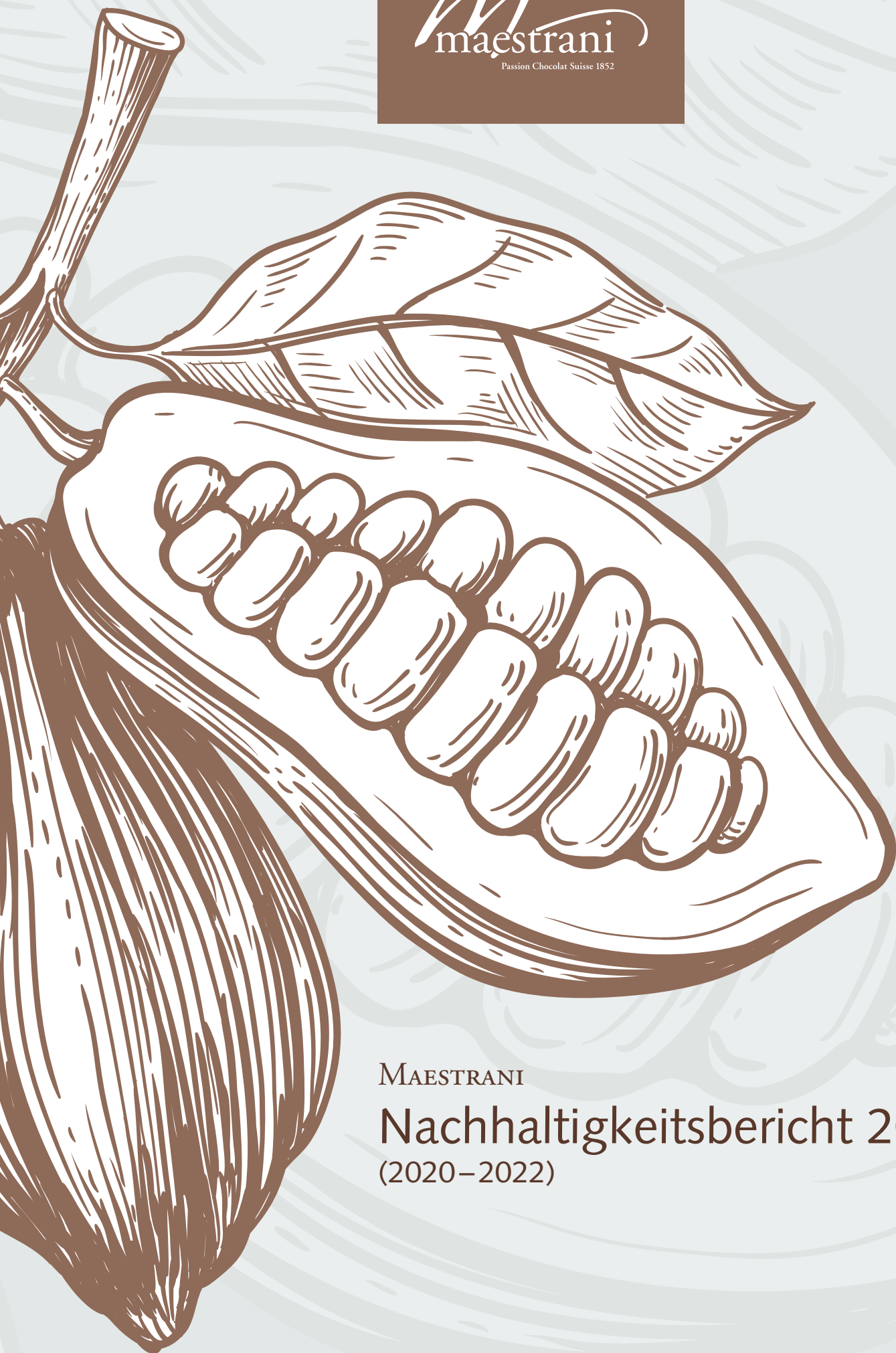




MAESTRANI

Nachhaltigkeitsbericht 2023 (2020–2022)

Liebe Leserinnen und Leser

Wir sind stolz auf den vorliegenden fünften Nachhaltigkeitsbericht. Er zeigt eindrücklich, wie Maestrani das Thema Nachhaltigkeit durch zahlreiche Massnahmen, Projekte und grossen persönlichen Einsatz verinnerlicht hat. Wir übernehmen als Unternehmen die gesellschaftliche und ökologische Verantwortung, teilen das Glück entlang der gesamten Wertschöpfungskette und gestalten so aktiv das Nahrungsmittelsystem von morgen. Nachhaltiges Denken und Handeln bestimmt bei Maestrani sämtliche Ebenen, von der Strategie bis zur Umsetzung. Getragen werden die einzelnen Massnahmen von unseren passionierten Mitarbeitenden, die mit viel Energie und Entschlossenheit die Welt mitverändern wollen.

[GRI 2-22] Die 170-jährige Geschichte von Maestrani ist geprägt von Unternehmertum, Mut und Verantwortung. Die Firma ist seit 100 Jahren im Besitz derselben Aktionärsfamilien, was die Langfristigkeit passend unterstreicht. Diese Grundwerte haben sich im Laufe der Zeit zunehmend in konkreten Nachhaltigkeitsmassnahmen widerspiegelt. So war Maestrani bereits in den 1980er Jahren Pionierin mit der Herstellung von Schokolade in Bio-Qualität mit Rohstoffen aus fairem Handel. Zur sozialen Verantwortung kam vor rund zehn Jahren das Thema der ökologischen Nachhaltigkeit dazu. Schon 2013 begann Maestrani CO₂-neutrale Schokolade herzustellen. Heute ist ein Grossteil unseres Markensortiments klimaneutral, wobei die CO₂-Bilanz durch Kompensationsprojekte in den Herkunftsländern des Kakaos ausgeglichen wird. Seit Jahren verwenden wir kein Palmöl mehr für unsere neuen Produkte. Im letzten Jahr haben wir auch die verbliebenen Klassiker überarbeitet, so dass die Produkte von Munz und Minor heute palmölfrei sind. Um unsere in der Strategie und im Purpose verankerte Pionierrolle weiter zu stärken, wurde die Zertifizierung des Kakaos Mitte 2022 auf die Stufe Fairtrade Max Havelaar erhöht. Somit verarbeitet Maestrani heute aus-

schliesslich zertifizierten Kakao aus fairem Handel (Fairtrade Label oder höher).

Gegenüber den Konsumentinnen und Konsumenten werden diese Initiativen unter dem „All Natural“-Programm zusammengefasst. Es ist prominent als Logo auf unseren Produkten platziert und orientiert unsere Konsumentinnen und Konsumenten über die wichtigsten Nachhaltigkeitsinitiativen. Verschiedene weitere Innovationen, welche sich an den aktuellen Konsumentenbedürfnissen orientieren, unterstreichen diese Ausrichtung. Highlights sind die veganen Varianten unseres Minor Klassikers, die neue Munz Extra Linie sowie neue Eigenmarkenprodukte.

Die Nachhaltigkeitsstrategie beschränkt sich nicht nur auf Rohstoffe, sondern erstreckt sich auf sämtliche Unternehmensbereiche. Zahlreiche Einzelinitiativen wurden in den letzten drei Jahren umgesetzt. Dabei ist die Unterstützung des Verwaltungsrates und der Aktionäre zentral. So wurde im Jahr 2020 ein Investitionsprogramm von 10 Mio. CHF über drei Jahre zur Erneuerung der Produktion in Flawil gestartet. Damit erhöhen wir nicht nur die Flexibilität und die Kapazitäten, sondern reduzieren gleichzeitig den Abfall und den Energiebedarf erheblich.



„Wir sind stolz, dass wir als Unternehmen Verantwortung übernehmen.“
v.l.n.r.: Christoph Birchler (CEO), Roland Berner (Verwaltungsratspräsident), Günther Kscheschinski (COO), Thomas Leitner (CFO)

Der Berichtszeitraum von 2020 bis 2022 war geprägt von grossem Wandel und stetigen Krisen. Ab 2020 beeinflusste die Corona-Krise auch die Geschäfte von Maestrani. Ganze Teilbereiche, wie das Flughafengeschäft oder auch die Erlebniswelt, kamen zum Erliegen. Es folgte die Ukraine-Krise, welche Lieferketten und Kostenstruktur zusätzlich belastete. Nur dank dem unermüdlichen Einsatz und höchster Flexibilität aller Mitarbeitenden sowie durch proaktives Handeln der Geschäftsführung konnte langfristiger Schaden verhindert und die gesunde Struktur des Unternehmens erhalten werden.

Der Organisation ist es trotz all dieser Schwierigkeiten gelungen, unsere neue Strategie umzu-

setzen, die Struktur anzupassen, den Unternehmens-Purpose auszuformulieren und eine neue Nachhaltigkeitsstrategie zu definieren.

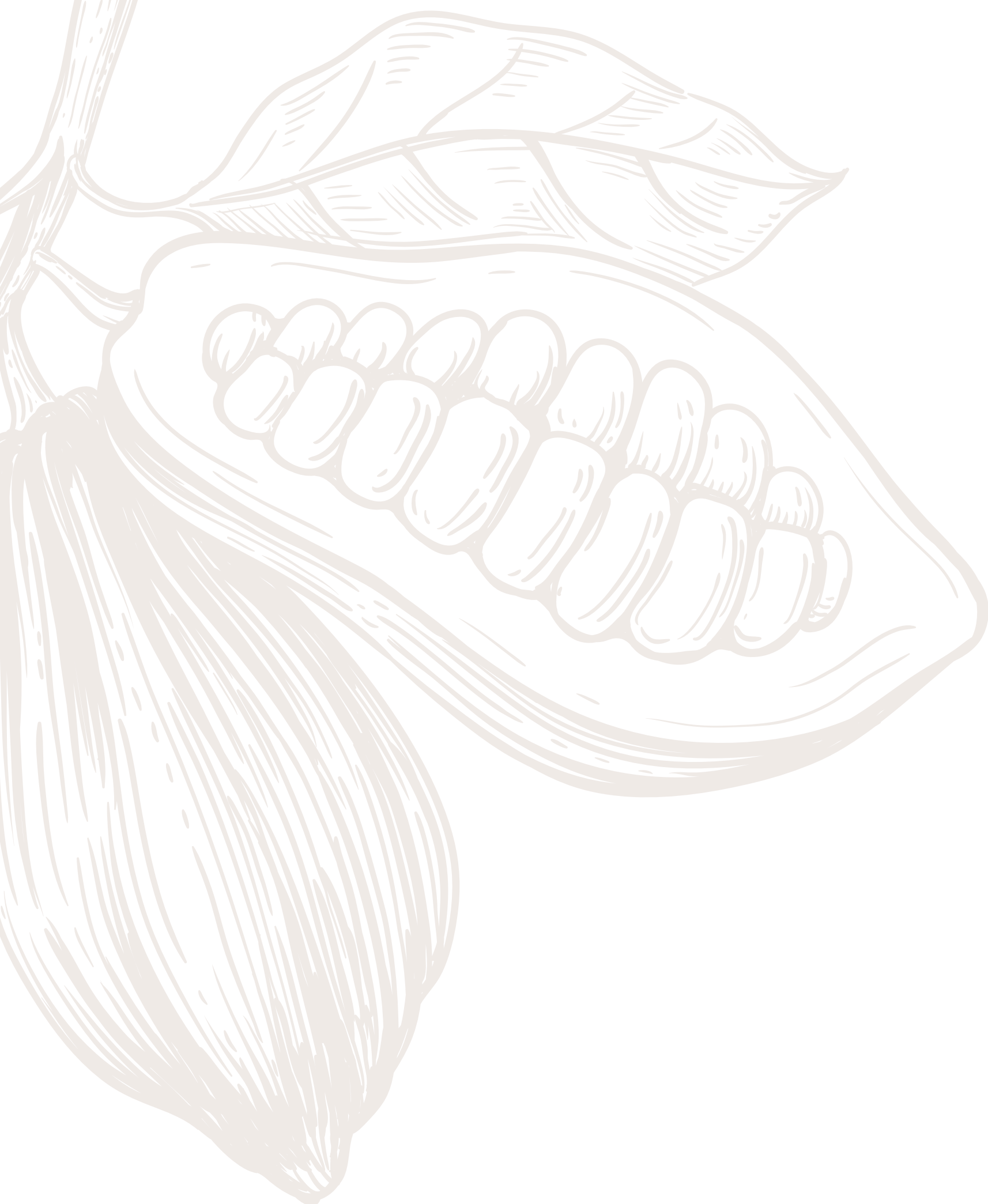
Auch wenn die Zukunft aufgrund dieser weltweiten Krisen weiterhin mit viel Unsicherheit behaftet ist, blicken wir positiv nach vorne. Unser strategischer Rahmen mit Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie bildet eine solide Basis für unseren zukünftigen Unternehmenserfolg. Die Ziele bis 2026, respektive 2030, sind ambitioniert und werden die Pionierrolle von Maestrani weiter festigen. Schliesslich schöpfen wir auch Zuversicht aus unseren passionierten und hochprofessionellen Teams sowie der Unterstützung des Verwaltungsrates und der Aktionärsfamilien.

Roland Berner
VRP

Christoph Birchler
CEO

Günther Kscheschinski
COO

Thomas Leitner
CFO



1	Maestrani Schweizer Schokoladen AG	8
1.1	Unternehmensportrait	8
1.2	Unternehmensstrategie	10
1.3	Maestrani-Purpose	11
1.4	Marken, Produkte und Dienstleistungen	14

2	Nachhaltigkeit bei Maestrani	16
2.1	Nachhaltigkeitsstrategie 2030	17
2.2	Stakeholder	21
2.3	Wesentlichkeitsanalyse	22

3	Beschaffen	26
3.1	Beschaffungsstrategie	27
3.2	Lieferantenmanagement	36

4	Herstellen	40
4.1	Chancengleichheit, Vielfalt und Lohngerechtigkeit	41
4.2	Produktverantwortung	46
4.3	CO ₂ -Emissionen und Energieverbrauch	49
4.4	Ressourcenmanagement	55

5	Geniessen	60
5.1	Produktinnovation und -entwicklung	61
5.2	Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen	67

6	Corporate Governance	72
6.1	Unternehmensorganisation	72
6.2	Generalversammlung der Aktionäre	72
6.3	Verwaltungsrat (VR)	72
6.4	Verwaltungsratspräsident (VRP)	75
6.5	Geschäftsleitung (GL) und erweiterte Geschäftsleitung (eGL)	76

7	Anhang	78
7.1	Maestrani Ethikcode	78
7.2	Nachhaltigkeits-Kennzahlen im Überblick	80
7.3	GRI-Index	82

Maestrani Schweizer Schokoladen AG

Facts



Export in
40+ Länder
bei einem Exportanteil
von **42%**
weltweit



Weitere informative Facts im
Maestrani-Unternehmensfilm:
www.youtube.com/watch?v=TsYvsSzC2hw



Highlights 2020–2022

Dritter Platz am
**Swiss
Vegan
Award**
in der Kategorie
Sweet Food & Drinks

Expansion
in die Westschweiz mit
neuem Sitz in Versoix, Genf



Einführung der
„All Natural“-Initiative
(natürlich, fair, ohne Palmöl,
CO₂-neutral)

Zunahmen der
**Innovations-
geschwindigkeit**

170 Jahre
Maestrani
im 2022



Verkauf
veganer
Schokoladen-
produkte

Übernahme der
**Praliné-Marke
Avelines**

MINOR
Erweiterung

der Marke Minor zu einer Range bestehend
aus Minor Original, Minor Almond und
Minor Dark 60 % Kakao

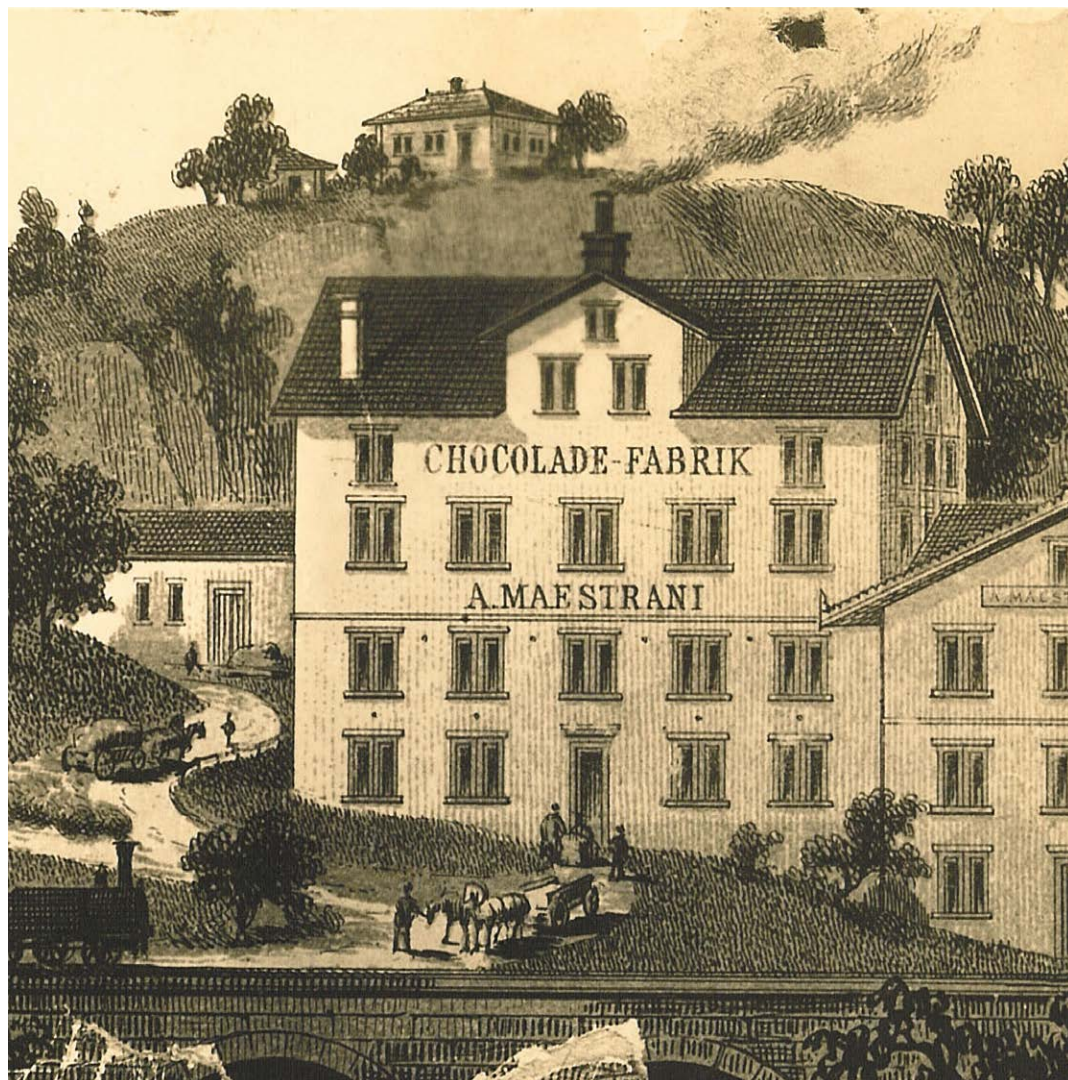
Launch der
Munz+ EXTRA
Linie mit flüssigem Kern

Erhalt der „Zertifizierung der
Stiftung Natur & Wirtschaft“
für eine naturnahe Umgebungs-
gestaltung im Jahr 2021

STIFTUNG
Natur & Wirtschaft

über
3'800
Tonnen verarbeitete
Schokolade im Jahr 2022

Maestrani Schweizer Schokoladen AG



1.1 Unternehmensportrait

Seit 170 Jahren ist unsere Passion die Herstellung von hochwertigen Schokoladen- und Süßwarenspezialitäten aus erstklassigen, nachhaltigen Rohstoffen. Als unabhängiges Familienunternehmen ist nachhaltiges sowie langfristiges Denken und Handeln tief in unseren Unternehmenswerten verwurzelt. Wir blicken positiv in die Zukunft und sind überzeugt, dass die soziale, ökologische sowie ökonomische Nachhaltigkeit nicht nur Verpflichtungen mit sich bringt, sondern einen integralen Bestandteil unseres jetzigen sowie künftigen Erfolgskonzepts ist.

