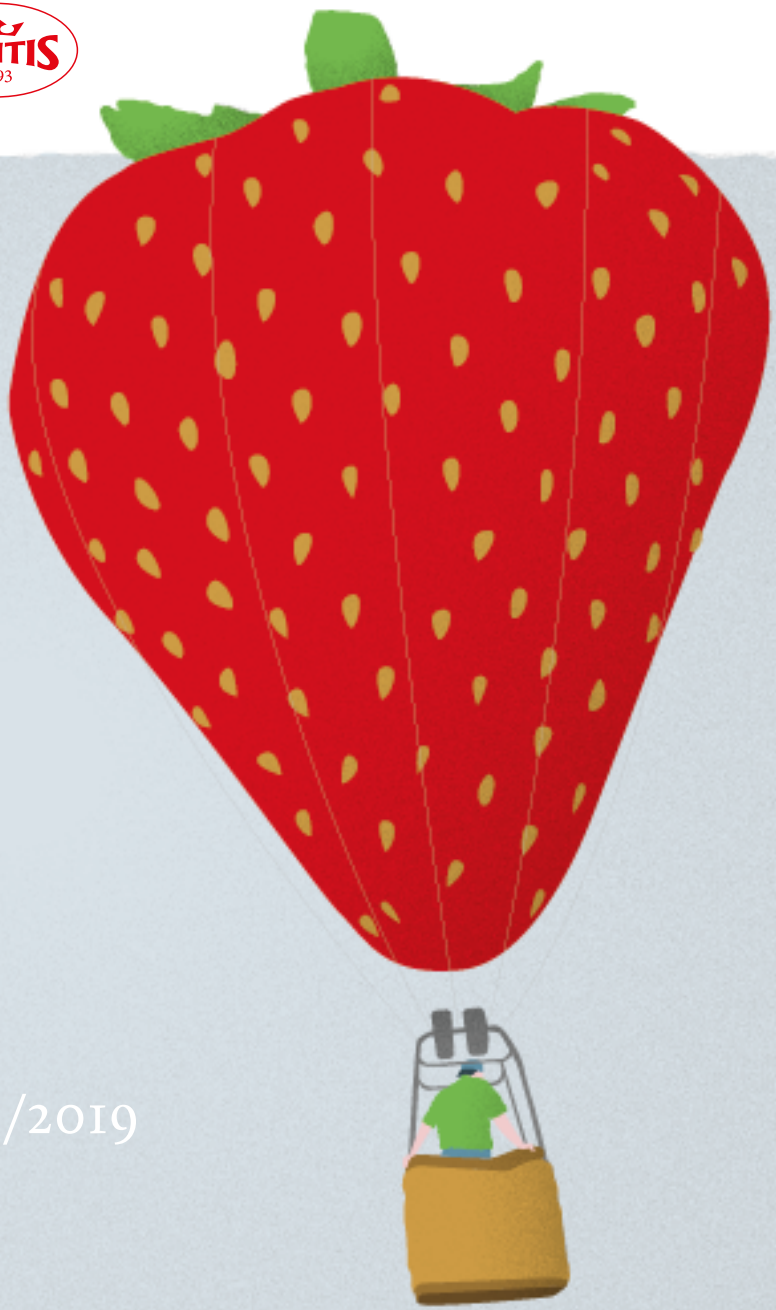
BEWUSST. *Natürlich* ZENTIS.

Unser Nachhaltigkeitsbericht 2018/2019



Dank

Wir danken der triple innova GmbH für ihre professionelle Unterstützung bei der Erstellung unseres Nachhaltigkeitsberichts 2018/2019. Durch die zielgerichtete Anwendung der aktuellen Standards der Global Reporting Initiative haben wir unter anderem die Themen entlang unserer Wertschöpfungskette vertieft erfasst und dargestellt. Der Berichterstellungsprozess und die inhaltliche Expertise von triple innova unterstützen uns bei der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie.

Dank der engen Zusammenarbeit mit triple innova haben wir eine stärkere Fokussierung auf unsere wesentlichen Themen und gleichzeitig deren unternehmensweite Verknüpfung deutlich vorangetrieben.

Auch durch die Mitwirkung von triple innova bei der Durchführung unseres Nachhaltigkeitsworkshops konnten alle unsere Unternehmensbereiche ein besseres Verständnis für ihren jeweiligen inhaltlichen Beitrag entwickeln und somit eine aktive Rolle in der Nachhaltigkeitsberichterstattung und bei der Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie einnehmen.

triple innova

GRI Certified Training Partner Triple Innova GmbH in Germany Okt 2019 Sep 2020

Inhaltsverzeichnis

4–5 **Vorwort**

06 **Über diesen Bericht**
07 Unser Nachhaltigkeitsmanagement
08 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie
09 Nachhaltig bei Zentis: Darum geht's

10 **Unser Unternehmen: wer wir sind**
11 Unternehmensstruktur
12 Internationale Standorte im Detail: Zentis international
13 Was wir tun
Unser Sortiment

14 **Unsere Produktion: nachhaltig, effizient und smart.**
15 Zentis und Klimaschutz
16–17 Unser Product Carbon Footprint
18 Ressourcenschonende Produktion und Logistik
19–21 Energieverbrauch
22–23 Wasser
24 Abfall
25–27 Logistik

28 **Verantwortung beim Rohstoffeinkauf**
29–31 Unsere Rohstoffe: Qualität aus der Natur
32 Herausforderungen an den Rohstoffeinkauf
33–35 Zertifizierungen und Mitgliedschaften
36–39 Zusammenarbeit mit Lieferanten
40–41 Tools zur Lieferantenprüfung und Zulassung

42 **Natürlich. Genussvoll. Zentis.**
43 Expertise zum Genießen
44 Innovation aus Tradition
45 Natürlich bewusst
46–48 Die Marke Zentis
49 Soziale Transparenz: Zentis online und Social Media
50–51 Unsere Verpackungen

52 **Kundenorientiertes Wirtschaften**
53 Gemeinsam zum Erfolg
54 Global Innovation Management
55 Qualität und Sicherheit
56 Zertifizierungen und Standards
57 Maßnahmen zur aktiven Qualitätssicherung
58 Immer up to date: Schulungen von Mitarbeiter*innen
59 Respektvolles Miteinander: Zentis Compliance

60 **Arbeiten bei Zentis**
61 Das Familienunternehmen aus Aachen
62 Arbeiten bei Zentis in Zahlen
63 Was zeichnet Zentis als Arbeitgeber aus?
64–65 Qualifizierung und Personalentwicklung
66–67 Mitarbeitergesundheit
68 Soziales Engagement
69 Nachhaltigkeit gemeinsam erleben

70–81 **Anhang**
82–89 **GRI-Inhaltsindex**

Vorwort

Als mittelständisches Unternehmen befindet sich Zentis seit mehr als 125 Jahren in Familienbesitz. Wir sind stolz auf unsere Unabhängigkeit, die es uns ermöglicht, langfristige Strategien statt kurzfristiger Investoreninteressen in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen. Als einer der führenden europäischen Fruchtverarbeiter sind wir auf die Verarbeitung und Veredlung von Früchten und anderen natürlichen Rohstoffen spezialisiert. Die Natur ist unser wichtigster Lieferant. Daher ist ein konsequentes Nachhaltigkeitsengagement für uns selbstverständlich und ein wesentlicher Faktor unseres Unternehmenserfolgs.

Auch wir erleben die Folgen des Klimawandels und müssen handeln: Extremwetter wie Trockenheit und Frost führen weltweit zu Ernteausfällen und beschleunigen das Artensterben. Die Bedrohung der Ökosysteme und die damit verbundenen unkalkulierbaren Folgen für den Menschen verlangen einen noch schonenderen und bewussteren Umgang mit den vorhandenen Ressourcen wie auch einen fairen und respektvollen Umgang mit allen Menschen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Unsere über 125-jährige Firmengeschichte fällt in eine wechselvolle und von radikalen Umbrüchen geprägte Zeit. Die erheblichen Veränderungen im Konsumverhalten und damit verbundene Überkapazitäten in unseren Kernmärkten und nicht zuletzt die aktuelle Corona-Krise bestätigen, dass wir uns als Unternehmen immer wieder anpassen müssen und Themen wie Agilität und Resilienz mehr denn je an Bedeutung gewinnen. Die Basis für diesen Wandel bilden unsere Mitarbeiter*innen, die in schwierigen Zeiten ihre Loyalität und Leistungsstärke täglich unter Beweis stellen und so den Wandel aktiv mitgestalten. Unsere Unternehmensstrategie kommunizieren wir daher transparent in allen Unternehmensbereichen.

Bereits seit 2011 berichten wir über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten. Die steigenden Anforderungen, auch an unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung, erfordern eine unternehmensübergreifende, systematische Bearbeitung und Steuerung relevanter Themen. Deshalb arbeiten wir an einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie und setzen uns konkrete Ziele. Dabei wollen wir uns bei den Themen global aufstellen und gemeinsam mit unseren Töchtern agieren.

Die Umsetzung dieser Nachhaltigkeitsstrategie, die erreichten Fortschritte 2018/2019 sowie geplante Maßnahmen sind im vorliegenden Bericht dargestellt.

Besonders stolz sind wir auf unsere konkreten Maßnahmen im Bereich Klimaschutz, wo wir im Berichtszeitraum bedeutende Erfolge verzeichnen konnten. So leisten wir mit unseren Aktivitäten unter anderem einen Beitrag zum Erreichen der Pariser Klimaziele.

zurück zur Übersicht

Im Zentrum unserer Produktinnovationen stehen Natürlichkeit und Nachhaltigkeit, um so den wachsenden Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden.

Bei der Rohwarenbeschaffung intensivieren wir die bereits enge Zusammenarbeit und den regen Austausch mit unseren Lieferanten. Darüber hinaus werden wir unsere strengen Kontrollmechanismen bezüglich nachhaltiger Anbau- und Arbeitsmethoden weiterentwickeln.

Auch sehen wir die Festigung der Unternehmenskultur und Mitarbeiterentwicklung dauerhaft als wichtige Eckpfeiler unserer Strategie.

Zentis entwickelt sich immer weiter zum globalen Impulsgeber für natürliche und genussvolle Ernährung. Mit unseren Ideen und Produkten betreten wir neue Märkte. Mit unserem konsequenten Ausbau der Digitalisierung und einem zentralen Innovationsmanagement machen wir uns fit für die Zukunft. Gleichzeitig übernehmen wir mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft.

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

Karl-Heinz Johnen
Zentis Geschäftsführer

Norbert Weichele
Zentis Geschäftsführer

Unsere beiden Geschäftsführer bilden zusammen das höchste Leitungsorgan. Der Beirat, bestehend aus Mitgliedern der Inhaberfamilien und externen Spezialisten, bildet das Kontrollorgan. Gesellschafter sind die Inhaberfamilien.

zurück zur Übersicht

Über diesen Bericht

Bereits seit 2011 berichtet Zentis im Zweijahresturnus über die Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens, letztmaligs 2018.

Dies ist somit der fünfte Nachhaltigkeitsbericht der Zentis GmbH & Co. KG. Er behandelt die Berichtsjahre 2018 und 2019. In dem Bericht werden alle Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens festgehalten und dokumentiert sowie mit Vorjahresaktivitäten verglichen, mit Konzentration auf Zentis Deutschland.

Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards Option Kern erstellt und 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). 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 sowie 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

Unser Nachhaltigkeitsmanagement

Ende 2017 wechselte die Verantwortung für das Nachhaltigkeitsmanagement vom Controlling zum Bereich Qualitätsmanagement, Lebensmittelrecht und Nachhaltigkeit. Hier kümmert sich eine Nachhaltigkeitsmanagerin ausschließlich um die Steuerung der Nachhaltigkeitsprojekte und -strategie sowie die Prozesse zur Berichterstattung.

Für die fachbezogene und transparente Themenerfassung und -aufbereitung sowie für quantitative Daten und beschreibende Informationen werden seit unserem ersten Bericht alle relevanten Unternehmensbereiche bzw. Fachabteilungen miteinbezogen. Die Verantwortung für die Umsetzung von Maßnahmen liegt ebenfalls in den verschiedenen Unternehmensbereichen.

Nachhaltigkeitsentscheidungen auf höchster Ebene trifft die Geschäftsführung. Zukünftig soll ein zusätzlicher Nachhaltigkeitsarbeitskreis mit den Leiter*innen der entsprechenden Bereiche implementiert werden.

Gemeinsam das Beste rausholen

Nur gemeinsam können wir langfristig Veränderungen bewirken, deswegen beziehen wir alle relevanten Akteure in unsere Maßnahmen und Recherchen mit ein.

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

Anspruchsgruppe:	Integration über:
Mitarbeiter*innen	Unternehmenskommunikation (Schaukästen, E-Mails und Intranet), Gespräche, regelmäßige Schulungen, abteilungsübergreifende Arbeitsgruppen
Lieferanten	Schulungen, schriftliche Vereinbarungen
Konsumentengruppen	Kontakt über Website, Telefon, Social Media und Presse
Industriekunden	ständigen Austausch durch direkte Zusammenarbeit (teils vor Ort) und Integration der Inhaberfamilien und Gesellschafter*innen

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Mit unserer Vision, uns als **„globaler Impulsgeber für natürliche und genussvolle Ernährung“** zu etablieren, übernehmen wir Verantwortung für unser unternehmerisches Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

So fand im November 2019 erstmals ein bereichsübergreifender Nachhaltigkeitsworkshop statt, auf dessen Grundlage wir die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie abgeleitet haben. Diskutiert wurden aktuelle Projekte, Zukunftsprojekte, Trendthemen und interdisziplinäre Überschneidungen. Dabei wurden folgende fünf Handlungsfelder definiert, um bereichsübergreifende und internationale Themen strategisch bearbeiten zu können.

