



# Nachhaltigkeitsbericht



## VORWORT

Auf Basis durchgeführter Studien erkennen wir positive Trends im Bereich „Nachhaltigkeit“. So entwickeln sich Bio- und Bioverbandssortimente zunehmend. Auch Themen, wie nachhaltige Verpackungen, Tierwohl sowie soziale Aspekte, fließen immer mehr in das Einkaufsverhalten der Konsument:innen mit ein.

In der nachhaltigen Ausrichtung unseres Unternehmens sehen wir unsere Chance, den langfristigen Erfolg zu sichern oder gar auszubauen. Mit dem gesamtheitlichen Konzept des ZNU-Standards können wir uns als nachhaltigen Partner positionieren.

So liegt es in unserer Verantwortung, unsere heutigen Entscheidungen stets aus den unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten

und dabei die für alle besten Handlungen abzuleiten.

Neben dem, dass die Implementierung und Zertifizierung unseres Nachhaltigkeitsmanagementsystems unser Geschäft auf ein ganz neues Level hebt, ist es mir als Geschäftsführer auch eine persönliche Herzensangelegenheit. So bin ich in meiner Situation in der glücklichen Lage – zumindest im geringen Maße – die Zukunft mit beeinflussen zu können. Und dies möchte ich gerne tun.

Von den Fortschritten der letzten Monate bin ich durchweg begeistert. Wohlwissend, dass wir mit dem Voranschreiten unserer Maßnahmen erst am Anfang stehen und somit noch nicht zufrieden sein dürfen, freut es mich dennoch zu wissen, dass wir die entscheidenden Weichen

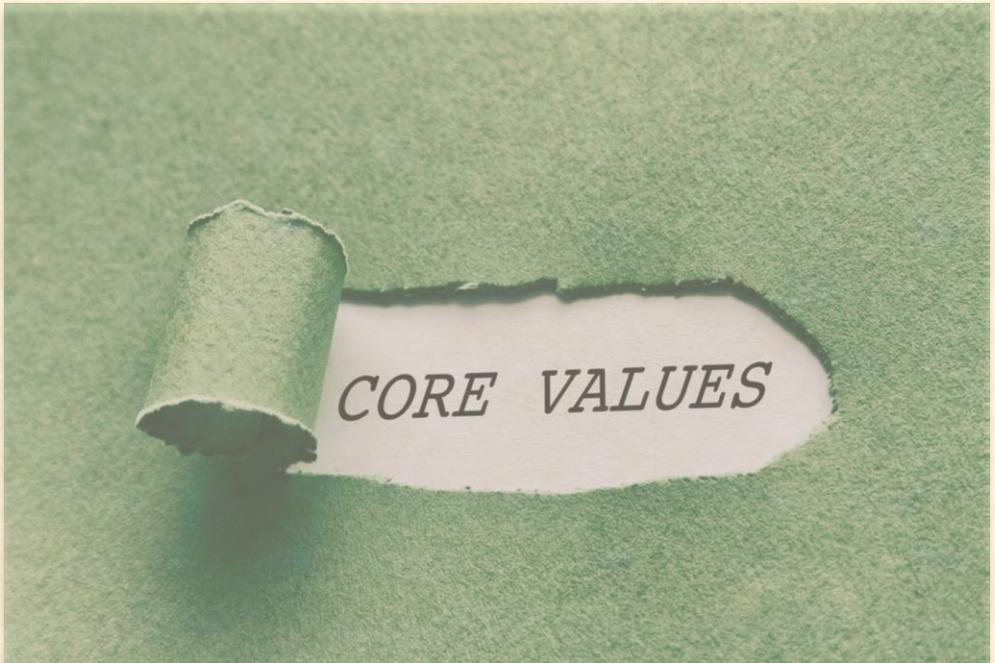
gestellt haben und fortan sämtliche Themen detaillierter überwachen und steuern können.

Insbesondere meinem Team bin ich diesbezüglich sehr dankbar. So kann jeder seinen Beitrag bei der nachhaltigen Ausrichtung unseres Unternehmens leisten.



