Food-Safety-Standards. Zusätzlich führen wir Audits vor Ort durch, die sicherstellen, dass die Lebensmittelsicherheit und Produktqualität zu jeder Zeit unseren Vorgaben und Richtlinien entsprechen. Hierfür erstellen wir entsprechende Auditberichte, über die wir die Qualität unserer vorgelagerten Kooperationspartner prüfen und bei Bedarf Verbesserungsvorschläge unterbreiten. Die Auditcheckliste wird für 2022 aktualisiert. Leider konnte das Auditprogramm 2020/2021 aufgrund der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie nicht vollständig umgesetzt werden. Für 2022 sind wieder Audits geplant.

## Risikoländer

Leider gibt es immer noch Länder und Hauptanbaugebiete, in denen Kinderarbeit geduldet oder sogar gesellschaftlich akzeptiert wird. Diese definieren wir intern als Risikoländer und -regionen. Darunter fallen z. B. Mittelamerika (Mexiko), die Türkei und eine Reihe afrikanischer Staaten.

Wir schließen den Bezug von Rohwaren aus diesen Regionen nach Möglichkeit aus und treffen besondere Maßnahmen, wenn wir aufgrund der großen Mengen doch auf diese angewiesen sind. Ein Beispiel ist der Bezug von Haselnüssen aus der Türkei, wo 75 % der Haselnuss-Welternte angebaut wird. Zusätzlich zu unserem Lieferantenfragebogen und unserem Code of Conduct haben wir für dieses Land festgelegt, nur Rohstoffe von Zentis-auditierten Lieferanten zuzulassen.

Insgesamt ist es trotz unserer Vorkehrungen für ca. 5,9 % unserer Rohwaren nicht möglich, das Risiko von Kinderarbeit auszuschließen. Diese Zahl bildet die eingekaufte Schokolade und die eingekauften Nüsse sowie die Rohstofflieferungen aus Risikoländern ab, die nicht Rainforest-Alliance- oder Fairtrade-zertifiziert sind.



# Partnerschaftliches & kundenorientiertes Wirtschaften

Gemeinsam zum Erfolg ›

Zentis Innovationsökosystem ›

Qualität und Sicherheit ›

Zertifizierungen und Standards ›

Maßnahmen zur  
aktiven Qualitätssicherung ›

Immer up to date ›

Respektvolles Miteinander:  
Zentis Compliance ›

# Gemeinsam zum Erfolg

Partnerschaften entlang unserer Wertschöpfungskette sind für uns besonders wichtig, um aktiv mit unseren Stakeholdern Nachhaltigkeitsthemen über die Unternehmensgrenzen hinweg erfolgreich voranzutreiben, z. B. indem wir Start-ups fördern und an Branchennetzwerken mitwirken. Dafür schaffen wir bei Zentis internationale Prozesse und neue Arbeitsstile, die Kreativität und Innovationen fördern sowie Raum für das gemeinsame Arbeiten für und mit unseren Partnern schaffen.

Gemeinsam mit unseren Industriekunden und Endverbraucher:innen erarbeiten wir Lösungen für deren Bedürfnisse und Anforderungen wie Qualität, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit. Die Produktqualität sowie Kundengesundheit und -sicherheit haben dabei unsere höchste Priorität, die wir durch unser striktes, abteilungsübergreifendes Qualitätsmanagement sicherstellen. Dabei haben wir einen hohen ethischen Anspruch an uns selbst und an unser Handeln, den wir durch unser Compliance-Management-System garantieren.



# Zentis Innovationsökosystem

Seit Anfang 2020 dient die Abteilung Global Innovation Management als **Katalysator für alle Innovationen** der Zentis Gruppe. Hier werden Strukturen und Prozesse geschaffen und das Unternehmensklima für Innovationen innerhalb aller Abteilungen und auf Produktebene verbessert.

Im Berichtszeitraum standen besonders Nachhaltigkeitsthemen bei der Umsetzung im Vordergrund, wodurch die Schnittstelle zum Nachhaltigkeitsmanagement gestärkt werden konnte. Dabei beziehen wir in Innovationsprojekten auch aktuelle Trends von Kunden und Handel mit ein, z. B. „Plant-based“, Zuckerreduzierung, Bioprodukte und zertifizierte Rohwaren. Durch unser Innovation Management konnten bereits Synergien von Innovationsvorhaben geschaffen werden, z. B. indem ähnliche Projekte verknüpft und somit Ressourcen eingespart wurden. Fortan wird der Fokus verstärkt auf der erfolgreichen Umsetzung der Innovationsprojekte und Nutzung der Potenziale verschiedener Innovationstypen, z. B. Produkt-, Service- und Geschäftsmodellinnovationen, liegen.

## Tools und Projekte

### FruchtCampus

Im **FruchtCampus** haben wir in Aachen neben der Produktion neue Räume geschaffen, die in moderner, kreativitätsfördernder Umgebung auf dem neusten Stand der Technik alle Möglichkeiten für Workshops mit theoretischem wie auch praktischem Fokus bieten.

Auf einer Fläche von 2.100 m<sup>2</sup> ist ein komplettes Innovationsökosystem entstanden, das speziell für die kreative Zusammenarbeit von Mitarbeiter:innen und für den umfassenden Austausch mit Kund:innen und Geschäftspartner:innen konzipiert ist.

Seit Anfang 2020 finden regelmäßige Kundenevents in der „Customer-Relation-Area“ statt. Hier besteht die Möglichkeit, erarbeitete Ideen in einer Kreativ-Küche („**Show Kitchen**“) mit Sensorik-Labor gemeinsam physisch zu erarbeiten und zu verbessern.

Im März 2021 wurde der FruchtCampus vollständig eröffnet und weitere Bereiche wie der Vertrieb haben die neuen Räumlichkeiten bezogen, in denen die Mitarbeiter:innen agile Arbeitsplätze nutzen können. Zudem nutzen seitdem Start-ups das Start-up-Areal im FruchtCampus.



### Foresight

Unter Foresight verstehen wir die Aktivitäten unseres Unternehmens zur Vorausschau und Vorbereitungen auf Entwicklungen des Umfelds. Die Trenderfassung und -analyse erfolgt durch ein Experten-Gremium mithilfe verschiedener Workflows, die im Rahmen des Innovationsmanagements weiter ausgearbeitet werden. Hierdurch gestartete Projekte befassen sich u. a. mit alternativen Proteinquellen wie Pflanzen im Rahmen des durch das BMBF geförderten Innovationsraums New-FoodSystems für resiliente Lebensmittelsysteme, mit der Verwendung von Nebenstromprodukten/Food Waste sowie mit der Verbesserung der CO<sub>2</sub>-Bilanz.

## Start-ups bei Zentis

Mit dem **Zentis Ventures Studio** fördern wir Partnerschaften und unterstützen **Start-ups** situativ sowie bedarfsorientiert sowohl durch Coaching und mit unserem breiten Netzwerk an Partner:innen und Expert:innen als auch durch das Angebot der Nutzung der Räumlichkeiten im FruchtCampus. Nach Investitionen in die Start-ups Haferkater und DÖRRWERK 2021 ist die Etablierung des Ventures Studios der konsequente nächste Schritt, um mit frischen und unkonventionellen Denkweisen prozessrelevante Komponenten in innovative Konzepte zu übersetzen. Mit LEROMA, nextAudit, AFTS und OrbiLoop arbeiteten wir 2021 in Aachen an der Verwirklichung ihrer Geschäftsideen im Bereich Nachhaltigkeit.



Weniger Lebensmittelabfall: LEROMA entwickelt neben einer neuartigen Suchmaschine für Lebensmittelrohstoffe einen Marktplatz für überschüssige Bestände.



Audit-Hub für die Industrie: nextAudit arbeitet gemeinsam mit Zentis am Aufbau eines cloud-basierten, vollumfänglichen Audit-Systems. Lieferketten sollen von jedem Unternehmen des Netzwerks nachvollziehbar sein.



Klar dargestellte Lieferketten: AFTS entwickelt eine App, die Verbraucher:innen die Nachhaltigkeit eines Produkts transparent macht. Basis ist eine blockchainbasierte Track-&-Trace-Plattform.



Indoor-Farming: OrbiLoop bietet vollautomatische Kultivierung von Pflanzen im Indoor-Bereich und sorgt so ganzjährig für bestes Blattgrün.

## Synergien schaffen

Mit **Partnerschaften** wollen wir Synergien im Bereich Produktentwicklung, -innovation und Nachhaltigkeit kreieren, z. B. hinsichtlich der Trends „Botanicals“, Pflanzenextrakte und Clean Label. Dazu haben wir 2020 die Partnerschaft zwischen Zentis und Martin Bauer gegründet, „Zentauer“ genannt.

## Innovationsnetzwerke

Wir beteiligen uns aktiv in **Innovationsnetzwerken** wie im Foodhub NRW, KitchenTown und co.food. Hier engagieren wir uns mit weiteren Akteuren aus der Lebensmittelbranche für eine bessere, sichere und nachhaltige Lebensmittelproduktion.

## Global Innovation Journey

In unserer jährlich stattfindenden globalen Ideenkampagne (**Global Innovation Journey**) fördern und befähigen wir motivierte Mitarbeiter:innen und ihre innovativen Ideen von der Suche bis hin zur Umsetzung.

# Qualität und Sicherheit

Unsere hohe Qualität stellen wir durch unsere konsequente und lückenlose Qualitätspolitik an all unseren Produktionsstandorten sicher. Die Prozesse, wie regelmäßige Kontrollen und Zertifizierungen, unser prozessbegleitendes Qualitätsmanagement sowie ein enger Informationsaustausch mit externen Expert:innen, sind fest im Gesamtablauf und im Bewusstsein der Mitarbeiter:innen verankert.

Obwohl unsere verschiedenen Standorte ein unabhängiges Qualitätsmanagementsystem etabliert haben, haben wir uns durch die Neuaufstellung des Bereichs Global Continuous Improvement & Quality globaler aufgestellt. Künftig wollen wir so gemeinsam Herausforderungen und zunehmend komplexere Themen erfolgreich bearbeiten.





# Zertifizierungen und Standards

Die unternehmenseigenen Abläufe und die ordnungsgemäße Umsetzung sämtlicher Qualitätsmaßnahmen überprüfen wir regelmäßig sowohl durch interne Audits als auch mithilfe externer Zertifizierungsorganisationen. Auch die Standorte unserer Tochtergesellschaften sind jeweils nach einem Food-Safety-Management-System zertifiziert. Die Audits des Zertifizierungsprozesses finden dabei zunehmend unangekündigt statt.



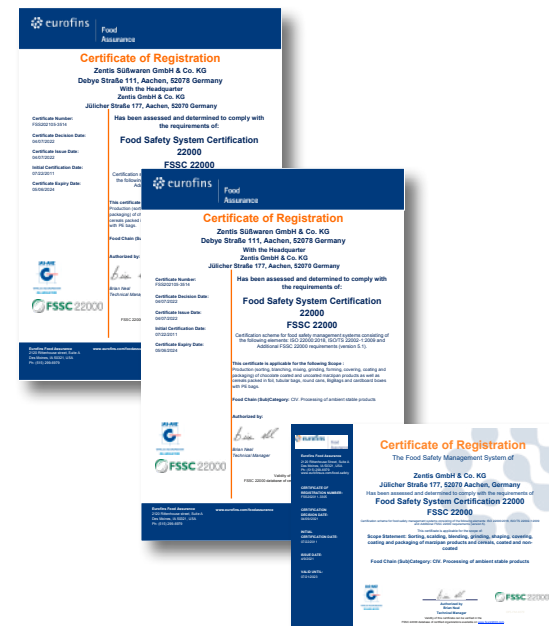
## Unsere Zertifizierungen:

-  IFS (International Featured Standard) Food 7
-  FSSC (Food Safety System Certification) 22000
-  Allergeninspektion nach ISO 17020 (Werk I in Aachen)
-  Bioprodukte (EG-Öko-VO (Bio), Naturland)
-  Lebensmittel ohne Gentechnik („GVO-frei“ und „GVO-frei Österreich“)
-  Vegetarische und vegane Produkte (Qualitätssiegel der European Vegetarian Union (EVU) „V-Label vegetarisch“ und „V-Label vegan“)

Weitere produktbezogene Zertifizierungen werden im Kapitel „Verantwortung in der Rohstoffbeschaffung“ näher beschrieben.