1. **Ressourcenschonende Produktion und Klimaschutz**
2. **Verantwortung in der Rohstoffbeschaffung**
3. **Kundenorientiertes Wirtschaften**
4. **Natürliche Produkte**
5. **Beschäftigte bei Zentis**

Nachhaltig bei Zentis: *Darum geht's*

In diesem Bericht werden alle Themen behandelt, die zeigen, wo Zentis erhebliche ökonomische, umweltbezogene und soziale Auswirkungen hervorruft.
Des Weiteren wird auf die entsprechende Betroffenheit unserer Anspruchsgruppen eingegangen. Alle Inhalte werden seit unserer ersten Wesentlichkeitsanalyse 2011 kontinuierlich diskutiert, weiterentwickelt und durch die Anforderungen unserer Kunden und Lieferanten, Stellungnahmen von NGOs, die aktuelle Berichterstattung der Medien, aktuelle Trends und die Ergebnisse unserer Marktforschung ergänzt.

Die Inhalte im Einzelnen:

Eine ressourcenschonende Produktion und Logistik bedeuten für uns in erster Linie, unseren Energieverbrauch und unsere Emissionen zu reduzieren. Weitere wichtige Themen, wie die Senkung von Wasserverbräuchen und die Reduzierung von Abfällen, haben wir ebenfalls im Blick.

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

Kundenorientiertes Wirtschaften schließt für uns nicht nur Produktqualität und Kundengesundheit ein, sondern auch die zunehmenden Nachhaltigkeitsanforderungen unserer Kunden. Gemeinsam mit ihnen entwickeln wir innovative, zukunftsfähige Produktkonzepte. Wichtige Bestandteile sind hier vor allem der Einsatz von natürlichen Zutaten und die Entwicklung nachhaltiger Verpackungen.

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.

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.**

1893

Über 125 Jahre Familienunternehmen

Zentis Deutschland

Stammwerk Aachen (Werk I):
Hauptverwaltung und Produktion sowie Zentis Holding

Aachen Werk II:
Zentis Logistik und Zentis Süßware

Anzahl Mitarbeiter*innen	2019
Deutschland	1.364
Ausland, gesamt	866
Zentis Gruppe	2.212

zurück zur Übersicht

Unternehmensstruktur

Umsatzerlöse	2019
Umsatzerlöse in Mio. Euro	670
Anteil der ausländischen Niederlassungen am Konzernumsatz	43 %

“

Zentis, das bedeutet erstklassige Produkte, kompromisslose Qualitäts-politik und eine echte Leidenschaft für Früchte.

”

Internationale Standorte im Detail: Zentis international

Zum Jahreswechsel 2019/2020 wurden Abteilungen, die bereits oder zukünftig überwiegend international handeln, von der Zentis GmbH & Co. KG in die Zentis Holding GmbH ausgegliedert.

Schon jetzt findet ein Austausch zu Qualitätsmanagement, Führungskräfteentwicklung sowie der Erfassung von Umwelt- und Arbeitssicherheitskennzahlen statt. Auch der Einkauf zeichnet sich durch eine Lead-Buying-Strategie international aus.

Polen

Mit der Zentis Polska Sp. z o.o. in Zelków bedienen wir 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 ist auf Fruchtzubereitungen und Backfüllungen spezialisiert und besitzt ein eigenes Entwicklungslabor. Die Gesellschaft versorgt den Balkan, Österreich und zum Teil auch Süddeutschland.

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 vertreibt Frucht-, Gemüse- und Cerealien-Fruchtzubereitungen für Molkereien und Bäckereien zur Herstellung von Speiseeis, Mandelbrot sowie pikant schmeckenden Zubereitungen für Soßen und Mayonnaise in Russland und der GUS. Entwickelt und produziert wird bei Zentis Polska.

zurück zur Übersicht

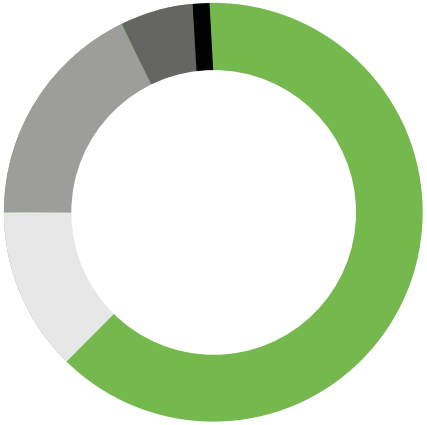
Was wir tun

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

Wir machen immer das Beste aus Früchten. Dies ist die Basis für unseren Anspruch, unser Markenversprechen für Kunden 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 in %

- Milchindustrie 62 %
- Non Dairy (z. B. Back- und Süßwarenindustrie) 13,2 %
- Süße Brotaufstriche (B2C) 17,6 %
- Süßwaren (B2C) 5,6 %
- Sonstige inkl. Logistik 1,6 %

zurück zur Übersicht

Unsere Produktion: *nachhaltig*, effizient & smart.

Zentis und Klimaschutz ›

Unser Product Carbon Footprint ›

Ressourcenschonende Produktion und Logistik ›

Energieverbrauch ›

Wasser ›

Abfall ›

Logistik ›

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_2-Fußabdruck. Er ist die Basis für bereichsübergreifende Ansätze zur Emissionsminderung entlang der Wertschöpfungskette, insbesondere der Produktionsprozesse.

Wir konnten bereits viele Maßnahmen im Bereich der Produktion und Logistik identifizieren, die im folgenden Kapitel dargestellt sind.

Zusätzlich arbeiten wir daran, die nicht vermeidbaren Emissionen zukünftig durch die Unterstützung von Waldschutz- und Wiederaufforstungsprojekten zu kompensieren.

Unser CO_2-Fußabdruck

Der CO_2-Fußabdruck auf Unternehmensebene (Corporate Carbon Footprint, kurz CCF) umfasst alle Emissionen, die von unserem Standort in Aachen und unserer eigenen Logistik verursacht werden (Scope 1 und 2) sowie ausgewählte Scope-3-Emissionen (vorgelagerte energiebezogene Emissionen und die Geschäftsreisen und Arbeitswege der Mitarbeiter*innen). Im Jahr 2018 lag unser Corporate Carbon Footprint bei 39.323 t CO_2e.

zurück zum Kapitelanfang

Unser Product Carbon Footprint

Der CO_2-Fußabdruck auf Produktebene (Product Carbon Footprint, kurz PCF) sorgt für zusätzliche Transparenz und enthält alle anfallenden Emissionen entlang der Wertschöpfungskette, vom Anbau bis zum Kunden (Cradle-to-Gate PCF).

Die Ergebnisse des PCFs zeigen, dass der größte Anteil der Emissionen durch den Anbau der Rohstoffe, die Produktion und die Logistik verursacht wird. Im Rahmen unserer Klimaschutzstrategie gilt es nun, diese Daten, unter Berücksichtigung des Produktdesigns und der Lieferanten, zu analysieren und Maßnahmen zu entwickeln, die den CO_2-Fußabdruck reduzieren.

Rohstoffe: Anbau und Herstellung der Rohstoffe: Früchte, Zucker, Verdickungsmittel

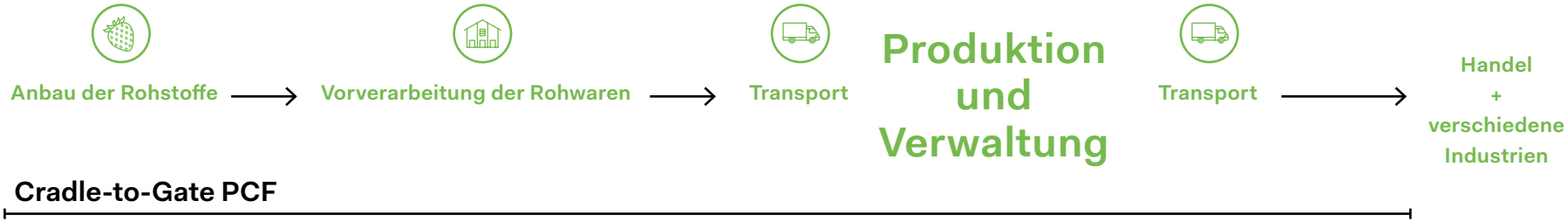
Produktionsprozess: Vorverarbeitung der Früchte beim Lieferanten und Produktion bei Zentis

Weitere Unternehmensemissionen: Geschäftsreisen, Arbeitswege, Verwaltung

Eingangslogistik: Transport der Rohstoffe vom Ursprungsland zu Zentis

Ausgangslogistik: Transport der Fruchtzubereitung von Zentis zum Kunden

Verpackung: Herstellung bis Entsorgung der Edelstahlcontainer, in denen die Fruchtzubereitung zum Kunden transportiert wird

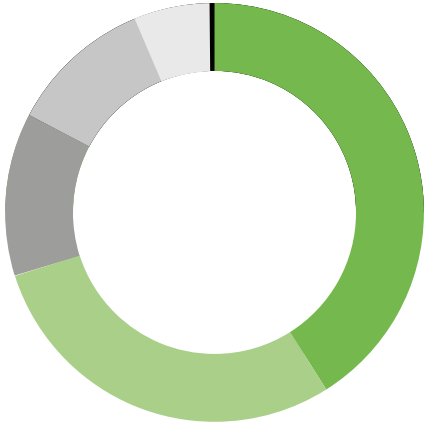


zurück zum Kapitelanfang

Product Carbon Footprint am Beispiel Erdbeer-Fruchtzubereitung mit konventioneller Erdbeere:

Gesamtemissionen:

1.030,9 kg CO_2e.



Aufteilung der Emissionen

- Rohstoffe 41,2 %
- Produktionsprozess 28,7 %
- Eingangslogistik 13,2 %
- Ausgangslogistik 10,7%
- Unternehmensemissionen 6,1 %
- Verpackung 0,2 %

Durchschnittliche Menge CO_2e pro Tonne Fruchtzubereitungen*:

regionale Früchte	1.108,7 kg CO_2e/t
konventionell	1.132,6 kg CO_2e/t
Bio	967,9 kg CO_2e/t

** Beinhaltet bereits abgeschlossene Berechnung der Sorten Erdbeere, Heidelbeere, Kirsche, Pfirsich, Aprikose, Apfel und Birne.*

zurück zum Kapitelanfang

Ressourcenschonende Produktion und Logistik

Wir arbeiten jederzeit intensiv daran, den Produktionsprozess so ressourcensparend und umweltschonend wie möglich zu gestalten. Damit uns dies gelingt, greifen wir auf innovative Lösungen zurück, die langfristig den Energie- und Wasserverbrauch sowie die anfallenden Abfall- und Abwassermengen reduzieren.
Wir arbeiten außerdem mit unserem eigenen Logistikunternehmen, um Waren umweltschonend zu unseren Kunden zu transportieren.

Unsere Projekte: *innovativ und effizient*

Zur Steigerung der Effizienz wurde 2019 das bereichsübergreifende Strategieprojekt **„Effizienz“** mit verschiedenen Bereichsleiter*innen gegründet. Diese Arbeitsgruppe bespricht und entwickelt laufende und zukünftige Projekte und beschließt auf Grundlage von Kennzahlen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung. Die erarbeiteten Effizienzmaßnahmen beziehen sich beispielsweise auf die Überprüfung von internen Schnittstellen, Prozessabläufen und die Reduzierung der Materialvielfalt.

Produktion und Lieferkette, digital gedacht

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

Ressourcenplanung ab 2020, smart gedacht

Sensoren in allen Zuckersilos erlauben eine **exakte Messung der Füllstände** und beugen somit „Notkäufen“ vor.

Ein geplanter **Ein- und Aussteuerungsprozess** soll eine **exakte Darstellung** unserer aktuellen **Artikel und Rohwarenbestände** ermöglichen und folglich Lieferengpässe, teure „Nottransporte“ und Abfälle vermeiden.

Zudem befinden wir uns weiterhin in der Entwicklungsphase von **smarten Containern,** die unsere Containerbestände besser ermitteln, die Abholung beim Kunden effizienter gestalten und somit zur **Optimierung der Lagerung und des Transportes** unserer Produkte beitragen sollen. Die Fertigstellung ist im Laufe der nächsten Jahre geplant.

zurück zum Kapitelanfang

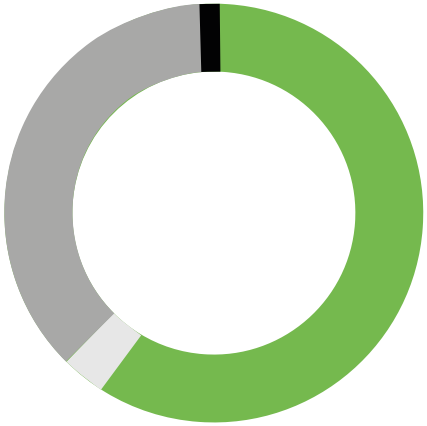
Energieverbrauch

Unsere Rohstoffe kaufen wir in unterschiedlichen Verarbeitungsformen ein, die verschiedene Produktionsschritte erfordern. Im Kern fallen somit folgende Schritte an:

- Vorbereiten bzw. Reinigen der Früchte
- Erhitzen, Kühlen und Abfüllen
- Reinigen der Anlagen

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

Erdgasverbrauch und Stromverbrauch in %



Erdgasverbrauch 2019 in %

- Kochprozess 58 %
- Reinigung 3 %
- Heizungen 2 %
- BHKW (Eigenstromerzeugung) 37 %

Stromverbrauch 2019 in %

- Produktionsanlagen 49 %
- Druckluft 12 %
- Kühlhäuser 10 %
- Kältetechnik Kochprozess 20 %
- Beleuchtung 9 %

zurück zum Kapitelanfang

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

Energieverbräuche in Deutschland

Deutschland*	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Erdgas in kWh/t	463	494	493	533	615	705	703	678	718
Zugekaufter Strom in kWh/t	176	176	169	167	134	87	85	86	83
Energieverbrauch in kWh/t	639	670	662	700	749	792	788	764	801

**Standorte in Aachen, zertifiziert nach ISO 50001*

Energie effizienter nutzen: unsere Maßnahmen und Projekte

Blockheizkraftwerke (BHKW)

Seit 2016 nutzen wir fünf eigene Blockheizkraftwerke, da ihr Wirkungsgrad im Vergleich zur konventionellen Art deutlich höher ist. So steigerten wir unsere Eigenstromerzeugung bereits von 62 % (2016) auf **66 %** (2019) und konnten im Jahr **3.500 t CO_2** einsparen.