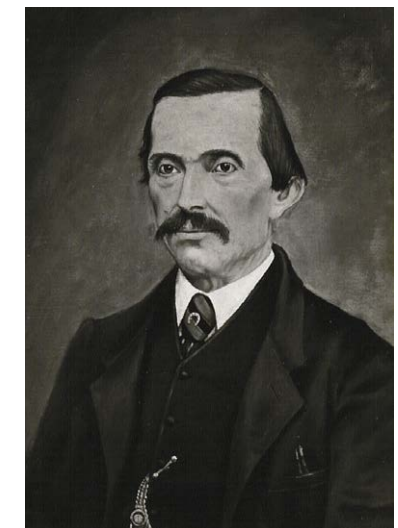
[GRI 2-1] Im Jahr 2022 durften wir das 170-jährige Jubiläum der Maestrani Schweizer Schokoladen AG feiern. Die lange und bewegte Geschichte der Firma macht uns stolz und inspiriert uns. Maestrani war Mitbegründerin der Erfolgsgeschichte der Schweizer Schokolade und seit Anfang mit dabei. Heute sind wir ein Unikat unter den Schokoladenherstellern, die einzige in der Schweiz verbleibende, unabhängige Aktiengesellschaft in Familienbesitz mit einer relevanten, nationalen Markenbekanntheit von über 80 % und einer so langen Geschichte.

Ludovico Aquilino Maestrani hat das Unternehmen 1852 in Luzern gegründet. Von 1859 bis 2003 produzierte es in St. Gallen.

Nach der Übernahme der Firma Munz im Jahre 1998 und der Fertigstellung des Fabrikneubaus konnte die gesamte Produktion 2003 am Hauptsitz in Flawil zusammengelegt werden. 2017 wurde an der Toggenburgerstrasse in Flawil der Erweiterungsbau mit dem Chocolarium und neuen Büroräumlichkeiten fertiggestellt. Sämtliche Mitarbeitende arbeiten seither am selben Standort, wo Maestrani die Produktion, die Administration sowie den Austausch mit den Konsumentinnen und Konsumenten im Chocolarium verbindet.

Die Wertschöpfung am Standort Flawil beginnt mit der Herstellung von Schokoladenmassen. Diese bestehen weitgehendst aus vier bzw. fünf Rohstoffen, die für uns strategisch wichtig sind: Kakaomasse und -butter, Zucker, Milchpulver sowie Haselnüsse. Über unsere Beschaffungsstrategie, die Zertifizierungen, die langjährigen Lieferantenpartner sowie spezifische Einzelprojekte in den Kakaoanbauländern nehmen wir direkt Einfluss bis an den Ursprung der Rohwaren.

Maestrani's hochwertige Schokoladenprodukte werden entweder unter einer der Marken (Munz, Minor und Avelines) oder als Private Label (Produktion von Schokoladenprodukten für andere Marken) vertrieben. Von den Schokoladenprodukten werden rund 40 % ins Ausland exportiert. Die grössten Auslandsmärkte sind Deutschland und die USA, wobei weltweit in über 40 Länder exportiert wird. Maestrani produziert Fertigprodukte für den Detailhandel, die Gastronomie sowie den Impulsbereich (Tankstellen, Kioske etc.).



Nebst der Herstellung von Schokolade und Süßwaren führen wir am Standort Flawil eine interaktive Erlebniswelt: das „Chocolarium – die Glücksfabrik von Munz und Minor“. Wir öffnen für Besucherinnen und Besucher unsere Fabrik und zeigen transparent, wie wir Schokolade produzieren. Dabei pflegen wir vermehrt den Austausch mit unseren Konsumentinnen und Konsumenten, indem wir sie zu Produkttesterinnen und -testern machen und so sicherstellen, dass wir nahe am Markt agieren.



Weitere Informationen zu Maestrani unter: maestrani.ch

1.2 Unternehmensstrategie

[GRI 2-6] Die Aktionärsfamilien haben in der Eignerstrategie definiert: „Maestrani ist ein kundenorientiertes und nachhaltig (ökonomisch, ökologisch und sozial) geführtes Unternehmen“. Dieser oberste Impuls findet sich in den Grundsätzen der Unternehmensstrategie sowie dem Maestrani-Purpose wieder. Im Rahmen des erfolgten Generationenwechsels in der Geschäftsleitung wurde die Unternehmensstrategie im Frühling 2021 von der neuen Geschäftsleitung überarbeitet und vom Verwaltungsrat in einem zweitägigen Workshop geprüft und verabschiedet. Dies mit dem klaren Auftrag des Verwaltungsrates, einen neuen Wachstumszyklus einzuleiten, zu welchem sämtliche Geschäftsbereiche beitragen sollen.

Einen Teil der Wachstumsstrategie stellt die anfangs des Jahres 2022 getätigte Akquisition der Praliné-Linie „Avelines“ dar, welche bereits im Bericht und den Geschäftszahlen integriert ist. Weiter spiegelt sich die Umsetzung der neuen Unternehmensstrategie im Vollzug der einzelnen Markenstrategien unserer Produkte wider. Der strategische Rahmen umfasst die Ebenen der Strategie, Planung und Umsetzung. Darin ist die Nachhaltigkeit als Schlüsselerfolgsfaktor ein integraler Bestandteil der Neuausrichtung, der sämtliche strategischen wie auch organisatorischen Ebenen durchdringt. Zudem tragen weitere definierte Schlüsselthemen dazu bei, die Kohärenz des strategischen Rahmens sicherzustellen.

1.3 Maestrani-Purpose

Zur Stärkung von Identität und Unternehmenskultur und als Ergänzung zur Strategie hat die erweiterte Geschäftsleitung mit weiteren Schlüsselpersonen des Unternehmens in mehreren Workshops den Maestrani-Purpose entwickelt. Während die Strategie definiert, wohin wir mit welchen Geschäftsbereichen wollen, leitet der Purpose unser Werte- und Sinnsystem und beantwortet die Frage, wie wir das tun wollen. „Wir teilen unser Glück und machen die Welt Stück für Stück nachhaltig glücklicher.“ Diesen Purpose zu den Themen Glück und Nachhaltigkeit verstehen wir umfassend. Glück ist nicht nur der kurze Genussmoment beim Verzehr von Schokolade. Langfristiges Glück bedeutet auch

eine tiefe oder eben nachhaltige Zufriedenheit aller Beteiligten entlang unserer Wertschöpfungskette. Diese reicht vom Ursprung über unsere Lieferanten, hin zu den Mitarbeitenden, unseren Kunden und wiederum zu den Konsumentinnen und Konsumenten. Sechs Bausteine mit jeweils einer Zusatzabsicht untermauern unseren Purpose. Bei Nachhaltigkeit zum Beispiel: „Wir sind ‚Fair Taste‘-Pioniere.“ Wir drücken damit unseren Anspruch aus, gegenüber den Konsumentinnen und Konsumenten sowie der Branche im Thema Nachhaltigkeit eine führende Rolle einzunehmen. Gleichzeitig drückt es unsere Überzeugung aus, dass die Themen Nachhaltigkeit und Genuss bei uns Hand in Hand gehen müssen.



Wir teilen unser Glück und machen die Welt Stück für Stück nachhaltig glücklicher.

Schokolade.

Unsere Passion
seit 1852.

Maestrani-Familie.

Wir vertrauen
einander.

Nachhaltigkeit.

Wir sind
„Fair Taste“-Pioniere.

Erfolg.

Erfolgreich teilen wir
unser Glück.

Fortschrittsfreude.

Wir wachsen
gemeinsam.

Selbstorganisation.

Wir übernehmen
Verantwortung.

Schokolade | Unsere Passion seit 1852.

Seit Aquilino Maestrani unser Unternehmen im Jahr 1852 gegründet hat, tragen wir eine tiefe Leidenschaft für Schokolade in uns: Wir wollen die beste Schokolade herstellen und damit Stück für Stück Glück in die Welt bringen. Diese Leidenschaft, das konsequente Qualitätsdenken und die ansteckende Fortschrittsfreude leben wir tagtäglich in allen Bereichen von Maestrani. Mit innovativen Produktions-, Beschaffungs- und Logistikprozessen, aber auch zusammen mit unseren Kunden und Konsumenten, erschaffen wir massgeschneiderte Lösungen und Produkte, die begeistern.

Maestrani-Familie | Wir vertrauen einander.

Als Familienunternehmen zeichnet sich Maestrani durch Konstanz, Stabilität und eine vertrauensvolle Zusammengehörigkeit aus. Dieses Vertrauen und unser Zusammenhalt als Maestrani-Familie geben uns allen ein starkes Gefühl der Sicherheit, aber ermöglichen es uns auch, dass wir immer wieder gewohnte Wege verlassen, etwas wagen und uns dadurch auch persönlich als Organisation weiterentwickeln können. So sind wir als Organisation also beides: Wir sind sehr diszipliniert, ziel-, prozess- und wo wichtig auch sicherheitsorientiert (transaktional), damit wir die benötigte Effizienz sicherstellen und gleichzeitig unserem hohen Qualitätsanspruch gerecht werden. Wir sind andererseits aber auch „Freigeister“ und haben den Drang, uns weiterzuentwickeln und das Aussergewöhnliche zu suchen und zu versuchen (transformational). So bleiben wir am Puls der Zeit und richten uns konsequent nach neuen Marktgegebenheiten aus.

Nachhaltigkeit | Wir sind „Fair Taste“-Pioniere.

Als Familienunternehmen ist Nachhaltigkeit seit jeher in unserer DNA verankert, dennoch wollen wir uns in der Nachhaltigkeit als treibende Kraft permanent weiterentwickeln und so auch in Zukunft immer wieder in die Pionierrolle schlüpfen. Neben der ökologischen (Umwelt- und Klimaschutz), ökonomischen (langfristige Ausrichtung der Unternehmensstrategie, sichere Arbeitsplätze) und sozialen Nachhaltigkeit (fairer Umgang mit allen Partnern bis zum Kakaobauer, Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben), ist uns auch der bewusste Genuss unserer Produkte und die richtige Einbettung in der gesamten Ernährung wichtig. Deshalb arbeiten wir gemeinsam mit gleichgesinnten Partnern an unserem Zukunftsbild der Nachhaltigkeit und unserem Anspruch „Fair Taste“.

Erfolg | Erfolgreich teilen wir unser Glück.

Erfolg und Glück sind bei Maestrani eng verbunden: Glückliche Mitarbeitende sind erfolgreicher, kreativer und produktiver. Deshalb ist Maestrani ein „Kraftort“ für talentierte Mitarbeitende, die unseren Purpose, unsere Werte und unsere Begeisterung teilen. Wir teilen unser Glück entlang der gesamten Wertschöpfungskette: Vom Kakaobauern über die Lieferanten bis hin zu unseren Kunden und Konsumenten. Nur wenn wir erfolgreich sind, können wir auch unser Glück mit anderen teilen.

Fortschrittsfreude | Wir wachsen gemeinsam.

Bei Maestrani geben wir uns mit dem IST-Zustand nicht zufrieden. Wir wissen nämlich, dass auch unsere Konsumentinnen und Konsumenten immer höhere Erwartungen haben: Sie kaufen heute nicht bloss Produkte – sie kaufen Überzeugung und Haltungen. Deshalb entwickeln wir in einem Co-Creation-Prozess zusammen mit unseren Konsumenten und anderen relevanten Stakeholdern Produkte, die nicht nur funktionale und emotionale Bedürfnisse abdecken, sondern darüber hinaus für unsere Kunden Sinn stiften. Durch diese wertschätzende Zusammenarbeit mit unseren Partnern entsteht eine gemeinsame Entwicklungsgeschichte – ein Ökosystem Maestrani –, welches uns wiederum neue Chancen und Opportunities eröffnet.

Selbstorganisation | Wir übernehmen Verantwortung.

Bei Maestrani leben wir eine Vertrauenskultur. Die Führungskräfte haben das Vertrauen, dass die Mitarbeitenden ihre Aufgaben möglichst eigenständig erfüllen, und lassen ihnen bewusst Freiräume zur Entfaltung. Die Mitarbeitenden nutzen ihrerseits diese Freiräume und übernehmen Verantwortung. So entwickeln wir eine Leistungsfreude, das unternehmerische Denken und Handeln, die organisationale Energie und die Anpassungsfähigkeit von Maestrani – also eine kollektive Selbstorganisation. Diese Selbstorganisation ist ein entscheidender „Energieförderer“ für unser Unternehmen und die erfolgreiche Gestaltung unserer Zukunft.

1.4 Marken, Produkte und Dienstleistungen

Unsere Produkte und Marktleistungen repräsentieren die Materialisierung unserer Strategie und reflektieren die strategischen Grundsätze, insbesondere auch unsere Nachhaltigkeitsbemühungen. Dabei ist für uns die konsequente Ausrichtung an den Konsumentenbedürfnissen unter Berücksichtigung aller drei Säulen der Nachhaltigkeit zentral. Nachhaltigkeit wird somit zum Erfolgsfaktor und Differenzierungsfaktor der Gesamtunternehmung.

Die für unsere Konsumentinnen und Konsumenten relevantesten Nachhaltigkeitsinitiativen haben wir im Rahmen unserer „All Natural“-Initiative, welche Maestrani im Herbst 2022 lancierte, zusammengefügt. Das Programm verbindet verschiedene wichtige Nachhaltigkeitsaspekte, welche den Konsumentinnen und Konsumenten im Markengeschäft (Munz, Minor und Avelines) mit einem entsprechenden Logo auf dem Produkt kommuniziert werden. Das „All Natural“-Programm vereint die vier wichtigsten Konsumentenansprüche in Bezug auf Nachhaltigkeit in einem modernen Produkt: natürlich, fair, ohne Palmöl und CO₂-neutral. Um die Glaubwürdigkeit der „All Natural“-Initiative zu stärken, sind zwei Aspekte davon (Fairtrade und CO₂-neutral) mit anerkannten, extern geprüften Labels hinterlegt. Die „All Natural“-Initiative ist für Maestrani ein wichtiger Meilenstein und dient bei den eigenen Marken auch dazu, unsere Konsumentinnen und Konsumenten konkret über unsere Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit zu informieren. Im Rahmen der Initiative mit Fairtrade Max Havelaar wird den Kakaobauern in den Anbauländern ein Fairtrade-Mindestpreis garantiert. Zudem erhalten lokale Gemeinden eine Fairtrade-Prämie, welche wiederum in verschiedene Projekte investiert wird und beispielsweise dem Aufbau von Infrastruktur oder der Ausbildung junger Menschen zugutekommt.



natürlich

Sämtliche Schokoladenartikel enthalten ausschliesslich natürliche Rohwaren



fair

100 % Fairtrade-Kakao mit einer Fairtrade-Prämie für Kakaobauern¹



ohne Palmöl

Bewusster Verzicht auf Palmöl bei allen drei Marken (Munz, Minor und Avelines)



CO₂-neutral

100 % klimaneutral dank CO₂-Kompensation²

¹ Fairtrade Max Havelaar – Fairtrade Labels: <https://www.fairtrademaxhavelaar.ch/unser-label/die-fairtrade-labels>

² myClimate – Ihr Partner für den Klimaschutz: <https://www.myclimate.org/de/>

Sortiments- und Dienstleistungsumfang

[GRI 2-6] Unser Markenportfolio umfasst rund 239 Artikel, verteilt auf die drei Marken Munz, Minor und Avelines, die seit Januar 2022 als regionale Genfer Marke ein Teil der Maestrani-Familie ist. Mit unseren Artikeln sind wir in verschiedenen Teilmärkten der Süßwarenkategorie vertreten. Die wichtigsten sind die für Branches/Riegel und neu auch Praliné, gefolgt vom Schokoladentafelmarkt sowie den Märkten für Schokoladenspezialitäten und Confiserie-Artikel. Unsere Markenprodukte werden über verschiedene Handelskanäle vertrieben. Lediglich in unserem Shop der Erlebniswelt „Chocolarium“ sowie über den Onlineshop erfolgt ein Direktverkauf. Die eigenen Marken von Maestrani (Munz, Minor und Avelines) generieren rund 60 % des Umsatzes. Das heisst, rund 40 % des Umsatzes erwirtschaften wir mit der Herstellung von kundenspezifischen Schokoladenprodukten für andere Marken. Der gesamte Exportanteil beider Bereiche beträgt 42 %.

DIE GLÜCKSFABRIK
CHOCOLARIUM⁺
VON MUNZ & MINOR

Unsere Erlebniswelt „Chocolarium – die Glücksfabrik von Munz und Minor“ ist ein wichtiger Bestandteil für unsere Kommunikation. Wir geben damit den Konsumentinnen und Konsumenten direkten Einblick in unsere Produktion und unterstreichen unsere Transparenz und Kundennähe.



2 Nachhaltigkeit bei Maestrani

Maestrani betreibt verschiedene Projekte im sozialen, ökologischen sowie ökonomischen Nachhaltigkeitsbereich.

Die einzelnen, für die Umsetzung der Projekte erarbeiteten Massnahmen werden durch eine interdisziplinäre Nachhaltigkeitsgruppe überprüft. Dieses Gremium, in dem Mitarbeitende aus jedem Fachbereich unserer Unternehmung vertreten sind, trägt und fördert die operative Nachhaltigkeit im Unternehmen. Die Gruppe trifft sich in regelmässigen Abständen, um sich über das Thema auszutauschen und die einzelnen Initiativen zu überprüfen. Unsere gesamte Geschäftsleitung fühlt sich dem Thema verpflichtet und verfolgt deshalb laufend die Umsetzung in den einzelnen Bereichen. Nachhaltigkeitsverantwortlicher innerhalb der Gesamtunternehmung ist unser COO/Leiter Supply Chain. Diese interne Verankerung messen wir an den Ansprüchen unserer wichtigsten Stakeholder, mit welchen wir dazu in einem regen Austausch stehen. Die Entwicklung der letzten Jahre hat das Thema „Nachhaltigkeit“ massgeblich gestärkt, so dass es heute in sämtlichen Aussenbeziehungen in verschiedenen Ausprägungen relevant ist. Umso wichtiger ist es für uns, die relevanten und wesentlichen Aspekte zu erkennen und den Fokus darauf zu legen. Nur so werden wir unserem Anspruch

gerecht, mit unseren Initiativen auch eine entsprechende Wirkung zu haben, welche wir stets überwachen.

Maestrani gewährleistet den unternehmensinternen Austausch zum Thema Nachhaltigkeit durch eine interdisziplinäre Nachhaltigkeitsgruppe mit Mitarbeitenden aus verschiedenen Fachbereichen.

Zudem entwickeln sich laufend neue Möglichkeiten im technischen Bereich sowie in den Prozessen und schliesslich im Knowhow. In den letzten Jahren haben sich die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit bereits stark weiterentwickelt. Dennoch gibt es vor allem in den Bereichen der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit weiterhin Verbesserungspotenzial. Darum ist es für uns wichtig, unsere Entwicklung mit externen Standards zu prüfen und weiterzutreiben.