Ebenso wie wir unsere Partner kontrollieren, werden wir von vielen unserer Industrie- und Handelskunden auditiert. Im Berichtszeitraum führten unsere Kunden bei uns 10 Audits und auditnahe Besuche an unseren Standorten in Aachen durch, um sich davon zu überzeugen, wie wir ihre Qualitätsvorgaben einhalten. Aufgrund der Corona-Pandemie fanden in den Berichtsjahren weniger Besuche statt als zuvor.

Alle Audits wurden im Berichtszeitraum positiv abgeschlossen. Es gab keine Verstöße im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von unseren Produkten.



# Maßnahmen zur aktiven Qualitätssicherung

## Aktiv informieren

Wir prüfen täglich die Meldungen des RASFF (Rapid Alert System for Food and Feed) sowie regelmäßig die Aktualisierungen von Berufsverbänden wie dem Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie (BOGK), dem Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI) und externen Laboren und Verbraucherforen. Unser Ziel dabei: schneller reagieren und den Kunden sowie uns selbst einen Informationsvorsprung zu verschaffen.

## Aktiv gegen Food Fraud

Unser Zentis Food Fraud Team bewertet anhand einer Verwundbarkeitsanalyse mögliche Risiken und identifiziert entsprechende Maßnahmen gegen Lebensmittelfälschung. Bereits 2016 fand dazu ein erfolgreicher Workshop mit unseren internationalen, strategischen Lieferanten zu den Themen Prävention und Analytik statt. Seitdem wird die Gefahr des Lebensmittelbetrugs jährlich neu bewertet.

Thematisiert werden unter anderem die Verfügbarkeit bestimmter Rohwaren, Preisentwicklungen und Herkunftsländer, aber auch bekannte Verstöße und Informationen, die wir über unsere Partnerlabore und von

Verbänden erhalten. Außerdem werden verschiedene Berichte, die die bekannten Verstöße zu Lebensmittelfälschungen auflisten, sowie das „Knowledge Center for Food Fraud and Quality“ bei der Risikobewertung hinzugezogen.

Bei tagesaktuellen Meldungen von Food-Fraud-Fällen wird unmittelbar intern überprüft, ob Zentis-Produkte betroffen sein könnten und ggfs. Maßnahmen ergriffen. Wir integrieren risikoorientierte und anlassbezogene Analysen in unsere Proben- und Prüfpläne.

## HACCP-Konzept

Wir führen eine Risikobetrachtung der Rohstoffe, des Produktionsprozesses und der Verwendung beim Kunden durch. Unser HACCP-System wird regelmäßig von unserem HACCP-Kernteam evaluiert.

## Wareneingangskontrolle

Jede Anlieferung wird streng kontrolliert. Bei unseren Frucht-Rohwaren prüfen wir 1 % der gesamten Anlieferung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Lieferanten gewährleisten wir die Rückverfolgbarkeit unserer Rohstoffe von der exakten Herkunft bis hin zur verwendeten Charge.



## Warenausgangskontrolle

Vor jeder Auslieferung an den Handel oder die weiterverarbeitende Industrie werden unsere Produkte in den Zentis-Laboren auf sensorische, mikrobiologische und analytische Qualitätsparameter geprüft.

## In-Prozess-Kontrolle

Während des gesamten Herstellungsprozesses kontrollieren wir die Einhaltung der strengen Vorgaben der Lebensmittelgesetzgebung und EU-Verordnungen, die unserer Kunden und unserer eigenen Anforderungen.

## Fremdkörperdetektion

In den Produktleitungen sind hochleistungsfähige Neodym-Magnete, Metalldetektoren und Röntgentechnik eingebaut. Zusätzlich haben wir im Berichtszeitraum zur Vermeidung von Fremdkörpern (z. B. Kernen) stetig den Siebeinsatz bei verschiedenen Fruchtsorten optimiert und präzisiert. Die regelmäßige Verifizierung unserer Detektionssysteme zeigt, dass die implementierten Maßnahmen zur Fremdkörpervermeidung erfolgreich sind. Interne Prozessaudits

## Interne Prozessaudits

Es findet eine risikoorientierte interne Auditierung aller Bereiche von Zentis unter der Organisation der Abteilung Global Continuous Improvement & Quality statt. Alle Bereiche mit direktem Einfluss auf die Lebensmittelsicherheit werden mindestens jährlich auditiert. Aber auch alle anderen Bereiche werden von den geschulten Kolleg:innen hinsichtlich der Zentis-Standards und -Leitlinien in regelmäßigem Abstand überprüft. Die Bereiche werden zu Themen wie Abteilungsziele, Energieeinsparung, Diskriminierung, Hygiene und Prozessablauf befragt. Ggfs. anfallende Verbesserungsmaßnahmen legen die Bereiche gemeinsam mit den Auditor:innen fest. Es wird ebenfalls Raum gegeben, den Kolleg:innen Empfehlungen bezüglich ihrer Prozesse mitzuteilen und somit kontinuierliche partnerschaftliche Verbesserungen bei Zentis zu leben. Vereinbarte Maßnahmen müssen innerhalb einer Frist nachweislich umgesetzt werden.

# Immer up to date

## Schulungen von Mitarbeiter:innen

Personal- und Betriebshygiene sowie die kontinuierliche Schulung der Beschäftigten sind zentrale Elemente unseres Qualitätsmanagementsystems und werden von Kolleg:innen mit externer Unterstützung oder nur durch Externe durchgeführt. Verpflichtend für alle Beschäftigten ist dabei z. B. die jährliche Hygieneschulung. Während der Corona-Pandemie wurde die Anzahl von Präsenzs Schulungen erhöht, um die Teilnahme vor Ort zu entzerren und die Gesundheit der Mitarbeiter:innen sicherzustellen.

Darüber hinaus koordiniert die Abteilung Human Resources in einem Rahmenplan über 30 weitere Schulungen und Trainings, die neben der Produktionstechnik auch regelmäßig wiederkehrende Sensibilisierungen hinsichtlich Lebensmittelsicherheitskultur, Energiemanagement und Gleichbehandlung bei Zentis umfassen. Der Plan wird jährlich aktualisiert und seine Umsetzung in den internen Audits überprüft, die von geschulten internen Auditor:innen durchgeführt werden.

Zukünftig soll das Schulungsangebot von Zentis vollständig über unsere digitale HR-Schulungsplattform stattfinden. *siehe Kapitel Beschäftigte bei Zentis*

## Krisenmanagement

Krisenfälle können unterschiedlicher Natur sein. Die Corona-Pandemie hat dafür gesorgt, dass sich das Krisenteam in den vergangenen Jahren als wichtige Instanz bewährt hat. Die sich immer wieder verändernden gesetzlichen Regelungen und damit einhergehenden innerbetrieblichen Maßnahmen haben das Krisenteam oft vor zusätzliche Herausforderungen gestellt.

Das Krisenmanagement von Zentis wurde im Zeitraum zwischen 2020 und 2021 breiter aufgestellt. Eine größere Anzahl von Krisenmanager:innen aus dem Team Global Continuous Improvement & Quality soll in Krisenfällen eine flexible und professionelle Abwicklung gewährleisten und die standardisierten Abläufe koordinieren.



## Respektvolles Miteinander: Zentis Compliance

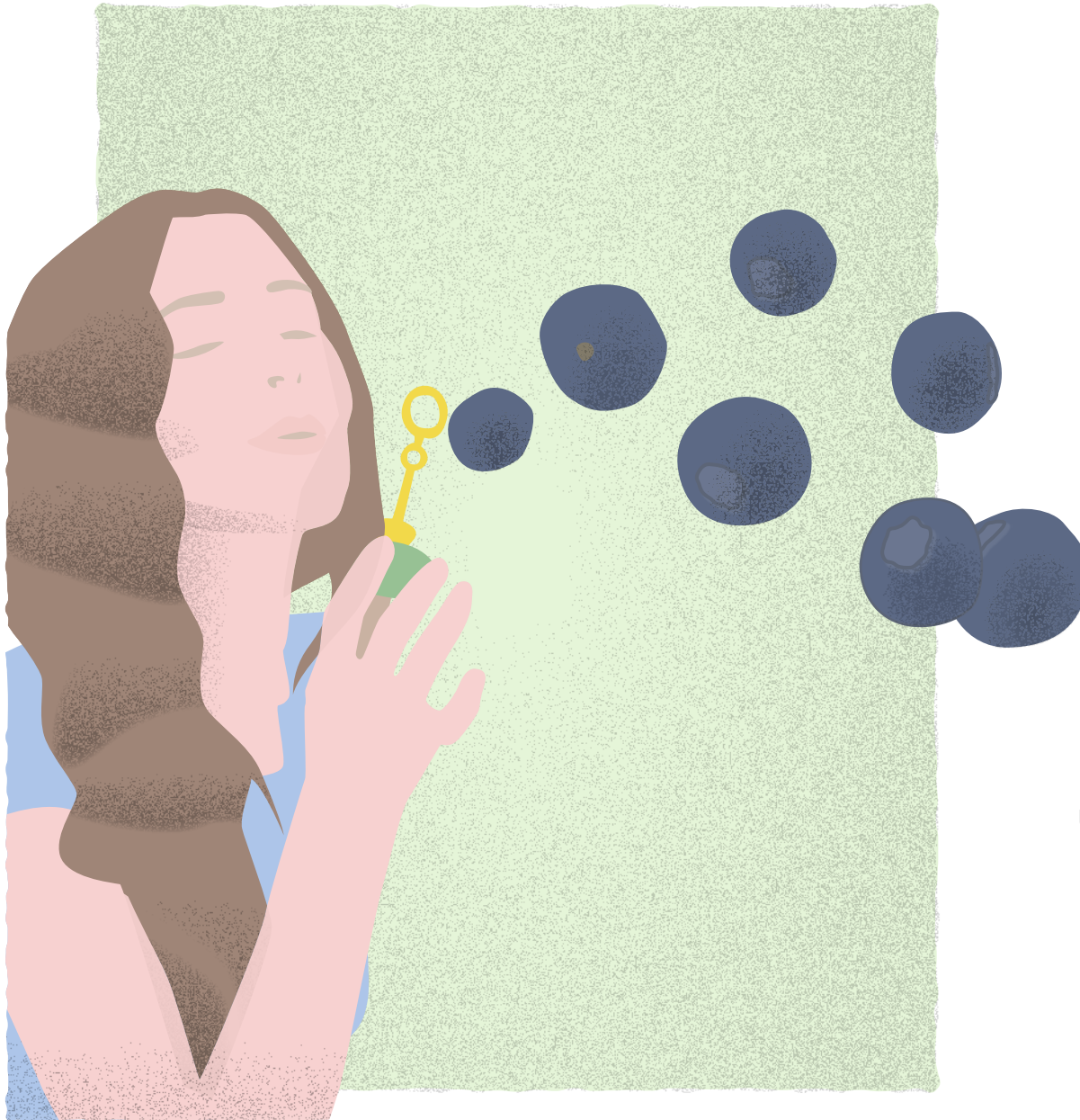
Auf der Basis unseres hohen ethischen Anspruchs pflegen wir ein professionelles und respektvolles Verhältnis zu unseren Mitarbeiter:innen, Kunden und Lieferanten. Seit 2012 haben wir diese Arbeitsmoral für alle Standorte einschließlich aller ausländischen Töchter und Minderheitsbeteiligungen verpflichtend in unserem Compliance Management System (CMS), zertifiziert nach IDW PS 980 (Institut der Wirtschaftsprüfer), festgehalten. In den USA liegt zusätzlich ein verbindliches Regelwerk im „Employee Handbook“ vor.