Die dabei erzeugte Wärme dient hauptsächlich der Warmwassererzeugung zur Reinigung der Produktionsanlage und der Edelstahl-Transportgebinde. Für eine bestmögliche Auslastung wird mit der überschüssigen Wärme eines unserer Gebäude beheizt und an produktionsfreien Wochenenden werden zusätzlich die Kühlhäuser gekühlt. Zukünftig soll die Auslastung der BHKWs weiter verbessert werden.

Kleinstmengen-Anlage

Bei der Entwicklung von Produkten bzw. bei der Umsetzung von Kundenanforderungen ist eine deutliche Fragmentierung der Produktionsaufträge erkennbar. Die Folge ist eine Reduzierung der Chargengröße bei gesteigerter Produktvielfalt. Dies führt zu einem höheren Wasser- und Energieverbrauch je Tonnage Produkt, da mehr Reinigungsprozesse anfallen. Auf Grundlage dieser Entwicklung projektierten wir 2019 eine Anlage für Kleinstmengen („small unit“) mit kleineren Behältergrößen und einer angepassten Anlagetechnik. Die Inbetriebnahme erfolgte um den Jahreswechsel 2019/2020. Erste Erfolge können erst 2020 abgeschätzt werden.

Gesamt-Anlagen-Effizienz (GAE)

Die Effizienz der Produktionsanlagen im Bereich Fruchtzubereitungen/Konfitüren wird durch die Gesamt-Anlagen-Effizienz (GAE) dargestellt. Diese Kennzahl berechnet sich aus Leistungsgrad, Verfügbarkeitsgrad und Qualitätsgrad und wird täglich ermittelt, um zeitnah Schwachstellen zu identifizieren. Zusätzlich erarbeitet das Anfang 2020 neu gegründete GAE-Team mögliche Optimierungen in der Struktur, Organisation und Prozesszeit und sucht Potenziale zur Standardisierung der Arbeitsabläufe.

Weitere Maßnahmen

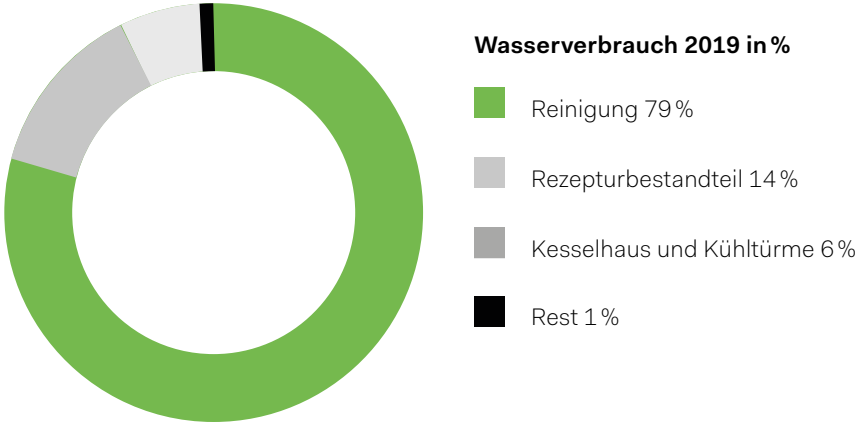
- Jährlicher Austausch alter Leuchtstoffröhren gegen moderne LED-Lampen
- Sofortige Meldung von Druckluft-Leckagen und entsprechende Installation neuer Ventilgenerationen bei größeren Umbauten
- Prüfung zur Installation von Solarzellen – leider ohne Erfolg, da die Tragfähigkeit der Dachflächen nicht gegeben ist
- Geplante Reduzierung des Gasverbrauches für 2020 durch die Umstellung von zwei Kesselhäusern auf eines. Diese Maßnahme würde 2.000 t CO_2 einsparen, birgt jedoch das Risiko eines Produktionsstopps, würde der Kessel ausfallen. Ein Testlauf für diese Vorhaben erfolgt im Herbst 2020
- Einführung papierloser Prozesse

zurück zum Kapitelanfang

Wasser

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

2019 lag der Wasserverbrauch in Deutschland insgesamt bei ca. 960 Megalitern (960.139 m³).



Pro Tonne Endprodukt ergibt sich für den Wasserverbrauch folgende Entwicklung:

Deutschland*	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Wasserverbrauch m³/t	4,4	4,8	4,5	4,8	5,0	5,1	4,9	4,9	5,4

**Standorte in Aachen, zertifiziert nach ISO 50001*

Im Verhältnis zum Produktionsvolumen ist der Wasserverbrauch von 2018 auf 2019 um ca. 10 % gestiegen. Gründe dafür sind die Allergenreinigung der Fruchtwagen sowie die Erhöhung der Anzahl an Reinigungen durch die Fragmentierung der Aufträge.

zurück zum Kapitelanfang

Wasserverbrauch reduzieren: unsere wichtigsten Maßnahmen und Projekte

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^3 Frischwasser pro Jahr einsparen und unseren Wasserverbrauch für 2020 somit um 2 % reduzieren.

Reinigungsprozess für allergenfreie Fruchtwagen
Im Jahr 2019 haben wir eine Fruchtwagenwaschanlage in Betrieb genommen, die nach definiertem Reinigungsprozess auch stark allergenhaltige Verunreinigungen (z. B. Nüsse) rückstandsfrei entfernen soll. Zur Sicherheit der Allergenfreiheit müssen die dabei benötigten Wassermengen der mehrstufigen Reinigung verworfen werden. Das bedeutet einen jährlichen Mehrbedarf von 70.000 m^3. Wir überlegen deshalb in Zukunft nur noch Fruchtwagen mit Allergenen durch diesen Prozess zu reinigen, müssen dann jedoch eine neue Lösung für Fruchtwagen ohne Allergene finden.

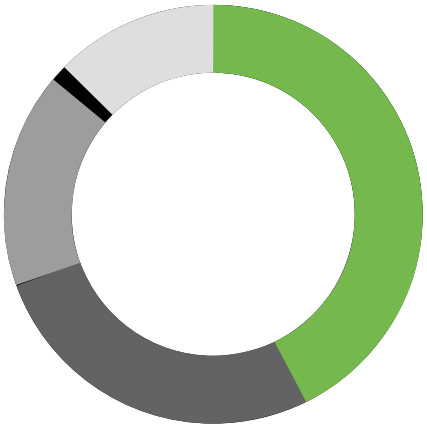
Abwasserqualität
Die Fragmentierung der Aufträge und der gestiegene Anspruch auf Allergenfreiheit haben zusätzlich Auswirkungen auf den pH-Wert und somit die Qualität des Abwassers. Deswegen haben wir 2019 eine Abwasserbehandlungsanlage in Betrieb genommen, die den pH-Wert bei Bedarf anpasst. Dadurch kann jedoch unsere Nanofiltrationsanlage zur Wasseraufbereitung nicht genutzt werden, da die verschiedenen Abwässer die Anlage verkleben. Eine Lösung ist zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht gegeben.

zurück zum Kapitelanfang

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 verteilt sich wie folgt auf die verschiedenen Abfallarten in Deutschland



- Nahrungsmittelabfälle, z. B. nicht mehr verwertbare Fruchtzubereitungen, Konfitüren und Süßwaren (Tierfutter/Ethanol-Herstellung/Biogas-Verwertung)
- Kartonagen (Verwertung)
- Gemischte Verpackungen (thermische Verwertung)
- Bauschutt (stoffliche Verwertung)
- Sonstiges

Die hohen Qualitätsstandards, die für die Rohwaren und erzeugten Produkte gelten, führen gelegentlich zu einem erhöhten Ausschuss. Während die Gesamtabfallmenge leicht gestiegen ist, konnte die Menge an Nahrungsmittelabfällen im Vergleich zu 2017 um 15 % gesenkt werden.

Herausforderung: Fruchtrohware

Während Zucker größtenteils in Silolastzügen geliefert wird, bekommen wir die Fruchtrohware in der Regel in 10–12-kg-Kartons. Dabei handelt es sich um Kartonagen und mit Fruchtresten verunreinigte Folien. Um auf die Foliensäcke zu verzichten, nutzen Hersteller und Lieferanten zunehmend folien- und wachsbeschichtete Kartonagen. 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. Zurzeit können die Kartonagen noch verwertet werden. Die Entwicklungen werden wir weiter beobachten.

Gemeinsam mehr erreichen

Auch intern kümmern wir uns verstärkt um die Vermeidung von Abfällen. Mehrere vor allem durch Mitarbeiter*innen initiierte Aktionen helfen 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.

zurück zum Kapitelanfang

Logistik

Die Logistik Service GmbH ist eine selbstständige, auf temperaturgeführte und flexible Transporte spezialisierte Geschäftseinheit von Zentis und wurde 1998 am Standort Aachen gegründet.

Sie liefert Produkte und organisiert einen Teil der Rohwarenbeschaffung sowie den 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 Klimastrategiemaßnamen, die wir anhand spezifischer Indikatoren seit 2011 fortlaufend messen.

zurück zum Kapitelanfang

Daten und Fakten:

Die Logistik Service GmbH (Logistik) beschäftigt 140 Mitarbeiter*innen (Stand 31.12.2019)

Flotte von ca. 40 eigenen Fahrzeugen und 130 Aufliegern

seit 2017 LKW mit Euro-6-Norm in Deutschland

3,5J — Durchschnittsalter der Fahrzeuge unserer Flotte: 3,5 Jahre

+40 — Weitere 50 Unternehmerfahrzeuge (Zugmaschinen einschließlich Fahrern) durch Subunternehmer

2019 wurden in Deutschland 4,16 Mio. km als Eigentransporte (eigene Fahrzeuge der Zentis Logistik Service GmbH) und ca. 4,18 Mio. km als Fremdtransporte durchgeführt

km — In Russland waren 2019 18 eigene Fahrzeuge im Einsatz, mit denen 1,8 Mio km Eigentransporte durchgeführt wurden

2,42 — Durchschnittsalter der Flotte in Russland 2019: 2,42 Jahre

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

Einsatz von Fremdlogistikern:

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

Luft- und Seefracht sind nicht mit einbezogen

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

Angaben für Eigenfuhrpark Deutschland:	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Dieselverbrauch pro 100 km	30,90 l	29,66 l	25,40 l	26,00 l
Emissionsausstoß in CO_2	5.738 t	4.206 t	2.701 t	2.871 t

Effiziente Logistik: unsere wichtigsten Maßnahmen und Projekte

- Patentierte Hebevorrichtung im LKW in 56 % der Auflieger spart ein Drittel an Leergut-transporten
- Ausbau der eigenen Beschaffungslogistik (im Bereichszeitraum bereits umgesetzt: Rohwaren, Verpackungsmaterial, Schokolade, Flakes, Stärke, Zucker und beispielsweise Erdbeeren)
- Lieferung in Tanks (Beispiel Haselnusspaste) erspart nicht nur Transportwege, sondern verringert auch die Restmengen, die sonst in den Fässern verbleiben
- Die Verlegung der Stracciatella-Vor-produkte von Ungarn nach Aachen erlaubt es, unsere Kunden direkt mit der Halbstufe Stracciatella zu beliefern, und sparte uns 2019 450 Strecken und insgesamt 553.500 km (Fremdlogistiker)
- Optimale Nutzung der LKWs durch Linien-verkehr, d. h. feste Pendelverkehre zwischen Zentis und Kundenstandort
- LGN — Testlauf zum Einsatz des alternativen Kraftstoffes LGN
- E-Learning-Tool ermöglicht vereinfachte Schulung von Kraftfahrern zu Themen wie allgemeine Fahrunterweisungen, Lenk- und Ruhezeiten, Ladungssicherung und Hygiene

zurück zum Kapitelanfang

Verantwortung beim Rohstoffeinkauf

Unsere Rohstoffe:
Qualität aus der Natur ›

Herausforderungen
an den Rohstoffeinkauf ›

Zertifizierungen und Mitgliedschaften ›

Zusammenarbeit mit Lieferanten ›

Tools zur Lieferantenprüfung
und Zulassung ›

zurück zur Übersicht

Unsere Rohstoffe:

Qualität aus der Natur

Hier unsere wichtigsten Rohstoffe 2018/2019:

