ZENTIS

NATÜRLICH GEPRÄGT *von Verantwortung*

Nachhaltigkeitsbericht 2024/2025

INHALTSVERZEICHNIS

2 Inhaltsverzeichnis
3 Vorwort
5 Nachhaltigkeitsstrategie
7 Interview mit dem Zentis Nachhaltigkeitsteam

9 KLIMASCHUTZ UND RESSOURCENSCHONUNG

10 Zentis ambitioniert im Klimaschutz.
13 Selbstverständlich: Ressourcenschonung.

16 VERANTWORTUNGSVOLLE ROHSTOFFBESCHAFFUNG

17 Unser wichtigster Lieferant: Die Natur.
18 Wie wir unsere Lieferketten steuern.
20 Ein Herzstück: Zertifizierungen und Mitgliedschaften.
21 Langfristige Partnerschaften mit Lieferanten.
22 Einblick in Projekte unserer Lieferanten.

23 NATÜRLICHE PRODUKTE

24 Innovative Vielfalt aus natürlichen Rohstoffen.
26 Interview mit dem Zentis Team für Produktentwicklung.
28 Checkliste für nachhaltige Produktentwicklung.
29 Verpackungen im Fokus.

30 UNSERE BESCHÄFTIGTEN

31 Nachhaltigkeit beginnt bei unseren Mitarbeitenden.
32 Mitarbeitende fördern und entwickeln.
33 Für sichere Arbeitsplätze und starke Gemeinschaften.

34 Zahlen im Überblick
35 Impressum

Liebe LESERINNEN UND LESER,

Hamed Hesami und Nico Stobinski

seit 133 Jahren veredelt Zentis natürliche Rohstoffe. Für uns als eines der führenden fruchtverarbeitenden Unternehmen ist die Natur der wichtigste Lieferant. Nachhaltigkeit ist für uns daher kein Modewort, sondern das Fundament unseres Geschäftsmodells und die Voraussetzung für unseren langfristigen Erfolg.

Wir sind überzeugt, dass echtes Wachstum aus Verantwortung entsteht. Als unabhängiges Familienunternehmen haben wir die Freiheit und die Pflicht, unsere Zukunft konsequent langfristig und werteorientiert zu gestalten. Diese Unabhängigkeit nutzen wir heute entschlossener denn je, denn Nachhaltigkeit ist für uns längst ein entscheidender Wirtschaftsfaktor. In einer Welt voller volatiler Märkte und verschiedenster Krisen sichert verantwortungsvolles Handeln unsere Resilienz, unsere Innovationskraft und damit unsere globale Wettbewerbsfähigkeit. Kurz gesagt: Wer heute nicht nachhaltig wirtschaftet, entzieht seinem Wachstum von morgen die Basis.

In den vergangenen zwei Jahren hat sich unsere Welt weiter massiv verändert. Die Auswirkungen der Klimakrise sind physisch spürbar geworden und stellen uns als Verarbeiter natürlicher Rohstoffe vor immer neue Herausforderungen. Gleichzeitig hat sich Zentis weiterentwickelt und ist heute ein international agierender Food-Solutions-Anbieter. Mit rund 2.100 Mitarbeitenden an sechs internationalen Produktionsstandorten und Kunden in über 60 Exportländern tragen wir eine globale Verantwortung.

Wir haben unsere Nachhaltigkeitsstrategie entsprechend konsequent international aufgestellt. Unter dem Leitmotiv „Natürlich geprägt von Verantwortung“ zeigen wir Ihnen mit dem vorliegenden Bericht unsere Fortschritte und Ziele auf. Unsere vier Handlungsfelder Klimaschutz und Ressourcenschonung, Verantwortungsvolle Rohstoffbeschaffung, Natürliche Produkte sowie Unsere Beschäftigten zeigen, wo wir Schwerpunkte setzen und was wir konkret erreichen wollen.

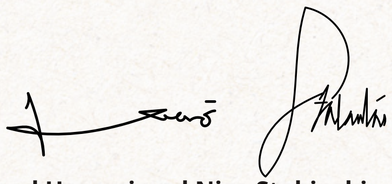
Ein Meilenstein, auf den wir besonders stolz sind, ist die Validierung unserer Klimaziele durch die Science Based Targets initiative (SBTi) im April 2025. Damit unterstreichen wir wissenschaftsbasiert unseren Anspruch, einen messbaren Beitrag zum Pariser Klimaabkommen zu leisten. Wir haben uns unter anderem verpflichtet, unsere absoluten Treibhausgasemissionen in Scope 1 und 2 bis zum Jahr 2033 um 58,8 % zu senken. Dass wir auf dem richtigen Weg sind, belegen die Zahlen: Seit 2019 konnten wir unsere globalen Scope-1- und Scope-2-Emissionen bereits um 33 % reduzieren.

Trotz aller technischer Kennzahlen und strategischer Prozesse bleibt eines gewiss: Es sind die Menschen, die diesen Wandel tragen. Ohne die Expertise, die Leidenschaft und das Engagement unserer Beschäftigten und Partner wäre dieser Fortschritt nicht denkbar. Dass das Thema Nachhaltigkeit bei Zentis wirklich gelebt wird, zeigt sich an unseren über 400 Nachhaltigkeitsbotschafter:innen. Sie machen Nachhaltigkeit im Berufsalltag lebendig.

Wenn wir uns heute die Frage stellen: „Sind wir mit unserem Fortschritt zufrieden?“, so ist unsere Antwort ein ehrliches: „Ja und Nein“. Ja, weil wir stolz auf das Erreichte und die Dynamik in unserem Unternehmen sind. Und Nein, weil wir wissen, dass der Weg zu einer klimaneutralen Produktion und nachhaltigen Lieferketten noch gewaltige Anstrengungen, technologische Innovationen und engere Zusammenarbeit mit unseren Partnern erfordert. Der vorliegende Bericht ist daher kein Abschlusszeugnis, sondern eine Zwischenbilanz und ein Versprechen für die Zukunft.

Wir laden Sie ein, uns auf diesem Weg zu begleiten. Lesen Sie, wie wir unsere Verantwortung für Mensch und Natur Tag für Tag neu definieren, und treten Sie mit uns in den Dialog. Denn nur gemeinsam können wir Verantwortung gestalten.

Wir wünschen Ihnen eine inspirierende Lektüre.



Hamed Hesami und Nico Stobinski
Geschäftsführung Zentis

Rohstoffe als Formsprache – Natürliche Texturen im Nachhaltigkeitsbericht

Was ein Unternehmen über Nachhaltigkeit sagt, gewinnt dann an Glaubwürdigkeit, wenn es sich in jedem Detail widerspiegelt – auch in der Gestaltung. Für den Zentis Nachhaltigkeitsbericht wurde daher eine Bildsprache entwickelt, die nicht illustriert, sondern verkörpert: **Rohstoffe aus der eigenen Produktion werden zum grafischen Medium.**

Erdbeeren, Himbeeren, Heidelbeeren, Orangen, Pfirsiche, Mandeln und Äpfel: Rohstoffe, die im Zentis Sortiment seit Jahrzehnten verankert sind, dienten als Ausgangsmaterial für handgefertigte Druckstempel.

Ihre Abdrücke in Tusche auf Papier entstanden nicht am Bildschirm, sondern am Tisch, mit den Händen, mit dem Material selbst. Jede Textur ist damit ein Unikat: unwiederholbar, organisch, authentisch.

Die so entstandenen Drucke wurden digitalisiert und als gestalterische Elemente in den Bericht integriert. Was dabei bleibt, ist mehr als Dekoration: ein sichtbares Zeichen dafür, dass Ressourcen nicht verbraucht, sondern in eine neue Form überführt wurden, ganz im Sinne dessen, was der Bericht inhaltlich vermittelt.

ZENTIS NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE:
Unsere Handlungsfelder.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie basierend auf **vier Handlungsfeldern** fokussiert auf die wichtigsten Herausforderungen und Chancen für Zentis und unsere Stakeholder. Wir machen die Fortschritte in unseren Zielen regelmäßig transparent.

Verbesserung der sozialen und ökologischen Standards in unserer Lieferkette sowie Förderung von Biodiversität und nachhaltiger Landwirtschaft

Reduktion unserer Treibhausgas-emissionen, unseres Energie- und Wasserverbrauchs sowie des Abfallaufkommens

Förderung der Qualifizierung und Vielfalt unserer Beschäftigten, soziales Engagement sowie Sicherung des Arbeitsschutzes

Einsatz natürlicher Zutaten, Entwicklung innovativer, zukunftsfähiger Produkt- und Verpackungskonzepte

WIR HABEN GROSSE *Ziele.*

KLIMASCHUTZ UND RESSOURCENSCHONUNG

- **Reduktion** unserer **Lebensmittelverluste** um 50 % bis 2030 (Basisjahr 2021)
- **Reduktion** unseres **Wasserverbrauchs** um 10 % bis 2033 (Basisjahr 2025)
- **Reduktion** der absoluten **Treibhausgasemissionen** bis 2033:
  - Scope 1 und 2: -58,8 % (Basisjahr 2019)
  - Scope 3 Non-FLAG*: -54,6 % (Basisjahr 2023)
  - Scope 3 FLAG*-Emissionen: -39,4 % (Basisjahr 2023)
- **Netto-Null-Treibhausgasemissionen** entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis 2050

VERANTWORTUNGSVOLLE ROHSTOFFBESCHAFFUNG

- **Überprüfung** von 100 % unserer direkten **Lieferanten** auf definierte Sozial- und Umweltthemen bis 2026
- **Qualifizierung** von 20 relevanten **Lieferanten** zu Sozial- und Umweltthemen bis 2028
- **Erhöhung** des Anteils **zertifizierter Rohstoffe** bis 2028
- **Umsetzung** von vier **Projekten** zur Förderung **nachhaltiger Landwirtschaft** in unserer Lieferkette bis 2028

UNSERE BESCHÄFTIGTEN

- **Zertifizierung** aller Produktions-Standorte nach international anerkanntem **Sozialstandard** bis 2026
- **Ausbildung** von 25 % unserer Beschäftigten als **Nachhaltigkeitsbotschafter:innen** bis 2028
- Nachweisliche **Förderung** der **Diversität in der Belegschaft** bis 2030
- 0 **Arbeitsunfälle** am Arbeitsplatz bis 2030

NATÜRLICHE PRODUKTE

- **Erstellung** eines Aktionsplans für **Kreislaufwirtschaft unserer Verpackungen** bis 2027
- **Erhöhung** der Innovationskonzepte mit **Clean Label Rezepturen** bis 2028
- **Entwicklung** eines **Produktportfolios** mit **reduziertem CO_2e-Fußabdruck** bis 2028

*FLAG: Forstwirtschaft, Landnutzung und Landwirtschaft, gemäß SBTi

INTERVIEW mit Nina Siegel und Marie Heye aus dem Zentis Nachhaltigkeitsteam

„SIND WIR ZUFRIEDEN? JA UND NEIN.“

Seit 2011 veröffentlicht Zentis Nachhaltigkeitsberichte. Was hat es mit dem neuen Format auf sich?