2.1 Nachhaltigkeitsstrategie 2030

Die Nachhaltigkeitsstrategie sehen wir als integrierten Bestandteil unseres Geschäftsmodells. Wir wollen eine vitale, starke diesbezügliche Kultur intern leben und unsere Pionier-Rolle in der Branche und gegenüber den Konsumentinnen und Konsumenten weiter ausbauen. Im Rahmen der Erneuerung der Unternehmensstrategie und den entsprechenden Anpassungen innerhalb der Organisation wurde auch die Nachhaltigkeitsstrategie bis ins Jahr 2030, mit Zwischenzielen bis 2026, neu definiert. Unsere Vision für 2030 findet sich in unserem Purpose wieder: „Wir teilen unser Glück und machen die Welt Stück für Stück nachhaltig glücklicher.“

Im Zentrum steht die Passion für Schokolade und unsere Tradition. Als strategische Stossrichtungen haben wir drei Bereiche definiert, die gleichzeitig auch unsere Wertschöpfungsstufen beschreiben: „Beschaffen“ / „Herstellen“ / „Geniessen“. Zu jeder Stossrichtung wurde von uns eine übergreifende Ambition formuliert. Über allem steht unser Purpose, welcher auch die Nachhaltigkeitsstrategie leitet. Im Zentrum stehen dabei die Schokolade sowie der Hinweis auf unsere Passion und Tradition seit 1852. Die Nachhaltigkeitsstrategie gliedert sich entlang der Wertschöpfungskette in drei zentrale Dimensionen:

Strategische Stossrichtungen

Wir teilen unser Glück und machen die Welt Stück für Stück nachhaltig glücklicher.

Herstellen

Durch die Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit steigern wir die Leistungsfähigkeit und erhöhen gleichzeitig das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden. Auch die Konsumentengesundheit hat für uns oberste Priorität. Wir legen deshalb besonderen Wert auf Qualität, Sicherheit und die Vermarktung der Produkte. An unserem Produktionsstandort in Flawil nehmen wir uns der Steigerung der Energie- & Ressourceneffizienz sowie der optimalen Nutzung aller Ressourcen, welche laufend gemessen und weiterentwickelt wird, an.

Beschaffen

Die nachhaltige Gestaltung sämtlicher Lieferketten im Zusammenhang mit unseren Produkten ist die Basis unserer Beschaffungsstrategie. Zusätzlich kann durch die enge Zusammenarbeit und die jährlichen Lieferantenbewertungen eine nachhaltige Lieferkette gewährleistet werden.

**Passion
Chocolat
Suisse
1852**

Geniessen

Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung der Produkte gehen wir auf die Bedürfnisse der Konsumenten ein und halten das Sortiment attraktiv. Mit Kunden pflegen wir eine partnerschaftliche Beziehung, welche für den Absatz unserer Produkte und die Umsetzung gemeinsamer Nachhaltigkeitsziele essenziell ist.

Beschaffen

[GRI 2 - 6] Wir arbeiten im Wesentlichen mit fünf Rohstoffen: Kakaomasse, Kakao-butter, Zucker, Milchpulver sowie Hasel-nüsse. Komplexität ergibt sich in unserer Lieferkette zum einen durch die Breite unseres Sortiments und zum anderen durch den fernen, teils kritischen Ur-sprung der einzelnen Rohmaterialien. Die Beschaffung der Rohstoffe ist demnach der strategische Faktor für unsere Nach-haltigkeitsinitiativen.



Herstellen

Das Herz der Firma liegt in Flawil. Hier arbeiten unsere Teams, werden unsere Produkte hergestellt und besuchen uns un-sere Konsumentinnen und Konsumenten. Hier haben wir eine direkte Durchschlags-kraft auf die Prozesse und Initiativen.



Geniessen

Seit Aquilino Maestrani unser Unterneh-men im Jahre 1952 gegründet hat, tragen wir eine tiefe Leidenschaft für Schokolade in uns: Wir wollen die beste Schokolade herstellen und damit unsere Konsumen-tinnen und Konsumenten immer wieder begeistern. Dabei stehen deren Wohl und Schutz immer an erster Stelle.



Strategische Ziele 2026+

Den drei strategischen Stossrichtungen haben wir die identifizierten wesentlichen Themen zu-geordnet, mit welchen sich Maestrani proaktiv auseinandersetzt (siehe Abschnitt 2.3 Wesent-lichkeitsanalyse). Pro Thema wurden messbare Nachhaltigkeitsziele (bei jeweiligem Kapitel er-sichtlich) für den Zeitraum bis 2026 (und 2030) gesteckt, ausgehend vom Jahr 2022. Damit wir

die tatsächliche Zielerreichung gewährleisten können, geben spezifische KPIs detailliert Aus-kunft über den aktuellen Stand. Gleichzeitig konnten wir so identifizieren, welchen tatsäch-lichen Beitrag zu den Nachhaltigkeitszielen der UNO (SDGs) wir damit aufweisen. In der folgenden Abbildung befinden sich die Hauptziele, welchen sich Maestrani verpflichtet:

	Wesentliche Themen	Nachhaltigkeit	KPIs	SDGs	Status
Beschaffen	Beschaffungsstrategie	Maestrani führt ab 2023 eine Menschenrechts-Due Diligence-Prüfung gemäss den OECD-Leitlinien in ihrer Lieferkette durch.	Erklärung zur Durchführung der Menschenrechts-Due Diligence	  	
	Lieferanten-management	Steigerung der A-Dienstleister / Lieferanten mit Nachhaltigkeitsstrategie auf 70 % bis 2026.	% A-Lieferanten mit Nachhaltigkeits-strategie		

	Wesentliche Themen	Nachhaltigkeit	KPIs	SDGs	Status
Herstellen	Chancengleichheit, Vielfalt und Lohn-gerechtigkeit	Die durchschnittliche Anzahl Stunden an Aus- und Weiter-bildungen pro Mitarbeiten-de(r) soll bis ins Jahr 2026 auf 48 steigen.	Durchschnittliche Anzahl Stunden an Aus- und Weiter-bildungen pro Mitarbeitende(r)		
	Produktverantwortung	Alle IFS Audits im Zeitraum von 2023 bis 2026 werden mit einem Erfüllungsgrad von 95 % und somit der höchst-möglichen Klassierung „auf höherem Niveau“ bestanden.	% des Erfüllungs-grades der IFS Audits		
	CO ₂ -Emissionen und Energieverbrauch	Maestrani senkt ihre Scope 1- und Scope 2-Emissionen um mindestens 4.2 % jährlich und ihre Scope 3-Emissionen um mindestens 2.5 % jährlich, im Einklang mit der SBTi ab 2024.	Treibhausgas-emissionen Scope 1, 2, 3	 	
	Ressourcen-management	Bis 2026 wird die Abfallmenge um 20 % reduziert.	Tonnen Abfallmenge (recyclbar, organisch, sonstiges)		

	Wesentliche Themen	Nachhaltigkeit	KPIs	SDGs	Status
Geniessen	Produktinnovation und -entwicklung	Komplette Umstellung auf den „All Natural“-Standard. Bis spätestens 2026 ist das ge-samte Markensortiment auf „All Natural“ umgestellt.	% der Markenartikel, welche dem „All Natural“-Standard entsprechen		
	Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen	Unsere strategischen Detail-handel-Grosskunden haben einen Entwicklungsplan mit gemeinsamen Nachhaltigkeits-standards oder -initiativen. Bis 2026 haben 3 Kunden einen solchen Plan und bis 2030 erhöhen wir die Anzahl auf 5.	Anzahl Kunden mit Entwicklungsplan und gemeinsamen Nach-haltigkeitsinitiativen		

Internationale Nachhaltigkeitsrahmenwerke als Referenz

Wir erkennen die Bedeutung von externen Standards zur Messung des Status und Fortschritts unserer Nachhaltigkeitsbemühungen. Für unsere Nachhaltigkeitsstrategie orientieren wir uns an den drei nachfolgenden, etablierten Standards:

1 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen

Wir sind in einer globalen Wertschöpfungskette tätig und agieren weltweit. Darum ist für uns die globale Gesamtperspektive wichtig. Die SDGs inspirieren uns und geben uns den Platz im grossen Ganzen. Auch wenn wir aufgrund unserer Grösse nur einen beschränkten Impact auf das Gesamtsystem haben, ist es für uns wichtig, in unserem direkten und indirekten Wirkungsbereich Einfluss zu nehmen.



sdgs.un.org/goals

2 GRI-Standards

GRI, als global anerkannter Berichtsstandard, gibt uns die Möglichkeit, unsere Nachhaltigkeitsprojekte auf anerkannte Art und Weise nachvollziehbar darzustellen. Nebst der globalen Vergleichbarkeit helfen uns die detaillierten Anforderungen von GRI auch in der Strukturierung und Umsetzung unserer Initiativen. Wir stellen so sicher, dass wir unsere wesentlichen Themen lückenlos erfassen, unsere Programme detailliert prüfen und die Ziele messbar definieren. Zugleich bringen wir so über die Zeit eine strukturierte Konstanz in das Thema.

Die Struktur der GRI-Standards hilft uns zusätzlich bei der Umsetzung der schweizerischen Regularien, unter anderem auch beim Gegenvorschlag der Konzernverantwortungsinitiative (KVI).



globalreporting.org/standards/

3 Science Based Target Initiative (SBTi)

Den Fokus auf den CO₂-Ausstoss erkennen wir als wichtiges Thema. Bisher wurde das Thema im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsberichts verarbeitet. Wir anerkennen die Fortschritte in der wissenschaftlichen Überprüfung des CO₂-Ausstosses und wollen von nun an auch Verantwortung für die gesamte Wertschöpfungskette übernehmen (Scope 1, 2, 3).



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION



sciencebasedtargets.org/

2.2 Stakeholder

[GRI 2-26, 2-29] Maestrani ist in einem engen Austausch mit seinen Stakeholdern. Das Thema Nachhaltigkeit hat in beinahe allen Beziehungen in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen.

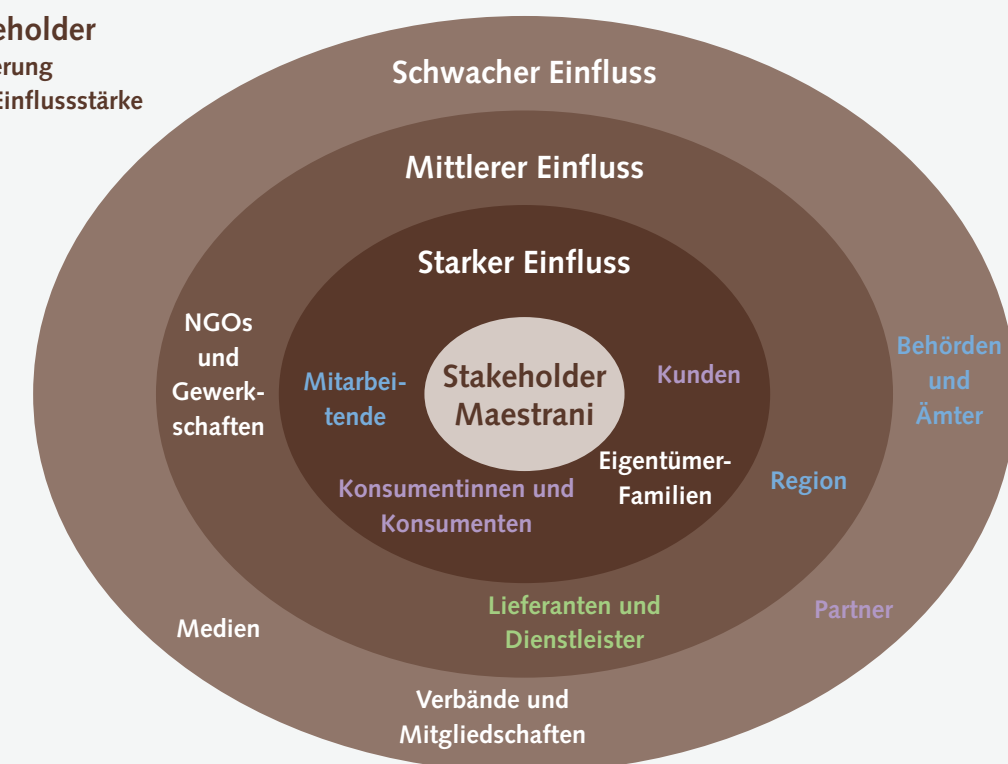
Die Anforderungen in diesem Bereich sind gestiegen, weshalb der aktive Austausch mit allen relevanten Stakeholdern umso wichtiger geworden ist. Je nach Relevanz tauschen wir uns mehrmals, jedoch mindestens einmal pro Jahr mit allen aus. Wir haben 11 Stakeholdergruppen definiert, welche jeweils einem Nachhaltigkeitsverantwortlichen zugewiesen wurden.

Unsere Nachhaltigkeitsgruppe erfasst die jeweiligen Bedürfnisse und Feedbacks der einzelnen Stakeholder zur Nachverfolgung in einer Matrix. Neue Themen werden zuerst in der Gruppe und danach in der erweiterten Geschäftsleitung bearbeitet.

Aufgrund der erhöhten Sensibilität bezüglich Nachhaltigkeit und einem mittleren bis stärkeren Einfluss einiger unserer Stakeholdergruppen wird insbesondere auf folgende Stakeholder eingegangen:

- **Konsumentinnen und Konsumenten:** Durch die Corona-Pandemie wurde die Gesellschaft weiter sensibilisiert in den Bereichen Lebensmittelsicherheit, faire Beschaffung und nachhaltiger Anbau.
- **Lieferanten:** Unsere global vernetzten Lieferketten und die damit verbundenen Arbeitsbedingungen bei unseren Lieferanten gewinnen kontinuierlich an Bedeutung. Unter anderem deshalb wurden in den letzten drei Jahren in der Schweiz diverse Volksinitiativen mit grosser Tragweite lanciert. Zwar wurden zum Beispiel die Konzernverantwortungsinitiative oder die Trinkwasserinitiative abgelehnt, sie führten aber direkt oder indirekt zu höheren, zum Teil gesetzlich verankerten Anforderungen.
- **Kunden:** Die oben erwähnten Veränderungen führen dazu, dass auch unsere Vertriebspartner und Private Label-Kunden immer höhere Ansprüche an uns stellen. Die eigenen Initiativen werden für die Lieferanten zusehends zum Standard. Dabei sind die Vielfalt und Fragmentierung der Ansprüche eine Herausforderung für uns.

Stakeholder Clusterung nach Einflussstärke



Die verschiedenen Stakeholder haben unterschiedlichen Einfluss auf Maestrani. Zudem können sie jeweils den Stossrichtungen „Beschaffen“, „Herstellen“ und „Geniessen“ zugeordnet werden.

Die Inputs und Feedbacks der Stakeholder zeigen uns die Erwartungshaltung und die Prioritäten der Anspruchsgruppen gegenüber Maestrani. Auch sie bilden einen Teil der Entscheidungsgrundlage für die Festlegung unserer wesentlichen Themen und gewährleisten somit den Einbezug der Bedürfnisse unserer Stakeholder in die Strategie sowie in den Nachhaltigkeitsbericht.

[GRI 2 - 25] Um kritische Stakeholder-Beziehungen auffangen zu können, gibt es institutionalisierte Verfahren. Bei Beschwerden bezüglich Produkten kommt ein standardisierter Prozess zum Tragen: Bei Beschwerden bezüglich Produkten kann dies durch Konsumentinnen und Konsumenten an Maestrani (info@maestrani.ch) herangetragen werden. Daneben sind alle Maestrani Markenprodukte durch einen Verpackungsaufdruck mit Kontaktinformationen versehen. Als alleiniger Eingangspunkt für Beanstandungen fungiert intern der Verkaufssendienst, welcher diese zur Beurteilung an die entsprechenden Fachabteilungen übergibt. Die Fachabteilung beurteilt die Beschwerde, formuliert eine Rückmeldung an die Konsumentinnen und Konsumenten zu Händen des Verkaufssendienstes und initiiert allfällige Prozessoptimierungen. Dank eines Reportings, welches der GL, eGL und weiteren Fachabteilungen monatlich zur Verfügung gestellt wird, ist die Nachverfolgung der Beanstandungen sichergestellt.

2.3 Wesentlichkeitsanalyse

[GRI 3 - 1] Im Dialog mit unseren Stakeholdern haben wir 24 für Maestrani potenziell wichtige Themen gesammelt. Sie haben der Nachhaltigkeitsgruppe und der Geschäftsleitung als Ausgangspunkt für die Wesentlichkeitsanalyse gedient.

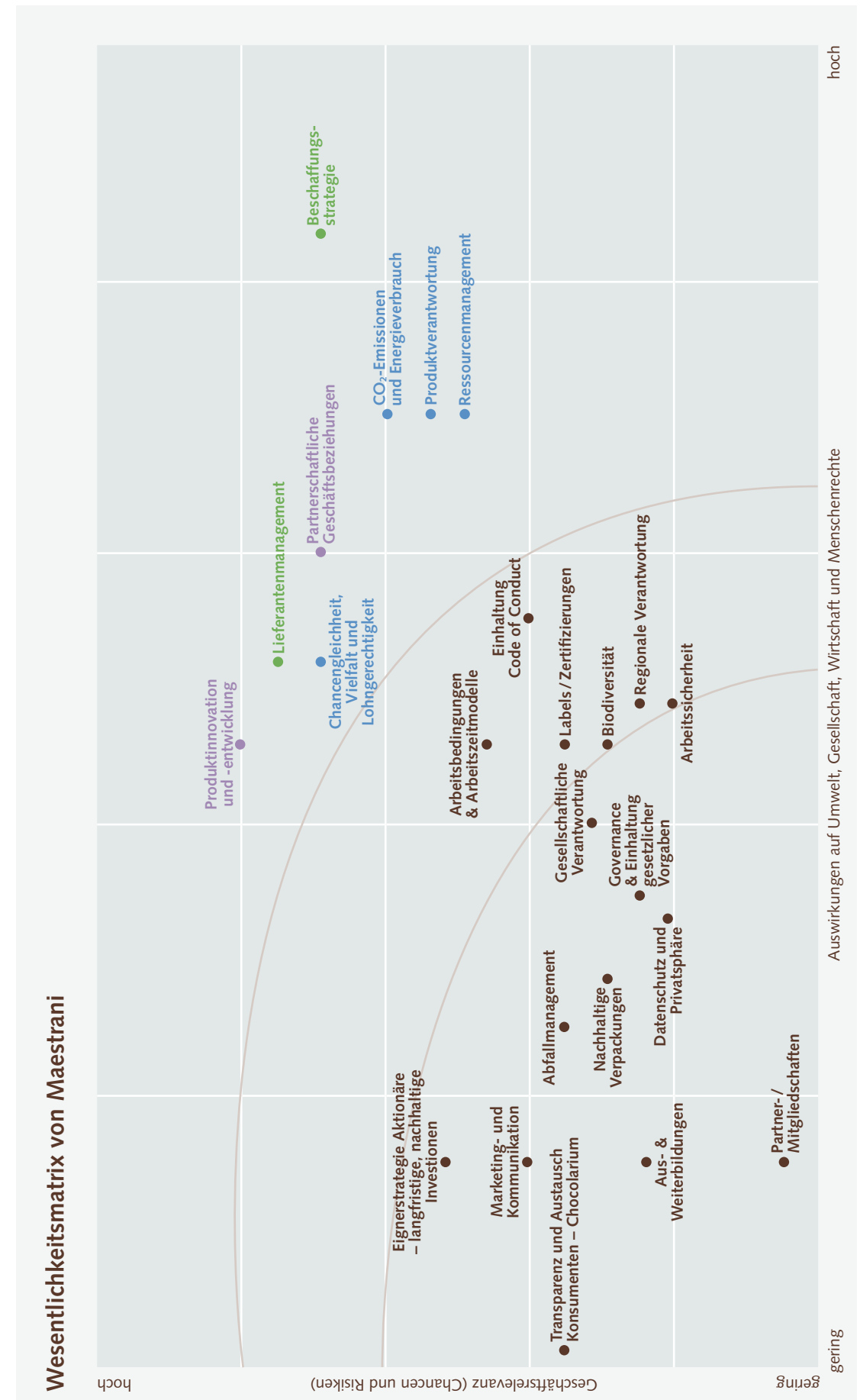
Um die Auswirkungen auf Gesellschaft, Umwelt, Wirtschaft und Menschenrechte zu beurteilen, haben wir den Impact anhand folgender Kriterien bewertet:

- **Schweregrad**
Wie schwerwiegend sind die Auswirkungen?
- **Reichweite**
Wie weitreichend sind die Auswirkungen?
- **Reversibilität**
Wie leicht lassen sich die Auswirkungen rückgängig machen?
- **Wahrscheinlichkeit**
Wie wahrscheinlich ist es, dass positive oder negative Auswirkungen eintreten?