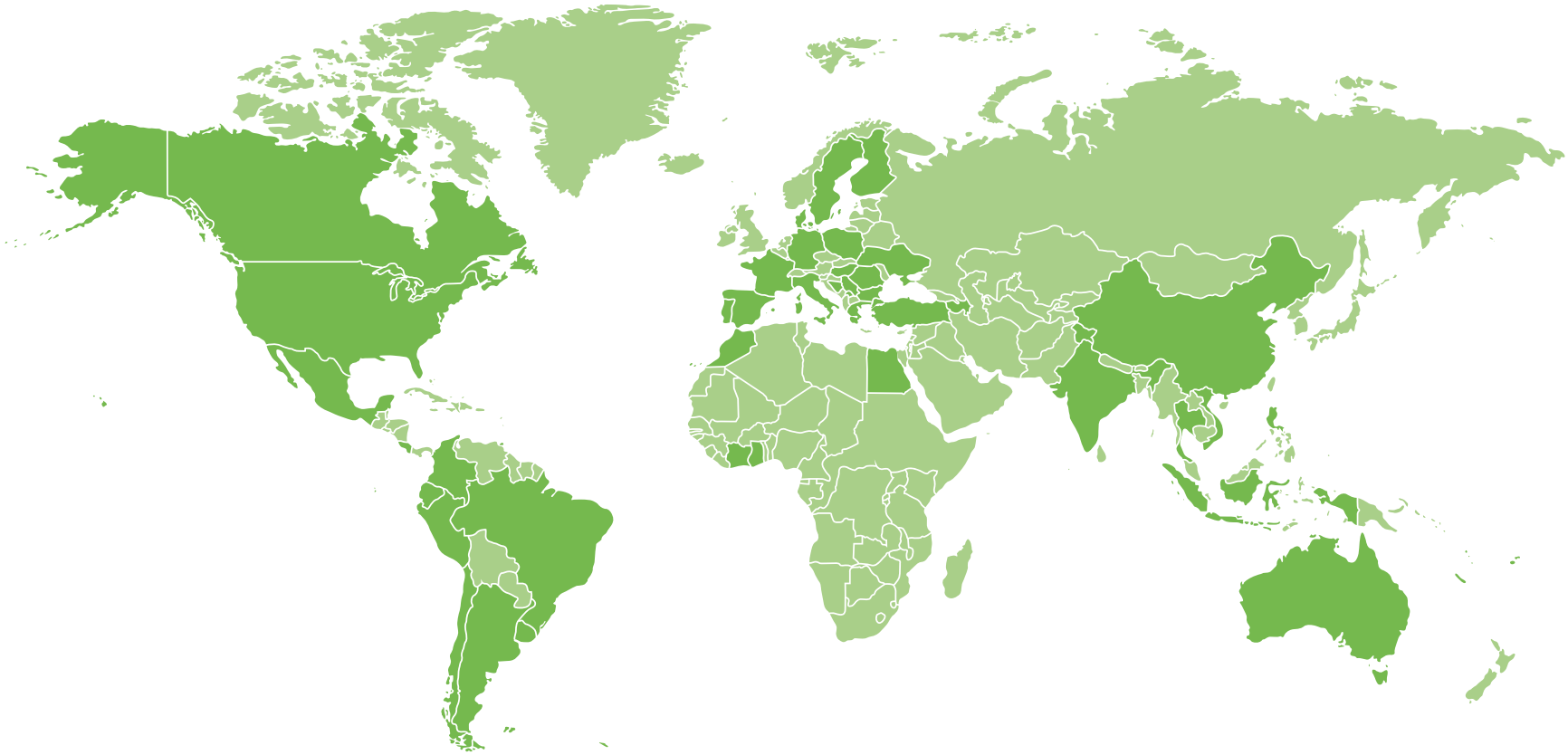
Rohware	t
Erdbeeren	
Himbeeren	
Kirschen	
Pfirsiche	
Aprikosen	
Heidelbeeren	
Pflaumen	
Brombeeren	
Weißzucker	
Mandeln (alle Verarbeitungsformen)	
Kakao (alle Bestandteile)	
Haselnüsse (alle Verarbeitungsformen)	

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

zurück zum Kapitelanfang

Unsere Bezugsquellen

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



zurück zum Kapitelanfang

Früchte

Wir beziehen unsere Erdbeeren aus Polen, unsere Himbeeren aus der Ukraine und unsere Kirschen aus Baden, um nur einige Herkunftsländer zu nennen. Dennoch war und bleibt Südamerika für uns die wichtigste Alternative zu Europa, wenn es um den Anbau geht. Gerade für unseren amerikanischen Standort ist die räumliche Nähe zu Südamerika sehr wichtig.
Wir erwerben Früchte ausschließlich in den Regionen, in denen die konsequente Einhaltung unserer strengen Vorgaben für Anbau, Ernte und Qualität garantiert ist. Dazu halten wir uns strikt an eine „strenge Lieferantenprüfung und -zulassung".

Mandeln/Haselnüsse

Für unsere Marzipanprodukte sind Mandeln 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 unsere langjährigen Lieferantenbeziehungen und die Zusammenarbeit mit diesen sowie unseren **Supplier Code of Conduct,** versuchen wir kritische Themen bezüglich Arbeitsbedingungen und Kinderarbeit auszuschließen.

Zucker

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

Effektiver Einkauf: Lead Buying
Im Zuge der Internationalisierung nutzt Zentis seine internationale Aufstellung und bündelt 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 sowie die globale Erweiterung unseres Lieferantenportfolios statt. Beispielsweise übernimmt Zentis Deutschland das „Lead Buying" für Pfirsichwürfel aus Europa, Zentis North America im Gegenzug für Mangoprodukte aus Südamerika.

zurück zum Kapitelanfang

Herausforderungen an den Rohstoffeinkauf

Als Unternehmen, das überwiegend landwirtschaftlich hergestellte Produkte verarbeitet, sind wir uns den Auswirkungen des Wirtschaftens auf Menschen- und Arbeitsrechte sowie auf die Umwelt bewusst und suchen dementsprechend stets gute Lösungen.

Extreme Trockenheit, Hitze und Frost als Folgen des Klimawandels erschweren die Anbaubedingungen. Dies beeinträchtigt die Verfügbarkeit und erhöht die Preise. Auch ausreichend Arbeitskräfte (insbesondere bei der Erdbeerernte) werden zunehmend zu einem Problem in den Anbauländern. Ein zusätzlicher Punkt ist allgemeine Verunsicherung der Kunden bezüglich ökologischer und sozialer Kriterien einzelner Rohstoffe.

Zentis hat sich der Verbesserung ökologischer und sozialer Themen in der Lieferkette verpflichtet. Während bisher sozialgesellschaftliche Maßnahmen im Vordergrund standen, wird die Relevanz von umweltbezogenen Aspekten, wie der Verlust der biologischen Vielfalt und die Folgen des Klimawandels, immer deutlicher. Letztere werden aktuell überwiegend über Zertifizierungen abgebildet, sollen aber zukünftig auch in interne Prozesse und Projekte vor Ort integriert werden. Auch unsere langfristigen Beziehungen und der enge Kontakt zu unseren Lieferanten sowie eine strenge Lieferantenprüfung und -zulassung garantieren die Erfüllung von Qualitäts- und Nachhaltigkeitsanforderungen.

Um der wachsenden Zahl von Nachhaltigkeitsprogrammen gerecht zu werden, haben wir im April 2016 eine neue Stelle im Bereich Einkauf geschaffen.

zurück zum Kapitelanfang

Zertifizierungen und Mitgliedschaften

Gemeinsam nachhaltig handeln

Zertifizierungen sind eine konkrete Möglichkeit für uns, soziale und ökologische Themen in der Lieferkette zu verbessern. Gemeinsam mit unseren Kunden haben wir Zertifizierungsmöglichkeiten identifiziert, die unsere an uns selbst gestellten Ansprüche und unser Engagement beim Thema Nachhaltigkeit widerspiegeln.

Unser Fokus liegt auf den Rohstoffen Palmöl und Kakao, da die Probleme bei der Einhaltung der Umwelt- und Menschenrechtsstandards dort am gravierendsten sind und schnellstes Handeln erfordern.

UTZ (Rainforest Alliance)

Das Programm und Gütesiegel **UTZ** zeichnet verantwortungsbewusste, nachhaltige Landwirtschaft sowie die Transparenz entlang der Versorgungskette aus. Dabei hat UTZ das Management landwirtschaftlicher Betriebe, insbesondere von Kleinbauern, im Fokus. Es unterstützt Bauern und Arbeiter mit ihren Familien, verbessert ihre Einkommens- sowie die soziale Situation und leistet gleichzeitig einen Beitrag zum Schutz der natürlichen Ressourcen. UTZ wurde Anfang 2018 unter dem Siegel „Rainforest Alliance“ zusammengeführt. In der Übergangsphase zum neuen gemeinsamen Standard 2020 laufen beide Programme parallel.

Fairtrade

Das **Fairtrade-**Siegel kennzeichnet Güter, die aus fairem Handel stammen. Ihre Herstellung muss festgelegte soziale und ökologische Kriterien erfüllen. 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 UTZ- und Fairtrade-zertifizierter Produkte 2019:	**%**
Kakao Eigenmarke Zentis Süßware:	96
Kakao, gesamt:	38,5
Schokolade:	66,9

Ab 2020 werden wir erstmals auch UTZ-zertifizierte Haselnüsse beziehen.

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.
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.

Palmöl 2019: RSPO »Segregated«:

>99 %

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 Palmölderivaten und -fraktionen gab, weichen wir heute teilweise auf palmölfreie Aromen und Emulgatoren aus, sollten sie nicht in der gewünschten RSPO-Qualität verfügbar sein.

Ausführliche Details zum Thema Produktentwicklung werden auf den Seiten 44-45 beschrieben.

FONAP

Seit 2017 sind wir ebenfalls Mitglied beim **Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP).** Ziel von FONAP ist es, den Anteil nachhaltig erzeugten Palmöls und nachhaltig erzeugter 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 Palmöl und Palmkernöl in unseren Produkten anzustreben.

Bio

Derzeit beträgt der Anteil biozertifizierter Rohwaren bei Zentis 1,9 %. Unsere eingekauften Früchte sind zu **3,8 % biozertifiziert.** Zuckerrohr setzen wir zwar nur auf speziellen Kundenwunsch ein, dieser Rohstoff ist jedoch zu 81 % 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.

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, das 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 (Auditierungsmethode von Sedex) aufzufordern. Das Netzwerk der in Sedex gelisteten Lieferanten wurde im Berichtszeitraum weiter ausgebaut. Für einen unserer wichtigsten Kunden konnten wir so den Anteil der eingekauften **SMETA-zertifizierten Rohware auf 95%** steigern.

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.

zurück zum Kapitelanfang

Zusammenarbeit mit Lieferanten

Die Beziehung zu unseren Lieferanten und Verkäufern ist von langjähriger, vertrauensvoller Kooperation geprägt – und das weltweit.

Dadurch ist es uns auch möglich, mehrjährige Verträge abzuschließen.

Generell unterscheiden wir zwischen Produzenten und Lieferanten.

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 ihnen 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.

Im Jahr 2019 waren für den deutschen Standort 61 % aller Lieferanten auch gleichzeitig Produzenten. Mit ihnen haben wir ein Beschaffungsvolumen von 78 % der Gesamtmenge umgesetzt.

zurück zum Kapitelanfang

Daten und Fakten:

Rund 70 % unserer Bezugsquellen bestehen schon mehr als zehn Jahre (Zentis Deutschland)

Bei rund 20 % unserer Rohstofflieferanten kaufen wir über 88 % unserer Rohstoffmengen ein (auf internationaler Ebene 92 %)

Mit 36 % der Rohstofflieferanten realisieren wir einen jährlichen Umsatz von jeweils mehr als 200.000 Euro (97% der Menge)

> “Lieferanten, bei denen wir ein hohes Potenzial für Verbesserungen sehen, begleiten und unterstützen wir aktiv.”

Diese vertrauensvolle Zusammenarbeit ermöglicht eine kompromisslose Qualitätssicherung und Durchsetzung hoher Anforderungen. Lieferanten, bei denen wir ein hohes Potenzial für Verbesserungen sehen, begleiten und unterstützen wir aktiv. Dies erfolgt durch eingehende Gespräche, aber auch durch ein spezielles Coaching, sowohl bei Zentis als auch beim Lieferanten oder Produzenten vor Ort. Dabei rücken auch soziale und ökologische Themen in den Vordergrund.

zurück zum Kapitelanfang

Best Case – Supplier Day

Regelmäßige **Supplier Days** fördern den Austausch und eine vorausschauende Zusammenarbeit in Bezug auf konkrete Problemlösungen.

Nach dem positiven Feedback unserer Lieferanten zu unserem ersten Supplier Day im Jahr 2017 und um den offenen Dialog weiter zu verfolgen, hat 2019 ein **Zentis Innovation Supplier Day** stattgefunden. Im Vordergrund stand dabei die Suche nach innovativen Ideen und Lösungsansätzen für bestehende und neue Produktkonzepte, bezogen auf die Trendthemen Natürlichkeit, Nachhaltigkeit und Gesundheit/Healthy Living.

Insgesamt nahmen 32 Lieferanten über zwei Tage verteilt an dem Workshop teil. In Zeitfenstern von jeweils 90 Minuten wurde zu den Kategorien Obst- und Gemüse, New Ingredients, Sugar/Sugar Reduction, Clean Label und Verpackungen diskutiert.

zurück zum Kapitelanfang

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 sozialgesellschaftlichen Themen geschult.

Um unsere Lieferanten vor Ort noch besser zu begleiten und konkrete Projekte im Fruchtbereich anzustoßen, wurde im Einkauf die Stelle des Fruit Scout geschaffen. Dieser soll nach Möglichkeiten suchen, wie Produzenten beim Thema Nachhaltigkeit im jeweiligen Land mit Fokus auf risikoreiche Länder wie Indien und Ägypten besser unterstützt werden können. In Spanien und Marokko soll eine teilweise Vorfinanzierung von Projekten stattfinden, um bessere Einblicke in Ernte und Verarbeitung zu gewinnen und eine größere Bindung zum Lieferanten herzustellen.

Im Berichtszeitraum wurde in diesem Zusammenhang ein interner Beschluss bezüglich „Living Income“ bei Kakao erreicht, der 2020 umgesetzt werden soll. Die Kakaobauern an der Elfenbeinküste erhalten hierdurch ein festes Gehalt zur Lebensunterhaltssicherung, das zusätzlich durch zentrale Stellen vereinheitlicht wurde.

zurück zum Kapitelanfang

Tools zur Lieferantenprüfung und Zulassung

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

Generalspezifikation
Die Generalspezifikation wurde 2016 eingeführt und letztmals 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.

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

Lieferantenfragebogen
Für neue Lieferanten gibt es ein striktes Lieferantenzulassungsprozedere. 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.