Nina: Unsere Nachhaltigkeitsberichte zeigen wirklich schön die Entwicklung von Zentis. Auch wir blättern gerne in den alten Berichten, um zu sehen, was wir bereits alles erreicht haben. Wir haben unsere Aktivitäten, Strategien, Kennzahlen und Prozesse stark weiterentwickelt. Den Anspruch, transparent und konsistent zu handeln und zu kommunizieren, haben wir dabei immer beibehalten. Die Berichterstattung wird technischer, formaler und umfangreicher. In diesem Bericht zeigen wir jedoch bewusst das Wesentliche der Nachhaltigkeit bei Zentis: kurz, anschaulich und nahbar.

Welche Rolle spielt die Regulatorik in euren Nachhaltigkeitsaktivitäten?

Marie: Die Umsetzung regulatorischer Anforderungen wie CSRD, LkSG, EUDR, um nur einige zu nennen, spielt eine wichtige Rolle. Diese gilt es zu erfüllen. Wir sehen Anforderungen als Chance, einen Mehrwert für Zentis und unsere Stakeholder zu schaffen – beispielsweise unsere Kennzahlen noch effizienter aufzubereiten oder die Kommunikation mit unseren Kund:innen zu stärken. Da wir Nachhaltigkeit schon seit über 15 Jahren voranbringen, ändern wir jedoch unseren Kurs nicht anhand der Rahmenbedingungen, sondern verfolgen das, was wir wichtig finden.

Was habt ihr schon erreicht?

Nina: Wir haben unsere Nachhaltigkeits-Agenda nun in der gesamten Zentis-Gruppe etabliert und erstmals konsequent globale Ziele in unserer Nachhaltigkeitsstrategie formuliert. In Schlüsselbereichen wie Rohstoffeinkauf, Produktentwicklung, Zertifizierungen, Compliance, Logistik, Verpackungen und HR setzen motivierte und kompetente Kolleg:innen Nachhaltigkeit in ihren täglichen und strategischen Entscheidungen um. Unsere CO_2-Emissionen in der globalen Produktion (Scope 1 und 2) haben wir seit 2019 schon um 33 % gesenkt – und uns jetzt SBTi-Klimaziele gesetzt. Auch unsere Kommunikation zu Nachhaltigkeit ist noch vielfältiger geworden, und immer mehr Mitarbeitende sind aktiv dabei – wie unsere über 400 Nachhaltigkeitsbotschafter:innen.

↑
Unser letzter Nachhaltigkeitsbericht

„WIR HABEN UNSERE NACHHALTIGKEITS-AGENDA KONSEQUENT GLOBAL FORMULIERT.“

Unser Standort in Polen

Seid ihr mit eurem Fortschritt zufrieden?

Marie: In unserem Film zu Nachhaltigkeit haben wir das im letzten Jahr gut auf den Punkt gebracht: Ja und Nein. Wir sind stolz auf verschiedene konkrete Erfolge und dass Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen wirklich ein stabiles Fundament hat. Aber es gibt noch sehr viel zu tun, und wir wissen, dass der Weg nach vorn auch einen langen Atem braucht. Unsere Klimaziele zu erreichen beispielsweise wird ein Kraftakt. Dort spielen auch technologische Aspekte eine Rolle. In Aachen untersuchen wir gerade, ob Geothermie eine Alternative zum Erdgas sein könnte – ein komplexes Projekt, das erst in Zukunft Wirkung entfalten würde. Um mehr zertifizierte Rohwaren einzusetzen, müssen wir auch unsere Kund:innen dafür begeistern. In Beschaffungsländern mit Potential für nachhaltigere Landwirtschaft prüfen wir genau, welche Rolle wir sinnvoll spielen können. Wo immer möglich wollen wir Nachhaltigkeit konkret in Einklang mit unseren geschäftlichen Zielen bringen.

Wie setzt ihr das mit eurer Nachhaltigkeitsstrategie um?

Nina: Unsere Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf vier Handlungsfeldern, für die wir uns jeweils klare Ziele setzen. Einige Ziele werden uns über lange Zeit beschäftigen, wie die Umsetzung unserer SBTi-Klimaziele. Wir haben uns auch kurzfristigere Ziele gesetzt wie die Entwicklung eines Produktsortiments mit reduziertem CO_2-Fußabdruck und konkreter Projekte für nachhaltigere Landwirtschaft – hier gehen wir schrittweise vor und lernen auf dem Weg mit unseren Partner:innen, wie wir die komplexen Aufgaben am besten lösen können. Uns ist wichtig, als Zentis Nachhaltigkeitsteam die verschiedenen Schwerpunkte und Projekte in einem dynamischen Umfeld verlässlich zu begleiten. Darüber hinaus möchten wir unseren Kolleg:innen in ihren Bereichen stets Entwicklungsspielräume bieten und sie befähigen, Nachhaltigkeit eigenverantwortlich umzusetzen. •

KLIMASCHUTZ UND
Ressourcenschonung

ZENTIS AMBITIONIERT IM *Klimaschutz.*

Als langfristig ausgerichtetes Familienunternehmen setzt Zentis auf ambitionierte Klimaschutzziele, die sich am Pariser Klimaabkommen orientieren. Unsere kurz- und langfristigen Reduktionsziele wurden durch die Science Based Targets initiative (SBTi) validiert und beziehen auch unsere Lieferketten mit ein.

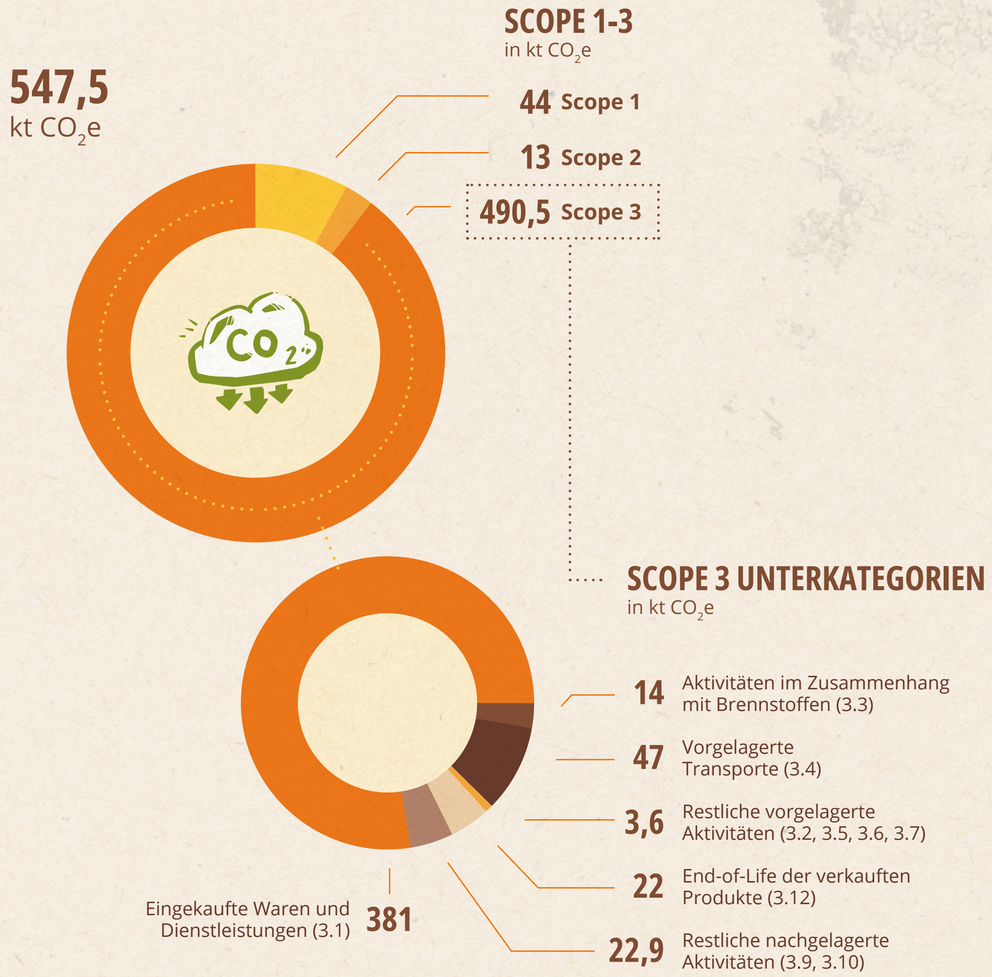
Klimaschutz mit Tradition

Wir beziehen unsere Rohstoffe fast ausschließlich aus der Natur und sehen daher eine besondere Verantwortung, umwelt- und ressourcenschonend zu handeln. Klimaschutz hat dabei seit vielen Jahren höchste Priorität bei Zentis.

Unser zentraler Steuerungsansatz ist der Corporate Carbon Footprint, der Emissionen nach den Vorgaben des Greenhouse Gas (GHG) Protocol entlang der gesamten Wertschöpfungskette bilanziert. 2020 hatten wir diesen erstmals für alle Standorte der Zentis Gruppe ermittelt und für das Geschäftsjahr 2023 im Zuge der SBTi-Validierung aktualisiert. Eine zentrale Erkenntnis war dabei, dass unsere wesentlichen Emissionen durch eingekaufte Waren und Dienstleistungen (3.1), Transporte (3.4), die Entsorgungsphase der Produkte (3.12) sowie durch Scope 1 entstehen.

Gegenüber 2019 waren unserer Emissionen (Scope 1 und 2) in 2023 bereits um 21 % gesunken, unter anderem dank des Bezugs von Ökostrom, eigener Photovoltaikanlagen und energieeffizienten Prozessen.

TREIBHAUSGASEMISSIONEN DER ZENTIS GRUPPE 2023



Die Scope-3-Kategorien 3.8, 3.11, 3.13, 3.14 und 3.15 sind für Zentis nicht relevant.
Benennung und Nummerierung gemäß GHG-Protocol, Zahlen gerundet.

Klimaziele und Klima-Roadmap

Auf Basis der Emissionen des Geschäftsjahres 2023 hat sich Zentis im Jahr 2024 Klimaziele gemäß der Science Based Targets inititiative gesetzt, die im April 2025 offiziell validiert wurden. Wir wollen gemäß dem 1,5 Grad Ziel des Pariser Klimaabkommen unseren Beitrag zur Senkung der Treibhausgasemissionen leisten. Die von SBTi validierten Ziele wurden in unsere Nachhaltigkeitsstrategie übernommen.

In Scope 1 und 2 wurden bereits deutliche Erfolge in der Emissionsreduktion erzielt durch Maßnahmen wie:

- Effizienzmaßnahmen an unseren Produktionslinien
- Umstieg auf grünen Strom an den deutschen Standorten seit 2021 und an den US-amerikanischen Standorten seit 2025
- Einsatz unserer ersten beiden Photovoltaikanlagen in Deutschland

Zusätzlich fokussieren wir uns seit 2024 zunehmend auf Scope 3, insbesondere die vorgelagerte Lieferkette, in der 95 % unserer Scope 3 Emissionen liegen. Daher beziehen wir unsere Lieferanten mit ein und entwickeln Reduktionsmaßnahmen für die Scope-3-Kategorien Non-FLAG und FLAG. Ein Schwerpunkt in 2025 war die Zusammenarbeit in der Scope 3 Action Group zur Einbeziehung und Bewertung unserer wichtigsten Rohstofflieferanten.