Anschliessend wurde die Geschäftsrelevanz mit den folgenden Kriterien bewertet:

- **Umsatz/Profit**
Wie wirkt sich der Themenbereich auf den Umsatz / Profit aus?
- **Wachstumspotenzial**
Wie gross ist das Wachstumspotenzial in einem Themenbereich?
- **Zukunftsrelevanz**
Wie relevant wird der Themenbereich in der Zukunft sein?
- **Reputationsrisiko**
Wie hoch ist das Risiko eines Reputations-schadens in einem Themenbereich?

Beide Bewertungsdimensionen bilden die Achsen der Wesentlichkeitsmatrix. Dabei legen wir einen Fokus auf jene Themen, welche die höchsten Auswirkungen und die höchste Geschäftsrelevanz aufweisen – die wesentlichen Themen. Sie erfordern ein proaktives Management, aktive Kommunikation und sind im Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie verankert. Die restlichen Themen erachten wir als Basis-themen, welche wir beobachten, um laufend zu beurteilen, ob sich ihre Relevanz verändert hat.



[GRI 3 - 2] Aus der Wesentlichkeitsmatrix lassen sich acht wesentliche Themen für Maestrani ableiten. Sie wurden für die Weiterbearbeitung in drei strategische Stossrichtungen gegliedert (siehe Kapitel 2.1).

Beschaffen

- Beschaffungsstrategie
- Lieferantenmanagement

Herstellen

- Chancengleichheit, Vielfalt und Lohngerechtigkeit
- Produktverantwortung
- CO₂-Emissionen und Energieverbrauch
- Ressourcenmanagement

Geniessen

- Produktinnovation und -entwicklung
- Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen

In der letzten Berichtsperiode (2017–2019) haben wir sechs wesentliche Themen definiert. Vier davon wurden teilweise mit neuen Bezeichnungen in unsere neue Berichterstattung übernommen. Die beiden Themen „Ertragsorientierte Geschäftsführung unter Berücksichtigung der ethischen Grundsätze“ sowie „Regionale Verantwortung“ wurden im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse besprochen und in der Wesentlichkeitsmatrix als äusserst wichtige Basisthemen, welche in den Geschäftsalltag einfließen, definiert. Wir zählen sie jedoch nicht zur höchsten Wesentlichkeits-Kategorie im Sinne der Nachhaltigkeitsstrategie.

Im Folgenden ist der Bericht aufgeteilt in die drei Stossrichtungen (Beschaffen, Herstellen, Geniessen). Dabei werden für die jeweiligen wesentlichen Themen „Beschaffen“, „Herstellen“, „Geniessen“ die Auswirkungen, die Massnahmen, die bisherigen Fortschritte und die jeweiligen Ziele von Maestrani beschrieben.



Christoph Birchler
CEO

“Nachhaltigkeit ist in unserer Strategie und in unserem Purpose verankert – und ich habe sie auch zu meiner persönlichen Mission gemacht.”



3 Beschaffen

Wie im Maestrani-Purpose beschrieben, ist der Baustein „Nachhaltigkeit – Wir sind ‚Fair Taste‘-Pioniere“ im ökologischen, ökonomischen und sozialen Sinne ein elementarer Aspekt. Wir wollen über unsere Unternehmensgrenzen hinaus Verantwortung übernehmen, nämlich dort, wo in unserer Wertschöpfungskette auch tatsächlich die Auswirkungen anfallen. Als Schokoladenhersteller bezieht Maestrani kritische Rohstoffe, welche ihren Ursprung in Entwicklungsländern haben.

[GRI 2-25] Wir sind uns unserer gesamten Wertschöpfungskette und den damit verbundenen Problematiken bewusst und setzen uns deshalb intensiv mit möglichen Auswirkungen auseinander. Ökologisch, ökonomisch und sozial positive wie auch negative Auswirkungen sowie die mögliche Beeinträchtigung der Menschenrechte identifizieren wir frühzeitig und ergreifen entsprechende Massnahmen.

Im Bereich „Beschaffen“ sind unsere zwei wesentlichen Themen die Beschaffungsstrategie und das Lieferantenmanagement.

Nachhaltigkeit.

Wir sind
„Fair Taste“-Pioniere.

Selbst-
organisation.

Wir übernehmen
Verantwortung.

3.1 Beschaffungsstrategie

Die nachhaltige Gestaltung sämtlicher Lieferketten im Zusammenhang mit unseren Produkten bildet die Basis unserer Beschaffungsstrategie. Dieser Zielsetzung fühlen wir uns verpflichtet.

Auswirkungen von Maestrani

[GRI 2 - 6] Für die Herstellung unserer qualitativ hochwertigen Produkte kaufen wir Rohwaren – die wichtigsten sind Kakaomasse, Kakaobutter, Zucker, Milchpulver und Haselnüsse – sowie weitere Materialien global ein. Somit ist eine Vielzahl von Unternehmen an den langen und teilweise aufwendigen Lieferketten beteiligt. Hieraus ergeben sich teilweise herausfordernde Geschäftsbeziehungen, welche auch Produzenten in Entwicklungsländer betreffen.

Auf der einen Seite besteht das Risiko, dass entlang der Lieferketten soziale oder ökologische Missstände, wie beispielsweise CO₂-Emissionen (siehe Kapitel 4.3), auftreten können. Eine besondere Herausforderung hinsichtlich Arbeitsbedingungen und Gefahr von Kinderarbeit stellen in einigen Ländern Anbau, Ernte und Verarbeitung von Kakao dar. Auf der anderen Seite trägt der Einkauf von Rohwaren aus ärmeren Ländern dazu bei, die dortigen Verhältnisse zu verbessern und einer Vielzahl von Menschen ein geregeltes Einkommen zu ermöglichen. Grundsätzlich gilt für das Beschaffen aller Waren, unabhängig von ihrer Herkunft, dass wir die soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit gewährleisten wollen.

Maestrani ist auf Rohwaren aus dem Ausland angewiesen. Ein Grossteil der für die Produktion von Schokolade erforderlichen Rohwaren (z.B. Kakaobohnen oder Nüsse) kann klimabedingt nicht in der Schweiz angebaut werden. Im Berichtszeitraum betrug der Einsatz von Schweizer

Rohwaren durchschnittlich 35%, wobei der Schwerpunkt auf der Verarbeitung von Milchpulver und Zucker lag. Vor allem die Herstellung von Milch ist mit verschiedenen Auswirkungen verbunden. So hat die Tierhaltung zum einen ökologische Auswirkungen, zum anderen ist auch das Tierwohl ein Thema, welches immer wieder im Fokus steht. Ausserdem hat der Milchpreis eine direkte Auswirkung auf das Einkommen der Schweizer Bauern.

Ein weiterer Rohstoff, den Maestrani in wenigen Schokoladenfüllungen verwendet, wurde im Berichtszeitraum immer umstrittener. Das effiziente und natürliche Palmöl braucht im Vergleich mit anderen Ölträgern zwar verhältnismässig wenig Anbaufläche. Trotzdem stellt es ein umstrittenes Rohmaterial dar, da teilweise neue Monokulturen auf Kosten von Regenwäldern und Lebensräumen indigener Völker angelegt wurden.

Massnahmen von Maestrani

Als mittelständisches Unternehmen hat Maestrani nicht die Möglichkeit, dauerhaft in den Anbaugebieten des Kakao präsent zu sein. Um dennoch potenziellen sozial und ökologisch negativen Herausforderungen entgegenzuwirken, haben wir uns für die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Label-Organisationen entschieden. Sie sind stellvertretend für uns in den Anbauländern tätig.

**Für die Marken
Munz, Minor und Avelines
bezieht Maestrani ab 2023
100% der Kakaorohwaren aus
Fairtrade-zertifiziertem Handel.**

Beispielsweise beziehen wir seit 2016 100 % unserer Kakaorohwaren aus nachhaltigem Handel und nur von Lieferanten, welche soziale Projekte im Ursprung des Kakao durchführen. Diese Zertifizierungen geben uns die Möglichkeit, die negativen Auswirkungen zu mindern. So sind die von uns eingesetzten Rohstoffe aus Entwicklungsländern ab dem Jahr 2023 neu nicht nur Rain Forest Alliance-, sondern Fairtrade- oder höher zertifiziert.

Damit wird den Bauern ein besserer Ertrag gewährleistet, was sich wiederum positiv auf ihre Lebensbedingungen auswirkt.



Organisationen für Fairtrade-Label,
mit welchen Maestrani zusammenarbeitet:
[GRI 2-23, 2-24, 2-28]

Schweizer Plattform für Nachhaltigen Kakao

Seit 2018 ist Maestrani ein aktives Mitglied der Schweizer Plattform für Nachhaltigen Kakao und setzt sich über diese Plattform dafür ein, die Lebensbedingungen der Kakaoproduzenten zu verbessern und die natürlichen Ressourcen sowie die Artenvielfalt in den Anbauländern zu erhalten.



Schweizer Plattform für
Nachhaltigen Kakao



kakaoplattform.ch/de/

Fairtrade Max Havelaar

Wer Produkte mit dem Label von Fairtrade Max Havelaar kauft, ermöglicht Kleinbauernfamilien und Angestellten in Entwicklungsländern ein besseres Einkommen und gute Arbeitsbedingungen.

Die Bauern erhalten einen stabilen Preis und zusätzlich eine Fairtrade-Prämie sowie Beratung vor Ort. Einen Teil des Verkaufserlöses investiert Fairtrade Max Havelaar in Projekte, die der ganzen Gemeinschaft zugutekommen – wie in den Bau von Brunnen, Schulen und Spitälern.



fairtrademaxhavelaar.ch

Hand in Hand

Maestrani produziert für die deutsche Marke Rapunzel Naturkost die Bio-Schokolade aus fairem Handel. Diese Schokoladenprodukte tragen das Label „Hand in Hand“-, welches die soziale Nachhaltigkeit mit der ökologischen Nachhaltigkeit vereint.

Dabei stehen die Qualität der Zusammenarbeit mit den Produzenten aus Ländern des Globalen Südens sowie die Qualität der dort angebauten Erzeugnisse im Vordergrund.



rapunzel.de/hand-in-hand.html

Rainforest Alliance (RFA)

Anhand des Rainforest Alliance Labels setzt sich Maestrani für Umweltschutz, soziale Gerechtigkeit und die wirtschaftliche Tragfähigkeit von bäuerlichen Gemeinschaften ein.



rainforest-alliance.org/de/

Fair for Life (FFL)

Damit Produkte mit dem Fair for Life-Label angeboten werden dürfen, muss das ganze Unternehmen und dessen Lieferketten den FFL-Standards entsprechen. Ausserdem müssen mindestens 80 % der Rohstoffe eines Produkts aus fairem Handel stammen.



fairforlife.org/pmws/indexDOM.php?client_id=fairforlife&page_id=home/

Christoph
Birchler (CEO)
im Austausch
mit Kakaobauern in Peru



Seit mehreren Jahrzehnten sind faire Preise in der Beschaffung von Rohstoffen und ein bewusster Umgang mit Ressourcen ein fester Bestandteil unseres beruflichen und familiären Alltags. Nebst der langjährigen Zusammenarbeit mit der Stiftung Fairtrade Max Havelaar im Fairtrade-Bereich und dem Einsatz von „Hand in Hand“-Produkten unseres Bio-Pionier-Partners Rapunzel, haben wir uns im Berichtszeitraum neu zusätzlich „Fair for Life“ zertifiziert. Ein wertvoller Beitrag dieser jährlich anstehenden Zertifizierung ist der systematische Blick in den Spiegel bezüglich angemessener und sicherer Arbeitsbedingungen durch die gesamte Lieferkette, egal um welches Kettenglied und Land es sich dabei handelt. Die Zielsetzungen des Fair for Life-Standards³ geben Aufschluss über das aktive Mitwirken von Maestrani an zahlreichen Initiativen zur Verminderung von direkten und indirekten negativen Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft und Menschenrechte. „Fair for Life“ setzt sich nebst

der Einhaltung von Menschenrechten und fairen Arbeitsbedingungen auch für das Ökosystem und die Erhaltung der Biodiversität sowie für nachhaltige Landwirtschaft ein. Unsere Massnahmen, mit (potenziellen) Auswirkungen umzugehen, beschränken sich jedoch nicht nur auf die Zusammenarbeit mit verschiedenen Label-Organisationen. Bereits im August 2010 hat Maestrani den Kodex der Schweizer Schokoladenindustrie für die Kakaobeschaffung unterschrieben. Er umfasst die Rückverfolgbarkeit der Kakaobohnen als Grundprinzip. Dazu gehören das Engagement für korrekte Arbeitsbedingungen entlang der ganzen Kakao-Wertschöpfungskette, die Distanzierung von jeglicher Form missbräuchlicher Arbeitspraktiken, aber auch die Verpflichtung der Lieferanten zur Einhaltung der ILO⁴-Konventionen 138 und 182 sowie die Unterstützung von Projekten, welche die Qualität und die Produktivität im Kakaoanbau steigern.

³ Fair for Life – Informationen zur Organisation:
https://www.fairforlife.org/pmws/indexDOM.php?client_id=fairforlife&page_id=about&lang_iso639=en

⁴ International Labour Organization www.ilo.org



Die von Maestrani eingesetzten Bio-Rohstoffen aus Entwicklungsländern sind teilweise auch Fairtrade zertifiziert. Bio-Labels kennzeichnen Erzeugnisse aus biologischem Landbau. Sie verbieten unter anderem den Einsatz von Mineraldünger und synthetischen Pflanzenschutzmitteln. Zusätzlich erlauben sie keine chemischen und mikrobiologischen Behandlungen. Die Herstellung der Produkte muss nach den von der Natur vorgegebenen Zeiten und Methoden für jede Phase der Kette erfolgen: vom Anbau der Zutaten über ihre Zubereitung und Lagerung bis hin zu ihrer Verarbeitung. Die spezifischen Anforderungen sind von Land zu Land unterschiedlich. Sie erfordern im Allgemeinen die Einhaltung

Die erste Bio-Schokolade in Europa wurde 1987 von Maestrani hergestellt.

einer Reihe von Normen und Vorschriften für die Produktion, den Anbau, die Konservierung, die Verarbeitung, die Verpackung und den Versand. Bio-Standards haben sich in den verschiedenen Ländern über viele Jahre hinweg entwickelt. Deshalb gibt es derzeit keine weltweit direkt anwendbaren Regelungen für Bio-Produkte, aber eine immer grössere Vielfalt an Bio-Standards. Zur Einhaltung der Vorgaben und der gesetzlichen Richtlinien arbeiten wir mit nachfolgend aufgeführten Organisationen zusammen.

Organisationen für Bio-Label, mit welchen Maestrani zusammenarbeitet:

Bio-Landwirtschaft Schweiz (Schweizer Bio-Verordnung)

Alle Unternehmungen, die ihre Lebensmittel als Bio-Produkte aufbereiten, lagern oder vermarkten wollen, müssen gemäss der Bio-Verordnung des Bundes zertifiziert werden.



fedlex.admin.ch/eli/cc/1997/2498_2498_2498/de

Bio Suisse (Knospe)

Bio Suisse ist die grösste Bio-Organisation in der Schweiz und auch die bekannteste Marke für Bio-Produkte in der Schweiz. Die Anforderungen von Bio Suisse gehen über die Schweizer Bio-Verordnung hinaus.



bio-suisse.ch/de/unser-engagement/genuss-und-nachhaltigkeit/unsere-marke.html

EU-Bio-Verordnung

Mit dieser Verordnung, die in allen Ländern der Europäischen Union verbindliches Recht ist, werden die Mindestanforderungen für die Erzeugung und die Kontrolle von Öko-Produkten festgelegt.



agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming_en

Naturland

Naturland gehört zu den privaten Verbänden des ökologischen Landbaus und ist international aktiv. Ziel des Siegels ist es, bei Anbau und Verarbeitung von Nahrungsmitteln hohe ökologische Standards zu setzen, wobei auch soziale Aspekte berücksichtigt werden.



naturland.de/de/

Zusätzlich zu Rohwaren aus dem Ausland verwenden wir als Produzent von Schweizer Schokolade, wenn immer möglich, Schweizer Rohwaren.

Schweizer Rohwaren

Im Sinne des Tierwohls sowie der ökologischen Landwirtschaft wurde in der Schweiz im September 2019 der Branchenstandard „Nachhaltige Schweizer Milch“ eingeführt. Die damit verbundenen Milchpreiserhöhungen kommen direkt den Bauern zugute und tragen somit zur Nachhaltigkeit der Produkte von Maestrani bei.



swissmilk.ch/de/green/ch/

Wenn der Rohstoff in der Schweiz nicht erhältlich ist, versuchen wir die jeweiligen Rohstoffe so zu beschaffen, dass die logistischen Wege möglichst kurz sind. Mit diesem Ansatz wollen wir die ökologische Belastung in unserer Lieferkette möglichst geringhalten. Zudem beobachten wir zusammen mit Chocosuisse⁵, dem Verband Schweizerischer Schokoladefabrikanten, laufend die Veränderungen auf dem Rohwarenmarkt, um gegebenenfalls frühzeitig reagieren zu können. Maestrani verpflichtet sich somit, seine unternehmerischen Tätigkeiten entlang der gesamten Supply-Chain und durch die Zusammenarbeit mit Label-Organisationen fair und verantwortungsvoll zu gestalten. Die Label-Organisationen pflegen ihre Geschäftszahlen, geben uns Einblick und informieren uns über ihre laufenden Geschäftstätigkeiten.



Bisherige Fortschritte von Maestrani
Dank der Zusammenarbeit mit Nachhaltigkeits-Labeln ist 100 % unseres verarbeiteten Kakao während des Berichtszeitraums von 2020 bis 2022 zertifiziert.
Im Bio-Bereich sind die eingesetzten Bio-Rohstoffe aus Entwicklungsländern Bio- und Fairtrade-zertifiziert. Für die ökologische Nachhaltigkeit legen die Bio-Labels eine wichtige Basis. Im Berichtszeitraum 2020 bis 2022 gab es bei den Bio-zertifizierten Kakaoprodukten erhebliche Bedarfsschwankungen. Das für 2022 gesetzte Ziel eines Bio-Kakaoanteils von mindestens 48 % haben wir 2021 mit einem Anteil von 53,4 % deutlich übertroffen. Wegen der gestiegenen Inflation und eines veränderten Verbraucherverhaltens in der EU liegt der Anteil an Bio-zertifizierten Kakaoprodukten im Jahr 2022 bei 39,5 %.
Damit wir den negativen Auswirkungen der Palmölherstellung noch stärker entgegenwirken können, haben wir uns als Palmöl verarbeitendes Unternehmen nach den RSPO-Richtlinien (Roundtable on Sustainable Palm Oil)⁶ zertifizieren lassen. Seit dem ersten Halbjahr 2022 werden unsere Marken (Munz, Minor und Avelines) ohne Palmöl hergestellt.

RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil)
Die RSPO-Richtlinien gewährleisten einen vollständigen Nachhaltigkeitsnachweis von der Plantage bis zum Fertigprodukt. Die bezogenen Produkte entsprechen dem Identity Preserved und dem Segregated Standard.



Nebst Verbesserungen bei der Beschaffung von Rohstoffen aus südlichen Ländern konnte der Anteil an Schweizer Rohwaren im Berichtszeitraum von 33,9 % im Jahr 2021 auf 36,3 % im Jahr 2022 erhöht werden.

⁵ Chocosuisse: <https://www.chocosuisse.ch/>
⁶ RSPO – Members: <https://rspo.org/members/9-1533-16-000-00/>

Ziele von Maestrani in der Beschaffungsstrategie
Grundsätzlich gilt für das Beschaffen aller Waren, unabhängig von ihrer Herkunft, dass wir die soziale und ökologische Nachhaltigkeit gewährleisten wollen.
Um die sozialen Bedingungen bei den Kakaobauern weiter zu verbessern, sowie eine Mindestprämie von CHF 240.00 pro Tonne Kakao sicherzustellen, werden wir ab 2023 für unsere Marken (Munz, Minor und Avelines) im konventionellen Bereich nur noch Fairtrade-zertifizierten Kakao beschaffen. Mit der Mindestprämie von Fairtrade Max Havelaar trägt Maestrani zum SDG Nr. 1 bei, der Bekämpfung der Armut.