Die Beantwortung der Fragen wird von unserem Qualitätsmanagement in enger Abstimmung mit unserem Einkauf ausgewertet und geprüft. Bei markanten Abweichungen von den Vorgaben werden die entsprechenden Lieferanten nicht zugelassen bzw. bei späteren Verstößen umgehend gesperrt und ausgelistet. Wir lassen dieses Zulassungssystem regelmäßig von externen Fachleuten auditieren.

Neben den qualitätsbezogenen Kriterien fließen auch Nachhaltigkeitsthemen in die Bewertung der Lieferanten ein. Abgefragt werden diesbezüglich ökologische Kriterien, wie z. B. Zertifizierungen, Umweltaktivitäten und erneuerbare Energien, sowie soziale Kriterien, wie Maßnahmen zur Einhaltung ethischer Grundsätze, Antidiskriminierung und Arbeitsschutz.

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), eine gemeinnützige Unternehmensvereinigung zur Verbesserung der sozialen Standards in einer weltweiten Wertschöpfungskette. Zusätzlich werden die Themen durch eigene ergänzt, wie z. B. Vorgaben zur Einhaltung des Mindestlohns im Ursprungsland.

zurück zum Kapitelanfang

Jährliche Lieferantenbewertung
Bei unseren strategischen Lieferanten und Lieferanten ab einem festgelegten Umsatzvolumen führen wir jährlich eine umfangreiche Lieferantenbewertung durch, die insgesamt ca. 90 % des Einkaufsvolumens abdeckt. Sie umfasst sowohl qualitative als auch quantitative Aspekte. Es werden Qualität, Preise und Konditionen, Lieferung und Service, aber auch GMP (Good Manufacturing Practice) 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 Maßnahmen nicht oder treffen nicht unsere Vorgaben, wird der Lieferant gesperrt. Im Berichtszeitraum gab es auf Basis der jährlichen Lieferantenbewertung keine Sperrungen.

Im Rahmen unserer jährlichen Lieferantenbewertung findet bisher keine weitreichende Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien statt. Dies soll sich zukünftig durch eine neue Lieferantenplattform ändern. Durch die Bündelung der Informationen in einem zentralen System sollen positive und negative Entwicklungen bei unseren Lieferanten in Bezug auf Nachhaltigkeit erfasst und in die Lieferantenbewertung integriert werden.

Lieferantenaudits
Um die Einhaltung unseres hohen Qualitätsanspruchs sicherzustellen, werden unsere Lieferanten regelmäßig auditiert. Wir akzeptieren von unseren Lieferanten eine Auditierung nach den Vorgaben der GFSI (Global Food Safety Initiative). Zusätzlich führen wir Audits vor Ort durch, die sicherstellen, dass die Warenqualität zu jeder Zeit unseren Vorgaben und Richtlinien entspricht, inklusive der eingekauften Rohwaren. Hierfür erstellen wir entsprechende Auditpläne, über die wir die Qualität unserer vorgelagerten Kooperationspartner prüfen und bei Bedarf Verbesserungsvorschläge unterbreiten.

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 sie 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. 5,8 % unserer Rohwaren nicht möglich, das Risiko von Kinderarbeit auszuschließen. Diese Zahl bildet die eingekaufte Schokolade und Nüsse sowie die Rohstofflieferungen aus Risikoländern ab, die nicht UTZ- oder Fairtrade-zertifiziert sind.

zurück zum Kapitelanfang

Natürlich. Genussvoll. Zentis.

Expertise zum Genießen ›

Innovation aus Tradition ›

Natürlich bewusst ›

Die Marke Zentis ›

Soziale Transparenz ›

Unsere Verpackungen ›

Expertise zum Genießen

Zentis ist Impulsgeber für natürliche und genussvolle Ernährung. Wir entwickeln Produkte und Konzepte mit optimaler Natürlichkeit und besten Zutaten. Basis unseres Erfolgs sind das Know-how unserer Mitarbeiter*innen und innovative Produktentwicklung, aber auch intensive Marktbeobachtung und der enge Austausch mit Kunden, Lieferanten und externen Experten.

Unsere Kernkompetenz liegt in der Entwicklung 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, Milchmischgetränke, Eiscreme sowie pflanzliche Alternativen.

Unsere erfolgreichsten Produktrevolutionen:

- stabile Schokosplits und Schokocerealien, die eingerührt in Joghurt oder Desserts und bei anderen Anwendungen knackig bleiben
- Getreidezubereitungen – auch in glutenfrei
- Frucht- und „Warm flavour"-Zubereitungen für Süßdesserts
- hochstückige Fruchtzubereitungen für Premiumprodukte

Fruchtzubereitungen und Rohmassen für die Back- und Süßwarenindustrie:

Backfüllungen, wie Fruchtzubereitungen, süße Cremes, Spezialfüllungen, die back- und/oder froststabil sind, Marzipanrohmassen, Gelzubereitungen, Glasuren und Dekorationen

Süßwaren für den Endverbraucher:

Produktion von Marzipanrohmasse primär für saisonale Artikel wie Marzipanbrote, Marzipankartoffeln und Marzipaneier sowie Ganzjahresartikel mit und ohne Marzipan – stets den aktuellen Bedürfnissen der Verbraucher entsprechend (z. B. kleinere Verpackungsgrößen)

Brotaufstriche für Handel und Verbraucher:

vielfältiges Sortiment, darunter bekannte Marken wie das Pflaumenmus Original Aachener Pflümli, der Fruchtaufstrich 50% weniger Zucker und die Nuss-Nougat-Creme Nusspli

zurück zum Kapitelanfang

Innovation aus Tradition

Dies ist nicht nur unser Credo, sondern auch unser Anspruch an die eigene Produktentwicklung, um auf individuelle Kundenwünsche flexibel reagieren zu können und ihnen schnell gerecht zu werden.

Dabei verbinden wir das umfangreiche Know-how unserer Mitarbeiter*innen durch die bereichsübergreifende Verzahnung von Forschungs- und Entwicklungsspezialist*innen mit denen aus der Verfahrenstechnik, der Produktion, des Marketings und der Qualitätssicherung – in Aachen sind dies derzeit insgesamt 53 Spezialist*innen.

Ein modernes **Back-Technikum** ermöglicht beispielsweise die Geschmacksprüfung direkt am fertigen Endprodukt. So können wir umfassende Tests mit neuen Füllungen und Zubereitungen direkt umsetzen.

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

zurück zum Kapitelanfang

Natürlich bewusst

Neue Anforderungen an unsere Produkte und wie wir damit umgehen

Anforderungen

Trendthemen (Kundenseite)

- „Vegan“ bzw. „plant based“
- „Zuckerreduziert“
- Regionalität
- Bioprodukte
- Detailliertere Kennzeichnung nach Herkunft und Zertifizierung

Nachhaltigkeitsforderungen (Handel)

- Fairtrade-zertifizierter Kakao
- RSPO-zertifiziertes Palmöl
- Einsatz von *Sonnenblumen-Lecithin* statt Soja-Lecithin

Unsere Maßnahmen

Wir verwenden **ausschließlich zertifiziertes Palmöl (RSPO SG)** sowie weitere nach **UTZ** und **Fairtrade zertifizierte Rohstoffe,** wie z. B. Kakao (detaillierte Informationen auf den Seiten 34-35.)

Wir setzen auf **Clean-Label-Konzepte** (z. B. Milchindustrie) und ein authentisches Produkterlebnis mit dominanten Hauptzutaten d. h. so wenige Zutaten wie möglich und keine oder nur wenige Zusatzstoffe.

Wir haben eine direkte **Reduzierung des Zuckergehalts** in den Fruchtzubereitungen vorgenommen sowie eine Konfitüre mit 50 % weniger Zucker entwickelt. Zusätzlich forschen wir an alternativen Lösungen mit z. B. natürlichen Süßungsmitteln.

Wir arbeiten an diversen Konzepten von maßgeschneiderten Frucht- und „Warm flavour“- Zubereitungen für fermentierte und nichtfermentierte **pflanzliche Massen aus Soja, Hafer oder Kokos.**

Wir produzieren **natürliche Farbstoffe** in Zentis Polen, die zukünftig 70 % des internen Bedarfs decken und auch extern vertrieben werden sollen.

Langfristig streben wir eine **Eliminierung von Palmöl** und Palmölbestandteilen durch den Einkauf ausschließlich palmölfreier Rohstoffe an.

Wir forschen an dem **Einsatz von Sonnenblumenproteinen** als pflanzliche Alternative zu bspw. tierischen Proteinlieferanten für die Herstellung von z. B. milchfreien Frischkäsealternativen.

Zusätzlich beschäftigen wir uns mit der Entwicklung **ultrahochstückiger Zubereitungen,** verschiedener **veganer Basismassen** und neuer **„Crunchy Cereals“-Sorten.**

zurück zum Kapitelanfang

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:

50% weniger Zucker

Frühstücks-Konfitüre

Aachener Pflümli

Nusspli

Marzipankartoffeln

Marzipanbrote

MyCorn

zurück zum Kapitelanfang

Markenentwicklung

Im Berichtszeitraum wurde eine neue, eigenständige Markenpositionierung für die Marke Zentis erarbeitet und eine Innovationspipeline mit Produktkonzepten für den Bereich B2C bis zum Jahr 2025 ausgearbeitet. Die Ergebnisse intensiver Marktforschung zu Konsumentenbedürfnissen und -einstellungen, richtungsweisenden Trends sowie einer Analyse der bisherigen Positionierung der Marke Zentis haben uns unterstützt.

Für den Bereich B2C ergibt sich deshalb eine neue Organisationsstruktur. Während die Bereiche Vertrieb und Marketing zusammengeführt wurden, haben wir ein neues Innovationsmanagement B2C als Baustein des globalen Innovationsmanagements implementiert. Ziel ist es, neue Produkte für die Segmente süße Brotaufstriche und Süßwaren sowie weitere potenzialträchtige Kategorien und Verwendungsanlässe zu erschließen.

Auch die Zentis Süßware setzt auf Produktinnovationen und entwickelt sich derzeit vom klassischen Marzipanhersteller hin zum Mandel-/Nuss-Experten.

Die wichtigsten *Innovationen* der Marke Zentis

Sehr erfolgreicher Lauch der neuen Range **50% weniger Zucker** mit vier Sorten im Februar 2019. Die Zuckerreduktion um 50% im Vergleich zu einer herkömmlichen Konfitüre bei vollem Fruchtgenuss ist das USP der Marke. Im Januar 2020 erfolgte eine Erweiterung des Sortiments um fein passierte Sorten.

Verpackungsrelaunch des traditionellen Pflaumenmuses **Aachener Pflümli** vom Kunststoffbecher auf **Glas.**

Einführung des auf Ur-Getreide basierenden schokolierten Cerealiensnacks **MyCorn** in drei Sorten (Hafer mit Vollmilchschokolade, Roggen mit Zartbitterschokolade, Quinoa mit Vollmilchschokolade).

Launch des **Ehrmann High Protein Crispy Snacks** im Laufe 2020. Zentis ist als Lizenznehmer zuständig für die Produktion und den Vertrieb dieses Produktes in den drei Sorten Crispy Balls Vollmilchschokolade, Crispy Balls Joghurt und Crispy Cookies Vollmilchschokolade.

zurück zum Kapitelanfang

Soziale Transparenz

Zentis online und Social Media

Die Marke Zentis steht für offene und transparente Kommunikation mit allen Kundenkreisen und Anspruchsgruppen. Eine direkte, schnelle und verbindliche Korrespondenz ist uns sehr wichtig und wird über unseren Verbraucherservice auf allen bekannten Online-Plattformen realisiert.

Pinterest

2019 eingerichtet, dient Pinterest mit Koch- und Backrezepten als Inspiration mit durchschnittlich > 6.000 Betrachtern pro Monat.

Newsletter

Hier informieren wir über alle Neuigkeiten rund um unser B2C-Geschäft. Der Newsletter gehört zu einem unserer wichtigsten Kommunikationstools.

Facebook und Instagram

Auf Facebook ist unsere Hauptzielgruppe sehr aktiv unterwegs. Zusätzlich bekommen wir auf der Plattform direktes Feedback zu Produktneuheiten und Launches, die wir über unsere Facebook-Seite teilen. Die Kommunikation auf Instagram wird in Zukunft weiter ausgebaut.

Kennlernaktionen und Testpakete

Aktionen und Testpakete mit besonderen und limitierten Editionen und Neuprodukten sind sehr beliebt bei der Zielgruppe sowie wertvoll für uns im Sinne der Produktentwicklung, Generierung von Weiterempfehlungen und zur Steigerung der Bekanntheit. Im Berichtszeitraum haben wir folgende Testeraktionen durchgeführt: Range 50% weniger Zucker (als Teil der „Weniger Zucker-Kampagne“ von REWE) und MyCorn. Zusätzlich gibt es regelmäßig Gewinnspielaktionen auf unserer Website, wo verschiedene Produkte beworben werden.

Facebook-Fans Stand 31.12.2019

50.993

Website & YouTube-Kanal

Hier geben wir unter anderem bereichsübergreifende Einblicke z. B. in unsere Herstellungsprozesse von der Rohware bis zum Endprodukt. Dabei erklären wir stets alle Schritte, Herausforderungen sowie Anforderungen. Für unsere Produktneuheit MyCorn haben wir sogar eine eigene Website inklusive Facebook-Page eingerichtet. Beides stößt auf großen Anklang und stärkt die direkte Kommunikation mit dem Endverbraucher.

zurück zum Kapitelanfang

Unsere Verpackungen

Produktanforderung und Umweltschutz, bestmöglich vereint

Nachhaltige Verpackungen werden für den Verbraucher immer wichtiger. Deswegen setzen wir im Handel verstärkt auf Glas. Für den Transport der Konfitüren und Süßwaren und die Präsentation im Verkaufsregal nutzen wir zu 100 % FSC-zertifizierte Kartonagen sowie Mehrweg-Edelstahlcontainer für den Weitertransport unserer Fruchtzubereitungen zu den Industriekunden.