Aktuell arbeiten wir vor allem an folgenden Aufgaben:

- Erstellung eines Klimatransformationsplans
- Planung kurz-, mittel- und langfristiger Maßnahmen mit Fokus auf Klimawirkung und Berücksichtigung des Kosten-Nutzen-Verhältnisses
- Konzept zur Einbeziehung von Lieferanten (Lieferantenkommunikation, - befähigung und - incentivierung)
- Umsetzung klimafreundlicherer Rezepturen auf Basis von Produktfußabdrücken

ZENTIS SBTi KLIMAZIELE

	Scope 1 und 2 Emissionen an den eigenen Standorten	Scope 3 Energiebezogene und industrielle Emissionen (Non-FLAG)	Scope 3 Landwirtschaftliche Emissionen in der Lieferkette (FLAG)
Basisjahr	2019	2023	2023
THG-Emissionen in kt CO_2e	**68,1**	**250**	**202**
Zieljahr **2033**	-58,8 %	-54,6 %	-39,4 %
Zieljahr **2050**	-90,0 %	-90,0 %	-72,0 %

Wo setzen wir für die Reduktion der Scope-3-Emissionen an?

Im Rahmen einer Analyse der vorgelagerten Lieferkette wurden rund 100 zentrale Lieferanten aus wichtigen Kategorien wie Früchte, Zucker, Kakao und Stärke hinsichtlich Klimareife und Klimaleistung bewertet.

Ziel war es, den Fortschritt ihrer Klimaschutzbemühungen zu erfassen. Die Lieferanten wurden nach Entwicklungsstand gruppiert und konnten in einer vertiefenden Befragung ergänzende Informationen bereitstellen. Auf diese Weise haben wir 2025 wertvolle Grundlagen für die nächsten Schritte in unserem Klimatransformationsplan gelegt.

Berechnung von Produktfußabdrücken

Product Carbon Footprints (PCF) sind für unsere Kunden aus Handel und Industrie sowie für Verbraucher wichtig, da sie die Emissionen einzelner Produkte zeigen. Dabei werden zunehmend primäre Emissionsdaten gewünscht, die noch genauer als die normalerweise verwendeten durchschnittlichen Emissionsfaktoren sind. Dafür haben wir weiter in unsere interne PCF-Berechnung investiert, was uns die Daten noch schneller und effizienter erfassen lässt. Wir sind nun in der Lage, die Emissionsintensität jedes Produkts anhand seiner Rezeptur, der Herkunft der Rohstoffe und ihrer Transportart sowie der Verpackung zu berechnen.

In Zukunft wird unser Produktentwicklungsteam das PCF-Tool auch für die Entscheidungsfindung bei der Entwicklung neuer Rezepte nutzen. Damit wollen wir unser Produktsortiment zu einem klimasensibleren Portfolio ausbauen.

Der Product Carbon Footprint sorgt für Transparenz über die Emissionen unserer Produkte entlang der Wertschöpfungskette – wie am Beispiel unserer Erdbeerkonfitüre im 230 g Glas. Die Verpackung macht fast die Hälfte der gesamten Emissionen aus, gefolgt vom Rohstoff und den vorgelagerten Transporten.

Klimaneutrales Aachen 2030 – Zentis ist dabei!

Klimaneutrales Aachen 2030

Die Stadt Aachen hat sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, im Jahr 2030 klimaneutral zu sein (Scope 1-2) und setzt den Weg mit dem Aachener Klimastadtvertrag um. Aachen wurde als eine der 100 Städte im EU-Programm „100 Climate-Neutral and Smart Cities by 2030“ ausgewählt, die Vorbild für andere europäische Kommunen sein sollen.

Zentis hat als Aachener Familienunternehmen selbstverständlich den Klimastadtvertrag unterzeichnet, dessen Ziele unserem Reduktionsplan für Scope 1 und 2 entsprechen. Gemeinsam mit über 150 weiteren lokalen Akteur:innen übernehmen wir Verantwortung für ein lebenswertes, gesundes, CO_2-neutrales Aachen!

i **Mehr Infos unter:**
https://klimaneutrales-aachen-2030.de/

ANTEIL DER EMISSIONEN AM PRODUKTFUSSABDRUCK
(CRADLE-TO-GATE)

2,26 kg CO_2e/kg d.h. pro

GLAS ERDBEERKONFITÜRE (230 g):
0,56 kg CO_2e

- **45 %** Verpackung
- **32 %** Rohstoff
- **14 %** Vorgelagerte Transporte
- **6 %** Verarbeitung
- **3 %** Verpackung Rohstoff

↑
Unsere Photovoltaikanlage am Standort Aachen

Sauberer Strom von unseren Dächern

Wir erzeugen eigenen Strom aus Photovoltaik (PV) an mehreren Standorten und planen den weiteren Ausbau. Zusätzlich zu unserer bestehenden PV-Anlage an unserem Hauptstandort wurde 2025 am Standort unserer Süßwarenproduktion in Aachen eine weitere Anlage installiert.

Ende 2025 installierte Zentis Hungária Bt. eine PV-Anlage, die künftig ein Drittel des jährlichen Stromverbrauchs des Standorts Drégelypalánk decken wird. In den USA hat der Standort Plymouth die Stromversorgung über seinen Energieversorger komplett auf Ökostrom umgestellt.

SELBSTVERSTÄNDLICH: *Ressourcenschonung.*

Wir setzen an unseren Produktionsstandorten auf Ressourcenschonung und haben dabei vor allem folgende Bereiche im Blick: Energie, Wasser, Abfall und Logistik.

Energieeffizienz-Projekte an den Standorten

Bei der Gestaltung ressourcenschonender Produktionsprozesse spielt das Energiemanagement eine zentrale Rolle, sowohl aus Kostengründen und weil es direkt auf den Klimaschutz einzahlt. Für die Produktion benötigen wir Energie maßgeblich für Erwärmungs- und Kühlprozesse sowie den Betrieb der Produktionsanlagen. Wir decken unseren Energiebedarf aus Strom und Erdgas und haben im Jahr 2025 332.561 MWh für die gesamte Zentis Gruppe verbraucht. Unser Energieverbrauch ist gegenüber 2023 aufgrund höherer Produktionsmengen sowie neuer Produktionslinien in den USA gestiegen.

Alle Standorte loten regelmäßig Potenziale im Energiemanagement aus und setzen entsprechende Projekte um. In den Werken in Aachen und Polen wurden zuletzt zum Beispiel neue stromsparende Druckluftkompressoren mit Wärmerückgewinnung installiert. Unser Werk in Plymouth in den USA installierte neue, hocheffiziente Klimaanlagen, was den Stromverbrauch senkt. Zusätzlich konnte dort die Reduzierung von Druckluftverlusten, die Optimierung der Prozesskühlung und -kälte und die Modernisierung der Beleuchtung (LED/Sensoren) vorangebracht werden.

In Ungarn wurde die Wärmedämmung der technischen Anlagen und zugehörigen Armaturen im Jahr 2025 abgeschlossen, was den Energieverbrauch am Standort gegenüber 2023 um 6 % reduziert hat. Durch die fortlaufende Entwicklung von Effizienzmaßnahmen sowie die schrittweise Umstellung auf Ökostrom konnten wir gruppenweit unsere Scope 1 und 2 Emissionen seit 2019 um 33 % senken.

↗
Neue Wärmedämmung in Ungarn

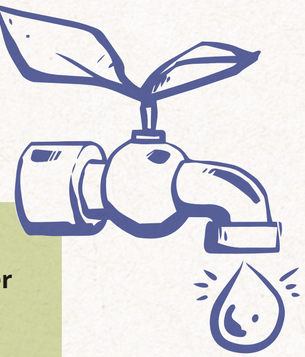
Wasser und Abwasser sorgfältig nutzen

Wasser spielt als Bestandteil unserer Produkte nur eine geringfügige Rolle, wir nutzen es überwiegend für die Reinigung der Produktionsanlagen und wollen auch hier so effizient wie möglich arbeiten. Durch sinnvolle Initiativen zur Effizienzsteigerung wie optimierte automatische Reinigung der Anlagen, Reparatur von Leckagen und reduzierte Nachreinigungszyklen konnte in den USA erreicht werden, dass der Wasserverbrauch pro Produktionseinheit unterproportional gestiegen ist. An den deutschen Standorten wurden die Reinigungsprogramme der Produktionsanlagen modifiziert und der Einsatz von Reinigungsmitteln und Wasser auf ein notwendiges Minimum beschränkt. In Polen und den USA werden aktuell neue Abwasserbehandlungssysteme implementiert.

Insgesamt hängen die Wasser- und Abwassermengen von der Produktionsstruktur ab und variieren dadurch über Zeit und an den Standorten. 2025 lag die Gesamtwasserentnahme der Zentis Gruppe bei 1.849 Millionen m^3, das sind 13 % mehr als im Jahr 2023.

-10%

Unser Ziel: Bis 2033 zehn Prozent **weniger Wasser** im Vergleich zu 2025 nutzen.



Aufladung unseres E-LKWs

Die Logistik effizient umsetzen

Teil von Zentis ist unser eigenes Logistikunternehmen, das mit über 150 Mitarbeiter:innen sowohl die Rohwarenbeschaffung als auch den Transport zwischen unseren europäischen Werken und die Lieferung an unsere Kunden steuert. Durch die systematische Bündelung von Aufträgen erhöhen wir die Auslastung unserer Transporte und reduzieren gleichzeitig unnötige Fahrten.

In 2025 wurden 14 neue LKW angeschafft, die den durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch von 26,5 l auf 22,5 l pro 100 km reduzieren – und damit den CO_2-Ausstoß pro gefahrenem Kilometer deutlich verringern. Zusätzlich kommt seit 2024 der erste Elektro-LKW in der Zentis Logistik zum Einsatz, der mehrmals täglich Abholungen bei einem Lieferanten durchführt, dessen Standort etwa 35 km von Aachen entfernt liegt.

Auch im Lager setzen wir auf Energieeffizienz: Die Investition in eine neue Frischluftanlage ermöglicht es, bei Außentemperaturen unter 10 °C gefilterte Außenluft zur Kühlung zu nutzen. Dadurch können wir die üblichen Kühlaggregate zeitweise vollständig abschalten und den Energieverbrauch senken.

Neben den Eigentransporten kommen in Deutschland weiterhin ausgewählte Fremdlogistiker zum Einsatz; in den USA, Polen und Ungarn wird vollständig mit externen Partnern gearbeitet.

Weniger wegwerfen.
Mehr erreichen.

Unsere Lebensmittelverluste wollen wir bis 2030 im Vergleich zu 2021 halbieren. Das sind die Lebensmittelabfälle, die in unserer Produktion anfallen. Gemeinsam mit anderen Herstellern und Händlern unterstützen wir als Zentis damit das globale Ziel der Vereinten Nationen, bis 2030 die Nahrungsmittelabfälle und -verluste in der Produktions- und Lieferkette drastisch zu reduzieren.

In Deutschland konnten wir unsere Lebensmittelverluste seit 2021 bereits um knapp 30 % reduzieren. An den anderen Standorten haben wir nun mit einer genauen Erfassung der Lebensmittelverluste eine Grundlage für unser globales Reduktionsziel geschaffen. Global konnten wir unsere Lebensmittelverluste seit 2021 bereits um gut 15 % senken.