Unsere Richtlinien gehen über die gesetzlichen Vorgaben hinaus und sind folgendermaßen strukturiert: Unser Ethik-Kodex bildet die Grundlage für den Zentis Supplier Code of Conduct und erfüllt die grundsätzlichen Kundenanforderungen an Ethik-Kodizes. Zusätzlich ist unser Richtlinienwesen zu den Themen Ethik, Compliance, Korruption, Kartell und Geschenke fester Bestandteil unseres CMS.

Unsere Bereichsleitung ist gleichzeitig die Compliance-Beauftragte, ebenso wie die jeweiligen Geschäftsführer der Tochtergesellschaften. Sie werden regelmäßig zum Regelwerk Compliance geschult und von externen Berater:innen unterstützt.

Im Berichtszeitraum wurde auf die Erstellung eines Compliance-Berichts verzichtet. Aufgrund der Pandemie war es nicht möglich, sich ein eigenes Bild der Gegebenheiten vor Ort zu machen, insbesondere waren Besuche an den Auslandsstandorten und damit persönliche Interviews sowie Besprechungen nicht möglich. Vorfälle von Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich sind für die Berichtsjahre 2020/2021 nicht bekannt.





# Natürliche Produkte

**Expertise zum Genießen ›**

**Innovation aus Tradition ... ›**

**Die Marke Zentis ›**

**Unser NaturRein-Konzept auf einen Blick ›**

**Soziale Transparenz:  
Zentis online und Social Media ›**

**Unsere Verpackungen ›**

# Expertise zum Genießen

**Zentis ist globaler Impulsgeber für natürliche und genussvolle Ernährung.** Mit natürlichen Rohstoffen, innovativen Ideen und Produktionsverfahren setzen wir Akzente im Markt. Diese Kreativität macht Zentis zu einem der führenden Fruchtverarbeiter. Unsere vielfältigen Lösungen verfeinern Milchprodukte, Milchalternativen, Backwaren und vieles mehr.

Unsere Kernkompetenz liegt in der Verarbeitung und Zubereitung von Früchten, überwiegend für die weiterverarbeitende Industrie. Im Süßwarenbereich liegt unsere Expertise in der Zubereitung von Marzipanrohmassen. Im Wesentlichen bedienen wir dabei folgende Felder:



## Fruchtzubereitungen für die Milchindustrie

Fruchtzubereitungen für Joghurt, Quark, Süßdesserts, Trinkjoghurt, Milchlischgetränke, Eiscreme sowie pflanzliche Milchalternativen. Erfolgreiche Produkt-Revolutionen sind außerdem stabile Schokosplits und Schokocerealien, welche eingerührt in Joghurt, Desserts und anderen Anwendungen knackig bleiben, Getreide- und „Warm Flavour“-Zubereitungen sowie hochstückige Fruchtzubereitungen.

## Fruchtzubereitungen und Rohmassen für die Back- und Süßwarenindustrie

Backfüllungen, wie Fruchtzubereitungen, süße Cremes, Spezialfüllungen, die back- und/oder gefrierstabil sind, Marzipanrohmassen, Gel-Zubereitungen, Glasuren und Dekorationen.

## Brotaufstriche für Handel und Verbraucher

Vielfältiges Sortiment, darunter bekannte Marken wie das Pflaumenmus Original Aachener Pflümli, der Fruchtaufstrich 50 % weniger Zucker, die Nuss-Nougat-Creme Nusspli sowie unser neues NaturRein-Sortiment.

## Süßwaren für den Endverbraucher

Produktion von Marzipanrohmasse zum Backen und Naschen und Herstellung saisonaler Artikel wie Marzipanbrote, Marzipankartoffeln und Marzipaneier sowie schokolierete Ganzjahresartikel mit und ohne Marzipan – stets den aktuellen Bedürfnissen der Verbraucher:innen entsprechend (z. B. Trendsorten, kleinere Verpackungsgrößen, vegane Produkte).

# Innovation aus Tradition ...





... ist nicht nur unser Credo, sondern auch der Anspruch an unsere Produktentwicklung, um individuellen Kundenwünschen flexibel und schnell gerecht zu werden. Dabei verzahnen wir das umfangreiche Know-how unserer Forschungs- und Entwicklungsspezialist:innen mit dem unserer Mitarbeiter:innen aus dem Einkauf, der Produktion, dem Marketing und der Qualitätssicherung.

Unsere Standorte in Polen, Ungarn und den USA sowie Zentis Süßwaren verfügen ebenso über eine eigene Produktentwicklung, die den jeweiligen Kompetenzen der Standorte entspricht. Zentis Polen entwickelt unter anderem neue Verfahren und Produkte im Bereich würzige Zubereitungen und natürliche Farbstoffe.

Das Herzstück unseres Innovationsprozesses ist die sogenannte Innovationspipeline, in deren Rahmen neue Ideen auf mehreren Stufen bewertet und schrittweise erarbeitet werden. Sie dient der Sicherstellung eines kontinuierlichen Outputs an marktfähigen Innovationen. Hierfür wurden internationale Plattformen geschaffen mit dem Ziel, die globalen Strukturen im Bereich der Produktentwicklung zu stärken und den internen Datenaustausch effizienter und transparenter zu gestalten. Diese Plattformen dienen der Priorisierung von Trendthemen sowie der entsprechenden Förderung von Innovationen und spiegeln die steigenden Anforderungen hinsichtlich Nachhaltigkeit und Natürlichkeit wider.



## Unsere erfolgreichsten Produktrevolutionen:

-  Hafergrundstoffe – auch in glutenfrei – für Non-Dairy-Produkte (Milchersatzprodukte)
-  Fruchtzubereitungen für Non-Dairy-Produkte (Milchersatzprodukte)
-  Bio-Fruchtzubereitungen ohne Stabilisierung
-  Neue Formen von stabilen Schokocerealien



# Unsere internationalen Plattformen

- 1. Clean Label:** Obwohl es keine gesetzliche Definition für „Clean Label“ gibt, steht der Begriff in erster Linie für Transparenz: von der Transparenz über die Qualität natürlicher Produkte bis hin zu den Inhaltsstoffen, die in künstlich verarbeiteten Produkten verbleiben. Um diese Transparenz zu schaffen, sollte ein sauberes Produkt möglichst wenig verarbeitet sein und aus einfachen, natürlichen Zutaten bestehen. Die Plattform befasst sich mit unterschiedlichen Clean-Label-Angeboten: Natural, Clean, Ultra Clean.
- 2. Sugar Reduction:** Umfasst Möglichkeiten, den Zuckergehalt von Zubereitungen zu reduzieren. Dazu werden die Möglichkeiten von alternativen Zuckern, Süßstoffen und Aromen zur Hebung des Geschmacksprofils betrachtet und Best-Practice-Beispiele festgehalten.
- 3. Functionality:** Umfasst die Anreicherung mit funktionellen Additiven. Außerdem werden hierfür relevante Informationen zu Lieferanten, Verarbeitung, lebensmittelrechtlichen Grundlagen etc. gebündelt.
- 4. Plant-based:** Umfasst neue Entwicklungen für den wachsenden Markt der Milchalternativen, z. B. den Einsatz neuer Rohwaren, die Zubereitungen für Plant-based-Endprodukte oder die Herstellung von Compounds.
- 5. Organic:** Befasst sich mit „Bio“ in allen relevanten Ausprägungen. Es wurde eine Bio-Taskforce gegründet, die einen Rohwarenkatalog/eine Menucard erstellt hat, welcher alle Standardfruchtsorten mit den verschiedensten Attributen wie Geschmack, Preis, Qualität und Verfügbarkeit ausweist.
- 6. Daredevil:** Sammelt und dokumentiert Ideen der Entwickler:innen. Es wurde ein Ablauf aufgestellt, um die Ideen zu prüfen, einzuschätzen und weiter zu fördern. Zusätzlich sind hier weitere Tools und Inspirationen hinterlegt, um Ideen kreativ zu erzeugen und zu fördern.
- 7. Processing Technology:** Soll sämtliche Prozesse in der Zentis-Welt grob darstellen, um für standortübergreifende Transparenz zu sorgen. Mit dem gemeinsamen Verständnis der Möglichkeiten sollen besonders Technologieprojekte gemeinsam bearbeitet werden.
- 8. Productivity:** Identifiziert Optimierungspotenzial bei Rohstoffen, Technologien oder Produktionsprozessen mit dem Ziel, entsprechende Maßnahmen umzusetzen.
- 9. Indulgence:** Steht für Genuss und umfasst beispielsweise Schokosplits oder UHT-Zubereitungen mit Karamell, Kaffee, Nuss und Schokolade. Die Plattform dient dem länderübergreifenden Austausch über Trends, Produkte, Rohwaren und produktgruppenrelevante Prozesse.
- 10. Sustainability:** Bearbeitung von Nachhaltigkeitsprojekten in der Produktentwicklung und Unterstützung des zentralen Nachhaltigkeitsmanagements, wie z. B. die Analyse unseres Ressourcenverbrauchs durch Berechnungen von Carbon Footprints unserer Fruchtzubereitungen sowie die Durchführung von Hot-Spot-Analysen von Rohstoffen.
- 11. Bakery:** Die Plattform entwickelt Lösungen für die Back- und Süßwaren-Industrie (z. B. Füllungen für Backwaren und Desserts), eine breite Produktpalette zu aktuellen Food-Trends und innovative Applikationen.

# Die Marke *Zentis*

Unter der Marke Zentis vertreiben wir Brotaufstriche und Süßwaren über den Lebensmittelhandel an unsere Endkunden. **Immer das Beste aus Früchten zu machen** ist dabei nicht nur unser Anspruch, sondern unser Markenversprechen für unsere Kunden und Partner.

## Das Kernsortiment der Marke Zentis:



NaturRein



50 % weniger Zucker



Frühstücks-Konfitüre



Aachener Pflümli



Nusspli



Erdnussbutter



Marzipanrohmasse



Belmanda Edelmarzipan



Traditions Marzipan und Premium Edelmarzipan zu Ostern und Weihnachten



Schokolierter Cerealiensnack

## Markenentwicklung

Im Berichtszeitraum wurde insbesondere die Modernisierung für die B2C-Brottaufstriche im Kernsortiment vorangetrieben und die Innovationspipeline mit Produktkonzepten für den Bereich B2C weiter ausgebaut und umgesetzt. Ziel ist es, aktuelle Trends und neue Märkte zu erschließen.

Auch die Zentis Süßwaren setzt auf Produktinnovationen und entwickelt sich derzeit vom klassischen Marzipanhersteller hin zum breiter positionierten Süßwarenhersteller mit bedarfsgerechtem ganzjährigem Angebot.

