

Lorenz



UNSER WEG ZUR NACHHALTIGKEIT



Seit dem Start unserer Reise im Jahr 2019 ist unser Ziel unverändert: Wir wollen die unbeschwerte Lebensfreude, die in unseren Snacks steckt, mit unserer Verantwortung für Mensch und Umwelt verbinden.

Als Familienunternehmen denken wir dabei langfristig und handeln nicht für Quartale, sondern für Generationen. Unser Anspruch ist klar: Genuss, der heute begeistert – und morgen noch Bestand hat. So wollen wir unser Familienunternehmen für künftige Generationen erhalten, ausbauen und weiterentwickeln.

ECOVADIS- GOLDMEDAILLE FÜR LORENZ



Diesen Anspruch, Genuss mit Verantwortung für Mensch und Umwelt zu verbinden, belegt ein wichtiger Meilenstein: Im Februar 2026 haben wir für unsere Nachhaltigkeitsleistungen im Kalenderjahr 2025 EcoVadis Gold erhalten! Die Auszeichnung zeigt eindrücklich, dass Nachhaltigkeit bei Lorenz professionell und ergebnis-orientiert gelebt wird.

Top-Platzierung:

Mit 81 von 100 Punkten gehören wir zu den besten 5 Prozent aller von EcoVadis bewerteten Unternehmen weltweit, die in den vorhergehenden 12 Monaten bewertet wurden.

Branchenführer:

Innerhalb unserer Vergleichsgruppe zählen wir sogar zu den Top 1 %.

Ganzheitliche Bewertung:

Das Rating bestätigt unser professionelles Engagement in den vier Kernbereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik sowie nachhaltige Beschaffung.



01 GESUNDHEIT & ERNÄHRUNG



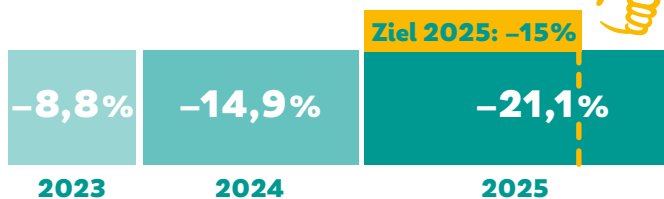
LECKERE SNACKS, DIE FREUDE MACHEN

Unsere Snacks sollen Spaß machen, die schönen Momente im Leben begleiten und natürlich gut schmecken. Gleichzeitig sehen wir uns in der Verantwortung, unsere Rezepturen und Snacks fortlaufend zu verbessern, um eine ausgewogene Ernährung und unbeschwertes Snacken zu ermöglichen.

STATUS 2025:

Salzreduktionsziel weit übertroffen:

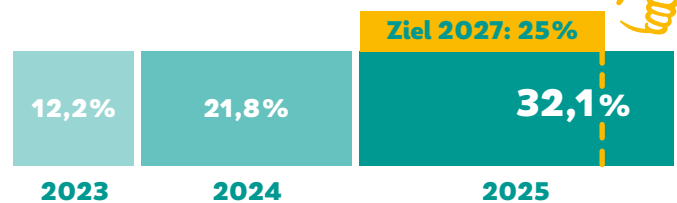
Im Vergleich zum Basisjahr 2019 konnten wir statt der geplanten 15 %, den Salzgehalt im gesamten Markenportfolio um **durchschnittlich 21,1 %** senken.



Top-Marken wie Monster Munch, Chipsletten und Wiejskie Ziemniaczki enthalten sogar **25 % weniger Salz**.

Erfolg beim Lorenz Nutrition Profile (LNP):

Das Ziel, 25 % des Markenportfolios bis 2027 auf die verbesserten Nährwertstufen 2 oder 3 anzuheben, haben wir frühzeitig **mit 32,1 % übertroffen**. Das LNP ist unser internes Nährstoffprofil, das wir auf Grundlage von Empfehlungen der WHO und der Planetary Health Diet entwickelt haben und das uns zur Bewertung der Nährwerte unserer Snacks dient.