Aufgrund gewachsener Produktionsmengen sind die Lebensmittelverluste in 2025 jedoch zunächst wieder gestiegen.

In den USA liegt ein aktueller Fokus auf der Vermeidung von Lebensmittelverlusten in vorgelagerten Stufen und durch erweiterte Nachbearbeitungswege. In Deutschland haben wir die Verwertung fokussiert: Das pumpfähige Material an Resten und Fehlchargen aus Fruchtzubereitungen und Konfitüren verwerten wir mittlerweile in regionalen Biogasanlagen, was zu verringerten CO_2-Emissionen führt.

Die Reduktion der anfallenden Lebensmittelverluste bleibt in den kommenden Jahren eine unserer Prioritäten.

Unsere Mehrweg-Edelstahlkontainer

Abfälle reduzieren

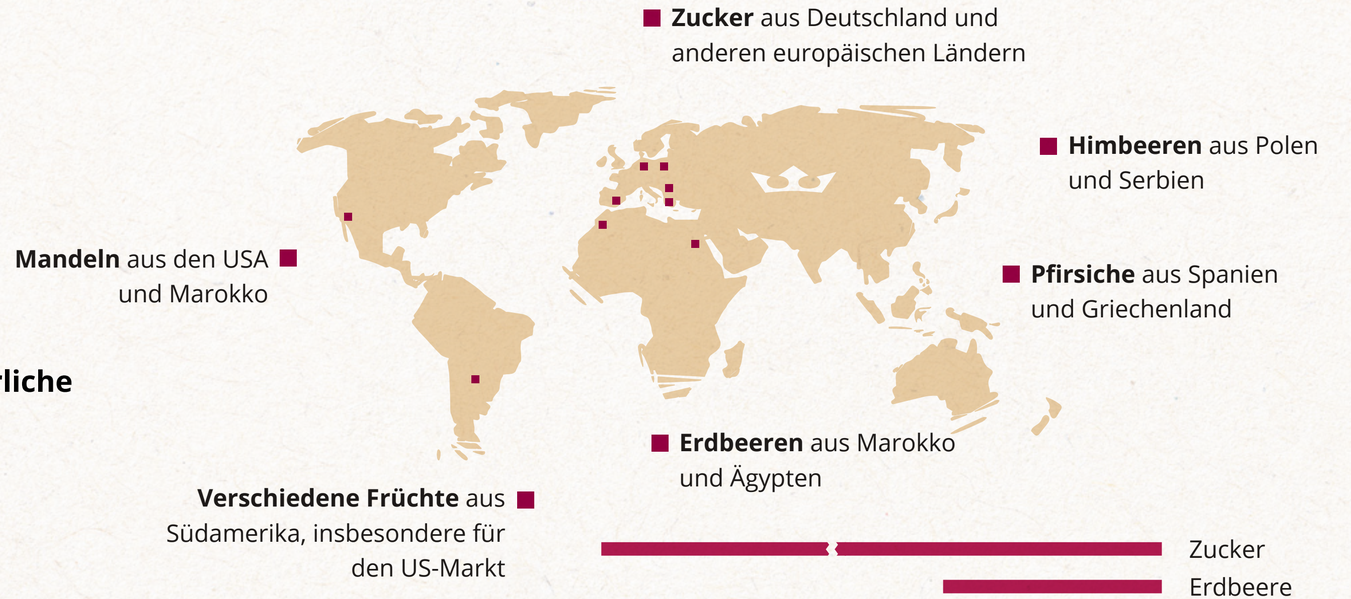
Wir wollen global die Erzeugung von Abfall auf ein Minimum reduzieren, verbleibende Restabfälle möglichst umweltschonend verwerten oder, falls notwendig, einer fachgerechten Entsorgung zuführen. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf Lebensmittelverlusten.

Etwa zwei Drittel unserer hergestellten Fruchtzubereitungen werden global in rund 33.000 stabilen Mehrweg-Edelstahlcontainern zu unseren Industriekunden transportiert, was den Verpackungsabfall im Geschäft mit Industriekunden deutlich reduziert. In den USA stieg die Recyclingquote in den letzten Jahren aufgrund standardisierter Recyclingströme und konsequenter Abfalltrennung in den Werken. Mitarbeitende verantwortlich für Produktion, Reinigung und Instandhaltung wurden mit Schwerpunkt auf Trennqualität der Abfälle geschult.

VERANTWORTUNGSVOLLE
Rohstoffbeschaffung

UNSER WICHTIGSTER LIEFERANT: *Die Natur.*

Für unsere Produkte verwenden wir fast ausschließlich natürliche Rohstoffe. Diese prüfen wir sorgfältig und beziehen sie von ausgewählten Lieferanten, die unseren hohen Qualitäts- und Nachhaltigkeitsanforderungen entsprechen.

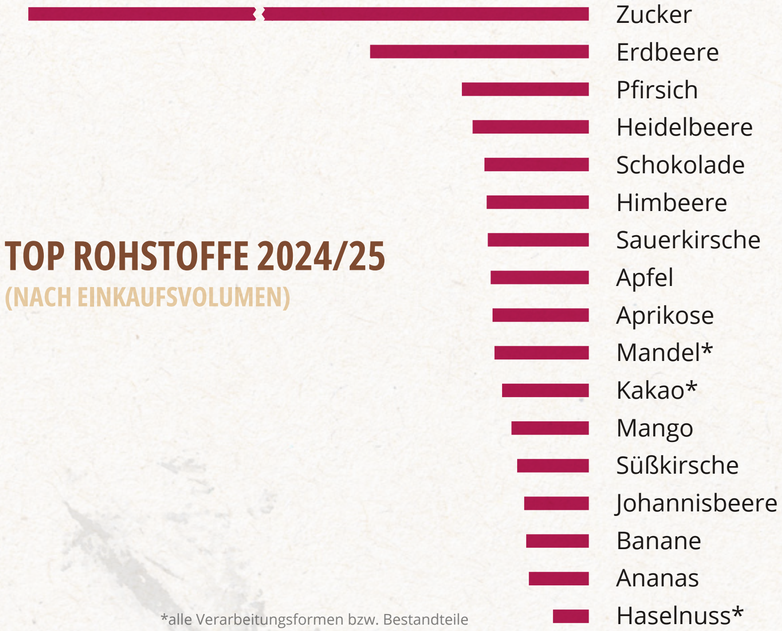


Unsere globalen Bezugsquellen

Wir beziehen unsere natürlichen Rohstoffe aus aller Welt und messen daher der verantwortungsvollen Rohstoffbeschaffung eine besondere Bedeutung bei. Früchte bilden für uns eine der zentralen Produktkategorien und dabei gehören insbesondere Erdbeeren, Pfirsiche, Heidelbeeren und Himbeeren zu den Wichtigsten. Zusammen mit Zucker, Mandeln und Kakao bilden sie den Kern unsere Produkte.

Wir beschaffen die Rohstoffe dort, wo die besten Wachstumsbedingungen herrschen. Das kann auch regional sein: Ein wesentlicher Teil unserer Beschaffung am deutschen Hauptstandort in Aachen erfolgt durch Lieferanten aus Nordrhein-Westfalen sowie den angrenzenden französischen und niederländischen Regionen. Ein Beispiel hierfür ist unser Zucker. Darüber hinaus beziehen wir die meisten unserer Rohstoffe global.

TOP ROHSTOFFE 2024/25
(NACH EINKAUFSVOLUMEN)



*alle Verarbeitungsformen bzw. Bestandteile

WIE WIR UNSERE *Lieferketten* STEUERN.

Wir verankern Nachhaltigkeit strategisch und organisatorisch in der Beschaffung und sichern damit Verfügbarkeit, Qualität und Transparenz unserer Rohstoffe.

Nachhaltigkeit im Einkauf verankert

Beim Bezug unserer Rohstoffe aus aller Welt setzen wir auf streng geprüfte Qualität sowie auf den Schutz der Menschenrechte und der Umwelt. Zertifizierungen und langjährige Partnerschaften mit Lieferanten sind wichtige Ansatzpunkte in unseren Lieferketten. In den letzten Jahren hat die verantwortungsvolle Rohstoffbeschaffung aufgrund steigender Anforderungen an Bedeutung gewonnen, und auch so fokussieren wir dieses Thema mit dezidierter Verantwortlichkeit im Einkauf. Zusätzlich betreut unser Fruit Scout Lieferant vor Ort, um bessere Einblicke in Ernte und Verarbeitung zu gewinnen, Projekte aktiv zu unterstützen sowie die Bindung zum Lieferanten zu stärken.

↓ Erdbeeren in der Wareneingangskontrolle

Wie wir unsere Lieferketten nachhaltiger und resilient machen

Die Verfügbarkeit und die Preise unserer Rohstoffe hängen stark von globalen Angebots- und Nachfragedynamiken, Wetterbedingungen sowie geopolitischen Faktoren ab. Um den Anforderungen einer volatilen Marktlage und wachsender regulatorischer Vorgaben gerecht zu werden, setzen wir zahlreiche Maßnahmen um. Diese tragen zu mehr Nachhaltigkeit und Resilienz in unseren Lieferketten bei. In den vergangenen 24 Monaten haben wir unseren Einkauf weiter auf die nachhaltigere Rohstoffbeschaffung ausgerichtet durch:

- Einführung robuster Rückverfolgbarkeitssysteme
- Digitalisierung unserer Risikoanalyse und des Lieferkettenmanagements
- Einführung digitaler Systeme zur Echtzeitüberwachung von Lieferkettenrisiken
- Integration von Nachhaltigkeitskriterien in die Warengruppenstrategien
- Diversifizierung von Bezugsquellen und Regionen zur Reduzierung geopolitischer und klimatischer Risiken
- Erhöhung der Standards in den Lieferketten
- Erschließung neuer, innovativer Rohstoffe und Verpackungsmaterialien

Durch die konsequente Weiterentwicklung unserer Prozesse, Standards und digitalen Systeme haben wir eine robuste Basis gelegt, um die steigenden Anforderungen an nachhaltige und widerstandsfähige Lieferketten zu erfüllen. Gleichzeitig schaffen wir die Voraussetzungen, unsere Kunden künftig noch enger in unsere Prozesse einzubinden und eine durchgängige Nachvollziehbarkeit vom Feld bis zum Endprodukt sicherzustellen. Unser Einkauf trägt mit diesen Maßnahmen wesentlich zur Wertschöpfung, Kostenoptimierung, Versorgungssicherheit und Nachhaltigkeit bei.

„Im Rahmen unserer Strategie für verantwortungsvolle Beschaffung pflegen wir langfristige Lieferantenbeziehungen und fördern die regionale Beschaffung. Wir wenden Maßnahmen wie Zertifizierungen und Kooperationen an, um Nachhaltigkeit und Biodiversität in unserer Lieferkette zu fördern.“

Myriam Lhuissier,
Nachhaltigkeitsbeauftragte im Einkauf

Nachhaltigkeit in den Warengruppenstrategien

Einen Meilenstein haben wir durch die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in unsere Warengruppenstrategien erreicht. Auf diese Weise können wir unsere Rohstoffe und die zugehörigen Lieferanten noch systematischer im Hinblick auf Risiken und Potenziale steuern.