Durch die Tätigkeit von Fairtrade Max Havelaar werden verschiedene Investitionen in lokale Gemeinden von Kakaobauern getätigt, beispielsweise in die Infrastruktur, die Bildung oder den Gesundheitssektor. Dadurch kann auch das

SDG Nr.2, die Förderung nachhaltiger Landwirtschaft, und das SDG Nr.8, nachhaltiges Wirtschaftswachstum, unterstützt werden.
Anhand von Informationen unserer Transportdienstleister sowie ihrer Kunden können wir die Verfolgbarkeit von der Produktion bis zum Verkauf bereits gewährleisten. Um nebst den nachgelagerten auch die vorgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette überprüfen zu können, stehen wir regelmässig in Kontakt mit der Fairtrade Max Havelaar-Organisation, welche die Kakaobohnen und deren Transport nachverfolgen kann. Ebenfalls stellen wir durch sporadische Besuche bei den Kakaobauern in den Entwicklungsländern sicher, dass unsere Nachhaltigkeitsinteressen tatsächlich umgesetzt werden. Zusätzlich ist geplant, in unterschiedlichen Anbauländern des Kakao bis 2025 soziale Projekte in zwei Kooperativen direkt zu unterstützen.
Die Weiterentwicklung des Bio-Sortiments stellt einen wesentlichen Kern unserer Wachstumsstrategie dar, weshalb es unser Ziel ist, den Bio-Kakaoanteil bis 2025 wieder auf 50 % zu erhöhen.

Beschaffungsstrategie

	Nachhaltigkeitsziele	KPIs	SDGs	Status
Beschaffen	Maestrani führt ab 2023 eine Menschenrechts-Due Diligence-Prüfung gemäss den OECD-Leitlinien in ihrer Lieferkette durch.	Erklärung zur Durchführung der Menschenrechts-Due Diligence		
	Durch die Zusammenarbeit mit Fairtrade Max Havelaar wird ab 2023 ein Mindestpreis für die Kakaobauern bei den Marken Munz, Minor und Avelines gewährleistet.	Kennzahlen und Unterstützungsinitiativen von Fairtrade		
	Bis 2025 unterstützt Maestrani zwei lokale Kakaogemeinschaften dabei, die landwirtschaftliche Produktion nachhaltig zu gestalten und dabei, ab 2025, soziale Gerechtigkeit zu verankern.	Anzahl direkter sozialer Projekte in Kakaobauländern		
	Bis 2025 Steigerung des Anteils der biologisch zertifizierten Kakaorohwaren auf 50 %.	% Bio-zertifizierter Kakaorohwaren		
	Bis 2025 vollständiger Verzicht auf Palmöl.	% Palmöl in der Produktion		

Im Interview



Renato Isella
(Geschäftsführer
Fairtrade Max Havelaar)

Was ist der tatsächliche Vorteil von Fairtrade-Kakao?

„Die ProduzentInnen von Fairtrade-Kakao profitieren einerseits vom Fairtrade-Mindestpreis, der sie vor den Schwankungen des Weltmarktpreises schützt. Andererseits erhalten sie eine Fairtrade-Prämie, über deren Verwendung die Kooperativen autonom entscheiden. Mit der Fairtrade-Prämie werden beispielsweise Trainings für bessere landwirtschaftliche Anbaumethoden, Verbesserungen der Infrastruktur oder Schulen zur Ausbildung der Kinder finanziert.“

„Die Partnerschaft von Maestrani und Fairtrade Max Havelaar ist seit Beginn eine ausgezeichnete Zusammenarbeit auf Augenhöhe.“

„Da Fairtrade einen ganzheitlichen Ansatz verfolgt, enthalten die Fairtrade-Standards darüber hinaus Kriterien zu demokratischen Organisationsstrukturen, Umweltschutz und sicheren Arbeitsbedingungen. Dank den Produzenten-Netzwerken erhalten die Fairtrade-Genossenschaften zudem Unterstützung vor Ort.“

Maestrani stellt alle Marken-Produkte auf Fairtrade-Kakao um. Was bedeutet das für Fairtrade Max Havelaar?

„Mit der Umstellung der beiden Marken Munz und Minor werden in der Schweiz bekannte Schokolade-Marken mit der bekannten Nachhaltigkeits-Marke Fairtrade Max Havelaar verbunden. Dies stärkt das Nachhaltigkeitsprofil der Marken Munz und Minor. Gleichzeitig wird Fairtrade für die Konsumentinnen und Konsumenten noch zugänglicher, insbesondere in Ladenformaten wie Convenience-Stores, wo Munz und Minor gut vertreten sind.“

Was bedeutet dieses Engagement, welches Maestrani mit 100 % Fairtrade-zertifiziertem Kakao eingeht?

„Es macht natürlich Freude, dass sich eine bekannte Marke so stark engagiert! Es ist ein klares Zeichen für bessere Absatz- und Einkommensbedingungen von Kakao-BäuerInnen. Es ermöglicht uns seitens Fairtrade Max Havelaar, weiter in Programme und Projekte zugunsten der Kakao-ProduzentInnen zu investieren. Das Engagement von Maestrani passt ausgezeichnet zur langjährigen Nachhaltigkeits-Tradition von Maestrani.“

Wie sieht die Partnerschaft zwischen Maestrani und Fairtrade Max Havelaar aus?

„Die Partnerschaft von Maestrani und Fairtrade Max Havelaar ist seit Beginn eine ausgezeichnete Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Es ist beidseits ein ehrliches und ernsthaftes Engagement zu spüren. Die Vollumstellung auf Fairtrade wird intensiv durch kommunikative Massnahmen, wie zum Beispiel die Integration von Maestrani-Produkten in der Kampagne ‚Sweet Revolution‘ von Fairtrade Max Havelaar, begleitet. Zudem evaluieren wir aktuell die Umsetzung eines zusätzlichen Programms in Peru, das insbesondere die Frauen einer Kakao-Kooperative stärken soll.“



“Die verschiedenen etablierten Label für fairen Handel, welche wir im Zusammenhang mit der Beschaffung unserer Rohstoffe einsetzen, sorgen für Transparenz in unseren Beschaffungsprozessen.”



Günther Kscheschinski
COO

3.2 Lieferantenmanagement

Durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und die jährlichen Lieferantenbewertungen können wir eine nachhaltige Lieferkette gewährleisten.

Auswirkungen von Maestrani

Ein grosser Teil der Wertschöpfung findet im Vorfeld unserer Aktivitäten statt. Somit fällt ein grosser Anteil des Ressourcenverbrauchs bereits bei unseren Lieferanten an. Durch den Transport von Rohstoffen und weiteren Materialien, welche Maestrani für die Herstellung seiner Schokoladenprodukte benötigt, werden Treibhausgase innerhalb der Lieferketten freigesetzt. Auch mögliche soziale Missstände können während vorgelagerten Schritten auftauchen. Um potenzielle negative Auswirkungen in der vorgelagerten Wertschöpfungskette zu minimieren, haben wir folgende Massnahmen getroffen.

Massnahmen von Maestrani

Um mit den Auswirkungen entlang der Lieferkette umzugehen, legen wir grossen Wert auf die Nachhaltigkeitsprojekte und Aktivitäten unserer Geschäftspartner. Zudem erwarten

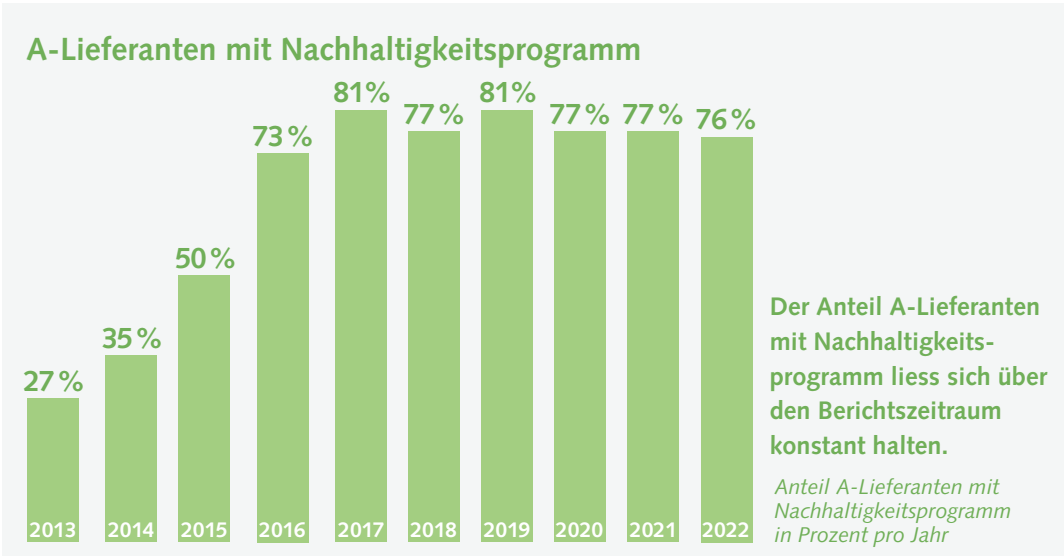
wir von unseren Lieferanten und Dienstleistern eine nachhaltige Unternehmensführung. Sie beinhaltet den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen und effiziente Fertigungsverfahren sowie den sozialen Umgang mit Mitarbeitenden (siehe Kapitel 7.1). Darüber hinaus erwarten wir die Erfüllung dieser Anforderungen auch von den jeweiligen Vorlieferanten unserer Lieferanten und Dienstleistern. Um unsere Anforderungen zu überprüfen, finden einmal im Jahr Lieferantenbewertungsgespräche mit unseren Hauptlieferanten und Dienstleistern statt. Lieferanten/Dienstleister, welche von besonderer Bedeutung für uns sind und über welche ein gewisses Einkaufsvolumen abgedeckt werden kann, bezeichnen wir als A-Lieferanten/-Dienstleister. Neben der Qualität der Produkte stellen das PreisLeistungsverhältnis sowie das Engagement des Lieferanten im Bereich der Nachhaltigkeit entscheidende Kriterien für die Zusammenarbeit mit uns dar. Dabei geben der Umsatz mit dem Lieferanten/Dienstleister oder die strategische Bedeutung der betroffenen Ware/Dienstleistung, zu der auch Nachhaltigkeitsparameter zählen, den Ausschlag, ob ein Lieferant/Dienstleister zu den A-Lieferanten/-Dienstleistern gehört.

Bisherige Fortschritte von Maestrani

Um die Nachhaltigkeitsambitionen unserer Geschäftspartner zu überprüfen und messen, führen wir Lieferantenbewertungsgespräche durch, in denen auch die Nachhaltigkeitsprojekte und Aktivitäten unserer Geschäftspartner besprochen werden. Dabei werden die Projekte unserer Lieferanten geprüft. Abhängig von verschiedenen Faktoren, beispielsweise der Unternehmensgrösse, bewerten wir die Gesamtleistung im Kontext. Der Anteil der A-Lieferanten mit Nachhaltigkeitsstrategie konnte von 10 % im Jahr 2012 auf 76 % im Jahr 2022 gesteigert werden. Diesen Erfolg haben wir einerseits durch Lieferantenwechsel erreicht, andererseits haben bestehende Lieferanten beispielsweise ihre Nachhaltigkeitskennzahlen konsequenter dokumentiert und ihr Engagement für Nachhaltigkeit intensiviert. Die Massnahmen, welche Maestrani ergriffen hat, können somit als effektiv bewertet werden und wirken sich positiv auf die ökologische Nachhaltigkeit aus.

Ziele von Maestrani im Lieferantenmanagement

Auf der Grundlage eines gemeinsamen Nachhaltigkeitsverständnisses mit unseren Geschäftspartnern streben wir langfristige Geschäftsbeziehungen an. Wir sind überzeugt, dass wir unter anderem mit diesem Ansatz die Anforderungen hinsichtlich des Gegenvorschlags zur Konzernverantwortungsinitiative meistern sowie im Rahmen der Klimaziele gemäss SBTi erfolgreich umsetzen können (siehe Kapitel 2.1). In diesem Zusammenhang haben wir uns bis 2026 folgende Ziele gesetzt. Zum einen sollen 80 % unserer A-Lieferanten und -Dienstleister bis 2026 über eine Nachhaltigkeitsstrategie verfügen. Mit diesem Ziel ist es uns möglich, zum SDG Nr.8 und somit zu nachhaltigem Wirtschaftswachstum sowie zum SDG Nr. 12, der Förderung eines nachhaltigen Konsums, beizutragen. Zum anderen sollen 70 % unserer A-Lieferanten und -Dienstleister bis 2026 über einen Massnahmenkatalog zur Gewährleistung der Ziele gemäss SBTi verfügen.



Lieferantenmanagement

	Nachhaltigkeitsziele	KPIs	SDGs	Status
Beschaffen	Bis 2026 Steigerung der A-Lieferanten / -Dienstleister mit Nachhaltigkeitsstrategie auf 80 %.	% A-Lieferanten mit Nachhaltigkeitsstrategie	8 WIRTSCHAFTSWACHSTUM UND ARBEIT UND WERT SCHÖPFUNG	● ● ●
	Bis 2026 verfügen 70 % der A-Lieferanten / -Dienstleister über einen Massnahmenkatalog zur Gewährleistung der Ziele gemäss SBTi.	% der A-Lieferanten / -Dienstleister mit Massnahmen zur CO ₂ -Reduktion	12 VERANTWORTLICHES KONSUMTION UND PRODUKTION	● ● ●

“ Wir pflegen eine langfristige Zusammenarbeit mit ausgewählten Lieferanten. Dank diesem intensiven Austausch und laufenden Gesprächen können wir im sozialen, ökologischen und ökonomischen Bereich den Unterschied machen. ”



Lars Nater
Leiter Einkauf



4 Herstellen

Das Teilen der Passion Schokolade ist ein wertvolles, verbindendes Element. Im „Chocolarium – die Glücksfabrik von Munz und Minor“ erleben Maestrani-Mitarbeitende sowie Besucherinnen und Besucher gemeinsame Genussmomente. Durch die Förderung unserer Mitarbeitenden und das Schaffen sowie Pflegen von Vertrauen innerhalb der Maestrani-Familie steigern wir das Wohlbefinden und unsere Leistungsfähigkeit.

Wie in unserem Purpose verankert, ist Schokolade „unsere Passion seit 1852“. An unserem Firmensitz und Produktionsstandort in Flawil widmen sich unsere Mitarbeitenden mit viel Leidenschaft der Kreation und Herstellung hochwertiger Schweizer Schokolade.

Unsere Kernprozesse von der Annahme von Rohwaren und Verpackungsmaterialien, über die Herstellung der Schokoladen-Halb- und Fertigfabrikate, bis zur Vermarktung der Fertigprodukte sind bewusst und klar definiert. In diesen Kernprozessen haben wir direkten Einfluss auf den sorgfältigen Umgang mit allen Ressourcen. Um einen optimierten nachhaltigen Ressourceneinsatz zu erzielen, sind die Bereiche der Lagerung sowie Kommissionierung und die Distribution zu unseren Kunden bewusst keine Kernprozesse am Standort Flawil, sondern an

Maestrani-Familie.

Wir vertrauen einander.

Schokolade.

Unsere Passion seit 1852.

Geschäftspartner ausgelagert. Der transparente Einblick in unsere Fertigungsstätte mittels unserer Erlebnisswelt, dem „Chocolarium“, ist einzigartig. Publikum aus dem In- und Ausland kann an unserem Alltag und unseren gelebten Werten teilhaben.

4.1 Chancengleichheit, Vielfalt und Lohngerechtigkeit

Durch die Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit steigern wir die Leistungsfähigkeit und erhöhen gleichzeitig das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden.

Auswirkungen von Maestrani

Als Schweizer KMU und Arbeitgeber hat Maestrani eine lokale und überregionale soziale Verantwortung wahrzunehmen. Als Produktionsunternehmen beschäftigen wir viele Mitarbeitende aus technisch geprägten Berufen, die bis anhin noch immer bei männlichen Arbeitnehmenden sehr beliebt sind. Dadurch sind Männer unter anderem im Management stark vertreten. Aufgrund der volkswirtschaftlichen Situation und dem damit einhergehenden Arbeitskräftemangel wird unser Fokus künftig verstärkt auf der Bildung von vielfältigen Teams und dem Anwerben von geeigneten Arbeitskräften liegen.

Auch bezüglich Arbeitssicherheit übernimmt Maestrani in den drei verschiedenen Unternehmensbereichen – Produktion, Verwaltung und Event – Verantwortung. Speziell in der Produktion ist die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden ein zentrales Thema. Körperliche Beanspruchung kann hier nebst anderen Belastungen zu Problemen führen.

Um die Chancengleichheit, die Vielfalt sowie die Lohngerechtigkeit stetig zu verbessern, aber auch die Arbeitssicherheit zu gewährleisten und schliesslich eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit zu erlangen, haben wir folgende Massnahmen initialisiert.

Massnahmen von Maestrani

[GRI 2-7, 2-30] Als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter von Maestrani und Mitglied der Maestrani-Familie ist man Teil von 170 Jahren Unternehmertum und nachhaltiger Schweizer Schokoladenkultur. Seit über 100 Jahren können unsere Mitarbeitenden auf das nachhaltige Unternehmertum unserer Eigentümer vertrauen. Dabei sind Vielfalt und Chancengleichheit elementare Werte und seit langem in unserer Kultur verankert. Die Maestrani-Familie vereint 20 Nationalitäten und besteht aus 81 Frauen sowie 69 Männern mit leidenschaftlichem Bezug zu Schokolade. In der Gesamtunternehmung, die damit in drei Unternehmensbereichen rund 150 Mitarbeitende beschäftigt, sind somit mehr Frauen als Männer tätig. Die drei Bereiche (Produktion, Verwaltung und Event) erfordern einerseits unterschiedliche Führungsstile, andererseits bringen sie auch arbeitsrechtlich Unterschiede mit sich. Es gibt zwei fortschrittliche Gesamtarbeitsverträge (GAV), den Chocosuisse-GAV in der Produktion und den L-GAV im Chocolarium (Event-/Gastronomiebereich).

Eine in sich ausgewogene Life-Balance und damit eine gute Vereinbarkeit von Arbeit und Freizeit sind für Maestrani von grosser Bedeutung.

[GRI 2-8] Zusätzlich gibt es Arbeitnehmende, die nicht fest bei Maestrani angestellt sind, um je nach Arbeitsaufkommen in der Produktion oder beispielsweise in Krisenzeiten flexibel reagieren zu können. Ihre Anzahl unterliegt starken saisonalen Schwankungen und macht in Spitzenzeiten einen Anteil von bis zu 15 % aus.

Um die Vielfalt in den unterschiedlichen Bereichen des Unternehmens zu fördern, wird bereits bei der Rekrutierung auf diverse Faktoren wie beispielsweise Geschlecht, Nationalität, Ausbildung, Kompetenzen und Arbeitserfahrung Rücksicht genommen.

Auch die verschiedenen, wichtigen Aspekte der Diversität sowie neue Arbeitsmodelle werden berücksichtigt. Eine in sich ausgewogene Life-Balance und damit eine bessere Vereinbarkeit von Arbeit und Freizeit sowie Familie sind für Maestrani von grosser Bedeutung. Gerade bei Mitarbeitenden in der Verwaltung mit Gleitarbeitszeiten können wir auf individuelle Bedürfnisse eingehen und verschiedene Möglichkeiten anbieten wie beispielsweise Teilzeitarbeit und Home-Office. In der Produktion gestaltet sich das etwas schwieriger. Doch kann auch dort in individueller Beurteilung der Situation mit einem etwas erhöhten Koordinationsaufwand beispielsweise die Anzahl an Arbeitstagen reduziert werden.