Generell achten wir schon beim Einkauf der Verpackungen auf kurze Transportwege und beziehen großvolumige und schwere Verpackungen wie Glas deshalb überwiegend regional.

Alles in allem arbeiten wir somit bestmöglich im Sinne der Kreislaufwirtschaft. In Bezug auf unsere Kunststoffverpackungen bedeutet das v. a. die Recyclingfähigkeit der Materialien zukünftig zu erhöhen.

zurück zum Kapitelanfang

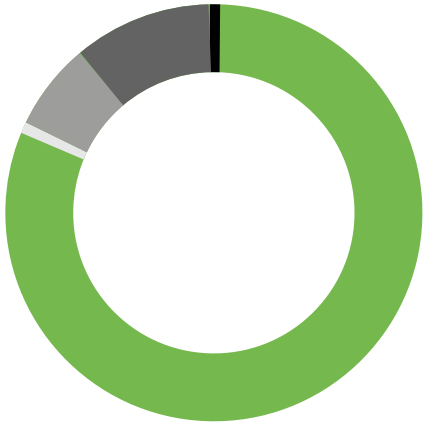
Einsatz der Materialien

Für unsere Konfitüren nutzen wir **Gläser,** die mit einem **Weißblechdeckel** verschlossen werden. Die **Kunststoffverpackungen** beziehen sich hauptsächlich auf unseren Kunststoffbecher der Frühstücks-Konfitüre und des Aachener Pflümlis, die zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit mit einer **Aluminiumplatine** verschlossen werden.

Ende 2019 wurde die Verpackung des Aachener Pflümlis auf Glas umgestellt. Somit ist ab 2020 mit einem Rückgang der Kunststoffmenge zu rechnen. Die restlichen Kunststoffverpackungen sind Folien im Bereich Süßwaren, Portionsverpackungen sowie **Verbundfolien,** die in der Abbildung separat erfasst wurden.

Der Einsatz von recyceltem Kunststoff in unseren Produktverpackungen ist leider in naher Zukunft nicht vorgesehen, da lebensmittelrechtlich kein Direktkontakt von Rezyklat mit dem Lebensmittel erlaubt ist.

Anteil Verpackungsmaterialien am Gesamtverbrauch in %



Verpackungsmaterialien-Verbrauch 2018/2019

- Glas* 80,8 %
- Papier/Kartonage 0,8 %
- Metall (Weißblech und Aluminium) 5,8 %
- Kunststoff 12,2 %
- Verbundfolien 0,4 %

**Hoher Anteil von Glas ist auf das Eigengewicht zurückzuführen.*

Verpackungen, weitergedacht

Bei Zentis arbeitet die Abteilung „Verpackungsentwicklung“ an der Neuentwicklung von Verpackungssystemen und deren Optimierung und Harmonisierung. Die Abteilung kümmert sich verstärkt um den effizienten Einsatz von Verpackungsmaterial und dessen Kosten sowie die sich wandelnden Nachhaltigkeitsanforderungen.

Aktuelle Maßnahmen und Projekte

- Schutz vor Migration in das Produkt (MOSH/MOAH) durch Verwendung von mineralöl-freien und migrationsarmen Druckfarben bei Etiketten, Folien und Kartonagen
- Reduzierung des Verpackungsmaterials und des Einsatzes von Monomaterialien zur Erhöhung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen
- Bereits jetzt viele Kunststoffverpackungen zu 90 - 100 % recycelbar, darunter Wickel folien der Marzipanbrote, Folien der Marzipan rohmasse und Kunststoffdosen

zurück zum Kapitelanfang

Kundenorientiertes Wirtschaften

Gemeinsam zum Erfolg ›

Global Innovation Management ›

Qualität und Sicherheit ›

Zertifizierungen und Standards ›

Maßnahmen zur aktiven Qualitätssicherung ›

Immer up to date: Schulungen von Mitarbeiter*innen ›

Respektvolles Miteinander: Zentis Compliance ›

Gemeinsam zum Erfolg

Unsere Industriekunden und Endverbraucher haben veränderte Bedürfnisse und steigende Anforderungen hinsichtlich Qualität, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit. Kundenorientiertes Wirtschaften bedeutet demnach für uns, sich diesen Bedürfnissen und Anforderungen anzupassen und gemeinsam mit unseren Kunden Lösungen zu finden.

Dafür schaffen wir bei Zentis internationale Prozesse und neue Arbeitsstile, die Kreativität und Innovationen fördern sowie Raum für das gemeinsame Arbeiten für und mit Kunden schaffen. 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 sicherstellen.

“Dafür schaffen wir bei Zentis internationale Prozesse und neue Arbeitsstile, die Kreativität und Innovationen fördern sowie Raum für das gemeinsame Arbeiten für und mit Kunden schaffen.”

zurück zum Kapitelanfang

Global Innovation Management

Seit Anfang 2020 dient die Abteilung 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.

Unser globales Innovationsmanagement erlaubt uns zukünftig nicht nur frühzeitig auf Nachhaltigkeitstrends zu reagieren, sondern vielfältige Nachhaltigkeitsthemen mit den Unternehmensprozessen zu verknüpfen, wobei unsere Kunden und Lieferanten stets in den Prozess mit eingebunden werden.

Tools und Projekte

FruchtCampus

Im **FruchtCampus** haben wir neue Räume geschaffen, die in moderner, kreativitätsfördernder Umgebung auf dem neusten Stand der Technik alle Möglichkeiten für Workshops sowohl mit theoretischem als auch praktischem Fokus bieten. Mitarbeiter*innen können sich abteilungsübergreifend treffen und Projekte mit agilen und crossfunktionalen Arbeitsweisen umsetzen. Langfristig gesehen fördert dies die Agilität unseres Unternehmens und trägt zum zukünftigen Unternehmenserfolg bei. Anfang 2020 hat sogar das erste Kundenevent im FruchtCampus in der „Customer Relation Area“ stattgefunden.

Creative Space

Unser Creative Space ist ein multisensorisch flexibler Raum innerhalb des FruchtCampus, in dem alle notwendigen Werkzeuge und Flächen zur Verfügung stehen, um Ideen strukturiert und über einen längeren Zeitraum weiterzuentwickeln. Hier besteht auch die Möglichkeit, erarbeitete Ideen in einer Kreativküche **(„Show Kitchen“)** mit Sensoriklabor gemeinsam physisch zu erarbeiten.

Foresight

Unter Foresight verstehen wir die Aktivitäten unseres Unternehmens zur Vorausschau sowie Vorbereitungen auf Entwicklungen des Umfelds, beispielsweise mit Trendkarten. Auf Trendkarten werden mögliche Trends und ihre Bedeutung für Zentis dokumentiert und anschließend von verschiedenen Expertengremien ausgewertet. Die Trenderfassung und -analyse erfolgt mithilfe verschiedener Workflows, die im Rahmen des Innovationsmanagements derzeit weiter ausgearbeitet werden.

zurück zum Kapitelanfang

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 Experten sind fest im Gesamtablauf und im Bewusstsein der Mitarbeiter*innen verankert.

Obwohl unsere verschiedenen Standorte ein unabhängiges Qualitätsmanagementsystem etabliert haben, finden regelmäßig europäische Qualitätstreffen statt, bei denen Erfahrungen ausgetauscht und u. a. landestypische Vorgehen z. B. zu Prüfroutinen präsentiert werden.

zurück zum Kapitelanfang

Zertifizierungen und Standards

Die unternehmenseigenen Abläufe und die ordnungsgemäße Umsetzung sämtlicher Qualitätsmaßnahmen überprüfen wir regelmäßig sowohl mit Hilfe interner Audits als auch durch externe Zertifizierungsorganisationen.

Im Jahr 2019 haben wir für unsere Standorte in Aachen erneut die Zertifizierungen IFS (International Featured Standard) Food 6.1 und FSSC (Food Safety System Certification) 22000 erhalten. Auch die Standorte unserer Tochtergesellschaften sind jeweils nach einem Food-Safety-Management-System zertifiziert. Die Audits des Zertifizierungsprozesses finden dabei zunehmend unangekündigt statt.

Das Allergenmanagement im Werk I in Aachen wird, insbesondere für den Produktionsbereich Fruchtzubereitung, seit vielen Jahren einer Allergeninspektion nach ISO 17020 unterzogen und ist erfolgreich zertifiziert.

Unsere Zertifizierungen:

- Bio — Bioprodukte (EG Öko VO [Bio])
- GVO-frei — Lebensmittel ohne Gentechnik („GVO-frei“ und „GVO-frei Österreich“)
- vegan — vegetarische und vegane Produkte „V-Label vegetarisch“ und das Qualitätssiegel der European Vegetarian Union (EVU), „V-Label vegan“
- laktosefrei — laktosefreie Produkte („laktosefrei“)

Unsere Rohstoffzertifizierungen werden auf den Seiten 33-35 näher beschrieben.

Ebenso wie wir unsere Partner kontrollieren, werden wir von vielen unserer Industrie- und Handelskunden auditiert. Im Berichtszeitraum führten unsere Kunden bei uns 23 Audits und qualifizierte Besuche durch, um sich davon zu überzeugen, wie wir ihre Qualitätsvorgaben einhalten.

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 regelmäßige 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.

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 wird der JRC-Monatsreport Food Fraud, der die bekannten Verstöße zu Lebensmittelfälschungen auflistet, sowie das „Knowledge Center for Food Fraud and Quality“ bei der Risikobewertung hinzugezogen.

HACCP-Konzept

Wir führen eine Risikobetrachtung in Bezug auf Rohstoffe, Produktionsprozesse und Verwendung beim Kunden durch.

Wareneingangskontrolle

Jede Anlieferung wird streng kontrolliert, indem wir 1 % der gesamten Lieferung prüfen. 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 der EU-Verordnungen, die unserer Kunden und unsere eigenen Anforderungen.

Fremdkörperdetektion

In den Produktleitungen sind hochleistungsfähige Neodym-Magnete, Metalldetektoren und Röntgentechnik eingebaut. Weitere innovative Verfahren sind in der Testphase. Zusätzlich haben wir im Berichtszeitraum zur Vermeidung von Fremdkörpern (z. B. Kerne) den Siebeinsatz bei verschiedenen Fruchtsorten neu definiert und präzisiert.

zurück zum Kapitelanfang

Immer up to date:

Schulungen von Mitarbeiter*innen

Personal- und Betriebshygiene sowie die kontinuierliche Schulung der Mitarbeiter*innen sind zentrale Elemente unseres Qualitätssystems und werden von Kollegen mit externer Unterstützung oder nur durch Externe durchgeführt. Verpflichtend für alle Mitarbeiter*innen ist dabei die jährliche Hygieneschulung.

Darüber hinaus koordiniert ein Rahmenplan über 30 weitere Schulungen und Trainings, die neben der Produktionstechnik auch regelmäßig wiederkehrende Sensibilisierungen auf Fremdkörper und spezielle Prozessreglements, wie z. B. Food Defense und Energiemanagement, behandeln. Der Plan wird jährlich überprüft und von den Fachbereichen umgesetzt.

zurück zum Kapitelanfang

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 für 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 Ethikkodex bildet die Grundlage für den Zentis Lieferanten-Code-of-Conduct und erfüllt die grundsätzlichen Kundenanforderungen an Ethikkodizes. 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 Beratern unterstützt.

Für die Berichtsjahre 2018/2019 gab es keine Vorfälle von Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialgesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereich.

zurück zum Kapitelanfang

Arbeiten *bei Zentis*

Das Familienunternehmen aus Aachen ›

Arbeiten bei Zentis in Zahlen ›

Was zeichnet Zentis als Arbeitgeber aus? ›

Qualifizierung und Personalentwicklung ›

Mitarbeitergesundheit ›

Soziales Engagement ›

Nachhaltigkeit gemeinsam erleben ›

Das Familienunternehmen aus Aachen

Als modernes mittelständisches Familienunternehmen verfolgen wir eine nachhaltige und werteorientierte Personalpolitik. Wir möchten, dass unsere Mitarbeiter*innen bei ihrer täglichen Arbeit zufrieden und motiviert sind.

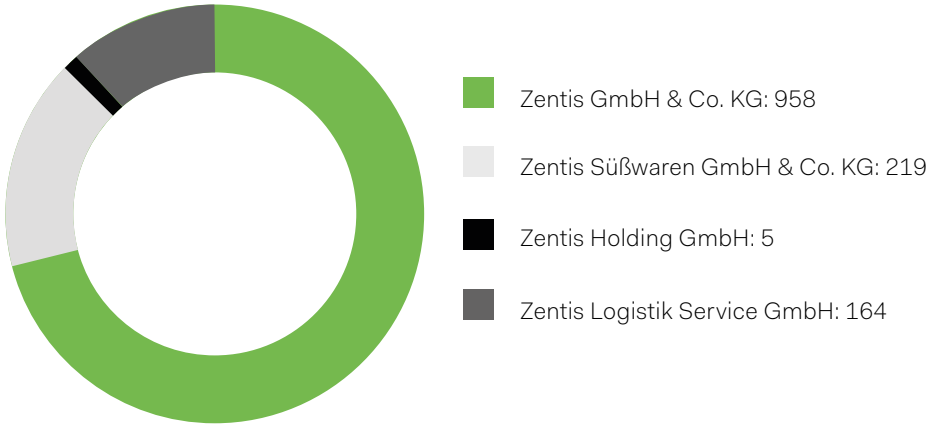
Auf Basis der Zentis People Strategy tragen hierzu insbesondere eine wertebasierte Unternehmenskultur, unsere aktive Mitarbeiterqualifizierungsstrategie sowie unser betriebliches Gesundheitsmanagement bei.

zurück zum Kapitelanfang

Arbeiten bei Zentis in Zahlen

Weltweit beschäftigt Zentis 2.212 Mitarbeiter*innen (Stand 31.12.2019), davon 1.346 in Deutschland. Von 2017 bis 2019 wurde die Anzahl an Auszubildenden von 38 auf 49 stetig erhöht. Durch Einstellungen und Übernahmen konnten wir darüber hinaus die Anzahl an Zeitarbeitnehmer*innen, die vornehmlich im Rahmen von Urlaubs- und Krankheitsvertretung sowie in Verbindung mit kurzfristigen Zusatzaufträgen im Einsatz sind, von 131 im Berichtszeitraum 2016/17 auf 96 im Berichtszeitraum 2019 reduzieren.