Wir haben unsere Früchte und weitere Rohstoffe (z. B. Kakao, Mandeln, Zucker, Vanille) sowie Hilfs- und Zusatzstoffe (z. B. Aromen, Stabilisatoren) detailliert auf wirtschaftliche Kriterien (z. B. Einkaufsvolumen, Auswirkungen auf Kosten und Qualität, begrenzte Herkunftsregionen) und auf Nachhaltigkeit untersucht. Die Nachhaltigkeitskriterien wurden spezifisch für die jeweilige Warengruppe betrachtet, dazu gehören unter anderem folgende Aspekte:

- Verbesserung von Sozial- und Umweltstandards
- Zertifizierungen z. B. Fairtrade, Rainforest Alliance, RSPO
- Einsatz von Bio-Ware oder regionaler Ware
- Transparenz über Herkunft und Produktionsmethoden
- Nachhaltige Landwirtschaftspraktiken z. B. Wasserverbrauch oder Pestizidmanagement
- Relevanz in Bezug auf CO_2-Reduktionsziele in der Lieferkette

Anhand unserer Analyse wurden die Rohstoffe in Risikogruppen eingeteilt und das weitere Vorgehen definiert. Wir haben uns konkrete Ziele für den Ausbau zertifizierter Rohstoffe gesetzt sowie Maßnahmen in der Lieferantenentwicklung und für strategische Partner gesetzt. Übergreifende Anforderungen wie die Sicherstellung der Rückverfolgbarkeit, Lieferantenbewertungen und die Einhaltung regulatorischer Vorgaben sind selbstverständlich in unseren Aktionsplänen adressiert.

Beim Fairtrade Child Protection Programme dabei

Das Fairtrade-Siegel kennzeichnet Produkte aus fairem Handel. Fairtrade engagiert sich dafür, die strukturellen Ursachen von Kinder- und Zwangsarbeit zu bekämpfen und verfolgt dabei einen ganzheitlichen Ansatz: Dieser umfasst verbindliche Zertifizierungsstandards, die Zahlung von Fairtrade-Mindestpreisen und der Fairtrade-Prämie sowie begleitende Programme wie das „Fairtrade Child Labour and Forced Labour Prevention and Remediation Programme" (im Folgenden auch: Fairtrade Child Protection Programme).

Das Programm stellt dringend benötigte Mittel für Fairtrade-Kakaokooperativen in Ghana und der Elfenbeinküste bereit. Ziel ist es, Kinderrechte zu stärken und schädliche Praktiken nachhaltig zu beenden. Konkret werden Kinder beispielsweise durch den Bau und die Renovierung von Schulen, die Bereitstellung von Schulmaterialien sowie durch Fahrräder für einen sicheren Schulweg unterstützt. Zentis verarbeitet seit langem Fairtrade-zertifizierte Ware und beteiligt sich seit 2025 am Fairtrade Child Protection Programme.

Auswahl unserer Rohstoffzertifizierungen →

Kakao
ra.org

RSPO-1106082

EIN HERZSTÜCK: *Zertifizierungen* UND MITGLIEDSCHAFTEN.

Wir nutzen Zertifizierungen sowie Mitgliedschaften in relevanten Organisationen als zentrale Instrumente unserer Beschaffungsstrategie. Denn viele der sozialen und ökologischen Themen in unserer Lieferkette können nur gemeinsam mit anderen Akteur:innen bearbeitet werden.

Wichtige Zertifizierungen unserer Rohstoffe

Zentis setzt eine breite Vielfalt an Zertifizierungen ein, die am Markt verfügbar und von Kund:innen gewünscht sind. Der Anteil der von uns zertifizierten Produkte ist entsprechend verschieden. Viele Zertifizierungen werden direkt für die Auslobung der Produkte angewandt, etwa Fairtrade, Rainforest Alliance und Bio.

ANTEIL ZERTIFIZIERTER KAKAO

38,9 % **Kakao,** gesamt

98,0 % **Kakao,** Zentis Eigenmarke

61,5 % **Schoklade,** gesamt

Mitgliedschaften für mehr Nachhaltigkeit

Wir setzen uns als Mitglied bei FONAP (Forum nachhaltiges Palmöl) und RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) sowie bei SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) und Food for Biodiversity dafür ein, dass sich unsere gesamte Branche in Richtung Nachhaltigkeit bewegt. Wir schätzen den Austausch mit anderen Akteuren und engagieren uns für ausgewählte Projekte, etwa im wichtigen Thema Biodiversität. Zum Beispiel haben wir im Rahmen unseres Food for Biodiversity Engagements ein Pilotprojekt für mehr Biodiversität im Aprikosenanbau umgesetzt. Nun haben wir in unserer Strategie verankert, bis 2028 drei weitere Projekte zur Förderung nachhaltiger Landwirtschaft voranzubringen.

Langfristige PARTNERSCHAFTEN MIT LIEFERANTEN.

Wir setzen mit unseren Lieferanten und Produzenten auf langfristige Beziehungen, die systematische Überprüfung und gezielte Qualifizierung sowie auf ausgewählte Projekte.

Erdbeeren in der Fruchtvorbereitung

Hohe Anforderungen an Lieferanten

Mit vielen Lieferanten arbeiten wir seit langer Zeit zusammen. Mit unseren Kernlieferanten (auch „Preferred Supplier“ genannt) arbeiten wir in gezielten Maßnahmen zusammen. Vor allem in der Beschaffung kritischer Rohstoffe wie Kakao und Palmöl erstellen wir Preferred-Supplier-Programme mit den Lieferanten. Für andere ausgewählte Rohstoffe – aktuell zum Beispiel Vanille – entwickeln wir gemeinsam mit den Lieferanten Roadmaps für Nachhaltigkeitsziele. Unsere Kernlieferanten tragen aktiv zur Erreichung unserer Unternehmensziele bei, etwa durch Rohstoffsicherheit, Klimaschutz und Innovation. Diese Lieferanten erhalten mehrjährige Verträge und besondere Konditionen. Sie müssen hohe Anforderungen erfüllen, zum Beispiel über Zertifizierungen verfügen, Sozial- sowie Umweltstandards einhalten, Herkunftsdaten bereitstellen, kontinuierliche Verbesserungen anstreben und an Audits teilnehmen.

Beschaffung im Ursprung

Wo es möglich ist, beschaffen wir möglichst direkt bei den Erzeugern im Ursprungsland. Bei einigen Früchten haben wir die Lieferketten in Europa verkürzt. Dies ermöglicht es uns unter anderem, mehr Einfluss auf die Produzenten zu nehmen und dort Themen wie nachhaltige Anbaumethoden und ressourcenschonende Verarbeitung zu platzieren. Die verstärkte Beschaffung direkt im Ursprungsland wird Zentis langfristig auch in der Versorgungssicherheit helfen und die Überprüfung von Sozial- und Umwelt-Standards erleichtern.

Bewertung, Überprüfung und Entwicklung von Lieferanten

Eine sorgfältige Vorabprüfung und Auswahl passender Lieferanten sind entscheidend für unseren Erfolg. Die Zusammenarbeit mit Zentis setzt hohe ethische Standards und die Einhaltung der Menschenrechte voraus. Wir haben unsere Lieferantenbewertungen und die Risikomanagementprozesse um Nachhaltigkeitsaspekte erweitert und automatisiert. Teil unserer Strategie ist die Überprüfung aller Lieferanten auf Sozial- und Umweltthemen bis 2026. Zusätzlich qualifizieren wir 20 unserer relevanten Lieferanten bis 2028 zu Sozial- und Umweltthemen.

Bei unseren Kernlieferanten führen wir jährlich eine umfassende Lieferantenbewertung durch. Neben Kriterien wie Qualität und Liefertreue überprüfen wir mithilfe von Scorecards auch die Nachhaltigkeits-Compliance und identifizieren Verbesserungspotenziale. Bei Bedarf auditieren wir unsere Lieferanten vor Ort. In den Jahren 2024/25 hat unser Qualitätsmanagement in Deutschland insgesamt 29 Lieferantenaudits durchgeführt.

Die Entwicklung unserer Lieferanten hängt stark von der jeweiligen Region und den dortigen Anforderungen ab. In einigen Regionen verdeutlichen wir den Lieferanten in Besuchen und Schulungen vor Ort zunächst ihre Rolle als verantwortlicher Teil der Lieferkette und schulen sie beispielsweise in produktbezogenen Qualitätsthemen. In Europa zielt die Lieferantenentwicklung unter anderem auf die Erschließung neuer Rohstoffquellen und die Optimierung des Wasserverbrauchs ab.

EINBLICK IN PROJEKTE UNSERER *Lieferanten.*

MANDELN AUS EUROPA

Es ist uns gelungen, einen strategischen Lieferanten für Mandeln in Europa zu etablieren. Auch wenn die Transportwege kürzer sind, ist der logistische Fußabdruck des LKW-Transports durch Europa vergleichbar mit dem des Schifftransports der Mandeln aus Kalifornien. Welche Vorteile gibt es neben der Tatsache, dass wir in starke europäische Lieferketten investieren?

Unser Partner erreicht durch ein Wasserprojekt und das damit verbundene Bewässerungssystem im Mandelanbau in Portugal eine Wasserersparnis von 35–50 % pro Hektar. Durch das Solar-PV-Wasserpumpenprojekt des Lieferanten werden außerdem jährlich viele Tonnen CO_2 gespart. Zusätzlich werden die bei der Mandelproduktion anfallenden Nebenprodukte für die Energieerzeugung und als Tierfutter verwertet.

BESONDERS ENGAGIERT FÜR GUTE SCHOKOLADE

Wir haben unsere Zusammenarbeit mit einem Schokoladenlieferanten intensiviert, der sich nachweislich für mehr Nachhaltigkeit einsetzt. Bei der Auswahl und stärkeren Berücksichtigung dieses Partners standen ökologische, soziale und ethische Kriterien im Fokus.

Unser Lieferant engagiert sich für einen umweltfreundlicheren Kakaoanbau durch den verantwortungsvollen Umgang mit Böden und Wasser sowie Programme zur Reduzierung negativer Umweltauswirkungen. Gleichzeitig setzt sich der Partner für faire Arbeitsbedingungen, transparente Handelsstrukturen und eine angemessene Entlohnung der Kakaobauern ein. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Unterstützung lokaler Gemeinschaften in den Anbauregionen, unter anderem durch Schulungsprogramme, langfristige Abnahmeverträge und Initiativen zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen vor Ort.

UMWELTVERBESSERUNGEN IM FRUCHTANBAU

Wir arbeiten mit einem Partner in Ägypten zusammen, der uns mit Erdbeeren, unseren wichtigsten Früchten, beliefert. Das Unternehmen investiert im ressourcenintensiven Erdbeeranbau in fortschrittliche Umweltschutzmaßnahmen.

Ein Schwerpunkt ist die genaue Messung des Wasserverbrauchs mit dem Ziel, über die nächsten drei Jahre bis zu 15 % weniger Wasser einzusetzen. Ein intelligentes Energiemanagementsystem deckt Potenziale auf und integriert den schrittweisen Einsatz erneuerbarer Energien. Um den Gasverbrauch für das Erwärmen des Wassers zu reduzieren, kommt ein Wärmetauscher zum Einsatz.