## Die wichtigsten *Innovationen* der Marke Zentis:



Sehr erfolgreicher Launch der rein pflanzlichen Erdnussbutter in den Sorten Creamy und Crunchy in 2020. Seitdem als starke Marke positioniert – 2021 zeitweise als Nummer-eins-Marke. Das Alleinstellungsmerkmal der Marke ist der Anteil von 90 % Erdnuss, der nicht nur für einen besonders aromatischen, vollen Geschmack sorgt, sondern auch eine natürliche Proteinquelle bietet. Perfekte Alternative oder Ergänzung zur klassischen süßen Creme – egal ob zum Frühstück, zum Kochen oder für zwischendurch.



Erfolgreicher Launch des neuen Premiumsortiments NaturRein Fruchtaufstriche im April 2021 mit 12 Sorten und drei Untersegmenten: Klassik, 75% Fruchtstückig, 75% Fruchtpassiert.



Erfolgreiche Erweiterung des Sortiments der 50% weniger Zucker Fruchtaufstriche in 2020 um fein passierte Sorten.



Ausbau der 50 % weniger Zucker Marke um 50 % weniger Zucker Cremes der Sorten Haselnuss-Kakao, Milch-Haselnuss und Kakao mit Kakao-Nibs ab Oktober 2021. Besonderheit im Vergleich zu herkömmlichen Nuss-Nougat-Cremes: keine Konservierungsstoffe und künstliche Süßungsmittel. Zusätzlich wird auf Palmöl verzichtet.



Nach dem erfolgreichen Verpackungsrelaunch des Saisonsortiments unserer Süßwarenartikel liegt der Fokus derzeit auf dem Aufbau der Ganzjahresrange unter der Marke Belmanda (Edelmarzipan Minis und Riegel in je drei Sorten).



Entwicklung veganer Marzipanrohmasse, für 2022 ist die Einführung veganer Marzipankartoffeln geplant.

# Unser Konzept

## NaturRein

### auf einen Blick

Weil die Natur unser wichtigster Lieferant ist, möchten wir ihr auch etwas zurückgeben und zum Erhalt natürlicher Lebensräume aktiv beitragen. Deshalb handeln wir bei NaturRein streng nach unserer Fair-to-Nature-Philosophie.



**Natürliche Rezepturen:** Clean-Label-Ansatz mit je nur drei klassischen Zutaten: Frucht, Gelierzucker, Zitronensaft



**Aromatische Früchte aus kontrolliertem Anbau:** handverlesene, sonnengereifte Feld- und Waldfrüchte aus naturförderndem Anbau – rückverfolgbar bis zum Feld



**Klimaneutral durch Kompensation:** Gemeinsam mit ClimatePartner unterstützen wir dafür ein Waldschutzprojekt in Peru



**Fair-to-Nature-Initiative:** Unterstützung von Projekten zur Pflege und zum Erhalt von Streuobstwiesen und Blühflächen



**Kooperationen:** Initiative Blütenparadies im FAUK e. V., (beide Initiativen fördern die Anlage von Blühflächen auf den Feldern in der Region Aachen als Nahrungsquelle für Insekten), Natur- und Kulturinitiative STREUOBSTWI-SEN Kottenheim e. V. (schützt, fördert und

erhält Streuobstwiesen rund um Kottenheim in Rheinland-Pfalz – tierischer und pflanzlicher Lebensraum), Naturefund e. V. (wertvolle, alte Obstsorten erhalten – Naturefund setzt sich u. a. für den Erhalt der artenreichen Streuobstlandschaft Wiesbadens ein)



# Soziale Transparenz:

# Zentis online und Social Media

Die Marke Zentis steht für offene und transparente Kommunikation über alle Kundenkreise und Anspruchsgruppen hinweg. Eine direkte, schnelle und verbindliche Korrespondenz ist uns sehr wichtig und wird plattformübergreifend praktiziert.

## Website & YouTube-Kanal

Wir geben hier unter anderem bereichsübergreifende Einblicke, z. B. in unsere Herstellungsprozesse von der Rohware bis zum Endprodukt. Dabei erklären wir stets alle Schritte, Herausforderungen sowie Anforderungen. Im Zuge des NaturRein-Launches haben wir eine Landingpage erstellt, die uns deutlicher präsentiert, wie wir sind: authentisch, emotional, modern. Diese Landingpage haben wir uns als Maßstab genommen für den Umbau unserer gesamten Website, deren Relaunch Anfang 2022 stattfand. Zusätzlich findet eine gemeinsame Nutzung der Social-Media-Accounts von Ehrmann und Zentis für Ehrmann High Protein Snacks statt.

## Facebook, Instagram & LinkedIn

Auf Facebook ist ein großer Teil unserer Hauptzielgruppe noch immer sehr aktiv unterwegs. Allerdings wächst Instagram weiter und gewinnt an Beliebtheit. Deshalb wird der Fokus verstärkt auf Instagram gelegt und die Kommunikation auf Instagram und LinkedIn in Zukunft ebenfalls weiter ausgebaut. Auf allen Plattformen halten wir engen Kontakt mit unseren Followern und bekommen direktes Feedback zu Produktneuheiten und Launches, die wir über unsere Seite teilen.

## Pinterest

2019 eingerichtet, dient Pinterest mit Koch- und Backrezepten als Inspiration mit 225.111 Impressions im Jahr 2021.

## Newsletter

Hier informieren wir über alle Neuigkeiten rund um unser B2C-Geschäft. Der Newsletter gehört zu einem unserer wichtigsten Kommunikationstools und wird ca. sechsmal im Jahr versandt.

## Kennlernaktionen und Testpakete

Aktionen und Testpakete mit Neuprodukten sind sehr beliebt bei der Zielgruppe und wertvoll für uns im Sinne der Produktentwicklung, Generierung von Weiterempfehlungen und zur Steigerung der Bekanntheit. Im Berichtszeitraum haben wir folgende Aktionen durchgeführt:



Kennlernaktionen zu Produkteinführungen wie 50% weniger Zucker passiert und Erdnussbutter



NaturLiebeChallenge in 2021: Adressaten konnten aus drei nachhaltigen Projekten ihren Favoriten wählen, der dann in der Spendenpromotion berücksichtigt wurde; Spendenpromotion, bei der Zentis pro verkauftem Glas 10 Cent an Naturefund e. V. gespendet hat und konkret das „Aufforstungsprogramm für den Bärenschutz“ in Nordspanien unterstützt. Zusätzlich wurden Teilnehmer:innen eingeladen, ihr eigenes Engagement für die Natur online zu posten und so an einem Gewinnspiel teilzunehmen.



Adventskalender- bzw. Winteraktion



Sampling-Aktion Belmanda Minis und Ehrmann am POS



Teilnahme an Food-Abo-Boxen zur Steigerung des Bekanntheitsgrads bei Verbraucher:innen



Kooperationen mit Fairtrade u. a. zu Gewinnspielen und Adventskalendern und Verkostungsaktionen in den Märkten



Zusätzlich gibt es regelmäßig Gewinnspielaktionen auf unserer Website, wo verschiedene Produkte beworben werden.

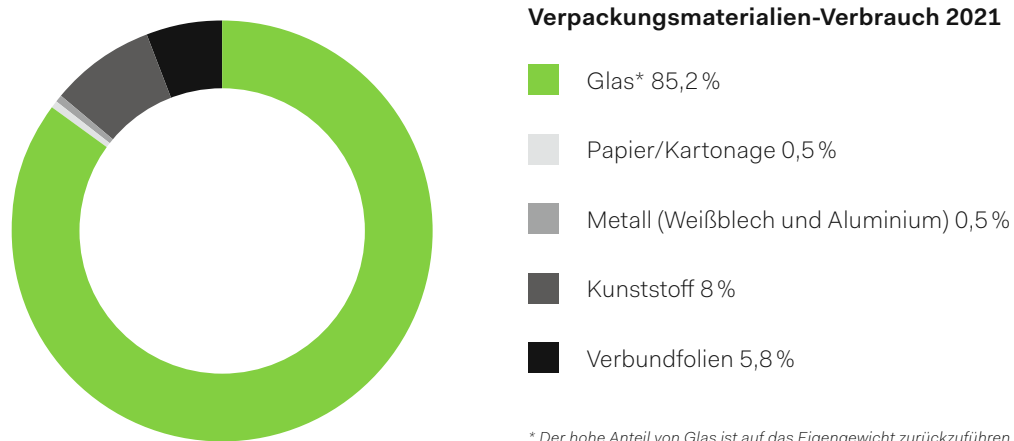
# Unsere Verpackungen

## Produktanforderung und Umweltschutz, bestmöglich vereint

Nachhaltige Verpackungen werden für den Handel und Verbraucher:innen immer wichtiger. Bei Zentis arbeitet die Abteilung „Verpackungsentwicklung“ an der Neu- und Weiterentwicklung sowie der stetigen Optimierung und Harmonisierung von Verpackungssystemen. Sie kümmert sich um den effizienten Einsatz von Verpackungsmaterial, unterstützt den Einkauf bei der Beschaffung sowie die Technik- und Produktionsabteilungen bei der Implementation und behält dabei stets die Kosten und die Lieferkette im Blick. Um den sich wandelnden Nachhaltigkeitsanforderungen von Lebensmittelverpackungen weiterhin gerecht werden zu können, wurde die Abteilung Ende 2021 organisatorisch neu aufgestellt und personell aufgestockt. Zukünftig wird sie sich verstärkt Themen der Kreislaufwirtschaft, Bioökonomie und alternativen Verpackungsmaterialien widmen.



## Anteil Verpackungsmaterialien am Gesamtverbrauch in Prozent



\* Der hohe Anteil von Glas ist auf das Eigengewicht zurückzuführen.

## Einsatz der Materialien

Für unsere Konfitüren nutzen wir **Gläser** mit **Weißblechdeckel**. Dieser Deckel ist für einwandfreies Verschließen mit einer Dichtmasse („Compound“) versehen, welche etwa 10 % des Gesamtgewichtes ausmacht. Erstmals werden in unserem NaturRein-Sortiment PVC-freie Deckelcompounds eingesetzt, die ohne potenziell schädliche Weichmacher auskommen und beim thermischen Recycling keine giftigen Verbrennungsprodukte freisetzen. Die Etiketten unserer Konfitüregläser bestehen ausschließlich aus recyclingfähigem Papier.

Der Großteil an **Kunststoffverpackungen** resultiert aktuell noch aus den Bechern des Frühstückskonfitüre-Sortiments und der süßen Cremes (Nusspli und Belmandel). Zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit wird die Frühstückskonfitüre mit einer **Aluminium-Platine** verschlossen, die allerdings nur einen geringen Anteil im Verpackungsaufkommen ausmacht. Die restlichen Kunststoffverpackungen sind Verbundfolien im Bereich Süßwaren sowie die aktuell bereits nicht mehr produzierten Konfitüren-Portionsverpackungen, diese wurden in der Abbildung separat erfasst.

Der Einsatz von Kunststoff aus Post-Consumer-Rezyklen in unseren Produktverpackungen, welche in direktem Kontakt zum Lebensmittel stehen, ist aus lebensmittelrechtlichen Gründen leider in naher Zukunft nicht möglich.



## Unsere Maßnahmen und Projekte



Reduzierung des Verpackungsmaterials (dünnere Folien) und Einsatz von Monomaterialien (z. B. OPP) zur Erhöhung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen der Süßware.



Bereits jetzt sind viele Kunststoffverpackungen zu 90–100 % recycelbar, darunter Wickelfolien der Marzipanbrote, Folien der Marzipanrohmasse und Kunststoffrunddosen der Marzipankartoffeln.



