

veganZ

ESG-RICHTLINIE

INHALT



- Unsere Nachhaltigkeitsvision
- Unser ESG-Strategieprozess
- Unsere ESG-Zielbereiche
- Weiterführende ESG-Informationen

UNSERE NACHHALTIGKEITSVISION

Wir möchten so viele Menschen wie möglich zu einer pflanzlichen Ernährung und einem verantwortungsvollen Umgang mit unserer Umwelt motivieren. Dabei sind wir der Überzeugung, dass jede Reduktion des Konsums tierischer Produkte wichtig ist, um die Erderwärmung auf möglichst maximal 1,5 Grad Celsius bis zum Jahr 2100 zu begrenzen, und bieten unseren Konsument:innen dafür klimafreundliche Alternativen.

Auch wenn wir als Unternehmen bisher noch nicht unter gesetzliche Nachhaltigkeits-Berichtspflichten fallen, möchten wir mit gutem Beispiel vorangehen. 2022 mit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht gestartet, wollen wir unsere Berichterstattung weiter ausbauen und damit auch zukünftige ESG-Anforderungen und -Möglichkeiten antizipieren. Damit schaffen wir Transparenz für alle Stakeholder – für Konsument:innen und Investor:innen, Mitarbeiter:innen und Geschäftspartner:innen.

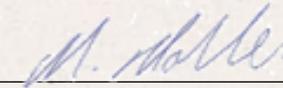
Aus diesem Grund verankern wir unsere ESG-Strategie und -Ziele in dieser übergeordneten ESG-Richtlinie. Sie bildet den Rahmen für die wesentlichen ESG-Themen bei Veganz, die wir in einem umfassenden Strategieprozess identifiziert haben, und zeigt unsere konkreten Zielbereiche und -setzungen für die nächsten Jahre. Diese Ziele überprüfen wir regelmäßig auf ihren Status und möchten sie in den nächsten Jahren weiter ausbauen. Für weitere Details zu unseren ESG-Bemühungen, finden sich in dieser Richtlinie darüber hinaus Verweise auf unsere ESG-Informationen im jährlichen Geschäftsbericht, auf unserer Website und in Form zusätzlicher spezifischer Richtlinien.

Unternehmensweit ist bei uns der Nachhaltigkeitskreis an der Umsetzung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeits- und ESG-Themen beteiligt. Dieser besteht aus Vertreter:innen verschiedener Fachabteilungen – vom Einkauf über das Produktmanagement bis hin zum Controlling. Der/die

entsprechende Projektleiter:in berichtet an den Vorstand, wobei die Entwicklung und Umsetzung der Nachhaltigkeits- und ESG-Strategie sowie die entsprechende Kommunikation grundsätzlich im Ressort des Vorstands für Marketing und Produkt (CMO/CPO) verankert ist. Bei allen Fragen zu den Themen Nachhaltigkeit und ESG steht unser Team über die Mailadresse esg@veganz.de gerne zur Verfügung!

Berlin, 18. Januar 2023

Veganz Group AG



Moritz Möller (CMO/CPO Veganz Group AG)

11 ESG STEHT KURZ FÜR „ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE“, D.H. UMWELT-, SOZIAL- UND GOVERNANCE-THEMEN

UNSER ESG-STRATEGIEPROZESS

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie haben wir 2022 in einem systematischen Prozess mit mehreren Teilschritten weiterentwickelt. Die Basis bildete eine umfassende Situationsanalyse, bestehend aus der seit 2018 regelmäßig gemeinsam mit Eaternity erfolgten Lebenszyklusanalyse („Life Cycle Assessment“, LCA) aller Veganz-Produkte, der Auswertung des Gesamtunternehmens nach dem „Greenhouse Gas Protocol“ (GHG) sowie dem B Corp-Zertifizierungsprozess. Ergänzend dazu erfolgte für die Strategiedefinition die Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse im Einklang mit den aktuellen Standards der „Global Reporting Initiative“ (GRI) und den Vorgaben zur „doppelten Wesentlichkeit“ der EU. Das Ziel war die Betrachtung der wichtigsten ESG-Themen für Veganz in drei Dimensionen: dem Einfluss der Themen auf Veganz, dem Einfluss von Veganz auf die Themen (jeweils Einschätzung durch den Vorstand) und die Einschätzung der wichtigsten Stakeholder (im Rahmen einer Stakeholder-Befragung) zu diesen Themen.