Maestrani legt grossen Wert auf die Zufriedenheit ihrer Mitarbeitenden.

Damit alle unsere Mitarbeitenden dieselben Chancen haben, Lohngerechtigkeit gewährleistet ist und ein vielfältiges Team besteht, hat Maestrani einen Ethikcode. In diesem Ethikcode (siehe Ethikcode im Kapitel 7.1) werden unsere wichtigen moralischen Basiswerte festgehalten. Zudem versucht Maestrani für die Bildung von noch vielfältigeren Teams, gezielt Frauen sowie Personen aus unterschiedlichen Arbeitsumfeldern etc. anzusprechen und sie für unsere offene Arbeitsstellen zu motivieren. Dies erhöht die Diversität im Unternehmen und bringt verschiedene Perspektiven und Meinungen zusammen, wodurch wir uns als Ganzes weiterentwickeln können.

Um die Bedürfnisse aller Mitarbeitenden zu berücksichtigen, haben wir in der Berichtsperiode gemeinsam den im Kapitel 1.3 erläuterten Maestrani-Purpose definiert. Alle Mitarbeitenden haben sich in einem mehrstündigen Workshop mit den Werten und dem Gedankengut der sechs Bausteine aktiv auseinandergesetzt. Anschliessend wurden miteinander Ziele zu aktuellen Themen mit Bezug zum Maestrani-Purpose festgelegt. Der Purpose soll zudem zu einer höheren Identifikation mit dem Unternehmen führen. Dadurch sollen die Mitarbeitenden auch dazu motiviert werden, ihr unternehmerisches Denken ins Unternehmen einzubringen. Zur systematischen und stetigen Verbesserung bei Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung erfolgen wiederkehrende Impulse (u.a. in Zusammenarbeit mit der Suva). Dabei steht das nachhaltige Wohlbefinden der Mitarbeitenden im Zentrum, das regelmässig mittels einer anonymen Gesundheitsumfrage gemessen wird. Mit diesem Instrument können verschiedene Kriterien, wie beispielsweise das Betriebsklima oder die Zufriedenheit mit dem Führungsstil des Vorgesetzten, bewertet werden. In der Umfrage im Berichtszeitraum wurde in allen 10 Messpunkten ein Resultat über dem Branchendurchschnitt erreicht. Der höchste Wert resultierte im Identifikationsmesspunkt „Ich und das Unternehmen“.

Dieser Fokus auf die Mitarbeiterzufriedenheit sowie die Verbindung von Tradition und Dynamik machen Maestrani, als Schweizer KMU, zu einem attraktiven Arbeitgeber.



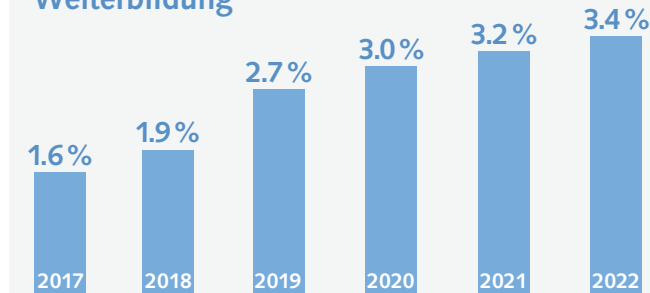
Bisherige Fortschritte von Maestrani

Dank neu gewonnenen jungen und innovativen Mitarbeitenden ist es uns gelungen, im Berichtszeitraum von 2020 bis 2022 das Durchschnittsalter im Management zu senken und ein diverseres Team aufzustellen. So ist Maestrani auf Unternehmensebene auch in puncto Diversität auf einem guten Weg – auf Managementstufe wie der erweiterten Geschäftsleitung gibt es aber noch Handlungsbedarf.

Zur kontinuierlichen Förderung und Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden wird in die individuelle und kollektive Weiterbildung investiert. Im Berichtszeitraum konnte nach einem pandemiebedingten Rückgang im Jahr 2021 die durchschnittliche Anzahl Weiterbildungs-

stunden pro Mitarbeitende(n) im Jahr 2022 auf 46 Stunden erhöht werden. Die Investitionen in die Weiterbildung der Mitarbeitenden (gemessen in Prozent der Lohnkosten) konnte während des Berichtszeitraums von 3.0 % im Jahr 2020 auf 3.4 % im Jahr 2022 gesteigert werden. Die Mitarbeiterlöhne werden jährlich mit externen, unabhängigen Benchmarks, wie beispielsweise dem Branchenverband Chocosuisse, verglichen. Lohnerhöhungen sowie die Gesamtlohnsumme werden im Rahmen des Budgetprozesses vom Verwaltungsrat genehmigt. Die Lohngerechtigkeit wird durch eine externe Lohngerechtigkeitsanalyse analysiert und konnte während des Berichtszeitraums von 95 % auf 100 % verbessert werden.

Weiterbildung



Investitionen in Weiterbildung in Prozent der Lohnkosten

Die Weiterbildung unserer Mitarbeitenden wurde im Berichtszeitraum weiter ausgebaut.

Stefanie Huber
Fachspezialistin HR



Ziele von Maestrani in der Chancengleichheit, Vielfalt und Lohngerechtigkeit

Auch in den kommenden Jahren sollen systematisch Aus- und Weiterbildungen in Fach-, Sozial- und Führungskompetenzen durchgeführt werden. Unser Ziel ist es, die jährlich stattfindenden internen Schulungen zu verschiedenen Themen, wie beispielsweise der Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung, weiterhin regelmässig durchzuführen. Bis ins Jahr 2026 soll die durchschnittliche Anzahl Stunden im Bereich Weiterbildung bei 48 Stunden pro Mitarbeitende(n) liegen. In diesem Bereich sehen wir auch die Ambitionen, unsere definierten Digitalisierungsprojekte weiterzuführen und Fortschritte zu generieren. Nebst internen Schulungen werden externe Aus- sowie Weiterbildungen unterstützt. Dank einem individuellen Eingehen auf unsere Mitarbeitenden, dem Erfassen des jeweiligen Poten-

zials und einer Einschätzung der persönlichen Weiterentwicklungsmöglichkeiten können zielgerichtet Aus- und Weiterbildungen genehmigt und finanziell unterstützt werden. Es ist unser Ziel, bis ins Jahr 2026 gemeinsam vereinbarte externe Aus- und Weiterbildungen von Mitarbeitenden, welche im Rahmen der Geschäftstätigkeiten sind und zur fachlichen sowie persönlichen Weiterentwicklung beitragen, mit einer Kostenübernahme von mindestens 50 % zu unterstützen. Ebenfalls bis ins Jahr 2026 sollen weiterhin die bisherigen Werte in der gesamtheitlichen Gesundheitsumfrage erreicht und der Branchendurchschnitt übertroffen werden. Mit den gesteckten Zielen, wie der Gewährleistung von Chancen- und Lohngleichheit, kann sich Maestrani positiv für das SDG Ziel Nr. 5, und damit für Geschlechtergleichstellung, einbringen.

Chancengleichheit, Vielfalt und Lohngerechtigkeit

	Nachhaltigkeitsziele	KPIs	SDGs	Status
Herstellen	Bis 2026 soll die durchschnittliche Anzahl Stunden für Aus- und Weiterbildungen pro Mitarbeitende(m) auf 48 steigen.	Durchschnittliche Anzahl Stunden an Aus- und Weiterbildungen pro Mitarbeitende(m)		●●●
	Bis 2026 übernimmt Maestrani bei jeglichen externen Aus- und Weiterbildungen mindestens 50 % der Kosten.	% der übernommenen Aus- und Weiterbildungskosten	5 Geschlechtergleichheit	●●●
	Die gesamtheitlichen Gesundheitsumfragen in den Jahren bis 2026 sollen mindestens die sehr guten bisherigen Werte erreichen und allesamt über dem Branchendurchschnitt liegen.	Punktzahl (1–5) bei der Gesundheitsbefragung der Suva		●●●

“ Wir richten unser tägliches Handeln auf Menschlichkeit aus. Dadurch entsteht eine Kultur der gegenseitigen Wertschätzung und eine positiv geprägte Zukunft für Maestrani. ”



4.2 Produktverantwortung

Die Gesundheit der Konsumentinnen und Konsumenten hat für Maestrani oberste Priorität. Dabei legt Maestrani besonderen Wert auf die Erfüllung der hohen Qualitätsansprüche und die Sicherstellung der Lebensmittelsicherheitsstandards.

Auswirkungen von Maestrani

Maestrani hat mit seinen Produkten direkten Einfluss auf die Konsumentengesundheit, weshalb die Produktverantwortung sowie die Qualität und Food Safety von höchster Priorität sind. Diese Themen haben Auswirkungen auf das Genusserlebnis der Konsumentinnen und Konsumenten und entscheiden, ob deren Erwartungen erfüllt werden können.

Zusätzlich sind herkömmliche Rohstoffe aus rein gesundheitstechnischer Sicht nicht die einzige Variante. Mittlerweile bestehen alternative Rohstoffe, mit welchen in keinsten Weise an Qualität eingebüsst wird oder auf den Genuss verzichtet werden muss.

Massnahmen von Maestrani

Um den Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten an unsere Schweizer Schokoladenspezialitäten gerecht zu werden, sowie die Qualität und auch den Genuss sicherzustellen, hat Maestrani verschiedene Massnahmen entwickelt. Zum einen unterziehen wir alle Produkte verschiedenen Qualitätsprüfungen gemäss

den im Managementsystemhandbuch definierten Prozessen. Zudem gewährleisten standardisierte und lückenlos dokumentierte Abläufe Prozesssicherheit und Transparenz. Zum anderen werden die Rezepturen in unregelmässigen Abständen in Konsumententests auf ihr Geschmacksprofil überprüft. Ausserdem basieren die hochwertigen und anspruchsvollen Rezepturen auf hochwertigen Rohstoffen und werden nach im Detail festgelegten Verarbeitungs- und Verpackungsprozessen zu den beliebten Munz- und Minor-Spezialitäten gefertigt.

Die tief im Unternehmen verankerten Sicherheitskontrollen und Prozesse auditieren wir jährlich nach dem IFS Food Standard. Der IFS Food Standard⁷ ist ein anerkannter Lebensmittelstandard der Global Food Safety Initiative (GFSI). Dieser dient zur Prüfung der Lebensmittelsicherheit sowie der Garantie für Qualität bei Produkten und deren Produktionsverfahren. Der IFS Food Standard deckt sechs verschiedene Geschäftsbereiche ab, welche als Basis zur Entwicklung effektiver Prozesse angesehen werden und Produktsicherheit sowie -qualität gewährleisten. Dieser Standard wird bei Unternehmen angewendet, bei welchen Produkte „verarbeitet“ werden. Der Standard wurde in aktivem Austausch mit verschiedenen Gruppen, wie Zertifizierungsstellen, dem Handel, der Lebensmittelindustrie und der Systemgastronomie, entwickelt.

⁷ IFS Food Standard: <https://www.ifs-certification.com/index.php/de/standards/23-ifs-food-de>

Bisherige Fortschritte von Maestrani

Die Validierung der Prozesssicherheit und Transparenz der verschiedenen Abläufe wird durch unabhängige, externe Auditoren sichergestellt. Von hoher Relevanz ist die jährlich wiederkehrende Zertifizierung nach dem International Featured Standard (IFS)⁸. Unsere Initiativen



und Massnahmen zur stetigen Optimierung im Zusammenhang mit ökologischer Relevanz messen und auditieren wir mittels der Zertifizierung nach der Umweltnorm ISO 14001. Als Pionier und relevanter Schweizer Hersteller von Bio-Schokoladen für langjährige Partner haben wir zusätzlich eine bedeutende Anzahl an weiteren Überprüfungen und Audits durch internationale Kunden, Zertifizierungsstellen und Behörden absolviert. Dabei erreichen wir kontinuierlich positive Bewertungen und einen hohen Erfüllungsgrad der jeweiligen Anforderungen. Anhand des hohen Anteils an Bio-Produkten, welche Maestrani herstellt, kann der bewusste Konsum zusätzlich gefördert werden. Sehr erfreulich ist die langjährig sehr tiefe Anzahl an Produktbeanstandungen. Im Berichtszeitraum kamen auf eine Million Verkaufseinheiten durchschnittlich 1.5 Reklamationen und es wurden keine Beanstandungen unserer Produkte durch Behörden verzeichnet, wodurch auch keine Rückrufe anfielen. Weiter gab es während den Jahren 2020 bis 2022 auch keine Verstösse gegen Gesetze oder Vorschriften in Bezug auf unsere Produkte.

Ziele von Maestrani in der Produktverantwortung

Unser Ziel ist es sicherzustellen, dass die Konsumentinnen und Konsumenten darauf vertrauen, dass unsere Schweizer Schokoladenspezialitäten sowohl sicher als auch stets ein Genuss sind. Dies erfordert, dass Maestrani alle IFS-Audits im Zeitraum 2023 bis 2026 mit einem Erfüllungsgrad von über 95 % und somit der höchstmöglichen Klassierung besteht. Damit Maestrani dies erreichen kann, werden folgende Zwischenziele gesetzt. Maestrani führt jährlich wiederkehrende interne Ausbildungsblöcke mit den Mitarbeitenden, wie beispielsweise Hygieneschulungen, durch. Zudem werden die Weiterentwicklung und Digitalisierung der Linienqualitätskontrollen beibehalten und kontinuierliche Investitionen in Steuerungen und in die Prozesssicherheit getätigt.

Ein weiteres Ziel, welches sich Maestrani für die folgenden Jahre setzt, ist es, die Konsumentenreklamationen auch weiterhin konstant auf 1.5 Reklamationen pro Million Verkaufseinheiten bis ins Jahr 2026 zu halten.

Mit diesen Zielsetzungen kann Maestrani zum SDG Nr. 12 der UNO beitragen, welches für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster steht.

Produktverantwortung

	Nachhaltigkeitsziele	KPIs	SDGs	Status
Herstellen	Alle IFS-Audits im Zeitraum von 2023 bis 2026 werden mit einem Erfüllungsgrad von über 95 % und somit der höchstmöglichen Klassierung „auf höherem Niveau“ bestanden.	% des Erfüllungsgrades der IFS-Audits		● ● ●
	Maestrani wird die Anzahl Konsumentenreklamationen bis ins Jahr 2026 konstant auf 1.5 Reklamationen pro Million Verkaufseinheiten halten.	Anzahl Konsumentenreklamationen pro Million Verkaufseinheiten		● ● ●

⁸ IFS International Featured Standards: <https://www.ifs-certification.com/index.php/en/standards>

“Wir produzieren Schweizer Schokolade auf höchstem Qualitätsstandard. Bei jeder Produktentwicklung achten wir sowohl auf Qualität als auch Nachhaltigkeit bei Rohwaren und Produktionsprozessen.”



Carolin Digel
Fachspezialistin Forschung & Entwicklung

4.3 CO₂-Emissionen und Energieverbrauch

Die Steigerung der Energieeffizienz und die Reduktion der direkt sowie indirekt verursachten CO₂-Emissionen sind für uns zentrale Aspekte und unterliegen stetigen Verbesserungen.

Auswirkungen von Maestrani

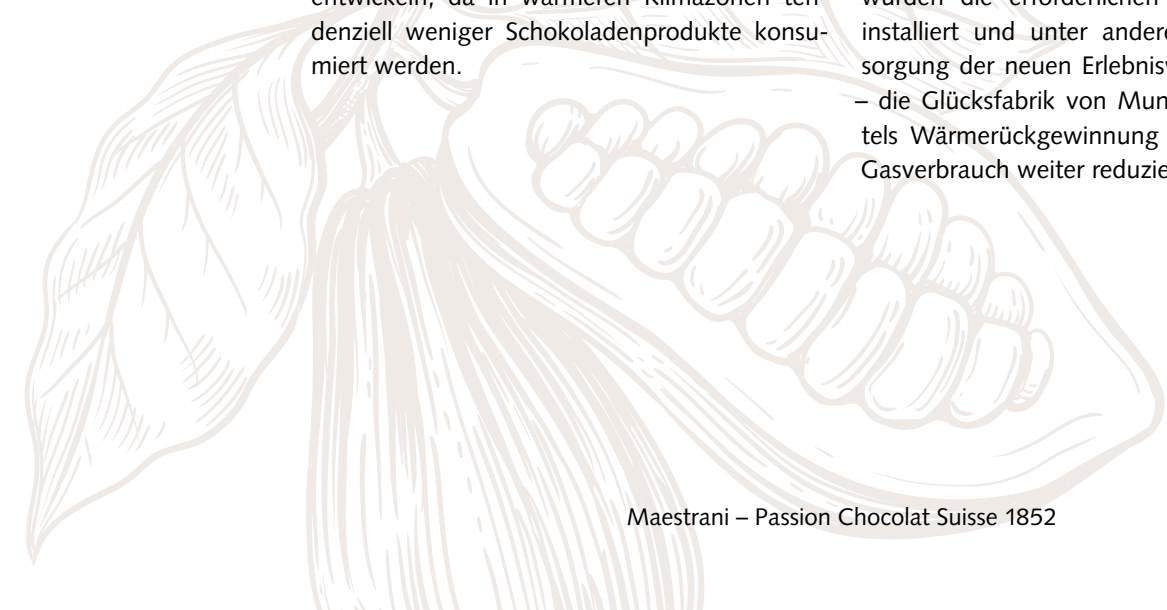
Bei der Herstellung von Schokolade fallen CO₂-Emissionen in verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette an, wie beispielsweise beim Anbau von Rohstoffen, der Milchproduktion, langen Transportwegen oder in der Verarbeitung. Die hauptsächlich anfallenden Emissionen finden beim Anbau von Rohwaren, der Herstellung von Verpackungsmaterial sowie innerhalb der Warenlogistik statt. Rund drei Viertel entstehen dabei in der Lieferkette und nur ein Fünftel aller Emissionen in unserer eigenen Produktion. Somit trägt Maestrani durch das Ausstossen von Treibhausgasemissionen zum Klimawandel bei. Dieser hat einen Einfluss auf die Verfügbarkeit der verwendeten Rohwaren sowie deren Qualität. Da die von Maestrani eingesetzten Rohstoffe in den Schokoladenprodukten (z.B. Milchpulver, Kakao, Nüsse) aus sehr unterschiedlichen Klimazonen stammen, ist im Rahmen des Klimawandels davon auszugehen, dass sich bei einzelnen Rohwaren die Qualität, der Preis sowie die Verfügbarkeit in den nächsten Jahren verändern werden. Auch das Konsumverhalten im Heimmarkt Schweiz könnte sich bei einer Klimaerwärmung negativ entwickeln, da in wärmeren Klimazonen tendenziell weniger Schokoladenprodukte konsumiert werden.

Massnahmen von Maestrani

Eines der wichtigsten Ziele ist es, die CO₂-Emissionen zu reduzieren. Dies wird dank konkreten Massnahmenplänen zum Energieverbrauch in der Produktion und in der Lagerung sowie den Emissionen im Transport erreicht werden.

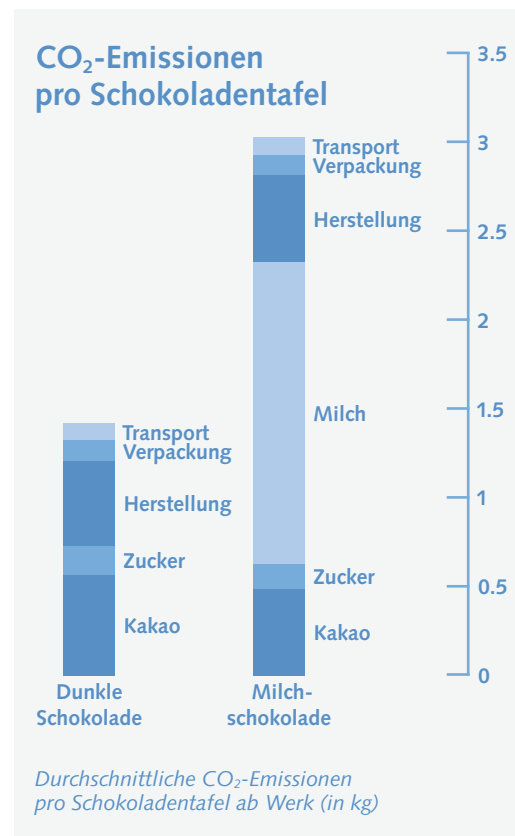
Maestrani hatte sich diesbezüglich verpflichtet, bis 2020 am Produktionsstandort in Flawil eine CO₂-Reduktion von mindestens 58 Tonnen pro Jahr zu realisieren. Auch für die beiden weiteren Berichtsjahre wurden Zielwerte für die Senkung der CO₂-Emissionen festgelegt. Im Jahr 2021 wurde eine Senkung der CO₂-Emissionen um 63 Tonnen und für das Jahr 2022 um 67 Tonnen angestrebt.