Prüfung innovativer Lösung für eine mögliche Umstellung auf papierbasierte flexible Verpackungen (Beutel) in der Süßware.



Trays der Konfitüren, Süßwaren und Produktaufsteller sowie die Banderolen unseres NaturRein-Sortiments aus 100 % FSC-zertifizierten Kartonagen.



Die Verpackung von NaturRein vereint Ästhetik und Nachhaltigkeit: einzigartige Glasform, PVC-freier Twist-off-Verschluss und innovativer Korkdeckel, hergestellt aus Abfällen der Korkproduktion. Die Verpackung ist so konzipiert, dass sie für DIY-Projekte und zum Upcycling genutzt werden kann.



Die sukzessive Umstellung der Frühstückskonfitüren und der süßen Cremes von Kunststoffbecher auf Glasware bis Ende 2022. Die Frühstückskonfitüre-Gläser sollen zudem mit einem leicht zu recycelnden PET-Sleeve umhüllt werden, welches ebenfalls zum Teil aus Recyclingkunststoff besteht.



Machbarkeitsstudien zum Einsatz alternativer Packstoffe (Naturfaser-Papiere, biobasierte Hotmelts).



Bewertung von Packmitteln nach der geplanten neuen „Druckfarbenverordnung“, die sicherstellen soll, dass keine gesundheitsschädlichen oder giftigen Substanzen aus der bedruckten Verpackung (Folie, Etiketten ...) auf das Produkt übergehen. Dies beinhaltet indirekt auch den Einsatz von mineralölfreien und migrationsarmen Druckfarben (frei von MOSH/MOAH).



Die Anlieferung der Fruchtzubereitungen erfolgt überwiegend in Mehrweg-Edelstahlcontainern, die mehrere hundert Male verwendet werden können und von unserer Logistik im Zuge der nächsten Anlieferung abgeholt werden, sodass keine LKW-Leerfahrten entstehen.



Kurze Transportwege beim Einkauf der Verpackungen; großvolumige Verpackungen und schwere Verpackungen wie Glas überwiegend aus regionalem Bezug.



# Beschäftigte *bei Zentis*

**Das Familienunternehmen  
aus Aachen ›**

**Arbeiten bei Zentis in Zahlen ›**

**Was zeichnet Zentis als Arbeitgeber aus? ›**

**Qualifizierung und Personalentwicklung ›**

**Arbeitssicherheit ›**

**Soziales Engagement ›**

# Das Familienunternehmen aus Aachen

Als großes mittelständisches Unternehmen verfolgen wir eine wertebasierte und zukunftsorientierte Personalpolitik. Unsere zentralen Werte haben wir unter den Oberbegriffen Vertrauen, Offenheit und Respekt definiert. Diese spiegeln sich in unserer Unternehmenskultur wider.

Mit vielfältigen tariflichen und betrieblichen Unternehmensleistungen und „Benefits“ möchten wir zur Zufriedenheit, Motivation und nicht zuletzt zur Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen beitragen. Alle Maßnahmen tragen nicht nur zur persönlichen, fachlichen und kulturellen Weiterentwicklung und Qualifikation unserer Mitarbeiter:innen bei, sondern fördern auch die Identifikation mit dem Unternehmen und sind ein Zeichen der Wertschätzung. Die strategische Ausrichtung dieser Maßnahmen wird in der „Zentis People Strategy“ gebündelt, mit der wir uns zukünftig intern im Fachbereich Human Resources auch stärker global organisieren möchten.



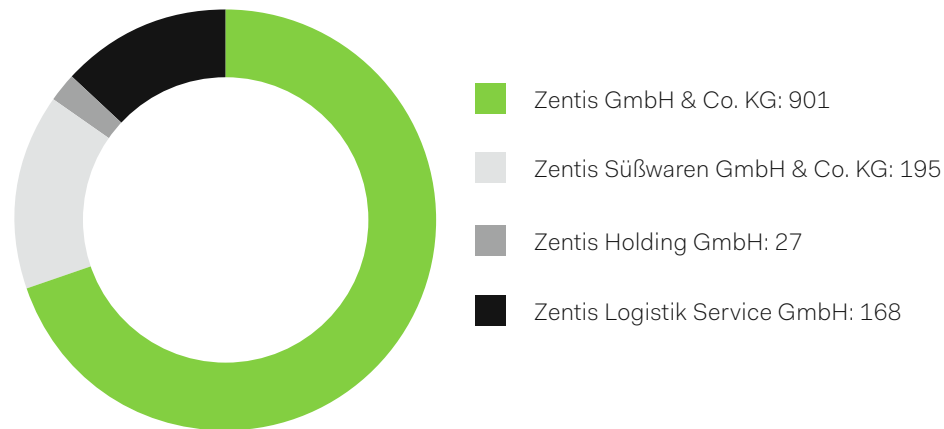
# Arbeiten bei Zentis in Zahlen

An unseren Standorten in Deutschland beschäftigt Zentis 1.291 Mitarbeiter:innen. Weltweit sind in den Unternehmen der Zentis Gruppe 2.193 Mitarbeiter:innen beschäftigt (Stand 31.12.2021).

Im Zeitraum 2019 bis 2020 wurde weiterhin an einer hohen Ausbildungsquote festgehalten. Die Anzahl der Ausbildungsplätze erhöhte sich von 47 auf 50 Stellen.

Zur Abdeckung von Auftragsspitzen sowie im Rahmen von Urlaubs- und Krankheitsvertretungen kommen weiterhin Zeitarbeitnehmer:innen zum Einsatz. Die durchschnittliche Anzahl der Zeitarbeitnehmer:innen an allen deutschen Standorten konnte im Berichtszeitraum von 96 im Jahr 2019 auf 84 Zeitarbeitnehmer:innen in 2021 reduziert werden.

## Anzahl Mitarbeiter:innen Deutschland 2021



## Wichtigste Herausforderungen und Erfolge

Im Berichtszeitraum lag der Fokus für Zentis weiterhin auf dem demografischen Wandel, dem Fachkräftemangel, den flexiblen Arbeitswelten sowie der Digitalisierung und der damit verbundenen Effizienzsteigerung der diversen HR-Prozesse.

Diesen Zukunftsanforderungen wurden wir – trotz aller Herausforderungen durch die Covid-19-Pandemie – durch eine aktive und zielgerichtete Nachfolgeplanung, die Weiterentwicklung der betrieblichen Schulungs- und Ausbildungsangebote sowie die damit verknüpfte angepasste Personalbeschaffung gerecht.

Darüber hinaus wurde die Arbeitswelt in den verschiedenen Unternehmensbereichen durch Fortführung und Ausweitung des „mobilen Arbeitens“, den Ausbau von digitalen Kommunikationsplattformen und onlinebasierte Prozesse und Workflows flexibler und effizienter gestaltet.

Auch in der Zeitarbeit bestehen Herausforderungen, da es zunehmend schwieriger wird, über unsere Partner in der Zeitarbeit die benötigten Mitarbeiter:innen – insbesondere für kurzfristige und befristete Zusatzbedarfe – zu gewinnen. In enger Abstimmung mit unseren Partnern werden Konzepte erarbeitet, um zukünftig die Quantität und fachliche Qualifikation der Zeitarbeitnehmer:innen sicherzustellen.

## Vorübergehende Herausforderung Corona-Pandemie

Die nicht absehbaren und sich ständig verändernden Herausforderungen im Rahmen der Covid-19-Pandemie erforderten im Berichtszeitraum zusätzliche Maßnahmen.

Oberste Ziele waren der Infektionsschutz der Belegschaft, der Schutz unserer Produkte sowie die Aufrechterhaltung der Lieferbereitschaft. Der eingesetzte Krisenstab hat sich über die sich dynamisch ändernde Situation regelmäßig beraten und die kurzfristig erforderlichen Maßnahmen beschlossen.

Die betrieblichen Maßnahmen, die gesetzlichen Regelungen sowie Antworten auf häufig gestellte Fragen wurden nahezu wöchentlich an die Belegschaft kommuniziert.

Im Rahmen des betrieblichen Infektionsschutzes erfolgte die Ausgabe von FFP2-Masken, die Bereitstellung von Antigen-Schnelltests und die Ausweitung von Desinfektionsmaßnahmen in häufig frequentierten Bereichen sowie an Kontaktflächen.

Der Bereich Arbeitsmedizin unterbreitete für die Mitarbeiter:innen und deren direkte Familienangehörige ein Beratungs- und Impfangebot zur Corona-Schutzimpfung.

Bereits vor der gesetzlichen „Homeoffice-Pflicht“ wurde das Angebot zum mobilen Arbeiten ausgeweitet und die Belegschaft aufgefordert, sofern persönlich und betrieblich möglich, von den Regelungen regen Gebrauch zu machen.

Durch die pandemiebedingten Einschränkungen mussten auch die HR-Aktivitäten im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements eingeschränkt oder umgestellt werden. Folgende Alternativangebote bestanden stattdessen:



Online-Workshops, z. B. zum Themenbereich Resilienz, Selbstachtsamkeit, Gesund & fit im Homeoffice



Virtuelle Zentis Sportchallenge



Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“



Besondere Angebote in den Betriebskantinen, z. B. Porridge, Müsliriegel



# Was zeichnet Zentis als Arbeitgeber aus?

*Gemeinsam VORleben*

Ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie FAMOS 2025 sind die Werte **Vertrauen, Offenheit und Respekt**. Damit unsere Zentis-Werte für alle Mitarbeiter:innen erlebbar werden, wurde das strategische Projekt VORleben geschaffen. Hier wird die Einbringung der Werte als Kompass in unserem alltäglichen Handeln interdisziplinär erarbeitet.

## Faires Entgelt

Wir legen großen Wert auf ein leistungsgerechtes Entgelt unter der Berücksichtigung der Chancengleichheit aller Beschäftigten. Als tarifgebundenes Unternehmen erhalten alle unsere Mitarbeiter:innen mindestens das Tarifentgelt gemäß Entgelttarifvertrag der obst- und gemüseverarbeitenden Industrie, 92 % davon fallen unter Tarifverträge. Mit unserem tariflichen Einstiegsentgelt liegen wir bereits heute über dem gesetzlichen Mindestlohn (Stand 2021), der voraussichtlich ab Oktober 2022 12,00 € brutto beträgt.

Neben den tariflichen Leistungen gewähren wir auf Basis von Betriebsvereinbarungen oder freiwilligen betrieblichen Leistungen weitere Unternehmensleistungen. Dazu gehören z. B. Prämiensysteme, die sich an persönlichen Zielen oder dem Unternehmenserfolg anlehnen.

## Diversity

Wir sind davon überzeugt, dass eine vielfältige Belegschaft mit allen Erfahrungen und Blickwinkeln dazu beiträgt, neue Ideen zu entwickeln, Markttrends zu identifizieren und somit zielgenau auf die Bedürfnisse unserer Kunden einzugehen – wir sehen Vielfalt als Bereicherung. Vielfalt bei unseren Mitarbeiter:innen ist nicht nur Inspiration, sondern fördert auch Innovation. Deswegen heißt Vielfalt für uns nicht nur, Mitarbeiter:innen aus 30 verschiedenen Nationen zu beschäftigen, sondern auch, gemeinsam über alle Altersgruppen hinweg Teams zu bilden. Selbstverständlich arbeiten wir auch weiterhin an einem ausgeglichenen Verhältnis von Frauen und Männern in der Belegschaft, z. B. durch Workshops im Rahmen des „Female Empowerment“.