**Günther Rothfuchs**

*Geschäftsführung*



## **UNTERNEHMENSWERTE**

Um unsere gemeinsamen Visionen und Ziele in unserem Unternehmen greifbar zu machen, liegt uns eine gemeinsame Werteausrichtung enorm am Herzen.

Daher haben wir diese Werte in unserer Unternehmensphilosophie

schriftlich niedergeschrieben und diese deutlich an unsere Anspruchsgruppen kommuniziert. So sind uns – angelehnt an die SDGs (Sustainable Development Goals) – folgende Werte besonders wichtig:



### **Auskömmliche Vergütung für Jedermann**

Eine faire und auskömmliche Vergütung ist für uns eine Selbstverständlichkeit. So ergreifen wir Maßnahmen um jeden Beteiligten in der Herstellungs-/ Lieferkette angemessen und leistungsgerecht zu entlohnen.



### **Wir arbeiten für unser Wohlergehen**

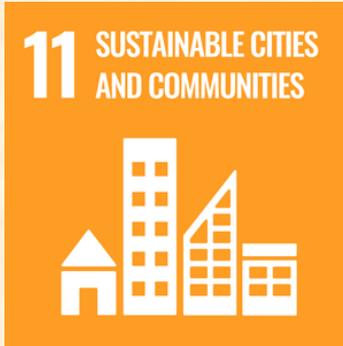
Der Erhalt unserer Leistungsfähigkeit genießt höchste Priorität. Durch ein funktionierendes Arbeitsschutzkonzept, kostenlos angebotene Gesundheitsmaßnahmen, sowie der Bereitschaft zur kontinuierlichen Weiterentwicklung haben wir für uns wirksame Instrumente geschaffen. Die Aufrechterhaltung liegt in unseren Händen.



**Erfahrung zeichnet sich aus**  
Bei der Durchführung unserer Mission setzen wir vollkommen auf Loyalität, langjährige Mitarbeit und Expertise. Dank des uns entgegengebrachten Vertrauens können wir aktiv an der Steuerung unseres Unternehmens mitwirken.

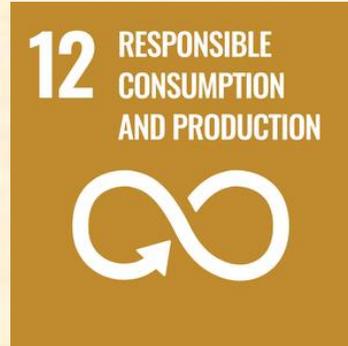


**Ein Team - Ein Miteinander**  
Wir pflegen in unserem Unternehmen ein kollegiales und aufrichtiges Miteinander. Der Dialog sowie Gleichberechtigung, Fairness und Respekt über sämtliche gesellschaftliche Barrieren hinweg sind unser gemeinsames Erfolgsrezept.



### **Im Allgäu sind wir zu Hause**

Eine hohe regionale Verbundenheit ist Teil unserer Unternehmens-DNA. Diese erhalten wir durch regionale Engagements, einer möglichst regionalen Rohstoffbeschaffung und Auftragsvergabe, sowie einer klaren Kommunikation unserer Herkunft.



### **Natürlichkeit und Qualität**

Mit dem Ziel den nachhaltigen Konsum in der Welt zu fördern, legen wir bei der Auswahl, Beschaffung und Verarbeitung klaren Fokus auf Natürlichkeit und Qualität. Durch idealerweise ökologisch erzeugte Rohstoffe, der Implementierung einer wirksamen Lebensmittelsicherheitskultur sowie der kontinuierlichen Aufrechterhaltung höchster Qualitätsstandards generieren wir einen natürlich sicheren Snackgenuss.



### **Eine Welt, die es zu schützen gilt**

Eine Natur, ein Klima und viele unterschiedliche Menschen – all das ist in unserer Welt vereint. Durch permanente Weiterentwicklungen, der Bereitschaft, neue Pfade zu beschreiten und auch stets etwas mehr zu leisten, macht uns und die Welt stärker. So hinterfragen wir permanent unser Handeln und leiten entsprechende Maßnahmen daraus ab.



### **Transparenz und Verbindlichkeit**

Ein partnerschaftlicher, fairer und stets transparenter Umgang mit all unseren Anspruchsgruppen ist unser Schlüssel zum Erfolg. So sehen wir es in unserer Verantwortung klar, offen und verbindlich in unserer Kommunikation zu sein. Langjährige Partnerschaften sind die Ernte unserer Saat.