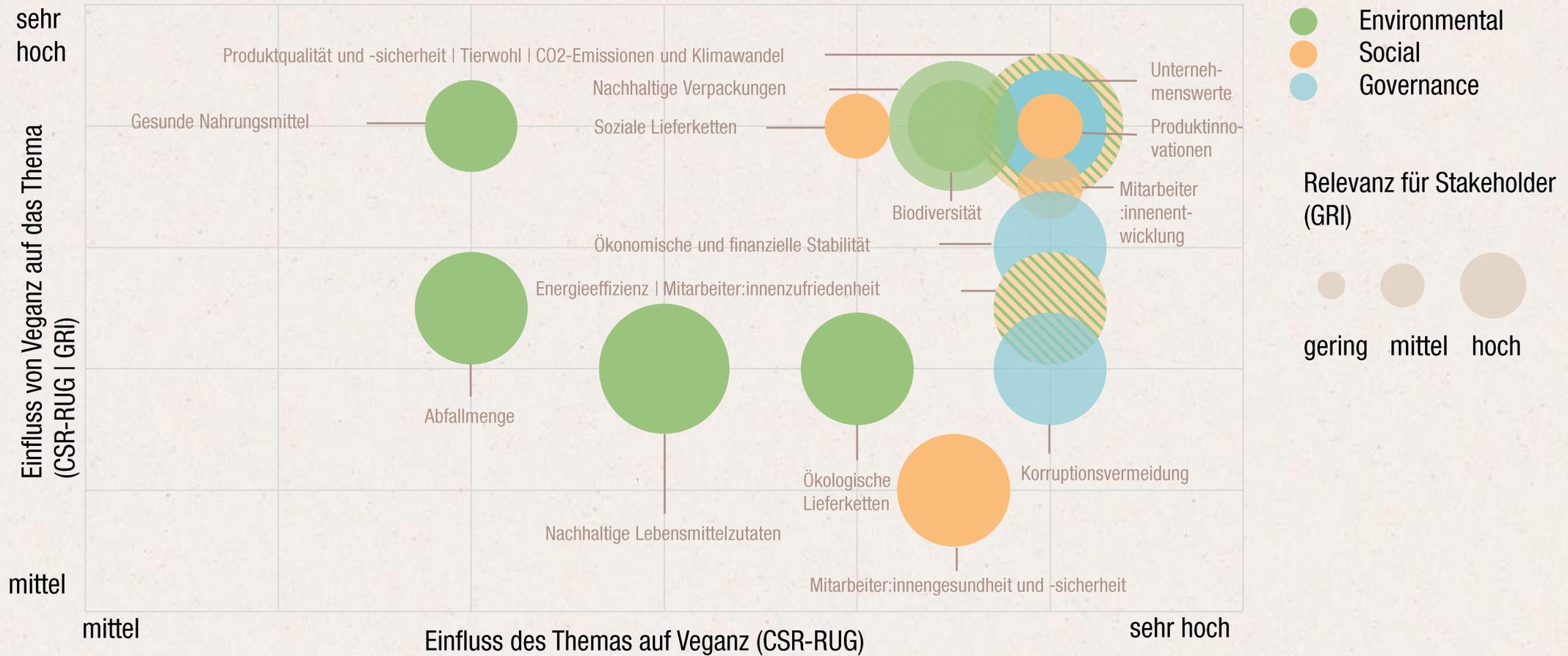
Im ersten Schritt haben wir strategisch potenziell relevante ESG-Themen für Veganz ermittelt. Dafür haben wir eine Analyse der ESG-Rahmenwerke und -Standards des „Sustainability Accounting Standards Board“ (SASB) und des „World Economic Forum“ (WEF) durchgeführt. Ergänzend haben wir die öffentliche Berichterstattung ausgewählter Peergroup-Unternehmen aus der Lebensmittelbranche analysiert. Daraus ergab sich eine Vorauswahl von insgesamt 20 für Veganz potenziell relevanten strategischen ESG-Themen.