## Inklusion

Zentis ermöglicht Menschen mit Behinderung bzw. einem gesundheitlichen Handicap eine dauerhafte Beschäftigungsmöglichkeit. Sie sind langjährig in die bestehenden Arbeitsgruppen integriert. Nach Möglichkeit passen wir – in gemeinsamer Abstimmung mit der Schwerbehindertenvertretung, dem Betriebsrat und dem betriebsärztlichen Dienst – die Arbeitsplätze und Arbeitszeitmodelle auch individuell an. Darüber hinaus ermöglichen wir in Kooperation mit der Lebenshilfe Aachen schwerbehinderten Menschen mit schlechten Aussichten auf eine Beschäftigung im ersten Arbeitsmarkt eine geregelte Tätigkeit im Produktionsumfeld unserer Süßwarenproduktion.

# Unternehmensleistungen

Unsere Mitarbeiter:innen tragen mit ihrem Engagement, ihrer Flexibilität und ihrer Innovationsfreude wesentlich zu unserem Unternehmenserfolg bei. Daher bieten wir neben den tariflich geregelten Leistungen, wie z. B. 30 Tagen Urlaub, Regelungen zur Jahressonderzuwendung, Urlaubsgeld und tariflicher Altersvorsorge, vielfältige betriebliche Regelungen in den Bereichen berufliche Weiterentwicklung, Arbeitsumgebung und Gesundheit. Um ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Privat- und Berufsleben sicherzustellen, bieten wir unseren Mitarbeiter:innen flexible Arbeitszeitmodelle wie z. B. Teilzeit und Brückenteilzeit. Auch die Elternzeit findet großen Anklang. Im Berichtszeitraum wurde außerdem ein kinderfreundliches Eltern-Kind-Büro eingerichtet. Darüber hinaus beteiligen verschiedene Programme unsere Mitarbeiter:innen durch Prämien und weitere Sachleistungen am Unternehmenserfolg.

## Mobiles Arbeiten

Sofern organisatorisch möglich, arbeiten unsere Mitarbeiter:innen auch von zuhause bzw. unterwegs. Während der Corona-Pandemie ist es ganzen Fachabteilungen auch bei vermehrtem mobilem Arbeiten erfolgreich gelungen, die Prozesse aufrechtzuerhalten. Aufgrund der positiven Erfahrungen wurde gemeinsam mit dem Betriebsrat eine Vereinbarung über die Ausweitung der bestehenden Regelungen getroffen. Somit werden die Mitarbeiter:innen auch nach der Pandemie regelmäßig von der Möglichkeit des mobilen Arbeitens Gebrauch machen können.

Anzahl Mitarbeiter:innen	2016/2017	2018	2019	2020	2021
Mobiles Arbeiten	90	124	164	323	333

## Wasserspender

Zur Reduktion von Mehrweg- und insbesondere Einweggetränkeflaschen wurden in allen Unternehmensbereichen Wasserspender aufgestellt, die die Mitarbeiter:innen unentgeltlich mit gefiltertem und bei Bedarf gekühltem stillem oder sprudelndem Wasser versorgen.

## Betriebliche Krankenzusatzversicherung

Seit Mitte 2020 bietet die Zentis Gruppe den Mitarbeiter:innen in Deutschland eine betriebliche Krankenzusatzversicherung an, deren Kosten zu 100 % vom Arbeitgeber übernommen werden. Alle Mitarbeiter:innen verfügen über ein persönliches Gesundheitsbudget für Gesundheitsausgaben, die i. d. R. nicht von den gesetzlichen Krankenkassen übernommen werden, z. B. Sehhilfen, medizinische Hilfs- und Heilmittel sowie Kosten zur Zahnprophylaxe oder Zahnbehandlung.

# Qualifizierung und Personalentwicklung

Um den Herausforderungen in allen Unternehmensbereichen gerecht zu werden, benötigen unsere Mitarbeiter:innen nicht nur das erforderliche Fachwissen, sondern auch ein Repertoire an persönlichen und methodischen Kompetenzen. Im Rahmen unserer Qualifizierungsstrategie steht allen Mitarbeiter:innen ein umfangreicher Weiterbildungskatalog zur Verfügung, der über die Abteilung Learning & HR-Development veröffentlicht wird. Dieser wird ergänzt von fachlichen Trainings- und Seminarangeboten, die zielgruppengerecht über die Fachbereiche abgestimmt werden. Unser Weiterbildungsangebot wird regelmäßig evaluiert.

## Kernthemen unserer Qualifizierungsstrategie

Zum Jahreswechsel 2020/2021 wurde eine Onboarding-Software eingeführt. Damit möchten wir alle neuen Mitarbeiter:innen noch besser und schneller in unser Unternehmen integrieren und die Einarbeitungsphase optimal gestalten. Neben wesentlichen Informationen (z. B. Artikel zu neuen Produkten, Informationen zu Nachhaltigkeit bei Zentis, wo und bei wem melde ich mich am 1. Arbeitstag?), die die neuen Mitarbeiter:innen über ein Onlineportal erhalten, möchten wir den Fachbereichen eine einheitliche Übersicht über die anstehenden Aufgaben zur Verfügung stellen. Dies umfasst u. a. die Themen Einarbeitungsplan, Ausstattung mit Berufskleidung in gewerblich-technischen Einsatzgebieten sowie insbesondere auch die Feedbackgespräche.

### Berufsausbildung

Die Berufsausbildung in Kooperation mit der Handels- und Handwerkskammer und mit Fokus auf den kaufmännischen, informationstechnischen, gewerblich-technischen und logistischen Berufen hat weiterhin einen hohen Stellenwert. Auch im Jahr 2021 haben wir durch eine umfangreiche Befragung nachgewiesen, dass wir eine hervorragende Berufsausbildung anbieten. Daher haben wir erneut das Gütesiegel „BEST PLACE TO LEARN®“ mit der Auszeichnung „sehr gut“ erhalten.



Berufsausbildung	2017	2018	2019	2020	2021
Azubis Zentis Deutschland	38	44	47	46	50

Wir bilden bedarfsgerecht mit dem Ziel der anschließenden Übernahme aus.

Azubis	2017	2018	2019	2020	2021
Übernahmequote	64 %	100 %	81,81 %	63,40 %	85,71 %



## Führungskräfteentwicklung

Im Rahmen der Führungskräfteentwicklung bieten wir unseren Führungskräften drei zielgruppenspezifische Weiterbildungsprogramme an. Die Kombination aus verschiedenen Modulen unterstützt unsere Führungskräfte auf allen Hierarchieebenen, die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

### Executive Leadership Program

Das Executive Leadership Program wurde im Sommer 2020 ins Leben gerufen, um ein gemeinschaftliches Führungsverständnis zu fördern und dieses im Unternehmen zu etablieren. Eine Kombination verschiedener Module, das „Reverse Mentoring“ sowie die „Leadership Lounge“ bereichern die persönliche und unternehmerische Weiterentwicklung. Alle Bereichsleiter:innen am Standort Deutschland und die Geschäftsführung haben das Programm im ersten Durchlauf besucht.

### Gewerblich-technische Führungskräfteentwicklung

Das Programm richtet sich an aktuelle sowie zukünftige Abteilungs- und Teamleiter:innen im gewerblich-technischen Bereich. In einem zweijährigen Rahmenprogramm mit vier Modulen werden die thematischen Schwerpunkte Führung, Kommunikation, Konfliktmanagement und arbeitsrechtliche Grundlagen behandelt. In 2021 haben 60 Mitarbeiter:innen aus dem gewerblich-technischen Bereich am Programm teilgenommen.

### Leadership Program

Nach einer erfolgreichen Pilotierungsphase des Executive Leadership Programs werden die effektivsten Instrumente, Methoden und Techniken für unsere Zentis-Abteilungsleiter:innen und -Stabstelleninhaber:innen in vier Modulen zusammengestellt. Das Weiterbildungsprogramm startet erstmals im Frühjahr 2022.

### Zusammensetzung männlicher und weiblicher Führungskräfte im mittleren und oberen Management:

	2019	2021
männlich	74,23 %	71,57 %
weiblich	25,77 %	28,43 %

## Female Empowerment

Im Zusammenhang mit der FAMOS 2025-Strategie wollen wir die Kooperation in vielfältigen Teams bei Zentis fördern. In 2021 lag unser Fokus auf den weiblichen Mitarbeiterinnen mit dem Ziel, den Anteil von Frauen in Führungspositionen und verantwortungsvollen Projekten weiter zu erhöhen. Unter dem Titel „Female Empowerment“ wurde für 2021 ein Rahmenangebot mit Vorträgen und Workshops erarbeitet, an dem alle weiblichen Kolleginnen teilnehmen können.

## Talent Management

Das Talent Management ist ein zweijähriges, internationales Entwicklungsprogramm, an dem auch Mitarbeiter:innen unserer ausländischen Tochtergesellschaften teilnehmen. Als „Talente“ bezeichnen wir Mitarbeiter:innen, bei denen das Potenzial gesehen wird, herausfordernde Führungs- oder strategische Managementaufgaben zu übernehmen. Die wesentlichen Bestandteile sind ein individueller Entwicklungsplan, der Aufbau eines internationalen Netzwerkes und der interdisziplinäre Austausch der Teilnehmer:innen untereinander sowie mit verschiedenen Stakeholdern bei Zentis.

Nachdem Ende 2020 die zweite Runde des Talent Management remote beendet wurde, ist im Frühjahr 2021 der dritte Durchlauf mit insgesamt 20 Potenzialträger:innen unterschiedlichster Nationalitäten und Berufsfelder ebenfalls digital gestartet. Bei der dritten Runde fand erstmals ein Reverse-Mentoring-Programm mit der Bereichsleitung statt. Außerdem lag in 2021 ein besonderer Fokus des Talent Managements auf der Entwicklung und Präsentation neuer Produktideen sowie der Gestaltung möglicher Kooperationen mit Start-ups.

## Mitarbeiterjahresgespräch (MAJG)

Das MAJG ist ein strukturiertes Feedbackgespräch, das anhand eines definierten Gesprächsleitfadens einmal jährlich bei Zentis stattfindet. Die Feedbackgespräche fördern den strukturierten Austausch zwischen Mitarbeiter:innen und Vorgesetzten, indem nicht nur auf die getroffenen Vereinbarungen vom Vorjahr zurückgeblickt wird, sondern auch für die kommenden 12 Monate neue Ziele und Entwicklungsmöglichkeiten mit dem bzw. der Mitarbeiter:in definiert werden. In den Verwaltungsbereichen werden die Feedbackgespräche mit allen Mitarbeiter:innen durchgeführt. In den Produktions- sowie produktionsnahen Bereichen finden die MAJG bis zur Ebene der Teamleitung und deren Vertretungen statt. In 2021 haben etwa 83 % der Mitarbeiter:innen der vorgesehenen Zielgruppe das MAJG wahrgenommen.

## Zusätzliche Weiterbildungsmaßnahmen

Mit unserem offenen Weiterbildungsangebot fördern wir alle Mitarbeiter:innen bei Zentis, damit sie die komplexen Herausforderungen der gegenwärtigen und zukünftigen Arbeitswelt erfolgreich bewältigen können.



Förderung persönlicher und sozialer Kompetenzen: Achtsamkeit und Resilienz, überzeugende Kommunikation und Konfliktlösung, Methodenkompetenz, wie persönliche Agilität, effiziente Büroorganisation und erfolgreiche Moderation hybrider Meetings.



E-Learning-Plattform: digitales und damit orts- und zeitunabhängiges Lernen – teilweise auch mehrsprachig.