## **ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG**

Seit Anbeginn der eigenen Produktion – im Jahr 2012 – spielt Ökologie bei uns eine besondere Rolle. Mit der zunehmenden Verwendung sorgfältig ausgewählter Bio- und Bioland-Rohstoffen und deren Verarbeitung zu hochwertigen, ökologischen Lebensmitteln haben wir unsere

Positionierung inzwischen klar gefunden.

Seit 2021 betrachten wir Ökologie darüber hinaus auch noch aus einem anderen Blickwinkel. Fortan dieses Themenfeld ganzheitlich betrachtet, stehen zusätzlich die Themen Klima, Energie, Verpackung, Abfall und Biodiversität mehr und mehr im Rampenlicht.



## **Klima**

Mit der offiziell durchgeführten Klimabilanzierung setzten wir den Startschuss für die Intensivierung unserer Aktivitäten. Mit einer für das Jahr 2020 ausgewiesenen CO<sup>2</sup>-Äquivalenz von 1.562 t schafften wir erstmalig die notwendige Transparenz.

Dabei fielen insbesondere das Erdgas (ca. 25 %), die Belieferungen mit Kartoffeln (ca. 17 %) und Sonnenblumenöl (ca. 13 %) sowie der vorgelagerten Transporte (ca. 10 %) stark ins Gewicht.

Für die Zukunft planen wir unsere Entwicklung regelmäßiger offenzulegen.

## **Energie**

Mit einem Gesamtenergieverbrauch von 4.125 kWh/t Chips erhielten wir in 2021 erste Erkenntnisse über den tatsächlichen Energieverbrauch.

Durch organisatorische Maßnahmen, die wir in 2022 einspielten, gelangen uns schon erste marginalen Effekt (4.010 kWh/t Chips). Hier gilt es weiter dran zu arbeiten.

So liegt bei uns eindeutig der Treiber im Gasverbrauch, welcher weit über Strom und Treibstoff einzuordnen ist.



## **Verpackung**

Das Thema Verpackung haben wir erstmals 2021 detailliert aufgearbeitet. Mit einem Verbrauch von 39,6 kg/t Chips schafften wir so die Basis für weitere Maßnahmen.

Durch umfangreiche Entscheidungen, wie bspw. einer produktübergreifenden Foliendickenreduktion sowie Sortimentsverschiebungen, gelang es uns den Verbrauch in 2022 entscheidend auf 36,1 kg/t Chips zu reduzieren. Dies entspricht einer bisherigen Einsparung von 8,8 %.

Als langfristiges Ziel visieren wir jedoch eine Einsparung von 10% (Zielwert: 35,64 kg/t Chips) an. Dieses Ziel

möchten wir mit weiteren Maßnahmen wie bspw. einer Beutelmaßanpassung versuchen zu realisieren.

## **Abfall**

In die üblichen Abfallgruppen getrennt, unterscheiden wir primär in recycelbare (z.B. Lebensmittelreste, Speisefett, Kunststoffe, Papier/Pappe) und nicht-recycelbare Abfälle (z.B. Restmüll, chemische Substanzen).

Durch bereits eingeleitete Maßnahmen (z.B. Schulungen, Bereitstellung separater Abfallbehälter) und einer genauen Mengenerfassung konnten wir so folgende Kennzahlen erreichen:

2021

- ➔ 97,25 t Gesamtabfallmenge
- ➔ 75 % Recyclingquote

2022

- 105,23 t Gesamtabfallmenge
- 91 % Recyclingquote

Zudem sehen wir in unserer Verantwortung Verbraucher über die richtige Entsorgung zu informieren. Daher wurde bereits 2022 die Marke „Lisas“ komplett überarbeitet und ein leicht verständlicher Entsorgungshinweis im Layout integriert.



### **Biodiversität**

Mit der grundsätzlichen Weichenstellung in 2021 und der klaren Positionierung als 100 %iger Bio-Hersteller erreichten wir das höchste Maß der Biodiversität.

Heute sind sämtliche Produkte als Bio- und Bioland-Produkte gekennzeichnet.