Ernährungsvielfalt & Innovation:

- Neuprodukte wie Saltletts Crunchy Bites nutzen Vollkornmehl, Leinsamen und Inulin.
- Das Gesamtsortiment umfasst 2025 zahlreiche vegetarische und vegane Optionen.

02 VERPACKUNG



WENIGER KUNSTSTOFF, MEHR RECYCLING

Als Konsumgüterhersteller benötigen wir Verpackungsmaterialien für unsere Produkte, da sie unverzichtbar sind, um den unvergleichlichen Geschmack und die Qualität unserer Snacks zu sichern. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und arbeiten intensiv daran, unsere Verpackungen zu optimieren. Unser Ansatz: „Reduce, Recycle, Replace“.

STATUS 2025:

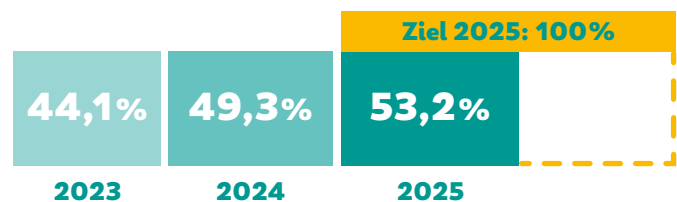
Die Wachstums-Herausforderung:

Trotz relativer Einsparungen bei einzelnen Marken (z. B. -19 % Kunststoff bei Rohscheiben durch dünnere Folien) stieg der absolute Kunststoffeinsatz aufgrund unseres gestiegenen Absatzes im Jahr 2025 um 12,3 %. Wir suchen weiter nach Lösungen, um Verpackungsmaterial zu reduzieren.



Recyclingquote erhöht:

Bereits 53,2 % aller Produktverpackungen sind mittlerweile **hochgradig recyclingfähig**. Das Ziel von 100 % haben wir bis Ende 2025 noch nicht vollständig erreicht.



Wickeldose 2.0

Neue Verpackungslösung für Stapelchips:

Die Verpackung unserer Crunchips Stackers wurde auf eine papierbasierte Verbundlösung umgestellt, wodurch die **Recyclingfähigkeit von 25 % auf 88 % katapultiert** wurde.

4,9 Millionen Plastikflaschen gesammelt:

Gemeinsam mit unserem Partner Plastic Bank sammeln wir Plastikmüll in Ländern ohne funktionierendes Recyclingsystem. Unser **Fünf-Millionen-Ziel für 2026** ist damit fast erreicht.

03 KLIMA & RESSOURCEN



UNSER KLARES BEKENNTNIS ZUM KLIMASCHUTZ

Mit wissenschaftsbasierten, von der SBTi bestätigten Zielen arbeiten wir an der direkten Emissionsminderung (Dekarbonisierung) hin zu unserem Ziel Netto-Null bis 2050.

STATUS 2025:

Ausbau Eigenstromproduktion:

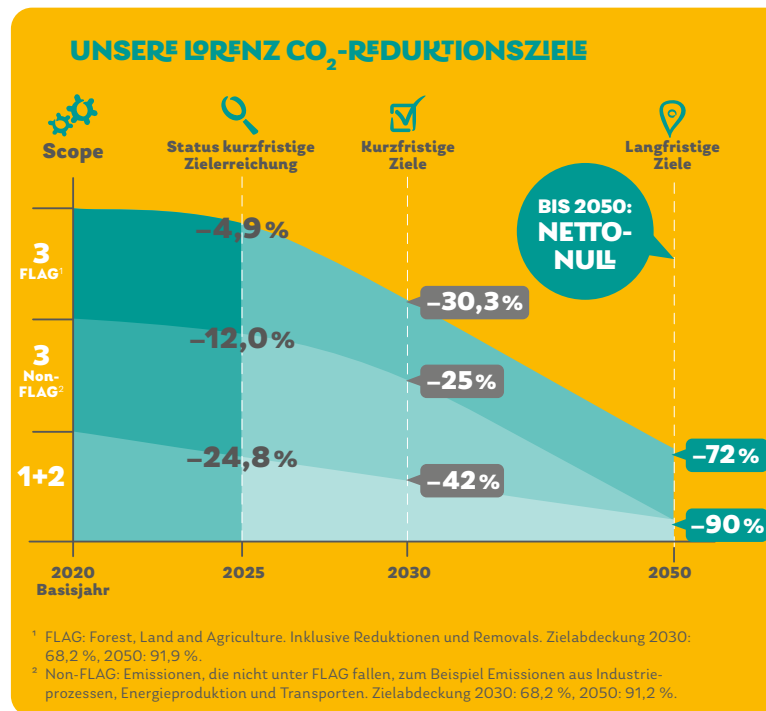
Durch die Inbetriebnahme neuer PV-Anlagen (Hankensbüttel, Neunburg vorm Wald) stieg der Anteil der Eigenstromerzeugung 2025 an unseren fünf deutschen und polnischen Standorten **auf 6,1 %** (Ziel 2026: 25 %).



Nachhaltigkeit in der Logistik:

Auszeichnung mit dem Lean & Green 3rd Star in Deutschland für eine Senkung der Transport-Emissionen **um 38,4 %** seit 2014 durch verbesserte Transporteffizienz und Digitalisierung.

STATUS KLIMAZIELEERREICHUNG 2025:



04 VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG



FÜR TRANSPARENTE UND FAIRE LIEFERKETTEN

Wir fühlen uns für die Menschen, die mit Lorenz verbunden sind, verantwortlich. Deshalb wollen wir gemeinsam mit unseren Landwirt:innen und anderen Lieferant:innen faire und wertschätzende Arbeitsbedingungen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette sicherstellen.

STATUS 2025:

Lieferantenbewertung:

82,1 % der Rohstoff- und Verpackungsmaterial-lieferant:innen (gemessen am Einkaufsvolumen) wurden bereits nach Sozial-, Umwelt- und Menschenrechtsstandards bewertet.



Prüfungsquote:

66,7 % der Lieferant:innen in mittleren oder hohen Risikokategorien wurden **regelmäßig geprüft**.

Projekte am Ursprung:

Wir fördern Landwirt:innen und lokale Kooperativen in Mosambik, Indien und Südafrika gezielt, um die Qualität unserer Rohstoffe zu sichern und gleichzeitig die sozialen und ökologischen Bedingungen vor Ort messbar zu verbessern.

Neuausrichtung Entwaldungsziel:

Das ursprüngliche Ziel für 2025 wurde aufgrund regulatorischer Änderungen angepasst; die Neuausrichtung erfolgt intensiv und zukunftsorientiert auf Basis der SBTi-Empfehlungen.



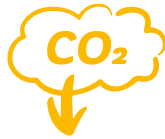
05 REGENERATIVE LANDWIRTSCHAFT



BÖDEN SCHÜTZEN UND BIODIVERSITÄT FÖRDERN

Unter dem Leitmotiv „Beim Anbauen für heute, umbauen für morgen“ unterstützen wir Landwirt:innen unserer Hauptrohstoffe (Kartoffeln, Weizen, Öle, Erdnüsse) aktiv bei der Umstellung auf regenerative Praktiken. Gleichzeitig ist es uns wichtig, die wirtschaftliche Entwicklung der Betriebe zu unterstützen und faire Partnerschaften zu pflegen.

STATUS 2025:



Emissionsreduktion:

Bis 2030 wollen wir die Treibhausgase im Kartoffelanbau um 100.000 t CO₂e senken. Von 2023 bis Ende 2025 konnten wir **bereits 11.033 t CO₂e kumuliert einsparen**.

Reduktionen (in t CO₂e)



Flächenausweitung:

Die regenerativ bewirtschaftete Kartoffelfläche wuchs auf **4.293 Hektar** an – allein in Polen gab es eine Ausweitung von **ca. 90 auf 550 Hektar**.