Schulungsraum mit PC-Arbeitsplätzen: damit auch Mitarbeiter:innen ohne PC-Arbeitsplatz von unserem digitalen Lernangebot profitieren können.



Aufstiegsqualifizierungen und berufsbegleitende Studiengänge.



Job-Rotation-Angebot: Mitarbeiter:innen haben die Möglichkeit, ihren Arbeitsplatz und die damit verbundenen Aufgaben vorübergehend zu wechseln, um Fachwissen abteilungsübergreifend einzusetzen. Zudem werden Mitarbeiter:innen für neue Arbeitsgebiete qualifiziert sowie die interkulturelle Zusammenarbeit und die Feedbackkultur gestärkt.



Sprachkurse während der Arbeitszeit.



IT-Schulungen vom Fachbereich IT & Digital Transformation.

# Arbeitssicherheit

Arbeitssicherheit hat einen hohen Stellenwert in unserem Unternehmen, wird in ausführlichen und verständlichen Leitlinien geregelt und vom gesetzlich vorgeschriebenen Arbeitssicherheitsausschuss viermal im Jahr besprochen und ergänzt.

Die häufigsten Unfälle bei Zentis haben branchentypische Ursachen wie Stürze, Schnittverletzungen an Fingern und Händen sowie Wegeunfälle.

Für alle Mitarbeiter:innen in Deutschland ergibt sich für 2021 eine Unfallquote von 7,1 Arbeitsunfällen pro 200.000 gearbeiteter Stunden. Darunter befanden sich im Berichtszeitraum keine Arbeitsunfälle, die zu schweren Verletzungen geführt haben.

Um eine ständige Überprüfung und Verbesserung zu gewährleisten, führen wir regelmäßig bei allen Arbeitsplätzen eine Gefährdungsbewertung durch und erarbeiten bei Bedarf Maßnahmen zur Risikominderung. Als Grundlage dazu dienen uns unter anderem auch die Unfallbefragungen der Beschäftigten und Vorgesetzten.

## Unfällen vorbeugen



Regelmäßige speziell auf die verschiedenen Arbeitsanforderungen angepasste Schulungen



Aufklärung der Produktionsmitarbeiter:innen zum Umgang mit Gefahrstoffen, Flurförderzeugen und Messern sowie zur Benutzung der persönlichen Schutzausrüstung



Spezielle Fachschulungen für Teamleiter:innen und Servicekräfte, teilweise durch Schulungsträger wie TÜV, BGN, BG ETEM, Lieferanten von persönlicher Schutzausrüstung etc.



Jährliche Hygieneschulung

## Optimale Betreuung und Versorgung: unsere Betriebsärzt:innen

Ergänzend zu unseren allgemeinen Maßnahmen haben wir Betriebsärzt:innen. Sie beraten den Arbeitgeber und die Arbeitnehmer:innen sowie Leiharbeiter:innen zu betrieblichen wie auch privaten Gesundheitsthemen. Zusätzlich sind die Betriebsärzt:innen wichtige Ratgeber im Prozess der Gefährdungsbeurteilung bei Betriebsunfällen und Vorbeugungsmaßnahmen.



# Soziales Engagement

## Mit Herz dabei

Zentis ist der Region Aachen eng verbunden, denn hier liegen die Wurzeln des Unternehmens. Besonders die Jugend und das regionale Brauchtum liegen uns am Herzen und das spiegeln auch unsere Initiativen wider.

Zentis unterstützt den Aachener Karlspreis und verleiht jährlich mit dem Aachener Karnevalsverein den Zentis Kinderkarnevalspreis. Zwischen 2017 und 2020 gab es den „Zentis Donnerstag“ im Museum Ludwig Forum, an dem alle Besucher:innen donnerstags freien Eintritt erhielten.

Das Unternehmen beteiligt sich außerdem am Aachener Ehrenamtspass und gewährt Aachener Bürger:innen, die sich gemeinnützig engagieren und Inhaber:in des Passes sind, 15 % Rabatt im Werksverkauf in Aachen.

## Engagement unserer Auszubildenden

Wir möchten unsere Auszubildenden anregen, die Welt mit offenen Augen wahrzunehmen und den Menschen Hilfe anzubieten, die durch Krankheit, persönliche Schicksalsschläge oder andere Umstände Unterstützung benötigen. Daher organisierten die Auszubildenden zur Weihnachtszeit 2021 eine Wunschbaumaktion für die von der Flutkatastrophe betroffenen Kinder in der Region Aachen. In Kooperation mit einem Kindergarten in der besonders betroffenen Stadt Stolberg spendete die Belegschaft 40 Geschenke für betroffene Kinder, die zu Weihnachten durch unsere Auszubildenden überreicht werden konnten.

Die i. d. R. jährlich stattfindende Waffelbackaktion der Auszubildenden musste aufgrund der Pandemielage leider ausfallen. Da die Auszubildenden die Aktion bereits organisiert hatten, sprang das Unternehmen kurzfristig ein und spendete an das von den Auszubildenden gewählte Projekt Förderkreis „Hilfe für krebskranke Kinder“ e. V. Mit der Spende wurden gezielt Kurmaßnahmen für betroffene Patient:innen und deren Familien unterstützt.

*Aufgrund der Corona-Pandemie konnten einige Aktionen unseres sozialen Engagements nicht stattfinden.*



# Anhang

## Eigentumsverhältnisse und Rechtsform

Konzernstruktur (Stand 31.12.2021)

Muttergesellschaft: Zentis GmbH & Co. KG, Aachen

### Unmittelbarer Anteilsbesitz:

- Zentis Holding GmbH, Aachen
- Zentis Süßwaren GmbH & Co. KG, Aachen
- Zentis Ventures GmbH, Aachen
- Obstbauern Nahrungsmittel GmbH, Aachen
- Zentis Logistik Service GmbH, Aachen
- Allfrucht Vertriebs GmbH, Düsseldorf
- Zentis Hungária BT, Drégelypalánk, Ungarn
- Zentis Holding Kft., Drégelypalánk, Ungarn

### Mittelbarer Anteilsbesitz:

- Zentis Beteiligungsverwaltungs GmbH & Co. KG, Aachen
- Zentis Polska Sp. z o.o., Siedlce, Polen
- OOO Zentis Russland, Moskau, Russland
- Zentis Verwaltungs GmbH, Aachen
- Zentis Süßwaren Verwaltungs GmbH, Aachen
- Zentis North America Holding LLC, Plymouth, USA
- Zentis North America LLC, Philadelphia, USA
- Zentis Fruit Solutions GmbH, Aachen

*Im Berichtszeitraum gab es keine bedeutenden Veränderungen in der Organisationsstruktur oder unserer Lieferkette.*

# Ressourcenschonende Produktion und Klimaschutz

Unser Standort in Russland wird bei der Erfassung von Umweltkennzahlen nicht berücksichtigt, da es sich um einen Vertriebsstandort handelt. Von 2011–2013 wurde in den USA nur der Standort Plymouth erfasst.

## Energie

### Energieverbrauch innerhalb der Organisation

Erdgas in GJ	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Deutschland	442.115	433.017	405.220	394.657	441.181	494.988	490.958	458.743	462.429	462.223	462.962
Polen	80.959	83.677	88.009	87.505	80.257	74.362	69.213	72.716	79.064	72.125	80.204
USA	104.405	96.305	110.651	178.720	191.122	184.899	186.092	98.184	112.716	187.397	215.777
Ungarn	n/a	34.034	30.922	26.080	24.898	24.847	23.706	27.185	25.631	20.395	27.375

Strom in GJ	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Deutschland*	167.538	154.161	138.513	123.236	96.137	61.164	59.209	58.313	53.405	48.677	52.024
Polen	23.828	24.098	23.885	24.142	23.602	23.211	22.810	24.248	25.695	25.860	25.930
USA	33.196	34.056	38.513	69.522	73.008	71.807	70.569	58.268	60.718	38.926	60.426
Ungarn	n/a	9.346	8.124	7.326	6.755	6.578	6.621	7.070	6.414	5.507	5.761

\*Deutschland: Strom, den die eigenen BHKWs bereitstellen, ist nicht enthalten.

# Treibhausgasemissionen

## Direkte THG-Emissionen (Gas [kWh/a] \* 228 [g/kWh] / 1.000.000 = CO<sub>2</sub> [t/a])

CO <sub>2</sub> (t/a)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Deutschland	28.228	27.424	25.664	23.848	26.347	31.349	31.094	29.054	29.287	29.274	29.320
Polen	4.295	4.539	4.773	5.469	5.016	4.710	4.383	4.605	5.007	4.568	5.080
USA	6.612	6.396	7.080	10.915	12.393	11.710	11.786	6.218	7.139	11.868	13.666
Ungarn	n/a	1.455	1.243	1.652	1.577	1.574	1.175	1.722	1.623	1.292	1.734

## Indirekte THG-Emissionen (Strom [kWh/a] \* 527 [g/kWh] / 1.000.000 = CO<sub>2</sub> [t/a])

CO <sub>2</sub> (t/a)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Deutschland	30.244	27.359	24.651	21.676	17.008	8.954	8.668	8.536	7.818	7.126	7.615
Polen	4.229	4.277	4.239	4.285	4.189	3.398	3.339	3.550	3.761	3.786	3.796
USA	5.892	6.045	6.835	12.338	12.740	10.512	10.331	8.530	8.888	8.740	8.846
Ungarn	n/a	1.376	1.198	1.300	1.119	963	969	1.035	939	806	843

# Wasser

## Gesamtwasserentnahme nach Quelle

Es wird Wasser der kommunalen Wasserversorgung genutzt. An all unseren Standorten muss Trinkwasser eingesetzt werden. Ungarn betreibt einen eigenen Brunnen.

## Gesamtwasserentnahme nach Menge

Gesamtwasserentnahme in Megalitern	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Deutschland	1.019	993	1.005	986	947	913	960	919	853
Polen	281	265	241	233	208	219	254	412	428
USA	272	455	417	392	390	313	387	261	293
Ungarn	70	69	59	62	52	53	52	39	49



# Abfall

## Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode

Für die Standorte Polen, Ungarn und USA gilt eine ähnliche Verteilung auf die genannten Abfallarten. Russland als reiner Vertriebsstandort hat keine relevanten Nahrungsmittelabfälle oder weitere Abfallmengen.

Weniger als 0,1 % der Abfälle sind gemäß Abfallkatalog als gefährlich eingestuft. Darunter fallen Altöle und Lösemittel. Diese werden in dafür geeigneten und zugelassenen Behältern gesammelt und fachgerecht entsorgt. Dies gilt für sämtliche Standorte.