NATÜRLICHE
Produkte

INNOVATIVE VIELFALT AUS NATÜRLICHEN *Rohstoffen.*

Die Rohstoffe, die Zentis verarbeitet, sind zum großen Teil natürlichen Ursprungs. Mit zukunftsorientierter Kompetenz stellen wir daraus vielfältige Produkte her. Nachhaltigkeitsaspekte fließen dabei genauso wie unser hoher Anspruch an Geschmack, Qualität und Sicherheit in die Produktentwicklung mit ein.

RUND 110

... **Produktentwickler:innen** über alle Standorte. An jedem globalen Standort befinden sich eigene Labore.

Unsere Labore der Produktentwicklung

Natürlichkeit als vielfältiges Konzept

Wir verarbeiten natürliche Rohstoffe – verschiedene Früchte, Mandeln, Zucker oder Kakao.
Schon darum haben wir einen logischen Bezug zu Natürlichkeit, mit der Erfahrung von über 130 Jahren. Heute sind wir global einer der führenden Hersteller von Fruchtzubereitungen und Marzipanrohmassen für die weiterverarbeitende Industrie und den Handel. Neben innovativen Zutatenlösungen für die Milch- und Backwarenindustrie sowie den Food Service sind wir bekannt für unsere fruchtigen Brotaufstriche und Süßwaren.

Die Kundenzufriedenheit steht für uns im Mittelpunkt, und unsere Kund:innen fragen vermehrt nach mit Natürlichkeit verbundenen Attributen in ihren Produkten. Wir tragen dazu bei, dass Industriekunden zum Beispiel Clean Label Rezepturen, zuckerreduzierte Fruchtzubereitungen oder andere natürliche und zertifizierte Zutaten für ihre Produkte nutzen können. Unsere Kompetenz in der Verarbeitung von Früchten und anderen natürlichen Rohstoffen führt zu neuen Geschmacksrichtungen und innovativen Produkten wie Vegan Balls bei der Süßware, zuckerreduziertem Marzipan, veganer Eiscreme und natürlichen Proteinen für die verarbeitende Industrie bis hin zu Boba-Balls auf natürlicher Basis.

Boba-Balls in natürlichen Geschmacksrichtungen und Farben

Unsere Boba-Balls zeigen, wie wir ein Trendthema mit unserer Kompetenz, natürliche Rohstoffe zu verarbeiten, zügig umsetzen. Die kleinen Kügelchen mit flüssigem Kern sind weltweit ein wachsender Markt. Sie finden Anwendung in vielen Produktkategorien und erreichen neue Segmente bei Herstellern und Konsumenten.

Die Zentis Boba-Balls werden lokal in Polen und den USA hergestellt, und so können wir auf die Nachfrage unmittelbar reagieren. Ihre Herstellung erfolgt ohne künstliche Farb- und Aromastoffe sowie ohne Konservierungsstoffe. Durch Rezepturoptimierungen der Füllung konnten wir im letzten Jahr die Anzahl der Kochvorgänge in der Herstellung halbieren. Die Produkte werden für Industriekunden in wiederverwendbaren Stahlbehältern verpackt, und wir arbeiten an einem umweltfreundlichen, aseptischen Beutel für die Verpackung kleinerer Mengen.

Wie Nachhaltigkeit in unsere Produktentwicklung kommt

Geschmack und Qualität sind Voraussetzungen für unsere Produkte. In der Produktentwicklung wird Nachhaltigkeit in seinen vielen Facetten möglichst frühzeitig berücksichtigt. Die Identifikation und Priorisierung der Handlungsfelder für mehr Nachhaltigkeit in der Produktentwicklung wurde in einem interdisziplinären Team von Zentis in den letzten zwei Jahren intensiv vorangebracht.

Wir arbeiten an den folgenden Schwerpunkten:

- Ressourcenschonung: CO_2-Bilanzen, zertifizierte Rohstoffe, weniger tierische Proteine, kein Palmöl, Bio-Produkte
- Gesundheitsbewusste Produkte: Zuckerreduktion, Clean Label, Nutri-Score, High Protein, Verwendung von Gemüse und Hülsenfrüchten
- Plant-Based Proteine (Milchalternativen, Hafer) und Kakaoalternativen
- Lokale, regionale und saisonale Rohstoffe / Produkte

~30%

unserer Fruchtzubereitungen sind **Clean Label.**

Unsere Innovationen: Gesundheitsbewusst und ressourcenschonend

Unser Traditionsprodukt **Aachener Pflümli** wurde um die neue Variante Zentis Pflümli ZERO ergänzt. Die Rezeptur kommt dabei ohne Kristallzucker aus und erhält ihre Süße durch den natürlichen Fruchtzucker und die Zugabe von Süßungsmitteln.

Die innovativen **Vegan Balls** von Zentis versprechen leckeres, unbeschwertes Snacken. Die fein-dragierten Mandelkugeln in den trendigen Sorten Popcorn und Brownie überzeugen durch Fairtrade zertifizierten Kakao und veganen Genuss im wiederverschließbaren Beutel.

In unserer neuen **Typ Macaron-Zubereitung** ersetzt eine Aprikosenkernpaste die Mandeln. Sie wird ressourcenschonend aus dem Nebenprodukt der Aprikose hergestellt und kann z. B. in Milchprodukten oder als Füllung für Schokoladen und Backwaren zum Einsatz kommen.

INTERVIEW mit Susanne Dilger, Director Product Development B2B und Roland Küpper, Head of Research

„UNSERE NATÜRLICHEN ROHSTOFFE BILDEN DIE BASIS FÜR GENUSSVOLLE, INNOVATIVE PRODUKTE.“

Susanne und Roland, ihr seid für die Produktentwicklung B2B und die Forschung bei Zentis verantwortlich.

Susanne: Wir steuern die globalen Aktivitäten rund um die Entwicklung unserer Produkte in Aachen und arbeiten eng mit unseren Kolleg:innen im Ausland zusammen. In den Entwicklungslaboren an unseren Standorten in Deutschland, den USA sowie in Polen und Ungarn sind wir 110 Mitarbeiter:innen, dabei spielt neben unseren Markenprodukten vor allem das B2B-Geschäft, also Industriekunden, eine große Rolle.

Roland: Unsere Aufgabe ist es, innovative, genussvolle und möglichst gesunde Produkte aus den natürlichen Rohstoffen zu entwickeln, die für unsere Kund:innen relevant sind. Nachhaltigkeit denken wir dabei immer mit.

Was bedeutet Nachhaltigkeit in der Produktentwicklung bei Zentis genau?

Roland: Es bedeutet, dass wir in unseren Produkten Ressourcenschonung und hohe soziale Standards entlang der gesamten Wertschöpfungskette umsetzen – von der Rohstoffbeschaffung bis zur Verpackung des fertigen Produkts.

Viele reklamieren Nachhaltigkeit für sich. Wie setzt Zentis diesen Anspruch um?

Susanne: Im alltäglichen Produktentwicklungsprozess Nachhaltigkeit einzubinden, gelingt anhand konkreter Kriterien, um etwa die ökologischen Auswirkungen unserer Produkte zu reduzieren. Dazu gehören etwa die Rohstoffauswahl, die Gestaltung der Rezeptur, die Prüfung des ökologischen Fußabdrucks und der Nährwerte. Wir haben Lösungen entwickelt, um als kritisch angesehene Rohstoffe wie Soja und Palmöl in unseren Rezepturen zu vermeiden, und wir setzen Upcycling-Rohstoffe ein, zum Beispiel Zitrusfasern sowie Paste aus Aprikosenkernen.

Entwicklung unserer Fruchtzubereitungen

Zentis Frühstückskonfitüre Orange

INTERVIEW

Im Verbundprojekt „NewFoodSystems – Nachhaltige Proteinzutaten“ arbeitet Zentis mit anderen Unternehmen und Forschungseinrichtungen in einem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Projekt zur Entwicklung nachhaltiger Proteinzutaten und neuer Lebensmittelsysteme.

„KUNDEN WOLLEN GESCHMACK UND QUALITÄT, UND ZWAR MÖGLICHST NACHHALTIG.“

Macht Zentis das allein – oder sind Partner:innen mit an Bord?

Roland: Wir arbeiten mit Lieferant:innen, Dienstleister:innen und ausgewählten Forschungsinstituten – partnerschaftlich, vertrauensvoll und ergebnisorientiert. Mit einem Hersteller von Geliermitteln haben wir zum Beispiel Zitrusfasern, die bei dem Unternehmen als Nebenprodukt in der Pektinherstellung anfallen, als Alternative zur Stabilisierung erprobt. Hier nutzen wir einen Upcycling-Rohstoff, der Kreisläufe schließt und zudem noch Clean Label ist.

Was sind die Chancen solcher Innovationen?

Susanne: Wir sind überzeugt, das Richtige zu tun, es passt zu unseren Werten und unserer Positionierung. Gleichzeitig ist es natürlich auch aus dem Kund:innenfokus heraus vorteilhaft. Kund:innen wollen Geschmack und Qualität, und zwar möglichst nachhaltig. Das stärkt unsere Marktpositionierung aufgrund unserer langjährigen Expertise und eröffnet neue Geschäftsfelder. Parallel suchen wir nach Möglichkeiten, die Effizienz zu steigern und Kosten zu reduzieren.

Gibt es ein Aber – also wo sind die Nachteile?

Susanne: Es gibt immer wieder Herausforderungen auf dem Weg. Alle wissen, dass nachhaltigere Rohstoffe, z. B. regionale oder zertifizierte Rohwaren, teurer sind. Hier müssen wir immer wieder gemeinsam mit unseren Kund:innen abwägen. Wenn ein Produkt sich nicht am Markt behaupten kann, müssen wir es einstellen, egal, ob wir davon überzeugt sind oder nicht – wie wir es im letzten Jahr mit dem NaturRein-Sortiment erlebt haben. Die Umsetzung nachhaltiger Produkte ist zudem komplexer und erfordert mehr Koordination etwa zwischen Forschung und Entwicklung, Einkauf, Marketing und Vertrieb.