Für die Zukunft streben wir die Sortimentserweiterung um Naturland-zertifizierte Produkte an.



## **ÖKONOMISCHE AKTIVITÄTEN**

Neben der finanziellen Unternehmensabsicherung und der ständigen Gewinnsteigerung liegen seit Einführung eines Nachhaltigkeitsmanagements weit mehr Themenfelder im Fokus.

So legen wir heute deutlich mehr Augenmerk auf die

kontinuierlich positive Entwicklung unserer Managementsysteme und den ökologischen, ökonomischen und sozialen Kennzahlen.



## **Qualität**

Im IFS Food-zertifizierten Unternehmen sind Begriffe wie Lebensmittelsicherheit, Produktqualität, -authenticität sowie -legalität im täglichen Wortgebrauch fest verankert.

So werden diese Begriffe durch geeignete Maßnahmen schnell greifbar und für jedermann transparent.

Dank kontinuierlich stattfindenden sensorischen Prüfungen und umfangreicher Analysen sichern wir beste Qualitäten und unbedenkliche Produkte unseren Kunden zu.

Diese Zufriedenheit nehmen wir auch in der Reklamationsquote wahr. 2021

noch 29,54 ppm erreicht, freuen wir uns in 2022 über die erreichten 21,87 ppm.

Für die Zukunft aber gibt es klare Ziele. So muss die Reklamationsquote aus unserer Sicht weiterhin fallen und langfristig bei < 15 ppm fixiert werden.

## **Innovationen**

Dank der kontinuierlichen Innovationskraft gelang es uns das aus 39 SKU (Stock Keeping Units) bestehende Sortiment auf > 50 SKU auszubauen.

Hierbei zwar keine grundsätzlichen technologischen Neuerungen bespielt, gelang es uns dennoch auf die individuellen Wünsche der Kunden einzugehen und diese weiterstehend zu realisieren.



### **Regionales Engagement**

In unseren Unternehmenswerten fest verankert, ist das Allgäu unser Zuhause. Mit der direkten Unterstützung regionaler Projekte geben wir unseren Mitmenschen und der Natur einen positiven Mehrwert.

So haben wir uns, neben der kleineren Unterstützung (finanzielle und sachliche Spende) für lokale Sport-, Freizeit- und Jugendveranstaltung, klar einem Projekt versprochen:

Seit 2022 erfreuen wir uns an der umfangreichen Kooperation mit dem Verein „Unsere Bienenwiese e.V.“. Durch unsere Unterstützung wird eine zuvor konventionell bewirtschaftete

Ackerfläche von 15.000 m<sup>2</sup> fortan mit Wildblumen und Gräsern für Bienen und Insekten bestückt. Dass dieses herrlich blühende Naturparadies zusätzlich nur unweit von unserem Standort entfernt ist (Isny im Allgäu), macht es für uns umso attraktiver. Der dabei generierte Abschnitt zum Saisonende fließt uneingeschränkt in die Biogasanlage und bringt so einen weiteren nachhaltigen Impact. Details finden Sie unter [www.unsere-bienenwiese.de](http://www.unsere-bienenwiese.de).



### **Faire Bezahlung**

Eine faire und auskömmliche Vergütung ist in unserer Unternehmensphilosophie fest implementiert. Dieses über die gesamte Wertschöpfung hinweg mit Leben zu füllen, sehen wir analog den SDGs als unsere Aufgabe.

Intern stellen wir dieses mit einer grundsätzlichen Vergütung oberhalb des Mindestlohns sicher.

Die Löhne und Gehälter unserer Mitarbeitenden an die Vorerfahrung und Position angepasst, ist so eine auskömmliche Vergütung sichergestellt.

### **Gerechte Wertschöpfung**

Mit unserem Code of Conduct klar kommuniziert, machen wir uns für eine Welt ohne Korruption, Bestechung, Zwangs- und Kinderarbeit, Diskriminierung sowie verbotenen Disziplinarmaßnahmen stark. So sehen wir es für zwingend notwendig an, dass Löhne und Gehälter fair und auskömmlich gestaltet sind, geregelte Arbeitszeiten und Entgeltvereinbarungen eingehalten, schriftliche Arbeitsverhältnisse geschlossen, Vereinigungsfreiheit gefördert sowie Arbeit- und Gesundheitsschutzmaßnahmen umgesetzt werden.