Wir haben in den letzten Jahren verschiedene Massnahmen ergriffen, um die Zielerfüllung hinsichtlich der CO₂-Reduktion zu gewährleisten. In diesem Zuge bekennen wir uns auch zur SBTi, welche die CO₂-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt und damit grössere ökologische Auswirkungen auf das Klima verhindern will (siehe Kapitel 2.1). Zudem wollen wir den Energieverbrauch reduzieren. Zur Steigerung der Energieeffizienz haben wir 2013 zusammen mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) ein umfangreiches Massnahmenpaket vereinbart, das durch die Bundesämter für Energie und Umwelt auditert und genehmigt wurde. In diesem Zusammenhang wurde 2015 mit dem Neubau einer Energiezentrale für Druckluft, Kälte- sowie Wärmeenergie begonnen. Bis Ende 2022 wurden die erforderlichen neuen Aggregate installiert und unter anderem die Wärmeversorgung der neuen Erlebniswelt „Chocolarium – die Glücksfabrik von Munz und Minor“ mittels Wärmerückgewinnung erreicht sowie der Gasverbrauch weiter reduziert.



Die Lagerung von Rohwaren und Fertigprodukten erfordert unterschiedliche Temperaturführungen in den jeweiligen Lagerbereichen. Die Effizienz der Kälteerzeugung und die Konstruktion der Lager sind für den erforderlichen Energieeinsatz entscheidend. Durch Synergien bei Lagerung und Transport, die durch die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Logistikunternehmen entstanden sind, reduzieren wir den Energieeinsatz im Bereich unserer Warenlogistik. Zusätzlich profitieren wir von den Nachhaltigkeitsprojekten unseres Logistikdienstleisters Planzer⁹. Beispielsweise werden bei Planzer Hybridfahrzeuge und alternative Treibstoffe eingesetzt. Weiter engagiert sich Planzer mit dem Ziel, bis ins Jahr 2045 die CO₂-Emissionen auf 0 % zu senken.

Um die Treibhausgasemissionen im Transport zu verringern, werden seit 2015 für unsere Firmenfahrzeuge CO₂-Kompensationen geleistet. Diese erzielen wir durch das myClimate-Projekt „Energieeffiziente Kochstellen in Peru“¹⁰. Wir haben uns für dieses Projekt entschieden, weil ein Teil unserer Kakaomasse aus diesem Land stammt. Zudem wurden auch die Schokoladentafeln der Marke Maestrani, welche im Jahr 2022 in die Marke Munz integriert wurden, bereits im Jahr 2014 auf CO₂-neutral umgestellt. Das gesamte in der Wertschöpfungskette dieser Tafellinie anfallende CO₂ wird ebenfalls über das erwähnte Projekt in Peru kompensiert.



⁹ Planzer – Nachhaltigkeitsbericht 2021: <https://www.planzer.ch/wp-content/uploads/2022/05/Planzer-Nachhaltigkeitsbericht-2021.pdf>

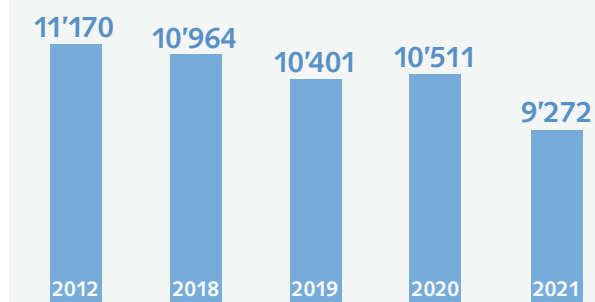
¹⁰ myClimate – Projekt „Energieeffiziente Kochstellen in Peru“: <https://www.myclimate.org/de/informieren/klimaschutzprojekte/detail-klimaschutzprojekte/peru-effiziente-kocher-7125/>

Bisherige Fortschritte von Maestrani

Im Jahr 2021 resultierten ca. 69 % unserer Treibhausgasbilanz von insgesamt 9'272 Tonnen CO₂ aus vorgelagerten Prozessen zur Herstellung und Anlieferung eingekaufter Güter, wie Roh- und Verpackungsmaterial sowie Werk- und Hilfsstoffen. Prozesse im direkten Einflussbereich von Maestrani machten ca. 17 % aus. Der Produktion nachgelagerten Prozessen fielen ca. 14 % zu. Unser Energieverbrauch und Treibhausgasausstoss sowie deren Reduktion wird im internen System laufend gemessen und die Kennzahlen monatlich überprüft. Die folgende Grafik zeigt den jährlichen CO₂-Ausstoss am Standort Flawil. Über den Berichtszeitraum konnten die CO₂-Emissionen um jeweils 79 Tonnen pro Jahr gesenkt werden, womit die gesetzten Ziele für die Jahre von 2020 bis 2022 klar übertroffen wurden. Die Haupteinsparungen wurden durch die Reduktion von Erdgas erzielt. Da während des Berichtszeitraums mehr Material verarbeitet wurde, sind die absoluten Zahlen bezüglich des Energieverbrauchs gestiegen. Dies ist auch beim Stromverbrauch der Fall, wobei 100 % des bezogenen Stroms aus erneuerbaren Quellen stammt. Zu Beginn des Berichtszeitraums ist die Energieeffizienz leicht gefallen, jedoch konnte sie von 74 % im Jahr 2021 auf 77 % im Jahr 2022 wiederum verbessert werden. Der Anteil an Erd- und Prozessgasen konnte im Berichtszeitraum von 710 MWh im 2020 auf 676 MWh im Jahr 2022 reduziert werden.

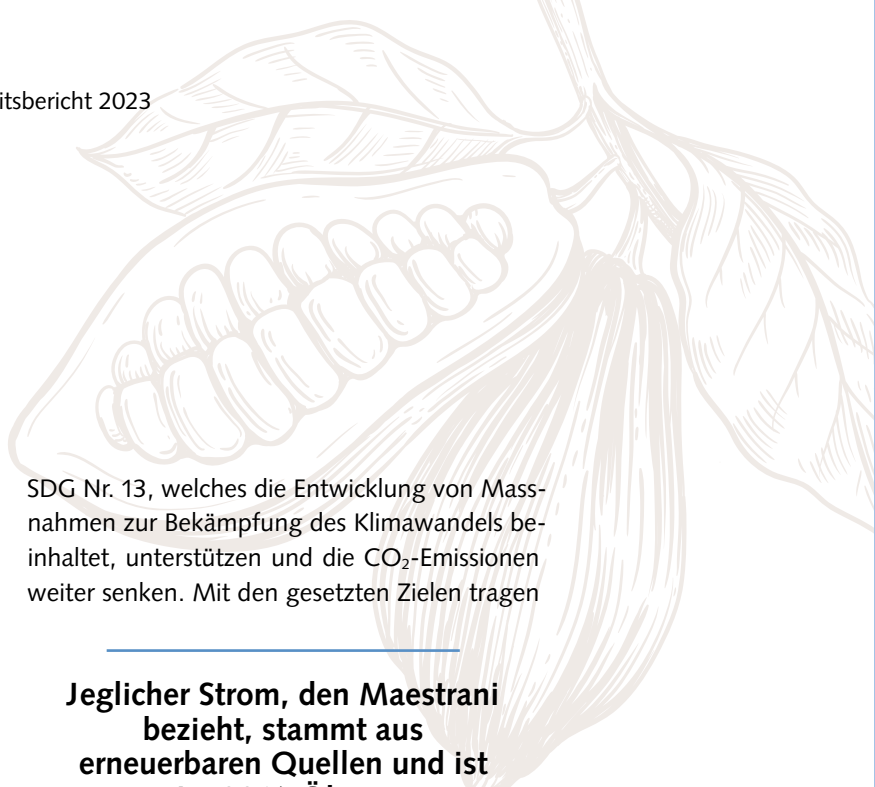


CO₂-Emissionen



CO₂-Emissionen in Tonnen pro Jahr

Die CO₂-Emissionen konnten kontinuierlich reduziert werden.



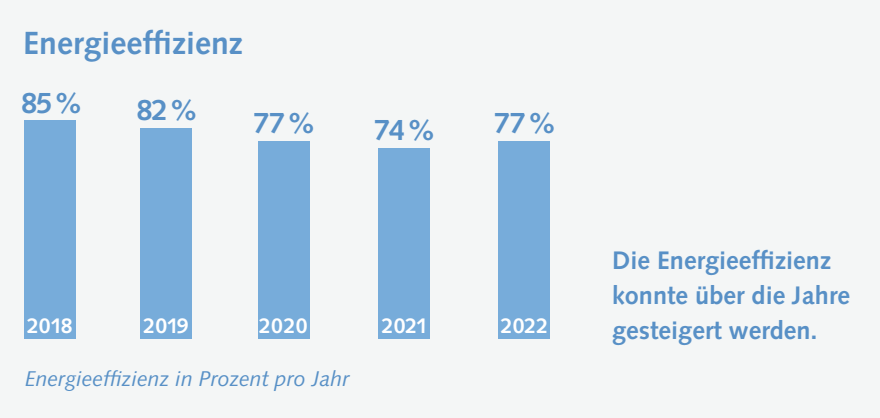
Ziele von Maestrani bei CO₂-Emissionen und Energieverbrauch

Wir wollen unsere Energieeffizienz bis ins Jahr 2026 auf 80 % steigern. Gleichzeitig wollen wir die von uns benötigte Energie und dabei konkret den Stromverbrauch von Maestrani bis 2026 um 5 % reduzieren. Speziell hervorgehoben soll folgendes Ziel werden: Der Standort Flawil soll zu nettonull CO₂-Emissionen gelangen. Hierfür werden wir in den kommenden Jahren eine erneute Vereinbarung mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) treffen und Massnahmen definieren. Zur Erreichung der Klimaziele werden wir die Absichtserklärung der SBTi im Jahr 2023 unterzeichnen und untenstehende Ziele der Emissionsreduktion umsetzen, wodurch wir das UNO

SDG Nr. 13, welches die Entwicklung von Massnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels beinhaltet, unterstützen und die CO₂-Emissionen weiter senken. Mit den gesetzten Zielen tragen

Jeglicher Strom, den Maestrani bezieht, stammt aus erneuerbaren Quellen und ist somit 100 % Ökostrom.

wir auch in Zukunft zum SDG Nr. 7 bei. Konkret werden bei Maestrani nur erneuerbare Energien eingesetzt und dadurch saubere Energietechnologien gefördert.



CO₂-Emissionen und Energieverbrauch

	Nachhaltigkeitsziele	KPIs	SDGs	Status
Herstellen	Maestrani senkt ihre Scope 1- und Scope 2-Emissionen um mindestens 4.2 % jährlich und ihre Scope 3-Emissionen um mindestens 2.5 % jährlich, im Einklang mit der SBTi ab 2024.	Treibhausgasemissionen Scope 1, 2, 3		
	Bis 2026 wird die Energieeffizienz auf 80 % gesteigert.	Energieeffizienz (Energie pro Tonne)		
	Bis 2026 wird der eigene Stromverbrauch um 5 % reduziert.	Stromverbrauch pro Jahr		

Im Interview



Thomas Pesenti
(Berater EnAW, dipl. El. Ing. ETHZ, PED IMD)



Welche Vorteile entstehen aus der „Partnerschaft“?

„Ein grosser Vorteil aus der Partnerschaft ist, dass die EnAW eine unabhängige Stelle ist und in verschiedenen Themen rund um den Bereich Energie- und Ressourceneffizienz entsprechend individuell auf Maestrani eingehen kann. Unabhängige Zweitmeinungen können eingeholt werden und lassen die Entwicklung einer vertrauensvollen Beziehung zu. Gleichzeitig gibt es der EnAW die Möglichkeit, einen stärkeren Einblick in eine Branche – in diesem Fall die Schokoladen-Branche – zu erlangen. Durch neue Impulse der EnAW und unternehmensspezifische Aspekte von Maestrani können beide Seiten von einem wechselseitigen Wissensaustausch profitieren.“

Welche Tätigkeiten werden von der EnAW verrichtet?

„Als Non-Profit Organisation ist es das Ziel der EnAW, industrielle Unternehmen in der proaktiven Umsetzung von Initiativen im Bereich der Energie- und Ressourceneffizienz zu begleiten und zu unterstützen. Jene Unternehmen, die in Beratung durch die EnAW stehen, erhalten ein Zertifikat, welches die Zusammenarbeit bestätigt und ihnen somit die Möglichkeit zur Kommunikation dieser Tatsache bietet. Da Fairtrade einen ganzheitlichen Ansatz verfolgt, enthalten die Fairtrade-Standards darüber hinaus Kriterien zu demokratischen Organisationsstrukturen, Umweltschutz und sicheren Arbeitsbedingungen. Dank den Produzenten-Netzwerken erhalten die Fairtrade-Genossenschaften zudem Unterstützung vor Ort.“

Was wurde durch die Zusammenarbeit von der EnAW und Maestrani bereits erreicht?

„Maestrani war schon weitgehend dekarbonisiert, bevor CO₂-Emissionen zu einem allgegenwärtigen Thema wurden. Die Zielvereinbarungen und deren Verlängerung bis ins Jahr 2024, welche Maestrani und die EnAW gemeinsam erarbeitet und festgelegt haben, konnten weit übertroffen werden.“

Maestrani war schon weitgehend dekarbonisiert, bevor CO₂-Emissionen zu einem allgegenwärtigen Thema wurden.“

Wie sehen die gemeinsamen Zukunftspläne der EnAW und Maestrani aus?

„Auch in den kommenden Jahren werden uns Energiethemen kontinuierlich beschäftigen. Die derzeitige geopolitische Situation lässt Themen rund um den Energieverbrauch immer wichtiger werden und zeigt auf, dass wir uns damit auseinandersetzen müssen. Der Blick in die Zukunft und die Vorbereitung auf eventuell eintretende Szenarien ist deshalb von enormer Bedeutung. Mit einer vorausschauenden Planung sowie einer guten Zusammenarbeit lassen sich Risiken minimieren, die Energieeffizienz verbessern und geplante Massnahmen umsetzen und dadurch die definierten Ziele erreichen. Gleichzeitig erfordern die laufenden Gesetzesänderungen neue Zielvereinbarungen bis ins Jahr 2040. Maestrani ist sehr fortschrittlich unterwegs und bringt sich zukunftsorientiert ein. Das Ziel der EnAW ist es, Maestrani während des Übergangs in diese neue und herausfordernde Phase im Energiebereich zu begleiten und kompetent zu unterstützen.“



Marco Fasoli
Werkstatteleiter / Umwelt-
und Energiebeauftragter

“Die Verbesserung unserer Energieeffizienz und die nachhaltige Gestaltung unserer Produktionsprozesse ist ein integraler Bestandteil meiner täglichen Arbeit.”



4.4 Ressourcenmanagement

An unserem Produktionsstandort in Flawil nehmen wir uns der Steigerung der Ressourceneffizienz und der optimalen Nutzung aller Ressourcen an, welche laufend gemessen und weiterentwickelt werden.

Auswirkungen von Maestrani

Neben den verwendeten Rohwaren für die Herstellung der Schokolade haben auch die von Maestrani verwendeten Materialien, wie das Verpackungsmaterial, Auswirkungen auf die Umwelt. So bestehen gewisse Verpackungsmaterialien aus nichterneuerbaren Ressourcen, und die Herstellung der Verpackungen benötigt Energie und Wasser. Des Weiteren entstehen im Produktionsbereich auch Abfälle, welche

Emissionen mit sich bringen. Aufgrund von Änderungen in unserem Produktportfolio sowie durch teilweise reduzierte Lotgrößen und einen Anstieg der Komplexität sind im Berichtszeitraum die Abfälle gestiegen. Hierbei handelt es sich vorwiegend um Verpackungsmüll, wie Holzpaletten und Karton.

Somit haben das Ressourcen- und Abfallmanagement einen direkten Einfluss auf die Umwelt und die Biodiversität. Dieser Auswirkungen sind wir uns bewusst und haben folgende Massnahmen ergriffen.

Massnahmen von Maestrani

Damit der Ressourceneinsatz erfasst wird und Massnahmen ergriffen werden können, verfügt Maestrani seit 2010 über ein detailliertes Kennzahlensystem, welches bei Bedarf stetig weiterentwickelt wird. Erfasst werden beispielsweise sämtliche Abfälle und die Sortierung in recycelfähiges oder zu vernichtendes Material.

Die Verpackung der Munz Swiss Organic Bio-Linie ist aus Graskarton – der Wasserverbrauch bei der Verpackungsherstellung konnte dadurch halbiert werden.

Zusätzlich unterscheiden wir zwischen recycelfähigem, organischem und Mischabfall. In der Gruppe der Mischabfälle befinden sich Holz, Bauschutt usw. Sollte hier ein Anstieg eines bestimmten Abfalles stattfinden, wird er separat weiterverfolgt und entsprechende Gegenmassnahmen eingeleitet.

Auf Basis sämtlicher erfasster Daten und deren Auswertungen führen wir Mitarbeiterschulungen durch und leiten erforderliche Optimierungen an Maschinen und Abläufen ein. Sowohl bei der Entwicklung neuer Produkte wie auch bei der Anschaffung neuer Anlagen sind die zu erwartenden Verlustsätze sowie Materialeffizienzen von grosser Bedeutung.

In Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten haben wir im Berichtszeitraum Massnahmen zur Verringerung der in diesem Zeitraum gestiegenen Verpackungsabfälle sowie zum generellen Wareneinsatz eingeleitet. Durch unsere jährlichen Lieferantenbeurteilungsgespräche konnten unsere Lieferanten zum Teil dazu motiviert werden, ökologisch relevante Projekte im Rahmen ihrer Prozesse zu forcieren. Des Weiteren arbeitet Maestrani daran, die Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft mit

einer gezielten Lieferantenauswahl zu verringern. Zum Beispiel legen wir bei der Herstellung von Verpackungsmaterialien besonderen Wert auf umweltschonende und energieeffiziente Produktionsverfahren der jeweiligen Hersteller, damit die Auswirkungen auf die Umwelt durch das von Maestrani verwendete Verpackungsmaterial verringert werden können. Zudem wird beim Einkauf von Verpackungsmaterialien auf möglichst kurze Transportwege geachtet, wodurch der Ausstoss von CO₂-Emissionen auf einem Minimum gehalten werden kann. Ausserdem werden von den Lieferanten innovative Vorschläge erwartet, um die Nachhaltigkeit der Verpackungen stetig zu verbessern.

Alle unsere Verpackungen müssen den Schutz unserer Produkte vor Ausseneinwirkungen gewährleisten. Auf der Basis eines sich stetig entwickelnden Angebotes an modernen Verpackungsmaterialien haben wir damit begonnen, die von uns eingesetzten Verpackungen hinsichtlich ihrer ökologischen Auswirkungen bei ihrer Herstellung und Entsorgung zu analysieren und gegebenenfalls alternative Materialien einzusetzen. Hierzu zählt der Einsatz von biologisch abbaubarer Folie ebenso wie Verpackungen mit hohem Anteil an recyceltem Material. Um den Einsatz an Verpackungsmaterial pro Gewichtseinheit Schokolade zu optimieren, werden, wo immer möglich, die Materialstärken reduziert. Hieraus ergibt sich ein verringerter Materialeinsatz und damit eine geringere Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen.