In einem ersten ESG-Strategieworkshop unter Beteiligung des gesamten Vorstands von Veganz wurden die vorausgewählten ESG-Themen für die anschließende Wesentlichkeitsanalyse bestätigt und um fünf weitere ESG-Themen erweitert. In diesem Workshop wurden ebenso die wichtigsten Stakeholder-Gruppen für die Stakeholder-Befragung im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse festgelegt: Konsument:innen, B2B-Kund:innen, Investor:innen, Lieferant:innen, Banken, Mitarbeiter:innen und unser Aufsichtsrat.

Mithilfe eines Online-Tools wurden die ausgewählten Stakeholder-Gruppen anschließend zu ihrer Einschätzung von den 25 vorausgewählten ESG-Themen befragt. Die Stakeholder wurden per Mail, über Social Media und persönliche Anrede um die Teilnahme gebeten. Nach Abschluss des mehrwöchigen Befragungszeitraums lagen insgesamt 259 gültige Beantwortungen vor. Die Ergebnisse dieser Befragung spiegeln sich als Größe der Themenkreise in der nachfolgenden Wesentlichkeitsmatrix (Abb. 1) wider.

UNSER ESG-STRATEGIEPROZESS

Abb.1: Wesentlichkeitsmatrix



UNSER ESG-STRATEGIEPROZESS

In einem zweiten Strategieworkshop mit dem Veganz-Vorstand wurden die Einschätzungen für die Dimensionen „Einfluss von Veganz auf das Thema“ und „Einfluss des Themas auf Veganz“ diskutiert und vorgenommen, die sich in Abb. 1 auf der x- und y-Achse widerspiegeln. In Abgleich mit den Ergebnissen der Stakeholder-Befragung wurden von den ursprünglich 25 potenziell relevanten strategischen ESG-Themen für Veganz sieben Themen aufgrund der insgesamt niedrigeren Wesentlichkeitseinschätzung gestrichen, so dass in der Aufzählung (rechts) die insgesamt 18 für Veganz wesentlichen Themen dargestellt sind. Innerhalb dieser 18 wesentlichen ESG-Themengebiete hat unser Vorstand im Workshop insgesamt sieben Fokusthemen identifiziert, die in der Aufzählung rechts hervorgehoben sind, und für jedes der Fokusthemen konkrete ESG-Ziele festgelegt. Diese finden sich im nachfolgenden Kapitel „Unsere ESG-Zielbereiche“ beschrieben, in dem die Fokusthemen in vier ESG-Zielbereiche mit insgesamt elf konkreten ESG-Zielen für die nächsten Jahre überführt worden sind.

Umwelt

- **CO₂-Emissionen und Klimawandel²**
- **Nachhaltige Verpackungen**
- **Ökologische Lieferketten**
- Nachhaltige Lebensmittelzutaten
- Energieeffizienz
- Abfallmenge
- Biodiversität
- Tierwohl

Soziales

- **Soziale Lieferketten**
- **Produktqualität und -sicherheit**
- **Mitarbeiter:innenzufriedenheit**
- **Mitarbeiter:innengesundheit und -sicherheit**
- Mitarbeiter:innenentwicklung
- Gesunde Nahrungsmittel

Unternehmensführung

- Unternehmenswerte
- Produktinnovationen
- Korruptionsvermeidung
- Ökonomische und finanzielle Stabilität