Anzahl Mitarbeiter*innen Deutschland 2019



Unsere Herausforderungen und Maßnahmen

Herausforderung	Maßnahme
Demografischer Wandel, v. a. hohes Durchschnittsalter der gewerblich-technischen Mitarbeiter*innen in den Produktionsbereichen	lfd. Ausbau und Weiterentwicklung der Nachfolgeplanung, des Wissenstransfers und der Berufsausbildung sowie Einführung altersgerechter Arbeitszeitmodelle und der ergonomische und altersgerechte Umbau bzw. die Anpassung von Arbeitsplätzen
Fachkräftemangel	Fokussierung auf die bedarfsorientierte (Berufs-)Ausbildung von Fachkräften und gezielte Weiterbildungen von Mitarbeiter*innen sowie die aktive und zielgerichtete Personalbeschaffung zur zeitnahen Besetzung der offenen Positionen
Flexible Arbeitswelten	Flexible Arbeitszeiten inklusive Regelungen zum mobilen Arbeiten, Unterstützung durch gezielte Weiterbildungen und Online-Formate
Digitalisierung und Effizienzsteigerung	Optimierung und Verschlankung von Standard- und Routineprozessen zur Schaffung von zusätzlichen Ressourcen z. B. für noch individuellere Personalauswahl und -betreuung

zurück zum Kapitelanfang

Was zeichnet Zentis als Arbeitgeber aus?

Gemeinsam VORleben

Die Werte **Vertrauen, Offenheit** und **Respekt** sind ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie FAMOS 2025. Im Rahmen des strategischen Projekts VORleben wird die Einbringung der Werte als Kompass in unserem alltäglichen Handeln interdisziplinär erarbeitet.

Work-Life-Balance

Zur Sicherstellung eines ausgewogenen Verhältnisses zwischen Privat- und Berufsleben bieten wir flexible Arbeitszeiten, die Möglichkeit zum mobilen Arbeiten außerhalb unserer Räumlichkeiten sowie maßgeschneiderte Arbeitszeitmodelle wie Teilzeit und Brückenteilzeit. Großen Anklang findet die Elternzeit, die im Bereichszeitraum immer öfter auch von Männern in Anspruch genommen wurde.

Anzahl Mitarbeiter*innen	2019
Mobiles Arbeiten	164
Davon Frauen	58 %

*Zum 01.01.2020 haben alle Mitarbeitern*innen, deren Arbeitsplatz sich dafür grundsätzlich eignet, per Betriebsvereinbarung einen Anspruch auf mobiles Arbeiten.*

Faires Entgelt

Wir legen sehr viel Wert auf ein leistungsgerechtes Entgelt unter der Berücksichtigung der Chancengleichheit aller Beschäftigten. Als tarifgebundenes Unternehmen erhalten alle Mitarbeiter*innen mindestens das Tarifentgelt und liegen somit deutlich über dem gesetzlichen Mindestlohn. Neben den tariflichen Leistungen gewähren wir auf Basis von Betriebsvereinbarungen oder freiwilligen Leistungen weitere, darunter z. B. Gewinn- und/oder leistungsorientierte Prämien. Insgesamt fallen unsere Mitarbeiter*innen zu 90 % unter Tarifverträge. Ebenso haben wir eine betriebliche Altersvorsorge etabliert.

Wir lieben Vielfalt

Wir sehen Vielfalt als Bereicherung. 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 und der Erhöhung der Frauenquote in Führungspositionen.

Inklusion

Zentis ermöglicht Menschen mit Behinderung bzw. einem gesundheitlichen Handicap eine dauerhafte Beschäftigung. Sie sind langjährig in die bestehenden Arbeitsgruppen integriert. Nach Möglichkeit passen wir – in gemeinsamer Abstimmung mit der Schwerbehindertenvertretung und dem Betriebsrat – 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.

Mitarbeiter*innen-Incentives

Außer von tariflichen und außertariflichen Leistungen, die im direkten Zusammenhang mit der Ausübung der Tätigkeit stehen, profitieren unsere Mitarbeiter*innen zusätzlich von finanziellen Zuschüssen für Feierlichkeiten in der Abteilung zu Weihnachten, für den Kauf von unseren eigenen Produkten sowie in den Bereichen Kantinenverpflegung und Parken.

Unsere Kommunikation: einfach famos

Seit 2017 kümmert sich eine Stabsstelle für interne Kommunikation verstärkt um eine transparente und offene Kommunikation zwischen Geschäftsführung, Führungskräften und Mitarbeitern. Dazu gehört auch unser neues Intranet, **famos.net,** das als Plattform nicht nur informieren, sondern auch zum Mitgestalten und aktiven Austausch untereinander anregen soll. Trotz der positiven Entwicklung arbeiten wir noch daran, die interne Kommunikation auf internationaler Ebene auch ohne Bildschirmarbeitsplatz zu ermöglichen.

zurück zum Kapitelanfang

Qualifizierung und Personalentwicklung

Uns ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter*innen nicht nur Fachwissen, sondern auch erforderliche soziale und persönliche Kompetenzen vermittelt bekommen, um den komplexen Herausforderungen der gegenwärtigen und zukünftigen Arbeitswelt gerecht zu werden. Im Rahmen unserer Qualifizierungsstrategie bieten wir verschiedenste Weiterbildungsveranstaltungen und Seminare zur individuellen Personalentwicklung und gezielten Führungskräfteentwicklung sowie ein systematisches Talent Management an.

Kernthemen unserer Qualifizierungsstrategie

Wir bilden junge Nachwuchskräfte mit Fokus auf kaufmännischen, gewerblich-technischen und logistischen Berufen aus. 2018 wurden wir mit der Zertifizierung »Best place to learn« ausgezeichnet.

Berufsausbildung	2018	2019
Azubis Zentis Deutschland	44	47

Wir bilden bedarfsgerecht mit dem Ziel der anschließenden Übernahme aus.

Azubis	2018	2019
Übernahmequote	100 %	81 %

An unseren internationalen Standorten, Polen und Ungarn, wird ebenfalls ausgebildet, jedoch nach landestypischen Modellen.

zurück zum Kapitelanfang

Führungskräfteentwicklung

Uns ist es besonders wichtig, durch unser Entwicklungsprogramm die Möglichkeiten der Vernetzung untereinander sowie die systematische Entwicklung der notwendigen Führungskompetenzen zu bieten. Ziele sind die Schaffung eines einheitlichen Führungsverständnisses, die Unterstützung in gegenwärtigen Führungsherausforderungen und die Schaffung einer Qualifizierungsbasis. Der Fokus liegt derzeit auf Führungskräften im gewerblich-technischen Bereich.
Unser Konzept beinhaltet ein zweijähriges Rahmenprogramm mit vier Modulen, das jede Führungskraft, die im gewerblich-technischen Bereich tätig ist, durchläuft. Die thematischen Schwerpunkte liegen auf den Themen Führung, Kommunikation, Konfliktmanagement und arbeitsrechtliche Grundlagen. Im Anschluss an das zweijährige Rahmenprogramm wird jährlich ein weiteres Wahlmodul belegt. Hier stehen bspw. die nachfolgend genannten Themen zur Wahl: Change Management, Umgang mit erkrankten Mitarbeiter*innen oder auch Motivation und Wertschätzung von Mitarbeiter*innen.

Zusammensetzung männlicher und weiblicher Führungskräfte:

Führungskräfte	Männlich	Weiblich
Bereichsleiter*innen	15	0
Abteilungsleiter*innen	29	17
Leitung Stabsstellen	4	6

Talent Management

Vorweg: Als „Talent" bezeichnen wir Mitarbeiter*innen, bei denen gute Potenziale für herausfordernde Aufgaben – auch Führungs- bzw. spezialisierte Managementaufgaben – gesehen werden, ohne dass alle Kompetenzen für zukünftige Aufgaben schon ausgebildet sind.

Das Talent Management umfasst ein englischsprachiges Programm mit einem zielgerichteten individuellen Entwicklungsplan sowie einem zweijährigen übergreifenden Rahmen- und Mentorenprogramm für unsere nationalen und seit 2018 auch für internationalen Talente unserer ausländischen Tochtergesellschaften.

Weiterbildungsmaßnahmen

Während die rein fachliche Personalentwicklung in der Regel in den eigenen Fachbereichen geplant und gesteuert wird, bietet unsere Personalentwicklung eine Vielzahl von Weiterbildungsangeboten an. Diese sind im Rahmen eines Weiterbildungskatalogs in unserer Personalentwicklungssoftware für jeden Mitarbeiter*innen zugänglich und werden regelmäßig evaluiert.

Unsere Angebote

- Persönlichkeitsbildende Themen und Methodenkompetenz
- Meisterschule und berufsbegleitende Studiengänge
- Sprachkurse während der Arbeitszeit
- Digitalangebote, z. B.: „Agile Arbeitsmethoden", „Führen im digitalen Wandel" und Trainingsangebote zu Office 365

Mitarbeiterjahresgespräch (MAJG)

Einmal im Jahr finden Feedbackgespräche zwischen Führungskräften und Mitarbeiter*innen statt. Sie sind unser wichtigstes Instrument zur Leistungsbeurteilung und Festlegung von Entwicklungsplänen. Bestandteil der Gespräche sind jeweils der Jahresrückblick, die aktuelle Situation und der Ausblick für zukünftige Maßnahmen in den Bereichen der kaufmännischen Verwaltung, im Einkauf und im Vertrieb. In der Produktion und in produktionsnahen Bereichen finden die MAJGs nur bis zur Ebene der Teamleitenden und ihren Vertretenden sowie Schlüsselkräften statt.

zurück zum Kapitelanfang

Mitarbeitergesundheit

Unsere Mitarbeiter*innen sind die wichtigste Ressource unseres Unternehmens. Daher ist es für uns von besonderer Bedeutung, die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen zu erhalten.

Hierfür bieten wir gezielte Maßnahmen an, die regelmäßig evaluiert und ggf. angepasst werden.

Unsere Maßnahmen für einen gesunden Arbeitsalltag

- Lärmminderungsprogramme und neue Büroräume
- Massage, Pausengymnastik am Arbeitsplatz zur Mobilisation, Kräftigung und Dehnung sowie Entspannung
- Workshop zum Thema Resilienz: „Wie kann ich mein seelisches Immunsystem stärken?“
- Grippeschutzimpfung bei unserem Betriebsarzt
- Teilnahme an Programmen zur gesunden Ernährungsumstellung
- Gesundheitsorientierte Ganzkörpertrainings
- Teilnahme an Firmenläufen
- Vergünstigte Smoothies in den Betriebskantinen
- Inhouse-Kurs zum Thema Rückenfitness

zurück zum Kapitelanfang

Arbeitssicherheit

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

Für alle Mitarbeiter*innen in Deutschland ergibt sich eine Unfallquote von 5,6 Arbeitsunfällen pro 200.000 gearbeiteter Stunden. Darunter lagen im Berichtszeitraum keine Arbeitsunfälle, die zu schweren Verletzungen geführt haben. Um eine ständige Überprüfung und Verbesserung zu gewährleisten, prüfen wir regelmäßig alle Arbeitsplätze anhand einer Gefährdungsbewertung und erarbeiten bei Bedarf Maßnahmen zur Risikominderung. Als Grundlage dazu dienen uns unter anderem auch die Unfallbefragungen der Mitarbeiter*innen und Vorgesetzten.

Unfälle vorbeugen

- Regelmäßige speziell auf die verschiedenen Arbeitsanforderungen angepasste Schulungen
- Aufklärung der Produktionsmitarbeiter*innen zum Umgang mit Gefahrstoffen, Flurförderzeugen und Messern oder zur Benutzung der persönlichen Schutzausrüstung
- Spezielle Fachschulungen für Teamleiter*innen und Servicekräfte, teilweise durch Schulungsträger wie TÜV, BGN, BG ETEM oder Lieferanten von persönlicher Schutzausrüstung
- Jährliche Hygieneschulung

Immer bestens versorgt durch unseren Betriebsarzt

Zusätzlich zu unseren allgemeinen Maßnahmen haben wir auch einen Betriebsarzt, der täglich im Unternehmen vorzufinden ist. Er berät den Arbeitgeber und die Arbeitnehmer*innen sowie Leiharbeiter*innen zu betrieblichen wie auch privaten Gesundheitsthemen. Zusätzlich ist er wesentlicher Bestandteil im Prozess der Gefährdungsbeurteilung bei Betriebsunfällen und Vorbeugungsmaßnamen.

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

zurück zum Kapitelanfang

Soziales Engagement

Mit Herz dabei

Zentis fühlt sich 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.

Wir sind unter anderem Sponsor des Aachener Kinderhauses und der Ronald-McDonald-Kinderhilfe sowie Partner der REWE-Power-Kisten, die dafür sorgen, dass Kinder nicht hungrig zur Schule gehen müssen. Zudem unterstützt Zentis den Aachener Karlspreis und verleiht jährlich den Zentis Kinderkarnevalspreis. Seit dem Jahr 2017 gibt es den „Zentis Donnerstag“ im Museum Ludwig Forum. Alle Besucher erhalten donnerstags freien Eintritt.

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

Social Days

Während unserer Social Days engagieren sich unsere Auszubildenden freiwillig für soziale Projekte. Im Berichtszeitraum halfen sie dem D-Hof, einer Anlaufstelle mit Spiel- und Freizeitaktivitäten für Kinder und Jugendliche.