Innovativer Feldversuch:

Erfolgreicher Drohneneinsatz zur Ausbringung von bodenschützender Untersaat (Weidelgras, Leguminosen, Kräuter) in Deutschland ohne Beeinträchtigung des Kartoffelwachstums.

Branchen-Engagement:

Start der Phase 2 des „Argentina Peanut Project“ (2025–2028) innerhalb der SAI Plattform zur Etablierung verlässlicher MRV-Systeme für Scope-3-Daten.

06 UNSERE MITARBEITER:INNEN



JEDE:R MITARBEITER:IN GESTALTET UNSERE ZUKUNFT MIT

Wir entwickeln uns gemeinsam weiter zu einer agilen Organisation mit einer stark verankerten Feedback- und Lernkultur.

STATUS 2025:



Investition in Bildung:

Im Lorenz Campus wurden 2025 **63.840 Lernstunden** absolviert (+19 % im Vergleich zu 2024), was einem starken Durchschnitt von 19,5 Stunden pro Kopf entspricht.

SMETA-Meilenstein erreicht:

Alle europäischen Produktionsstandorte sowie die Vorproduktion in Indien wurden erfolgreich nach dem SMETA-Standard reauditert.

Unternehmenssteuerung mit OKRs:

Die 2024 eingeführte agile Methode (Objectives and Key Results) ist mit 18 Teams, 20 Coaches und **134 erfolgreich abgeschlossenen OKRs** fest im Alltag integriert.



Arbeitssicherheit:

Mit 54 Arbeitsunfällen im Jahr 2025 arbeiten wir weiterhin intensiv an unserem langfristigen Null-Unfall-Ziel.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

ZURÜCKGEBEN UND FREUDE TEILEN

Unser Ziel ist es, unbeschwerte Lebensfreude mit unserer Verantwortung für Mensch und Umwelt zu verbinden. Als Familienunternehmen engagieren wir uns daher gezielt dort, wo wir verwurzelt sind: regional rund um unsere Standorte sowie in den Ländern, in denen wir tätig sind. Wir unterstützen zahlreiche soziale und ökologische Initiativen mit finanziellen Mitteln, Sachspenden und persönlichem Einsatz. Auch unsere Marken füllen dieses Versprechen mit Leben und setzen sich aktiv für gute Zwecke ein.

STATUS 2025:



Gemeinsam stark:

Im Jahr 2025 haben wir insgesamt **54 soziale und ökologische Organisationen** in Deutschland, Polen und Österreich mit rund **1.250.000 Euro** unterstützt.

BEISPIELE LORENZ:

• Unsere Partnerschaft mit Plastic Bank:

Allein im Jahr 2025 wurden rund 2,1 Millionen Plastikflaschen gesammelt.



• Verlässlicher Partner der Tafeln:

Langjährige Unterstützung der Tafel e.V. Deutschland, erneute Würdigung der Partnerschaft mit dem „Tafel Teller“ sowie erfolgreiche Ausweitung auf Österreich.

• Klimaschutz bei Neueinstellungen:

Für jedes neue Teammitglied leisten wir in Deutschland eine feste Spende an Moorschutzprojekte. In Polen wird jeweils ein Baum zur regionalen Aufforstung neu gepflanzt (2025: 100 Bäume).

• Gezielte Hilfe in den Regionen:

25.000 Euro Jahresspende für das Kinderhospiz Bärenherz sowie 5.000 Euro für unbürokratische Familien-Soforthilfe über Kärlntner in Not.



BEISPIELE MARKEN:

• Saltlets:

Durch eine bundesweite Sonderedition in Deutschland flossen 150.000 Euro an „BILD hilft e. V. – Ein Herz für Kinder“.



• Crunchips:

Unterstützt zum vierten Mal als Hauptsponsor die größte polnische Charity-Aktion WOŚP.



• NicNac's:

Mit der Initiative „Nac's Level“ setzt sich NicNac's in Deutschland aktiv für Chancengerechtigkeit bei Jugendlichen ein.