21 FETTUNGEN MARKIEREN ENTWICKELTE STRATEGISCHE ESG-FOKUSTHEMEN FÜR VEGANZ

UNSERE ESG-ZIELBEREICHE

Im Zuge unseres ESG-Strategieprozesses haben wir die folgenden vier Prioritätsthemen bestimmt: „Produktqualität und -sicherheit“, „Zufriedenheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen“, „Soziale und ökologische Lieferkette“ sowie „Nachhaltige Produkte.“ Im Folgenden beschreiben wir kurz ihre Bedeutung für Veganz sowie die damit verbundenen, konkreten ESG-Zielsetzungen.



Qualitäts- mgmt.	Produktqualität und -sicherheit	Min. 15 Schulungsstunden zur Lebensmittelsicherheit pro Jahr für Qualitäts- und Produktionspersonal	Produktqualität und -sicherheit	Jährlich min. 3 detaillierte Qualitätsaudits durch Veganz bei Lieferanten und Produktionspartnern ab 2023	
	Personal- ressourcen	Mitarbeiter:innenzufriedenheit	Employee Net Promoter Score jedes Jahr im Durchschnitt > +15 Punkte	Mitarbeiter:innenzufriedenheit	Geschlechtsspezifisches Lohngefälle (bereinigt) dauerhaft in einem Bereich von -3 % bis +3 %
Lieferkette		Soziale Lieferkette	Ab 2023: 100 % Unterschriftenquote für den Supplier Code of Conduct	Mitarbeiter:innengesundheit	Abwesenheitsquote dauerhaft unter 5,5 % halten [Veganz Group AG]
	Produkt	Ökologische Lieferkette	Durchgängig biologischer Standard für 100 % der gekauften Cashewnüsse	Ökologische Lieferkette	Keine Zutaten (inkl. Soja, Palmöl) aus Regenwaldgebieten (messbar durch: Eaternity-Bewertung von 3 Sternen für die Kategorie "Regenwald" oder durch Geodatenerfassung)
CO2 Emissionen/ Klimawandel		Verringerung des CO2-Fußabdrucks von Produkten um 6 % bis 2025 (auf 2,5 kg CO2 pro kg Produkt)	Nachhaltige Verpackungen	Bis 2025: 50 % der Produkte in unserem Portfolio mit Verpackungen aus recycelten oder nachwachsenden Rohstoffen	Nachhaltige Verpackungen

UNSERE ESG-ZIELBEREICHE

A. PRODUKTQUALITÄT UND -SICHERHEIT



Qualitäts-
mgmt.

Gerade bei Lebensmitteln ist eine hohe Produktqualität und -sicherheit wichtig, um sicherzustellen, dass Konsument:innen keinen Risiken ausgesetzt sind. Über die Einhaltung geltender strenger Lebensmittelgesetze und -verordnungen hinaus geht es für uns als Unternehmen deswegen darum, durch Trainings, Zertifizierungen und Audits sicherzustellen, dass sowohl bei uns als auch bei unseren Lieferant:innen nach höchsten Produktsicherheitsstandards gearbeitet wird.

Personal-
ressourcen

Ziel 1: Höchste Lebensmittelstandards

Bis Ende 2023 wollen wir **mindestens 15 Stunden pro Jahr für Qualitäts- und Produktionspersonal** für Lebensmittelsicherheitsschulungen aufwenden.

Lieferkette

Ziel 2: Qualität in der Lieferkette

Ab 2023 wollen wir **jährlich mindestens drei detaillierte Qualitätsaudits bei Lieferant:innen und Produktionspartner:innen** durchführen.

Produkt

UNSERE ESG-ZIELBEREICHE

B. ZUFRIEDENHEIT UND GESUNDHEIT UNSERER MITARBEITER:INNEN



Qualitäts-
mgmt.