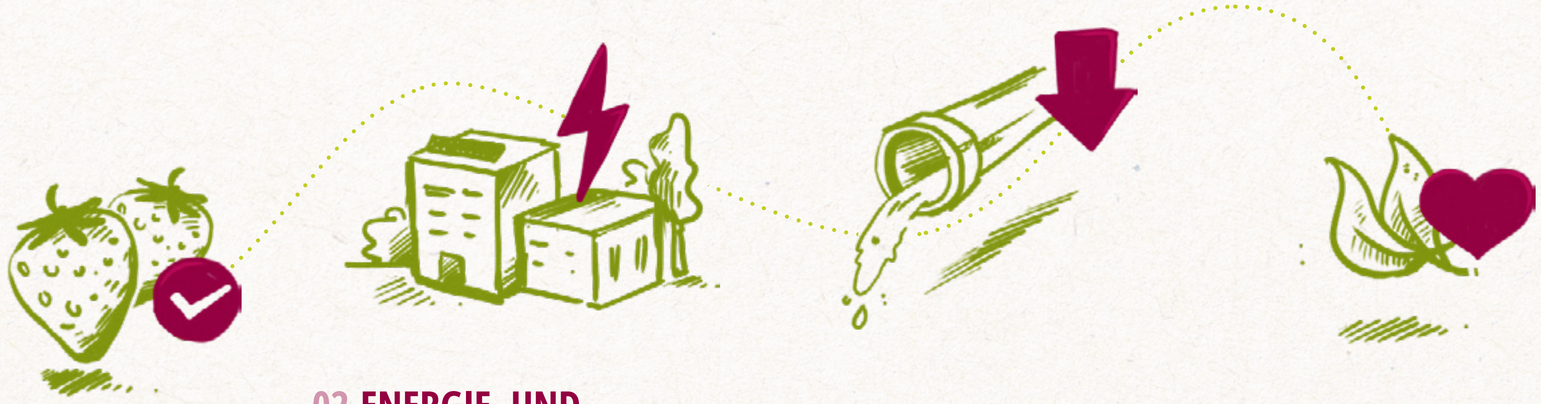
Oft müssen wir auch zwischen verschiedenen Anforderungen abwägen – ein Beispiel ist die Zuckerreduktion, die wir mit den Clean Label Anforderungen unserer Kund:innen in Balance bringen. Statt Zucker können wir Süßstoffe einsetzen, die im Übrigen ressourcenschonender als Zucker sind. Allerdings sind Süßstoffe schlecht biologisch abbaubar und nicht optimal mit dem Anspruch Clean Label vereinbar. Unsere Lösungsansätze, um hier die richtige Balance zu finden, sind vielfältig: Zuckerreduktion durch Süßstoffe, natürliche Süße aus Agavendicksaft und auch biotechnologisch hergestellte Süßungsalternativen wie Allulose und Stevia. Das sind spannende und gleichzeitig komplexe Herausforderungen!

Apropos Clean Label: Was ist hier der Zentis Weg?

Roland: Wir haben uns zum Ziel gesetzt, immer mehr Fruchtzubereitungen Clean Label anzubieten. Es gibt zwar keine klare Definition, aber wir bei Zentis haben aufgrund unterschiedlicher Kundenanforderungen drei Abstufungen definiert: Zunächst das „Standard Clean Label“, bei dem wir eine schrittweise Reduktion von Zusatzstoffen verfolgen und insgesamt auf eine minimalistische Zutatenliste setzen. Dann bieten wir „Natural Clean Label“ an, das nur Frucht und Zucker umfasst. Noch weiter gehen wir bei der dritten Stufe, in der Fruchtzubereitungen nur Frucht enthalten ohne Zugabe von raffiniertem Zucker, die Süße kommt hier aus der Frucht oder alternativ z. B. aus Datteln oder Agavendicksaft. Clean Label soll Geschmack ohne Qualitätseinbußen liefern. Aus unserer Kompetenz heraus, das Beste aus Früchten zu machen, können wir hier die Wünsche verschiedener Kund:innen umsetzen. •

WIE WIR IN ZUKUNFT UNSERE PRODUKTE UNTER DIE *Lupe nehmen.*

Wir hatten uns zum Ziel gesetzt, eine Nachhaltigkeits-Roadmap für unsere Produktentwicklung zu erstellen. Wie sieht das in der Praxis aus? Unsere Produkte sind vielfältig, und Nachhaltigkeit ist komplex. Wir zeigen eine Liste von Kriterien, die sich Produktentwickler bei den Rezepturen unter anderem ansehen.



01 ROHSTOFF-AUSWAHL

- Verwendung **zertifizierter Rohstoffe** z. B. Fairtrade, Rainforest Alliance, RSPO
- **Reduktion kritischer Rohstoffe** z. B. Palmöl, Soja
- Einsatz von **regionalen und saisonalen** Zutaten
- Nutzung von **Nebenprodukten und Upcycling,** um Lebensmittelabfälle zu reduzieren z. B. Apfel- und Karottentrester, Aprikosenkernpaste

02 ENERGIE- UND RESSOURCEN-EFFIZIENZ

- **Optimierte Produktionsprozesse** z. B. kürzere Kochzeiten
- Verwendung von **weniger Rohstoffen** z. B. bei der Verprobung
- **Implementierung von Technologien** wie Flavour Recovery und Late Differentiation

03 CO_2- UND WASSERBILANZ

- Ansatzpunkte aus dem **Carbon Footprint** des Produkts
- Potenzial für **geringere Scope-3-Emissionen** z. B. kürzere Transportwege, emissionsärmere Rohstoffe
- Berücksichtigung der **Wasserverbrauchs-Optimierung**

04 GESUNDHEIT UND CLEAN LABEL

- **Reduktion** von **Zucker** und **Zusatzstoffen**
- **Clean Label:** Fokus auf minimalistischer Zutatenliste und natürlichen Zutaten
- **Nutri-Score**-Optimierung
- Einsatz **natürlicher Bindemittel**
- **Milchalternativen** z.B. Hafer- und Soja-Drinks, vegane Desserts
- Mehr **Hülsenfrüchte** und **Gemüse** (z. B. fermentiert)

VERPACKUNGEN IMMER *im Fokus.*

Verpackungen sind für Kunden und die Gesellschaft ein zentrales Thema. Wir arbeiten umfassend daran, unsere Verpackungen aus Nachhaltigkeitssicht zu optimieren und zu reduzieren.

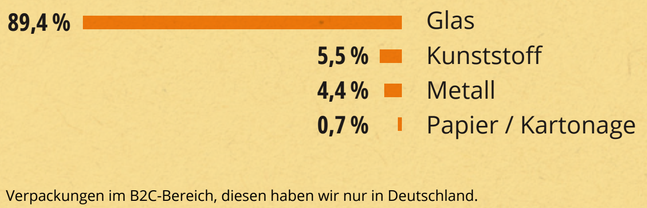
Die Verpackungsentwicklung bei Zentis kümmert sich um den effizienten Einsatz von Verpackungsmaterial und ist in Nachhaltigkeitsaspekten eng mit der Produktentwicklung verknüpft. Recyclingfähigkeit, Materialzusammensetzung und -reduktion sowie Wiederverwertbarkeit gehören zu den wichtigen Ansatzpunkten bei unseren Verpackungen.

Die Reduzierung des Plastikverbrauchs ist ein wichtiges Thema, auch wenn unser Kunststoffanteil schon gering ist und wir diesen überwiegend in der Süßware verwenden. Dünnere Folien und Monomaterialien sind hier im Fokus. Bei den Konfitüren kommt Kunststoff nur in Form von PET-Monofolien bei den Sleeves der Gläser zum Einsatz. Die Großverbrauchereinheiten für Industriekunden machen den überwiegenden Teil unserer hergestellten Fruchtzubereitungen aus und werden unverpackt in Tankwagen, Mehrweg-Edelstahlcontainern und gelegentlich Bag-in-Box-Systemen transportiert. Das führt zu sehr geringem Materialeinsatz und Abfall im Geschäft mit Industriekunden.

Der Bereich Zentis Food Solution bietet in der Gemeinschaftsverpflegung vorteilhafte, verpackungsarme, gut stapelbare Großgebinde an. Unser Standort in den USA hat im B2B-Geschäft ein Dosierpumpensystem in das Verpackungsportfolio aufgenommen, welches wiederbefüllbar ist und dadurch Abfälle reduziert.

Mengenmäßig ist Glas unser am meisten eingesetzter Stoff aufgrund des hohen Eigengewichts. Wir beziehen unsere Glasverpackungen daher größtenteils regional und wollen das Gewicht, wo technisch und wirtschaftlich machbar, kontinuierlich reduzieren. Papierbasierte Verpackungen wie Papieretiketten, Banderolen und Transportkartons kommen in allen Geschäftsbereichen zum Einsatz, machen am Gesamtvolumen der Verpackungen aber einen geringen Anteil aus.

ANTEIL VERPACKUNGEN 2025 AM GESAMTVERBRAUCH (IN %)



Verpackungen im B2C-Bereich, diesen haben wir nur in Deutschland.

Zentis Toppings mit reduziertem Verpackungsanteil

Unsere leckeren Bärchen-Fruchtaufstriche

Im August 2025 wurden die **Bärchen®-Fruchtaufstriche** eingeführt, die Aspekte natürlicher Produkte und nachhaltiger Verpackungen vereinen.

- 30 % weniger Zucker als herkömmliche Konfitüren, 60 % Fruchtanteil
- Verzicht auf Aromen und Konservierungsstoffe
- Glas-Verpackung: Wir animieren in der Produktkommunikation dazu, die Bärchen-Gläser später für kreative Zwecke weiter zu verwenden
- Die Sleeves der Gläser werden künftig mit einer Perforation zum einfachen Entfernen ausgestattet, um die Weiterverwendung und das Recycling zu erleichtern

Bärchen® ist eine Marke der BIPEM GmbH & Co. KG

UNSERE
Beschäftigten

NACHHALTIGKEIT BEGINNT BEI UNSEREN *Mitarbeitenden.*

Unsere Beschäftigten tragen mit Engagement, Innovationsgeist und Expertise essenziell zum Unternehmenserfolg bei. Wir schaffen an unseren Standorten ein Arbeitsumfeld, in dem Respekt und Verantwortung im Mittelpunkt stehen.

Vielfalt und Chancengleichheit leben

Nachhaltigkeit beginnt bei unseren Mitarbeitenden – sie gestalten als Nachhaltigkeitsbotschafter:innen, Ideengeber:innen und Teamplayer:innen jeden Tag die Zukunft von Zentis – nachhaltig, gemeinsam und mit Leidenschaft. Bei Zentis arbeiten Beschäftigte aus 47 verschiedenen Nationen und bilden Teams über Altersgruppen und weitere Diversitätsaspekte hinweg. Wir sind davon überzeugt, dass eine vielfältige Belegschaft bereichert, und setzen uns für Chancengleichheit ein. Die unterschiedlichen Erfahrungen und Blickwinkel fördern Inspiration und Innovation. Zentis duldet keine Form von Diskriminierung und prüft konsequent die Umsetzung dieses Grundsatzes.

Faires Entgelt, Teamgeist und gleiche Möglichkeiten für alle Beschäftigten sind Grundlagen unseres Miteinanders. Besonders wichtig ist uns die individuelle Förderung der Potenziale. Am Standort in Aachen zum Beispiel werden unsere Mitarbeitenden, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, möglich entsprechend ihrer Sprachkenntnisse optimal eingesetzt – etwa im internationalen Einkauf. Anderen bieten wir während der Einarbeitungsphase Deutschkurse an, um die Integration zu erleichtern.

„Diversität ist bei uns gelebte Realität. Unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft oder persönlicher Erfahrung – bei uns zählt das Potenzial jedes Einzelnen. Von Young Talents bis zu erfahrenen Experten: wir fördern unsere Mitarbeitenden auf ihrem individuellen Weg. Wir setzen auf Vielfalt – nicht, weil es ein Trend ist, sondern weil es unser Unternehmen stärker macht.“

Hamed Hesami, Geschäftsführer Zentis

Über 400 Nachhaltigkeitsbotschafter:innen

Unser Nachhaltigkeitsbotschafter:innen-Programm vermittelt Wissen, Fähigkeiten und Werte und ermutigt Mitarbeiter:innen, sich im Arbeitsumfeld und privat für Nachhaltigkeit einzusetzen. Seit 2021 können Mitarbeitende an einem E-Learning-Programm teilnehmen und sich als Nachhaltigkeitsbotschafter:in ausbilden lassen. Inzwischen sind an unseren Standorten in Deutschland und in den USA über 400 Nachhaltigkeitsbotschafter:innen aktiv. Als Wissensträger, Motivatoren und Multiplikatoren sind sie damit betraut, dass Nachhaltigkeit ein selbstverständlicher und aktiv gelebter Teil der Zentis Unternehmenskultur bleibt.