Jegliche Missachtungen führen bei uns zu rigorose Entscheidungen. Wir distanzieren uns klar von der Missachtung der Gleichberechtigung, Menschenrechte und Meinungsfreiheit.



## **SOZIALES ENGAGEMENT**

Als sozial ausgerichteter und verantwortungsvoller Arbeitgeber, mittelständisches Unternehmen im ländlichen Raum, Hersteller und Lieferant genussvoller Bio-Snacks oder aber Abnehmer möglichst regionaler Rohstoffe – gleich in welcher Rolle wir gerade stecken, unsere soziale

Verantwortung schwingt immer mit. Daher gilt es die nachfolgenden Themen genauer zu betrachten:



### **Arbeitssicherheit**

Neben der Bereitstellung und Umsetzung des gesetzlich geforderten Arbeits- und Gesundheitsschutzkonzepts unternehmen wir Aktivitäten, die zur Versorgung und zum Schutz erforderlich sind (z.B. Beschaffung der geeigneten Schutzausrüstung). Hierdurch stellen wir sicher, dass etwaige Risiken für die Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeitenden stets reduziert werden.

Mittels mindestens jährlich durchgeführten Arbeitssicherheitsschulungen und -unterweisungen sorgen wir für das notwendige Hintergrundwissen in unserer Belegschaft. Durch die

Bereitstellung eines innerbetrieblichen Sicherheitsbeauftragten ist auch die permanente Überwachung der Umsetzung sichergestellt.

Mit all diesen Maßnahmen ist es uns gelungen gegenüber 2021 (8,1%) unsere 1000-Mann-Quote auf 0,0 % zu reduzieren.

Dass das umfangreiche Engagement anerkannt wird und sich auszahlt, wurde uns 2022 bewusst. Von der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe für das hervorragende Arbeits- und Gesundheitsschutzkonzept ausgezeichnet, freuten wir uns über eine kleine Prämie. Details sind unter [www.bgn.de/praevention-arbeitshilfen/unsere-leistungen/praeemienverfahren](http://www.bgn.de/praevention-arbeitshilfen/unsere-leistungen/praeemienverfahren) zu finden.



## **Gesundheit**

Neben dem zuvor erwähnten Gesundheitsschutz übernimmt das Unternehmen volle Verantwortung für seine Anspruchsgruppen und die mit unseren Handlungen im Zusammenhang stehenden Aktivitäten. Hierbei fokussieren wir uns auf folgende Themen:

### → **Betriebsport**

Zur körperlichen Mobilisierung und zum Erhalt der Leistungsfähigkeit haben wir Mitte 2022 einen regelmäßigen Betriebsport implementiert. Dank eines wöchentlich stattfindenden Kraft- und Ausdauertrainings (à 45

Minuten) unter professioneller Leitung erhalten wir einen Ausgleich zum Arbeitsalltag. So erreichen wir durch die regelmäßige Teilnahme eine Produktivitätsleistung von insgesamt 9,92 Stunden / Monat.

### → **Job-Bike**

Analog dem Betriebsport wollen wir uns mit Job-Bikes (Leasing von Fahrrädern und E-Bikes) mobilisieren. Im Jahr 2022 bereits vorbereitende Maßnahmen getroffen, werden wir dieses Thema weiter fokussieren.

### → **Salzreduktion**

Mit unseren Maßnahmen nicht nur an uns und unsere Mitarbeiter gedacht, beobachten

wir seit langem die alarmierende Entwicklung im Bereich „Bevölkerungsgesundheit“. Dabei selbstkritisch genug, wissen wir, dass unsere Produkte keine zuträgliche Rolle in einer ausgewogenen Ernährung spielen.

Mit unseren Möglichkeiten versuchen wir so unser eher als bewusstes Genussmittel anzusehendes Produkt aufzuwerten. Mit dem von uns definierten Ziel, den Salzgehalt unserer Rezepturen sukzessive zu reduzieren, setzen wir ein klares Statement.