Um auf Dauer nachhaltig wachsen zu können, sind hochqualifizierte und motivierte Mitarbeiter:innen besonders wichtig. Das gelingt nur, indem wir die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter:innen immer im Blick haben – und selbstverständlich allen die gleichen Chancen bieten. Eng mit der Zufriedenheit verknüpft ist auch die Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen. Indem wir Bedingungen schaffen, die unsere Teams physisch wie psychisch nicht überbeanspruchen, können wir gemeinsam mehr erreichen.

Personal-
ressourcen

Ziel 3: Hohe Mitarbeiter:innen-Zufriedenheit

Unseren „Employee Net Promoter Score“ (**eNPS**) als Gradmesser für die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter:innen wollen wir **jedes Jahr im Durchschnitt bei mehr als +15 Punkten** halten.

Lieferkette

Ziel 4: Kein Gender Pay Gap

Den **bereinigten Gender Pay Gap**, der Aufschluss über das geschlechtsspezifische Lohngefälle gibt, wollen wir dauerhaft in einem **Korridor von -3 % bis +3 %** halten.

Produkt

Ziel 5: Niedrige Fehlzeitenquote

Die **Fehlzeitenquote** unserer Mitarbeiter:innen, mit der wir messen, wie viel Prozent der gesamten Arbeitszeit durch Krankheit oder Unfälle ausfällt, wollen wir **dauerhaft unter 5,5 %** halten.

UNSERE ESG-ZIELBEREICHE

C. SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE LIEFERKETTE



Qualitäts-
mgmt.

Ziel 6: Der Verhaltenskodex gilt für alle

Ab 2023 streben wir eine **Unterschriftenquote von 100 % unserer Lieferant:innen für unseren Verhaltenskodex für Geschäftspartner:innen** an.

Personal-
ressourcen

Ziel 7: Bio-Qualität unseres Rohstoffs Cashewkerne

Wir wollen **durchgängig eine Bio-Zertifizierung für 100 % unserer eingekauften Cashewkerne** garantieren.

Lieferkette

Ziel 8: Keine Lebensmittelzutaten aus Regenwaldgebieten

Keine der Inhaltsstoffe unserer Produkte (inkl. Soja und Palmöl) sollen aus Regenwaldgebieten stammen – belegt durch eine **Eaternity-Bewertung von drei Sternen für die Kategorie „Regenwald“³ oder durch eine genaue Geodatenerfassung.**

Produkt

3) DAS SCHWEIZER INSTITUT EATERNITY IST EINE UNABHÄNGIGE ORGANISATION, DIE EINE LÖSUNG ENTWICKELT HAT, UM DEN ÖKOLOGISCHEN FUBABDRUCK VON LEBENSMITTELN ZU MESSEN. ANHAND MODERNSTER METHODEN SOWIE UNSERER AUSFÜHRLICHEN ROHSTOFF-, LIEFERANT:INNEN- UND PRODUZENT:INNENDATEN BERECHNET EATERNITY FÜR JEDES UNSERER PRODUKTE EINEN KONKRETEN NACHHALTIGKEITS-SCORE IN INSGESAMT VIER KATEGORIEN: CO2-EMISSIONEN, WASSERVERBRAUCH, TIERWOHL UND DER SCHUTZ DES REGENWALDS. DREI STERNE FÜR DIE KATEGORIE „REGENWALD“ BEDEUTEN, DASS DIE GRUNDZUTATEN NACHWEISLICH AUS EINEM UNKRITISCHEN GEBIET STAMMEN – UND FÜR DEN ANBAU KEINE ABHOLZUNG VERURSACHT WURDE.

UNSERE ESG-ZIELBEREICHE

D. NACHHALTIGE PRODUKTE



Qualitäts-
mgmt.

Ziel 9: Weniger CO₂ durch unsere Produkte

Wir wollen den **CO₂-Fußabdruck unserer Produkte bis 2025 um 6 % reduzieren**. Konkret bedeutet das eine Reduktion auf 2,5 kg CO₂-Ausstoß pro kg Produkt.