Zur Verankerung von Nachhaltigkeit im Unternehmen nutzen wir neben unserem Botschafter:innen-Programm vielfältige kommunikative Kanäle: Auf der Webseite wird Nachhaltigkeit umfassend dargestellt, und in Blog und Vlog Beiträgen kommt unser Nachhaltigkeitsteam zu Wort. In einem aktuellen Film beschreiben Mitarbeiter:innen unseren Zentis Nachhaltigkeits-Weg.

MITARBEITENDE *fördern und entwickeln.*

Unsere Beschäftigten sorgen dafür, dass Nachhaltigkeit bei Zentis ein erfolgreiches Gemeinschaftsprojekt ist. Dazu bieten wir unter anderem Weiterbildungsprogramme an.

Weiterbildung unserer Beschäftigten fördern

Unsere Mitarbeiter:innen werden intensiv bei der Weiterbildung unterstützt, etwa zum Bachelor, Master, Techniker oder Industriemeister. Für die Plätze kann sich bei internen Ausschreibungen jeder bewerben. Auch die Aufstiegsqualifizierung für Kollegen ohne Berufsabschluss vom Angelernten zum Facharbeiter ermöglichen wir bedarfsorientiert für unsere Beschäftigten. In Deutschland sind Auszubildende im Betrieb fest verankert; wir bieten aktuell 39 jungen Menschen einen Ausbildungsplatz.

In Polen erhalten Mitarbeiter: innen finanzielle Unterstützung für Englischkurse außerhalb der Arbeitszeit und Zugang zu einer Fremdsprachenplattform. In den USA wurde ein Training für Betriebsleiter und Vorgesetzte aus der Produktion eingeführt. In Ungarn finden interne Schulungen statt, um das Bewusstsein für verantwortungsvollen Ressourceneinsatz, Abfallvermeidung und ethische Geschäftspraktiken zu schärfen. Programme wie unser Talentmanagement und die Führungskräfteentwicklung sind global organisiert und werden rege genutzt. Auch das Nachhaltigkeitsbotschafter:innen-Programm ist nun global ausgerollt.

Auszeichnungen von Zentis als Arbeitgeber

BEST PLACE TO LEARN
TOP-AUSBILDER
06/2024 – 05/2027

Handelsblatt
FAIR COMPANY
2026
Zentis Fruchtwelt GmbH & Co. KG

LEADING EMPLOYER
DEUTSCHLAND
2026
EXCLUSIVELY AWARDED TO THE COUNTRY'S TOP 1%

FÜR SICHERE ARBEITSPLÄTZE UND STARKE *Gemeinschaften.*

Unseren Beschäftigten bieten wir Gesundheitsangebote an, und wir engagieren uns im Umfeld unserer Standorte.

Arbeitssicherheit und Gesundheit stärken

Arbeitssicherheit hat einen hohen Stellenwert in unserem Unternehmen und wird in verschiedenen Leitlinien und Prozessen (z.B. Gefährdungsbewertung von Arbeitsplätzen) klar geregelt und mit Hilfe von Schulungen an unsere Mitarbeiter:innen vermittelt. Die Vermeidung von Unfällen ist unser erklärtes Ziel, wenngleich die Anzahl meldepflichtiger Arbeitsunfälle über Zeit und zwischen den Standorten schwankt.

Die Förderung der körperlichen und mentalen Gesundheit wird an den Standorten individuell organisiert, um den Bedarfen vor Ort gerecht zu werden. So liegt ein Fokus in Deutschland, in den USA und in Polen auf der Förderung der sportlichen Aktivität der Beschäftigten. Zusätzlich wurden in Deutschland gezielte Workshop-Angebote zur Verbesserung der mentalen Gesundheit entwickelt. In Ungarn wurde die Krankenversicherung Medicare eingeführt, die Beschäftigten umfassende Gesundheitsleistungen bietet und die Arbeitssicherheit fördert.

Mitarbeiter:innen in unseren Laboren

Zentis als Sponsor des Tages bei Alemania Aachen

Lokal verwurzelt

Als mittelständisches und gleichzeitig global tätiges Unternehmen setzen wir uns an all unseren Standorten für unsere Beschäftigten und darüber hinaus für das lokale Umfeld ein. Seit über 130 Jahren in Deutschland, in Polen seit 30 Jahren, und in den USA feiern wir im Jahr 2026 unser 20-jähriges Jubiläum – wir sind an unseren Standorten verwurzelt und Teil der Gemeinschaft.

Über unsere Rolle als lokaler Arbeitgeber hinaus engagieren wir uns für gesellschaftlich relevante Anliegen. Da die Teams an den Standorten die relevanten Themen am besten kennen, koordinieren sie ihre Aktivitäten lokal. Einige Beispiele zeigen die breite Vielfalt:

- In **Deutschland** werden mehrmals im Jahr Spendenaktionen für soziale Zwecke in Aachen durchgeführt. Unsere Auszubildenden organisieren zum Beispiel jedes Jahr eine beliebte Aktion in der Weihnachtszeit: 2025 ging der Ertrag aus dem Verkauf der selbst gebackenen Plätzchen an eine Schule in Aachen, die ihren Pausenbereich damit neu gestalteten konnte. In langjähriger Kooperation mit der Lebenshilfe Aachen ermöglichen wir zudem schwerbehinderten Menschen eine geregelte Tätigkeit im Produktionsumfeld unserer Süßwarenproduktion.
- Unser Standort in **Plymouth, USA**, unterstützt die lokale Essensausgabe für Bedürftige, fördert lokale Künstler und engagiert sich für weitere soziale Zwecke.
- In **Ungarn** unterstützen die Kolleg:innen derzeit Initiativen zur Erhaltung des historischen Erbes in Drégelypalánk, darunter die Erhaltung der Burg Drégely und geschichtlich bedeutsame Aktivitäten umliegender Dörfer, die der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden sollen.

ZAHLEN IM ÜBERBLICK

Alle Zahlen umfassen, wenn nicht anders angegeben, die gesamte Zentis Gruppe.

	Einheit	2023	2024	2025
Umsatzerlöse	Mio. €	830,0	868,0	904,0
Beschäftigte	Anzahl	2.172	2.017	2.088
Nationalitäten (nur Deutschland)	Anzahl	39	k.A.	47
Auszubildende (nur Deutschland)	Anzahl	48	39	39
Meldepflichtige Unfälle je 1.000 Beschäftigte	Anzahl	13,2	18,5	28,2
Gemeldete Fälle über das Hinweisgebersystem	Anzahl	0	0	0
Bestätigte Korruptionsfälle	Anzahl	0	0	0
Bestätigte Diskriminierungsfälle	Anzahl	0	0	0
Absolute CO_2e Emissionen, gesamt	t CO_2e	547.459,4	k.A.	k.A.
Absolute Scope 1 CO_2e Emissionen, gesamt	t CO_2e	43.957,3	k.A.	43.414,5
Absolute Scope 2 CO_2e Emissionen, gesamt	t CO_2e	13.002,1	k.A.	4.894,5
Absolute Scope 3 CO_2e Emissionen, gesamt	t CO_2e	490.500	k.A.	k.A.
Absolute Scope 3 CO_2e Emissionen der vorgelagerten Aktivitäten, gesamt	t CO_2e	445.600	k.A.	k.A.
Absolute Scope 3 CO_2e Emissionen der nachgelagerten Aktivitäten, gesamt	t CO_2e	44.900	k.A.	k.A.
Energieverbrauch	MWh	234.964	281.833	332.561
Erdgasverbrauch	MWh	194.492	233.720	276.150
Stromverbrauch*	MWh	40.472	48.113	56.411
Frischwasserentnahme	1.000 m^3	1.629.086	1.738.515	1.849.426
Abfall	t	11.777	14.071	15.405
Lebensmittelverluste	t	k.A.	6.161	6.465
Veränderung seit 2021	%	k.A.	-19,5	-15,5
Anteil Rainforest Alliance und Fairtrade zertifizierter Produkte				
Kakao	%	k.A.	46,1	38,9
Kakao für Zentis Eigenmarke	%	99,0	k.A.	98,0
Schokolade	%	k.A.	55,1	61,5
Anteil RSPO-zertifiziertes Palmöl (nur Deutschland)	%	> 99,0	k.A.	> 99,0
Eingesetzte Verpackungsmaterialien nach Gewicht (nur Deutschland)**				
Anteil Glas	%	87,9	90,7	89,4
Anteil Kunststoff	%	5,8	4,9	5,5

* Nur zugekaufter Strom, die Daten enthalten nicht die Eigenproduktion durch unsere Blockheizkraftwerke.
** Verpackungen im B2C-Bereich, diesen haben wir nur in Deutschland.

IMPRESSUM

Herausgeber
Zentis Group
Jülicher Straße 177
52070 Aachen
Deutschland

Vertreten durch die Geschäftsführung
Hamed Hesami
Nico Stobinski

Konzeption, Inhalte und Redaktion
Zentis Group
Nachhaltigkeitsmanagement
STEINBACH STRATEGIEN
Beratung, Texterstellung

Gestaltung und Umsetzung
Interactive Pioneers GmbH

Bildnachweise
Sofern nicht anders angegeben, stammen alle Abbildungen aus dem Bildarchiv der Zentis Group oder wurden im Rahmen von Unternehmensprojekten erstellt.

Berichtsinformationen
Unser 8. Nachhaltigkeitsbericht behandelt die Geschäftsjahre 2024 und 2025 (1.1.-31.12.). Wir berichten freiwillig und ohne Berichtsstandard. Bei Bedarf kann der GRI-Berichtsstandard unseres Nachhaltigkeitsberichts 2022/23 (veröffentlicht im Juni 2024) konsultiert werden.

Die Daten wurden intern erhoben. Alle Angaben beziehen sich sofern nicht anders ausgewiesen, auf die gesamte Zentis Group, d.h.: Zentis Deutschland (inkl. Zentis GmbH & Co. KG, Zentis Süßwaren GmbH & Co. KG, Zentis Logistik Service GmbH und Zentis Holding GmbH) sowie unserer Tochtergesellschaften in den USA (Standorte Plymouth und Philadelphia), Polen und Ungarn und unserem Vertriebsstandort in Russland. Wir haben unsere CO_2e-Bilanz auf Basis des Greenhouse Gas (GHG) Protocols für das Geschäftsjahr 2023 erstellt und von der SBTi überprüfen lassen. Dieser Bericht ist öffentlich auf unserer Website zugänglich unter: www.zentis.de.

Haftungshinweis
Die Inhalte dieses Berichts wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Dennoch übernehmen wir keine Gewähr für die Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit der dargestellten Informationen.

Kontakt
Ansprechpartnerin für Fragen zu unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten oder zum vorliegenden Bericht ist Marie Heye, erreichbar via nachhaltigkeit@zentis.de.

Herausgegeben von der Zentis Fruchtwelt GmbH & Co. KG, Aachen. © 2026 Zentis Group. Alle Rechte vorbehalten.