## Abfallarten in Deutschland

Abfallarten in Deutschland (in Tonnen)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nahrungsmittelabfälle (Tierfutter/Biogasverwertung)	4.522	4.181	3.670	4.090	5.142	4.551	4.391	4.222	4.520
Kartonagen (Verwertung)	2.091	2.003	1.876	1.674	1.513	2.378	2.729	2.398	2.783
Gemischte Verpackungen (thermische Verwertung)	2.214	1.742	1.794	1.890	2.295	1.897	1.736	1.871	1.795
Bauschutt (stoffliche Verwertung)	133	122	114	165	294	82	155	435	161
Sonstiges	681	663	702	710	727	929	1.268	1.171	1.271

## Abfälle nach Region

Abfälle (in Tonnen)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Deutschland	9.641	8.711	8.156	8.529	9.971	10.540	10.047	9.870	10.530
Polen	1.088	745	610	704	650	582	859	3.843	3.291
USA	1.772	2.948	4.088	1.289	1.279	1.901	1.758	1.604	1.476
Ungarn	236	133	116	104	75	117	115	136	73

# Information zu Angestellten, Mitarbeiter:innen

## Definitionen:

- Angestellte:** Es besteht ein Arbeitsverhältnis mit Zentis (Angaben ohne Leiharbeitende, Auszubildende und Praktikant:innen)
- Mitarbeiter:innen:** Umfasst alle Angestellten sowie Leiharbeitende, Auszubildende und Praktikant:innen
- Leiharbeitende:** Unterstützen unsere Stammbesellschaft bei Auftragsspitzen und saisonalen Schwankungen

## Anzahl Mitarbeiter:innen

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Deutschland	1.580	1.482	1.449	1.429	1.318	1.302	1.346	1.250	1.291
Polen	316	320	312	306	312	356	375	406	398
USA	283	431	480	468	444	412	348	375	383
Ungarn	125	110	99	102	105	92	92	81	73
Russland	50	47	48	49	42	53	51	49	48
<b>Gesamt</b>	<b>2.354</b>	<b>2.390</b>	<b>2.388</b>	<b>2.354</b>	<b>2.221</b>	<b>2.215</b>	<b>2.212</b>	<b>2.161</b>	<b>2.193</b>

## Anzahl gearbeiteter Stunden in Deutschland

Gearbeitete Stunden	2020	2021
Angestellte	1.592.903,44	1.611.682,61
Mitarbeiter:innen	1.793.879,40	1.858.379,91

## Alle Angestellten nach Arbeitsvertrag und Region

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Deutschland	Unbefristet	1.210	1.161	1.099	1.092	1.032	1.061	1.089	1.067	1.064
	Befristet	114	78	56	50	94	85	95	75	98
Polen	Unbefristet	242	247	251	249	265	291	290	318	310
	Befristet	19	20	28	30	16	15	34	39	49
USA	Unbefristet	k. A.*	431	478	467	444	412	348	347	352
	Befristet	k. A.*	0	2	1	0	0	0	0	0
Ungarn	Unbefristet	92	96	89	84	84	79	79	81	73
	Befristet	33	14	10	18	21	13	13	5	1
Russland	Unbefristet	47	41	45	46	40	45	45	45	45
	Befristet	3	6	3	3	2	1	1	1	1

\* Keine Angabe.

# Fluktuation

## A) Anzahl und Rate neuer Angestellter

(aufgeteilt nach selbstgewählten Altersgruppen und Geschlecht) für Deutschland

### Anzahl und Rate neuer Mitarbeiter:innen in Deutschland\*

Zentis	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Gesamt	62	59	58	95	77	93	57	100
Rate in % von gesamt	5,0	5,1	5,1	8,4	6,7	7,9	5,0	8,6
Weiblich	15	20	24	28	28	34	19	37
Männlich	47	39	34	67	49	59	38	67
< 30	29	34	32	45	36	42	16	33
30–50	23	17	20	43	33	41	33	48
> 50	10	8	6	7	8	10	8	16

\*Berechnungsgrundlage: Gesamtzahl Angestellte zum Jahresende.

## B) Anzahl und Rate der Angestelltenabgänge

(aufgeteilt nach selbstgewählten Altersgruppen und Geschlecht) für Deutschland

### Anzahl und Rate neuer Mitarbeiter:innen in Deutschland\*

Zentis	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Gesamt	117	109	37	30	39	47	77	54
Rate in % von gesamt	9,4	9,4	3,2	2,7	3,4	4,0	6,7	4,6
Weiblich	30	14	5	6	21	14	30	21
Männlich	87	97	32	24	18	33	47	33
< 30	19	13	5	4	14	26	14	15
30–50	57	38	22	21	21	16	40	14
> 50	30	50	6	5	4	5	23	25

\*Berechnungsgrundlage: Gesamtzahl Angestellte zum Jahresende.

# Unfälle und Ausfalltage

Unser Standort in Russland wird bei der Erfassung von Unfallkennzahlen nicht berücksichtigt, da es sich um einen Vertriebsstandort handelt. Von 2011 bis 2013 wurde in den USA nur der Standort Plymouth erfasst.

## Meldepflichtige Unfälle je 1.000 Beschäftigte

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Deutschland	41,1	45,9	42	37,3	40,9	67,9	36,2	51	52	40,2	53,5
Polen	32,9	12	15,4	3,7	10,8	17,9	7,1	22,9	9,3	19,6	13,9
USA	4	7,3	10,7	22,8	13,5	6,6	4,3	14	13	72	30,3
Ungarn	n/a	16,5	0	0	26	10	10	10	10	13	13

## Ausfalltage (Kalendertage) je meldepflichtiger Unfall

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Deutschland	17,3	16,4	16,84	20,3	14,9	27,4	15,8	14,5	22,2	22,3	19,3
Polen	58	75,7	27	70	61	17,4	85	34,7	36,7	44,9	63,2
USA	5	24	98,5	51,47	41,38	23,67	11	69,8	111,2	113	2,57
Ungarn	n/a	17,5	0	28	13	23	13	19	39	22	7

*Verletzungsarten werden in Kapitel „Beschäftigte bei Zentis“ beschrieben. Es gab keine Todesfälle im Berichtszeitraum. Meldepflichtige Unfälle sind alle Unfälle mit mehr als drei Tagen Ausfallzeit.*

# GRI-Inhaltsindex

## Allgemeine Angaben

GRI-Standard	Angabe	Seite	Auslassung
GRI 102: Organisationsprofil (2016)	102-1: Name der Organisation	6	-
	102-2: Aktivitäten, Marken, Produkte und Serviceleistungen	9	-
	102-3: Ort des Hauptsitzes	6	-
	102-4: Betriebsstätten	8	-
	102-5: Eigentum und Rechtsform	6–7, 85	-
	102-6: Bediente Märkte	8–9	-
	102-7: Größenordnung der Organisation	7	-
	102-8: Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter:innen	76, 91, 92	-
	102-9: Lieferkette	37, 44, 45	-
	102-10: Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	85	-
	102-11: Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen	4–5	-
	102-12: Externe Initiativen	46–49	-
	102-13: Mitgliedschaften in Verbänden	46–49	-



<b>GRI-Standard</b>	<b>Angabe</b>	<b>Seite</b>	<b>Auslassung</b>
GRI 102: Strategie (2016)	102-14: Aussagen der Führungskräfte	4–5	-
GRI 102: Ethik und Integrität (2016)	102-16: Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	50–51	-
GRI 102: Unternehmensführung (2016)	102-18: Führungsstruktur	7	-
	102-40: Liste der Stakeholder-Gruppen	11	-
	102-41: Tarifverträge	78	-
GRI 102: Einbindung von Stakeholdern (2016)	102-42: Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	11, 54	-
	102-43: Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	11, 54–55, 69–70	-
	102-44: Schlüsselthemen und Anliegen	33, 54–55	-

GRI-Standard	Angabe	Seite	Auslassung
GRI 102: Praxis der Berichterstattung (2016)	102-45: Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	85	-
	102-46: Bestimmung von Berichtsinhalt und Themenabgrenzung	4–5, 10, 13–18	-
	102-47: Liste der wesentlichen Themen	14–18	-
	102-49: Änderungen bei der Berichterstattung	13	-
	102-50: Berichtszeitraum	10	-
	102-51: Datum des letzten Berichts	10	-
	102-52: Berichtszyklus	10	-
	102-53: Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	10	-
	102-54: Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	10	-
	102-55: GRI Inhaltsindex	96–103	-
102-56: Externe Prüfung	10	-	

## Themenspezifische Angaben

GRI-Standard	Angabe	Seite	Auslassung
<b>Energie</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	27–29, 37	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	27–29, 37	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	27–29, 37	-

<b>GRI-Standard</b>	<b>Angabe</b>	<b>Seite</b>	<b>Auslassung</b>
GRI 302: Energie (2016)	302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation	86	-
	302-4: Verringerung des Energieverbrauchs	28	-
<b>Wasser und Abwasser</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	27, 30–31, 37	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	27, 30–31, 37	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	27, 30–31, 37	-
GRI 303: Wasser und Abwasser (2018)	303-1: Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	30–31	-
	303-2: Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	30–31	-
	303-3: Wasserentnahme	30–31, 88	-
<b>Emissionen</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	23, 26, 27, 34–37	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	23, 26, 27, 34–37	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	23, 26, 27, 34–37	-
GRI 305: Emissionen (2016)	305-1: Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	24, 87	-
	305-2: Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2) g	24, 87	-
	305-3: Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	24	-
	305-4: Intensität der THG-Emissionen	26	-

GRI-Standard	Angabe	Seite	Auslassung
<b>Abwasser und Abfall</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	27, 32–33, 37	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	27, 32–33, 37	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	27, 32–33, 37	-
GRI 306: Abwasser und Abfall (2016)	306-2: Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	32, 89–90	-
<b>Lieferantenbewertung (umweltbezogene Auswirkungen)</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	39–51	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	39–51	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	43, 50–51	-
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten (2016)	308-2: Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	46–51	-
<b>Beschäftigung</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	75	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	76–79	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	80	-
GRI 401: Beschäftigung (2016)	401-1: Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	93–94	-

GRI-Standard	Angabe	Seite	Auslassung
<b>Arbeitssicherheit und -gesundheit</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	75, 83	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	83	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	83	-
GRI 403: Arbeitssicherheit und -gesundheit (2018)	403-1: Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	83	-
	403-2: Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Unfällen	83	-
	403-3: Arbeitsmedizinische Dienste	83	-
	403-4: Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	83	-
	403-5: Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	83	-
	403-6: Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter*innen	77, 79	-
	403-7: Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	46–49	-
	403-9: Arbeitsbedingte Verletzungen	83, 95	-

GRI-Standard	Angabe	Seite	Auslassung
<b>Aus- und Weiterbildung</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	75, 80–82	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	75, 80–82	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	80–82	-
GRI 404: Aus- und Weiterbildung (2016)	404-2: Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	80–82	-
<b>Lieferantenbewertung (soziale Auswirkungen)</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	39–51	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	39–51	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	43, 50–51	-
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten (2016)	414-2: Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	46–51	-
<b>Kundengesundheit und -sicherheit</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	53, 56–59	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	54, 56–59, 64–65	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	56–59	-

GRI-Standard	Angabe	Seite	Auslassung
<b>Kundengesundheit und -sicherheit</b>			
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit (2016)	416-1: Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	56–59	-
	416-2: Verstöße im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	57	-
	FP5: Anzahl geprüfter Standorte gemäß internat. Standards	57	-
<b>Compliance</b>			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1: Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	61	-
	103-2: Der Managementansatz und seine Komponenten	61	-
	103-3: Prüfung des Managementansatzes	61	-
GRI 419: Sozioökonomische Compliance (2016)	419-1: Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	61	-

# Dank

Wir danken der triple innova GmbH für ihre professionelle Unterstützung bei der Erstellung unseres Nachhaltigkeitsberichts 2020/2021. Durch die zielgerichtete Anwendung der Standards der Global Reporting Initiative haben wir unter anderem die Themen entlang unserer Wertschöpfungskette vertieft erfasst und dargestellt.







## IMPRESSUM

6. Nachhaltigkeitsbericht der Zentis GmbH & Co. KG

1. Auflage 2022

© 2022, Zentis GmbH & Co. KG  
Jülicher Straße 177, 52070 Aachen  
[www.zentis.de](http://www.zentis.de)  
[info@zentis.de](mailto:info@zentis.de)

Alle Rechte vorbehalten. Ohne ausdrückliche Genehmigung von Zentis GmbH & Co. KG ist es nicht gestattet, dieses Buch oder Teile daraus auf fototechnischem oder elektronischem Weg zu vervielfältigen.