Bei einer durchgeführten Studie zum Ende 2022 stellten wir fest, dass rund

73 % der von uns in Verkehr gebrachten Bio-Kesselchips bereits unterhalb unseres Zielwerts von < 1,5 % Salz liegen.

Für die Zukunft visieren wir jedoch die 100 % an.



### **Menschenrechte**

Intern die Menschenrechte stets nach gültigem Recht umgesetzt und die Gleichberechtigung, Chancengleichheit sowie Meinungsfreiheit gefördert, haben wir uns so ein angenehmes Betriebsklima geschaffen. Korruption, Bestechung, Zwangs- und Kinderarbeit, Diskriminierung sowie verbotene Disziplinarmaßnahmen sind für uns klar ausgeschlossen. Vielmehr können wir uns auf faire, auskömmliche und pünktlich gezahlte Löhne und Gehälter, geregelte Arbeitszeiten und schriftlich geschlossenen Arbeitsverhältnisse verlassen.

Sollte es dennoch Fehlverhalten, ohne Wissen der

Geschäftsführung geben, stehen intern namentlich benannte Vertrauenspersonen zur Verfügung.

In der Wertschöpfungskette haben wir leider nur einen eingeschränkten Zugang zu den Ursprungsländern, dennoch haben wir mit unserem Code of Conduct unsere Zulieferer zu Gleichem verpflichtet.

Eine eigens dafür geschaffene Meldestelle verzeichnete im Jahr 2022 keine Eingänge solcher Meldungen.

### **Kultur der Vielfalt**

Durch unsere aufgeschlossene und durchweg positiv gestimmte Mentalität treten wir einer hohen Diversifikation offen gegenüber. Wir brechen möglicherweise vorhandene Barrieren auf und geben motivierten Menschen einen entsprechenden Arbeitsplatz – gleich ihrer Herkunft, ihres Geschlechts, ihrer

Arbeitszeit oder anderen Themen.

So beschäftigt die Aroma Snacks rund 30 Menschen aus sieben unterschiedlichen Herkunftsländern. Ein vielfältiger Gesamtmix macht unseren Berufsalltag bunt. Leider etwas unproportional gestaltet ist bei uns die Mischung zwischen „Männlein“, „Weiblein“ und „Divers“. Mit einer Frauenquote von gerade einmal 21 % dominieren die Männer in unserem Unternehmen. Mit dem Geschlechterstatus „Divers“ ist uns derzeit keine Person bekannt.

Ideal an die Lebensumstände und die persönlichen Wünsche angepasst, ist bei uns auch die Ausübung von Teilzeit-Arbeitsmodellen möglich. Insgesamt sechs Mitarbeitende in solch einem Arbeitsmodell eingebunden, schafft es eine erstklassige und

ausgewogene Work-Life-Balance und macht die Kombination „Familie und Beruf“ realisierbar.

## IHR DIREKTER KONTAKT

Als direkte Ansprechperson für den Bereich „Qualität, Nachhaltigkeit & Innovationen“ bin ich bei der Aroma Snacks u.a. für die Implementierung und Weiterentwicklung der Managementsysteme, die Koordination der nachhaltig orientierten Maßnahmen sowie der Erfassung aller erforderlichen Kennzahlen verantwortlich.

Mit diesem besonderen Augenmerk auf das Zusammenspiel der Ökologie, Ökonomie und sozialen Themen leiste ich meinen persönlichen Beitrag Tag für Tag.

Wenn auch Ihnen die ökologischen, ökonomischen und sozialen Themen am Herzen liegen und Sie mehr über unsere Ziele, Maßnahmen und Aktivitäten erfahren möchten, besuchen Sie uns doch einmal unter [www.lisaschips.de](http://www.lisaschips.de) oder

kontaktieren Sie uns unter [info@aromasnack.com](mailto:info@aromasnack.com).

Wir freuen uns auf Sie und stehen Ihnen gerne zur Verfügung.



### **Michael Poschauko**

Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement



Aroma Snacks GmbH | Geiselharz 23 | 88279 Amtzell

+49 (0) 75 20 – 956 430

[www.aromasnacks.com](http://www.aromasnacks.com)

[info@aromasnacks.com](mailto:info@aromasnacks.com)