Auch unsere Führungskräfte sind an den Aktionstagen beteiligt. Neben aktiver Unterstützung sozialer Einrichtungen steuert unser Unternehmen auch finanzielle Hilfe für beispielsweise Baumaterialien oder Einrichtungsgegenstände bei.

zurück zum Kapitelanfang

Nachhaltigkeit gemeinsam erleben

Unser Ziel ist es, unsere Mitarbeiter*innen zukünftig noch stärker für Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und in Aktivitäten einzubinden, die über das soziale Engagement und über das fachliche Wissen hinausgehen.

Unsere Aktionen

Mitarbeiterinitiativen zu Abfallvermeidung und Wiederverwendung von Kunststoff-materialien

Vegetarische Gerichte in der Kantine

Umstellung von Einwegkunststoff auf Mehrwegalternative

Verzicht auf Einwegbecher bei Wasserspendern

Einführung eines digitalen An- und Abwesenheitsnachweises, der digitalen Personalakte

Reduzierung einzelner Dienstfahrten durch Ausrollen von moderner Kommunikationssoftware (virtuelle Meetings auch international)

Aktive Einbindung unserer Beschäftigten im Rahmen eines betrieblichen Vorschlagswesens. Umsetzbare Ideen werden finanziell belohnt

zurück zum Kapitelanfang

Anhang

Eigentumsverhältnisse und Rechtsform

Konzernstruktur (Stand 31.12.2019)
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
- Maryman B.V., Roosendaal, Niederlande

zurück zur Übersicht

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 bis 2013 wurde in den USA nur der Standort Plymouth erfasst.

Energieverbrauch innerhalb der Organisation

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

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

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

THG-Emissionen

Direkte THG-Emissionen (Gas [kWh/a] * 228 [g/kWh] / 1.000.000 = CO_2 [t/a])

CO_2 (t/a)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Deutschland	28.228	27.424	25.664	23.848	26.347	31.349	31.094	29.054	29.287
Polen	4.295	4.539	4.773	5.469	5.016	4.710	4.383	4.605	5.007
USA	6.612	6.396	7.080	10.915	12.393	11.710	11.786	6.218	7.139
Ungarn	n/a	1.455	1.243	1.652	1.577	1.574	1.175	1.722	1.623

Indirekte THG-Emissionen (Strom [kWh/a] * 527 [g/kWh] / 1.000.000 = CO_2 [t/a])

CO_2 (t/a)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Deutschland	30.244	27.359	24.651	21.676	17.008	8.954	8.668	8.536	7.818
Polen	4.229	4.277	4.239	4.285	4.189	3.398	3.339	3.550	3.761
USA	5.892	6.045	6.835	12.338	12.740	10.512	10.331	8.530	8.888
Ungarn	n/a	1.376	1.198	1.300	1.119	963	969	1035	939

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	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Deutschland	1.172	1.157	1.019	993	1.005	986	947	913	960
Polen	232	259	281	265	241	233	208	219	254
USA	239	245	272	455	417	392	390	313	387
Ungarn	n/a	71	70	69	59	62	52	53	52

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. Sie werden in dafür geeigneten und zugelassenen Behältern gesammelt und fachgerecht entsorgt. Dies gilt für sämtliche Standorte.

Abfallarten in Deutschland

Abfallarten in Deutschland (in Tonnen)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nahrungsmittelabfälle (Tierfutter/Biogasverwertung)	5.045	4.473	4.522	4.181	3.670	4.090	5.142	4.551	4.391
Kartonagen (Verwertung)	2.356	2.301	2.091	2.003	1.876	1.674	1.513	2.378	2.729
Gemischte Verpackungen (thermische Verwertung)	2.370	2.400	2.214	1.742	1.794	1.890	2.295	1.897	1.736
Bauschutt (stoffliche Verwertung)	507	241	133	122	114	165	294	82	155
Sonstiges	1.728	870	681	663	702	710	727	929	1.268

Abfälle nach Region

Abfälle (in Tonnen)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Deutschland	12.006	10.285	9.641	8.711	8.156	8.529	9.971	10.540	10.047
Polen	1.202	876	1.088	745	610	704	650	582	859
USA	3.980	1.718	1.772	2.948	4.088	1.289	1.279	1.901	1.758
Ungarn	n/a	367	236	133	116	104	75	117	115

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 Stammbelegschaft bei Auftragsspitzen und saisonalen Schwankungen (ausschließlich im Süßwarenbereich)

Anzahl Mitarbeiter*innen

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Deutschland	1.580	1.482	1.449	1.429	1.318	1.302	1.346
Polen	316	320	312	306	312	356	375
USA	283	431	480	468	444	412	348
Ungarn	125	110	99	102	105	92	92
Russland	50	47	48	49	42	53	51
Gesamt	**2.354**	**2.390**	**2.388**	**2.354**	**2.221**	**2.215**	**2.212**

Anzahl gearbeiteter Stunden in Deutschland

Gearbeitete Stunden	2018	2019
Angestellte	1.576.994,62	1.604.260,67
Mitarbeiter*innen	1.824.656,37	1.853.226,60

Alle Angestellten nach Arbeitsvertrag und Region

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Deutschland	Unbefristet	1.210	1.161	1.099	1.092	1.032	1.061	1.089
	Befristet	114	78	56	50	94	85	95
Polen	Unbefristet	242	247	251	249	265	291	290
	Befristet	19	20	28	30	16	15	34
USA	Unbefristet	k. A.*	431	478	467	444	412	348
	Befristet	k. A.*	0	2	1	0	0	0
Ungarn	Unbefristet	92	96	89	84	84	79	79
	Befristet	33	14	10	18	21	13	13
Russland	Unbefristet	47	41	45	46	40	45	45
	Befristet	3	6	3	3	2	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
Gesamt	62	59	58	95	77	93
Rate in % von gesamt	5,0	5,1	5,1	8,4	6,7	7,9
Weiblich	15	20	24	28	28	34
Männlich	47	39	34	67	49	59
< 30	29	34	32	45	36	42
30–50	23	17	20	43	33	41
> 50	10	8	6	7	8	10

**Berechnungsgrundlage: Gesamtzahl Angestellte zum Jahresende.*

zurück zur Übersicht

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
Gesamt	117	109	37	30	39	47
Rate in % von gesamt	9,4	9,4	3,2	2,7	3,4	4,0
Weiblich	30	14	5	6	21	14
Männlich	87	97	32	24	18	33
< 30	19	13	5	4	14	26
30–50	57	38	22	21	21	16
> 50	30	50	6	5	4	5

**Berechnungsgrundlage: Gesamtzahl Angestellte zum Jahresende.*

zurück zur Übersicht

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
Deutschland	41,1	45,9	42	37,3	40,9	67,9	36,2	51	52
Polen	32,9	12	15,4	3,7	10,8	17,9	7,1	22,9	9,3
USA	4	7,3	10,7	22,8	13,5	6,6	4,3	14	13
Ungarn	n/a	16,5	0	0	26	10	10	10	10

Ausfalltage (Kalendertage) je meldepflichtiger Unfall

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

Verletzungsarten werden in Kapitel 5 beschrieben. Es gab keine Todesfälle im Berichtszeitraum. Meldepflichtige Unfälle sind alle Unfälle mit mehr als drei Tagen Ausfallzeit.

... weil uns Natur wichtig ist!

GRI-Inhaltsindex

Allgemeine Angaben (GRI-Standard 2016)

GRI-Standard	Angabe		Seite	Auslassung
GRI 102: Organisationsprofil	102-1:	Name der Organisation	10	-
	102-2:	Aktivitäten, Marken, Produkte und Serviceleistungen	10, 13	-
	102-3:	Ort des Hauptsitzes	10	-
	102-4:	Betriebsstätten	12	-
	102-5:	Eigentum und Rechtsform	10, 70	-
	102-6:	bediente Märkte	13	-
	102-7:	Größenordnung der Organisation	10, 11	-
	102-8:	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter*innen	62, 66, 67	-
	102-9:	Lieferkette	18, 36	-
	102-10:	signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	12	-
	102-11:	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen	4-5	-
	102-12:	externe Initiativen	34, 35	-
	102-13:	Mitgliedschaften in Verbänden	34, 35	-

GRI-Standard	Angabe		Seite	Auslassung
GRI 102: Strategie	102-14:	Aussagen der Führungskräfte	4–5	-
GRI 102: Ethik und Integrität	102-16:	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	40, 41	-
GRI 102: Unternehmensführung	102-18:	Führungsstruktur	5	-
GRI 102: Einbindung von Stakeholdern	102-40:	Liste der Stakeholder-Gruppen	7	-
	102-41:	Tarifverträge	63	-
	102-42:	Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	7	-
	102-43:	Ansatz für die Stakeholder-Einbeziehung	7, 49	-
	102-44:	Schlüsselthemen und Anliegen	4–5, 24, 45	-

GRI-Standard	Angabe		Seite	Auslassung
GRI 102: Praxis der Berichterstattung	102-45:	Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	70	-
	102-46:	Bestimmung von Berichtsinhalt und Themenabgrenzung	4–5, 8, 9	-
	102-47:	Liste der wesentlichen Themen	9	-
	102-50:	Berichtszeitraum	6	-
	102-51:	Datum des aktuellsten Berichts	6	-
	102-52:	Berichtszyklus	6	-
	102-53:	Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	6	-
	102-54:	Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	6	-
	102-55:	GRI-Inhaltsindex	82–89	-
	102-56:	externe Prüfung	6	-

Themenspezifische Angaben

GRI-Standard	Angabe		Seite	Auslassung
Energie (GRI-Standard 2016)				
GRI 103: Managementansatz	103-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	18	-
	103-2:	der Managementansatz und seine Komponenten	18, 21	-
	103-3:	Prüfung des Managementansatzes	18	-

GRI-Standard	Angabe		Seite	Auslassung
GRI 302: Energie	302-1:	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	71	-
	302-4:	Verringerung des Energieverbrauchs	21	-
Wasser und Abwasser (GRI-Standard 2018)				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	18, 22	-
	103-2:	der Managementansatz und seine Komponenten	18, 23	-
	103-3:	Prüfung des Managementansatzes	18	-
GRI 303: Wasser und Abwasser	303-1:	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	22, 23	-
	303-3:	Wasserentnahme	22, 23, 73	-
Emissionen (GRI-Standard 2016)				
GRI 103: Managementansatz	103-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	15, 16, 18	-
	103-2:	der Managementansatz und seine Komponenten	15, 18, 25, 27	-
	103-3:	Prüfung des Managementansatzes	16, 18	-
GRI 305: Emissionen	305-1:	direkte THG-Emissionen (Scope 1)	26, 72	-
	305-2:	indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2) g	72	-
	305-4:	Intensität der THG-Emissionen	15, 17	-
	305-5:	Senkung der THG-Emissionen	21	-

GRI-Standard	Angabe		Seite	Auslassung
Abwasser und Abfall (GRI-Standard 2016)				
GRI 103: Managementansatz	103-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	18	-
	103-2:	der Managementansatz und seine Komponenten	18, 24	-
	103-3:	Prüfung des Managementansatzes	18	-
GRI 306: Abwasser und Abfall	306-2:	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	24, 74, 75	-
Lieferantenbewertung (umweltbezogene Auswirkungen) (GRI-Standard 2016)				
GRI 103: Managementansatz	103-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	32, 37	-
	103-2:	der Managementansatz und seine Komponenten	35, 38, 40, 41	-
	103-3:	Prüfung des Managementansatzes	40, 41	-
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten	308-2:	negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	32, 34, 35	-
Beschäftigung (GRI-Standard 2016)				
GRI 103: Managementansatz	103-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	61	-
	103-2:	der Managementansatz und seine Komponenten	62, 63	-
	103-3:	Prüfung des Managementansatzes	65	-
GRI 401: Beschäftigung	401-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	78, 79	-

GRI-Standard	Angabe		Seite	Auslassung
Arbeitssicherheit und -gesundheit (GRI-Standard 2018)				
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	61, 67	-
	103-2:	der Managementansatz und seine Komponenten	67	-
	103-3:	Prüfung des Managementansatzes	67	-
GRI 403: Arbeitssicherheit und -gesundheit	403-1:	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	67	-
	403-2:	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Unfällen	67	-
	403-3:	arbeitsmedizinische Dienste	67	-
	403-4:	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	67	-
	403-5:	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	67	-
	403-6:	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter*innen	66	-
	403-7:	Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	34, 35	-
	403-9:	arbeitsbedingte Verletzungen	67, 80	-

GRI-Standard	Angabe		Seite	Auslassung
Aus- und Weiterbildung (GRI-Standard 2016)				
GRI 103: Managementansatz	103-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	61, 64	-
	103-2:	der Managementansatz und seine Komponenten	58, 64, 65	-
	103-3:	Prüfung des Managementansatzes	65	-
GRI 404: Aus- und Weiterbildung	404-2:	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	64, 65	-
Lieferantenbewertung (soziale Auswirkungen) (GRI-Standard 2016)				
GRI 103: Managementansatz	103-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	32, 37	-
	103-2:	der Managementansatz und seine Komponenten	35, 38, 40, 41	-
	103-3:	Prüfung des Managementansatzes	40, 41	-
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten	414-2:	negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	32, 34, 35	-
Kundengesundheit und -sicherheit (GRI-Standard 2016)				
GRI 103: Managementansatz	103-1:	Erklärung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzung	53, 55	-
	103-2:	der Managementansatz und seine Komponenten	54, 55–57	-
	103-3:	Prüfung des Managementansatzes	55–57	-

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

IMPRESSUM
5. Nachhaltigkeitsbericht der Zentis GmbH & Co. KG

1. Auflage 2020

© 2020, Zentis GmbH & Co. KG
Jülicher Straße 177, 52070 Aachen
www.zentis.de
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.

ZENTIS
1893