Personal-
ressourcen

Ziel 10: Die Hälfte unserer Verpackungen soll aus nachhaltigen Rohstoffen bestehen

Bis 2025 sollen 50 % unserer Verpackungen aus recycelten oder erneuerbaren Rohstoffen bestehen.

Lieferkette

Ziel 11: 100 % unserer Produkte in recyclebaren Verpackungen

Unser Ziel ist es, dauerhaft **recyclebares Verpackungsmaterial für alle unserer Produkte** im Portfolio zu verwenden und diese Quote durchgehend zu gewährleisten.

Produkt

WEITERFÜHRENDE ESG-INFORMATIONEN

Über diese übergeordnete ESG-Richtlinie hinaus möchten wir unsere Nachhaltigkeitsbemühungen für alle Stakeholder nachvollziehbar und transparent aufbereiten. Unter folgenden Quellen lassen sich deswegen weitere ESG-Informationen zu Veganz finden:

1. Unsere Nachhaltigkeits-Richtlinien

[Verhaltenskodex](#)

Unser unternehmensweiter Verhaltenskodex beschreibt unser Handeln sowohl in der Unternehmensgruppe als auch mit externen Partner:innen. Wir halten uns an geltendes Recht, sind uns unserer Verantwortung gegenüber Kund:innen bewusst und gehen wertschätzend sowie respektvoll miteinander um. Wir lehnen jede Form von Korruption und Bestechung ab und vermeiden Interessenskonflikte. Falls unseren Mitarbeiter:innen oder anderen Stakeholdern trotzdem Fehlverhalten auffallen sollte, können sie dies anonym über unser [Whistleblower-System](#) melden.

[Verhaltenskodex für Geschäftspartner:innen](#)

Auch für Geschäftspartner:innen der Veganz-Gruppe haben wir einen Verhaltenskodex aufgesetzt. Darin verpflichten sich diese zu klaren ökologischen und sozialen Mindeststandards. Dazu zählen eine faire Vergütung und geregelte Arbeitszeiten, die Berücksichtigung von Umweltbelangen sowie das Einhalten ethischer Geschäftspraktiken. Insbesondere schließen wir die Arbeit von Kindern unter dem gesetzlichen Mindestalter sowie Zwangsarbeit explizit aus. Von unseren Geschäftspartner:innen erwarten wir ein respektvolles, diskriminierungsfreies Verhalten und dass sie die Gesundheit und Sicherheit ihrer Mitarbeiter:innen gewährleisten. Sollte den Mitarbeiter:innen unserer Lieferant:innen oder anderen Stakeholdern trotzdem Fehlverhalten auffallen, können auch sie sich anonym über unser [Whistleblower-System](#) melden.

[Energie-Richtlinie](#)

In dieser Richtlinie beschreiben wir unsere Selbstverpflichtung,

Energie-Einsparpotentiale und -Verbesserungen im Unternehmen anzugehen. Wir wollen unternehmensweit das Bewusstsein für eine effiziente Energienutzung stärken.

2. Berichterstattung

Unser jährlicher [Geschäftsbericht](#) enthält neben den Finanzkennzahlen auch unsere wichtigsten nichtfinanziellen Informationen für das zurückliegende Geschäftsjahr. Im Bericht stellen wir unseren Beitrag zu den „Sustainable Development Goals“ (SDGs) der Vereinten Nationen sowie die Auswirkungen unserer Unternehmenstätigkeiten auf Umwelt und Gesellschaft dar. Außerdem legen wir die Strukturen der eigenen Unternehmensführung transparent offen.

3. Website

Auf unserer Website unter dem Reiter „[Nachhaltigkeit](#)“ können alle interessierten Stakeholder den aktuellen Stand unserer Nachhaltigkeitsbemühungen erfahren.