Bisherige Fortschritte von Maestrani

Anhand des internen Kennzahlensystems kann Maestrani die verarbeiteten Ressourcen genau quantifizieren und spezifische Aussagen hinsichtlich des Ressourceneinsatzes machen. Das bietet uns die Basis für die Initiierung neuer Massnahmen. Ausserdem können wir dank der Erfassung sämtlicher Abfälle und der Sortierung in recycelfähiges oder zu vernichtendes Material den Anteil an recycelfähigem Material steigern und Abfälle generell reduzieren.

Im Zuge der definierten Wachstumsstrategie (siehe Kapitel 1.2) und eines komplexeren Produkt-Portfolios ist die verarbeitete Menge an Rohwaren und Verpackungsmaterialien gestiegen. Deshalb sind auch die Abfallmenge und der Wasserverbrauch in absoluten Zahlen von 2020 bis 2022 gestiegen (siehe Kapitel 7.2). Investitionen in einen energieeffizienteren Maschinenpark haben uns jedoch geholfen, den relativen Anteil organischen Abfalls zu reduzieren, wodurch eine effizientere Verwendung der Ressourcen gewährleistet ist.

Im Verpackungsbereich konnten zwischen 2020 und 2022 die von uns verwendeten Sekundärfolien für die Markenprodukte von Munz und Minor um 20 % der Stärken reduziert werden. Zudem haben wir die Kartonetuis für die Munz Swiss Organics Bio Linie auf Graskarton umgestellt. Dadurch wurde der Wasserverbrauch bei der Produktion der Etuis mehr als halbiert. Ausserdem wird der von uns verwendete Aluminiumumschlag mit bis zu 60 % Recyclinganteil hergestellt.

Verpackungen bestehen, wann immer möglich, aus recycelten oder biologisch abbaubaren Materialien.

Im Jahr 2021 hat Maestrani die „Zertifizierung der Stiftung Natur & Wirtschaft für naturnahe Firmenareale“¹¹ erhalten. Ganze 92 % des Produktionsstandortes in Flawil bestehen aus naturnahen Strukturen, wie beispielsweise Magerwiesen oder einem Feuchtbiotop. Die erforderlichen Kriterien wurden somit weit übertroffen. Mit dem begrünten Flachdach des Gebäudes fördern wir zudem die Artenvielfalt, was zum Erhalt der Biodiversität bei.



¹¹ Stiftung Natur & Wirtschaft – Zertifizierte Areale: https://www.naturundwirtschaft.ch/de/assets/ArealeCSV/Arealliste_Website_2023_dreisprachig_01.02.2023.pdf

Ziele von Maestrani im Ressourcenmanagement

Wir wollen innerhalb des unternehmerischen Handelns nur so wenig Ressourcen wie notwendig einsetzen. Gerade beim Verbrauch von natürlichen Ressourcen sehen wir uns verpflichtet, den Einsatz laufend zu optimieren. Dazu haben wir unter anderem in allen drei Bereichen des Abfallmanagements (recyclfähig, organisch, Mischabfall) Zielwerte definiert. Die totale Abfallmenge soll bis ins Jahr 2026 um 20 % verringert werden.

Bei den Verpackungsmaterialien ist es unser Ziel, den Recyclinganteil bis 2026 weiter zu steigern. Zusätzlich sollen die eingesetzten Materialstärken weiter reduziert werden und der Verpackungsmaterialeinsatz unserer Produkte bis Ende 2026 um durchschnittlich 10 % verringert werden. Mit unseren gesetzten Zielen können wir das SDG Nr. 12 und damit die Förderung von nachhaltigen Produktionsmustern unterstützen. Dabei können wir spezifisch die Reduktion von Abfall durch Verminderung und Wiederverwertung von Materialien vorantreiben.

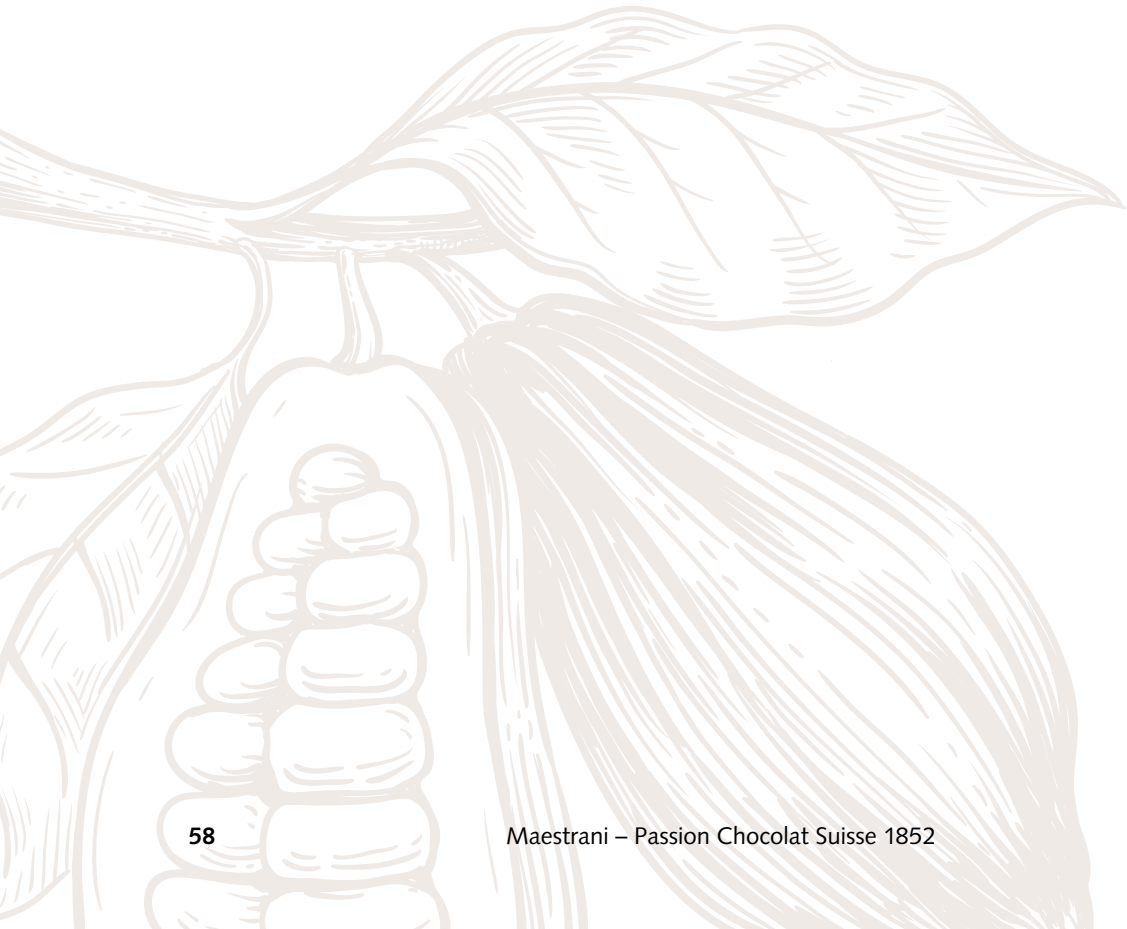
Ressourcenmanagement

	Nachhaltigkeitsziele	KPIs	SDGs	Status
Herstellen	Von 2022 bis 2026 wird die totale Abfallmenge um 20 % reduziert.	Tonnen Abfallmenge (recyclbar, organisch, sonstiges)		
	Bis Ende 2026 wird der Verpackungsmaterialeinsatz um durchschnittlich 10 % verringert.	% verarbeiteter Materialien in Verpackungen		



André Pfister
Abteilungsleiter Produktion

“Standardisierte Prozesse, umsichtige Planung und bewusstes Handeln helfen uns, die Verschwendung von Ressourcen zu minimieren.”





5 Geniessen

Der dritte Teil unserer Wertschöpfungskette orientiert sich an den nachgelagerten Tätigkeiten im Markt und im Konsum. Er deckt zwei ganz zentrale Stakeholdergruppen ab. Als eine wichtige Stakeholdergruppe entscheiden die Konsumentinnen und Konsumenten mit dem Kauf unserer Produkte über die wirtschaftliche Nachhaltigkeit der Gesamtunternehmung. Dazu müssen unsere Produkte und Dienstleistungen den Konsumentenbedürfnissen entsprechen.

Wir sind in stetigem Austausch mit unseren Konsumentinnen und Konsumenten und beziehen sie aktiv in die Produktinnovation und -entwicklung mit ein. Mit innovativen, den Ernährungstrends entsprechenden und sicheren Produkten leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Gesundheit der Bevölkerung. Diese Fortschrittsfreude und somit auch das gemeinsame Wachstum findet sich ebenfalls in unserem Purpose wieder.

Die zweite wichtige Stakeholdergruppe bilden unsere Vertriebspartner. Sie sind wichtig, damit unsere Produkte und Dienstleistungen auch effizient und flächendeckend für die Konsumentinnen und Konsumenten verfügbar sind. Der Schweizer Detailhandel ist hochgradig konsolidiert. Gerade deshalb ist es von zentra-

ler Wichtigkeit, dass wir mit den externen Akteuren eine partnerschaftliche, langfristige und nachhaltige Beziehung pflegen. Langfristiger, nachhaltiger Erfolg steht bei Maestrani im Zentrum. So möchten wir schliesslich erfolgreich unser Glück teilen.

Fortschrittsfreude.

Wir wachsen gemeinsam.

Erfolg.

Erfolgreich teilen wir unser Glück.

5.1 Produktinnovation und -entwicklung

Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung der Produkte wollen wir unsere Konsumentinnen und Konsumenten begeistern, indem wir auf ihre Bedürfnisse eingehen und das Sortiment attraktiv und zukunftsfähig halten.

Auswirkungen von Maestrani

Die Produktinnovation und -entwicklung hat direkte Auswirkungen auf die Zufriedenheit der Konsumentinnen und Konsumenten sowie auf deren Gesundheit. Wir nehmen die gesundheitlichen Aspekte, wie beispielsweise den Konsum von Zucker, ernst und bringen uns aktiv in die Diskussion ein. Mit unserem breiten Produktsortiment haben wir einerseits die Möglichkeit, viele Produkte mit unterschiedlichen Eigenschaften anzubieten. Andererseits betreiben wir intensive Forschung und Entwicklung, wodurch Zuckermengen reduziert oder nachhaltigere Alternativen, wie beispielsweise Rohr- oder

Kokosblütenzucker, eingesetzt werden können und gleichzeitig das Geschmackserlebnis und der Genuss bestehen bleiben.

Ausserdem können durch Innovationen die Auswirkungen auf die Umwelt, beispielsweise durch die Verwendung von Schweizer Rohwaren mit kürzeren Transportwegen, verringert und gute Arbeitsbedingungen garantiert werden. Bei Innovationen stehen gesellschaftliche Trends und somit die Konsumentenbedürfnisse im Zentrum. So sind Innovationen für unsere Marken Munz und Minor ein zentrales Instrument, um das Sortiment zeitgemäss und nahe an den Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten zu halten.

Massnahmen von Maestrani

Um die Kundenbedürfnisse zu kennen und darauf einzugehen, pflegen wir einen intensiven Dialog mit unseren Konsumentinnen und Konsumenten, unter anderem auch in unserer Schokoladenerlebniswelt. Wir testen neue



Die Munz Extra-Linie mit Munz Extra Kakao, Munz Extra Nuss und Munz Extra Milch, welche im September 2022 gelauncht wurde.

Produkte bereits in frühen Stadien und holen Rückmeldungen von unterschiedlichen Generationen ein. So entwickeln wir uns immer mehr in Richtung Co-Creation mit den Konsumentinnen und Konsumenten. Wir haben einen standardisierten Fragebogen entwickelt, mit welchem wir innerhalb von zwei Wochen rund 100 Konsumentenfeedbacks repräsentativ und schnell erfassen können. Dieses direkte Feedback gleichen wir dann mit Fach- und Trendstudien ab. Hier lassen wir uns auch von externen, anerkannten Instituten wie dem Zukunftsinstitut (Food-Trend-Map 2022 von Hani Rützler¹²) inspirieren. Die darin identifizierten Foodtrends haben wir für die Genussmittel-Kategorie Schokolade übersetzt und extrahieren daraus drei Stossrichtungen:

• „Local Food“ –

Herkunft Schweiz – Swissness

Dieser Trend hat sich während der Corona-Pandemie noch verstärkt. Gerade bei der Schokolade bevorzugen die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten Produkte, welche im eigenen Land hergestellt werden. Als Schweizer KMU mit 170-jähriger Geschichte sind wir in diesem Thema stark verankert.

• „Nachhaltigkeit“ – übersetzt in „All Natural“

Wir sind überzeugt, dass sich der Anspruch an die Nachhaltigkeit der Produkte bei den Konsumentinnen und Konsumenten durchsetzen wird. Deshalb ist es wichtig für uns, unsere Initiativen mittels dem „All Natural“-Logo zu kennzeichnen. Wir vereinen damit die vier wichtigen Dimensionen von Natürlichkeit, Fairtrade, CO₂-neutral und palmölfrei. Selbstverständlich haben wir weitere Initiativen, die wir auf unserer Homepage¹³ und in diesem Nachhaltigkeitsrapport den Konsumentinnen und Konsumenten näherbringen wollen.

• „Gesundheit“ – Genuss, weniger Zucker, vegan, laktosefrei

Wir sind Genussmittelhersteller und spielen eine andere Rolle in der Ernährungspyramide als Grundnahrungsmittelproduzenten. Der wichtigste Aspekt bei Schokolade und Süßwaren ist der massvolle Konsum, welchen wir über einen bewussten Genuss fördern wollen. Weiter berücksichtigen wir in unserer Produktentwicklung die allgemeinen Ernährungstrends. Wir haben im Bereich alternative Zucker, zuckerreduziert, non-GMO, Halal, Koscher sowie veganer Produkte wichtige Innovationen entwickelt.



v-label.com

Minor Almond und Minor Dark 60% Cocoa – im Jahr 2021 gelaunchte vegane Minor Stängel.

Maestrani gewinnt mit dem Minor Almond den dritten Platz des Swiss Vegan Awards in der Kategorie „Sweet Food & Drinks“.



Mein Stück Glück.
Das Original seit 1936.

Wir führen erfolgreiche Klassiker in unserem Sortiment, die seit Generationen in der Bevölkerung beliebt sind. Ihr Geschmacksprofil hat sich in den Köpfen der Konsumentinnen und Konsumenten fest verankert. Ein gutes Beispiel dafür sind unsere Minor-Riegel, welche seit 1936 im Kern mit derselben Rezeptur hergestellt werden. Um die Produkte trotzdem zeitgemäss zu halten, kommt der Renovation unserer Produkte eine Schlüsselfunktion zu.

Der Leitstern dafür ist unser selbst gesetzter Standard – die „All Natural“-Initiative. Diese beinhaltet auch den Ausschluss von künstlichen Aromastoffen. Bei den Renovationen folgen wir zwei Ansätzen:

• Aufwertung der Rohstoffe

Seit Mitte 2022 stellen wir von „Rain Forest Alliance“-zertifiziertem Kakao auf Fairtrade-Kakao um. Nun verwenden wir 100 % Fairtrade Max Havelaar Kakao für unsere Produkte. Dies ist sicherlich die gewichtigste Aufwertung in Bezug auf Rohstoffe in der Berichtsperiode.

• Anpassung der Rezepturen

Mit der Einführung von „All Natural“ wurde auch das Palmöl ersetzt. Heute verwenden wir in der gesamten Produktion kein Palmöl mehr. Weiter sind wir daran, die künstlichen Aromen auch in den Randsegmenten zu ersetzen. Beide wichtigen Verbesserungen sind nur über die Anpassung der Rezepturen möglich.

Im Private Label-Bereich nutzen wir unser Wissen aus dem Markengeschäft, verbinden es mit der Expertise unserer Auftraggeber und entwickeln innovative, kundenorientierte Spezialitäten. Dabei werden alle Produkte mit nachhaltigen Rohstoffen produziert und sind palmölfrei. Da die Produkte- und Kommunikationshoheit bei unseren Partnern liegt, gehen wir in diesem Rapport nicht weiter auf die Vermarktung in diesem Geschäftsbereich ein.

Bisherige Fortschritte von Maestrani

Um auf die aktuellen Ernährungstrends und die Kundenbedürfnisse einzugehen, wurden im Berichtszeitraum der letzten drei Jahre 5 grundlegend neue Produktinnovationen lanciert und bei 33 % der Produkte die Rezepturen überarbeitet. Das Marketing führt eine jährliche Sortimentsanalyse durch und setzt einen speziellen Fokus auf die Innovationen. Damit werden die Massnahmen gemessen und überprüft, ausserdem werden auch die Ziele im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie kontrolliert. Durch Neu- und Weiterentwicklungen konnten wir bei unseren Konsumentinnen und Konsumenten folgende positive Wirkung erzielen: 39.5 % Bio, 100 % Fairtrade, 100 % palmölfrei, 100 % ohne künstliche Zusatzstoffe. Per Juni 2022 wurden knapp 40 % des Umsatzwachstums durch Innovationen erzielt. Dies unterstreicht die Bedeutung von Konsumententrends sowie die Wichtigkeit der Entwicklung von neuen Produkten und bestärkt uns in der eingeschlagenen Strategie, die wir mit unterstehender Zielsetzung weiterverfolgen.

¹² zukunftsInstitut: <https://www.zukunftsinstitut.de/>

¹³ Maestrani – Nachhaltigkeit: <https://www.maestrani.ch/nachhaltigkeit>

Ziele von Maestrani in der Produktinnovation und -entwicklung

Um die positive Dynamik bei den Produktinnovationen und -entwicklungen weiterzuführen, haben wir uns vier konkrete Ziele gesetzt. Unserer „All Natural“-Initiative kommt bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie eine zentrale Rolle zu. Sie stellt sicher, dass die Konsumentinnen und Konsumenten ihre Mehrwerte erkennen und ihr Konsumverhalten entsprechend darauf ausrichten. In diesem Sinne trägt die Initiative zum SDG Nr. 12 bei, welches auf nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster fokussiert.

Produktinnovation und -entwicklung

	Nachhaltigkeitsziele	KPIs	SDGs	Status
Geniessen	Komplette Umstellung auf den „All Natural“-Standard. Bis spätestens 2026 ist das gesamte Markensortiment auf „All Natural“ umgestellt.	% der Markenartikel, welche dem „All Natural“-Standard entsprechen		●●●
	Wir innovieren weiterhin anhand der relevanten Megatrends: Bio, vegan, laktosefrei, zuckerreduziert und Fairtrade. Mindestens 50 % unserer Innovationen basieren auf diesen Megatrends.	% Innovationen, welche auf Megatrends basieren		●●●
	Im Rahmen der Co-Creation mit Konsumentinnen und Konsumenten bei Innovationen / Renovationen führen wir regelmässige Konsumententests durch. Bis 2026 werden alle Innovationen und alle Renovationen mit neuen Rezepturen bei den Konsumenten abgetestet.	Anzahl durchgeführte Konsumententests	12 KONSUMTINNEN UND KONSUMENTEN	●●●
	Wir etablieren eine GenZ-Supportgruppe zur Sicherstellung der Zukunftsfähigkeit unserer Sortimente. Diese soll im 2023 gegründet werden und sich bis 2026 jährlich 4 x zum Austausch treffen.	Etablierung GenZ-Supportgruppe und Anzahl Meetings		●●●

Die Grundlage für die Erreichung der Ziele haben wir mit der „All Natural“-Initiative gelegt. Unterstützt werden unsere Bestrebungen vom Innovationsprozess, welcher stark auf Co-Creation mit den Konsumentinnen und Konsumenten ausgerichtet ist. Wichtig ist dabei, dass die verschiedenen Altersgruppen auch im Innovationsprozess Gehör finden. Darum soll die GenZ-Supportgruppe sicherstellen, dass wir auch die Bedürfnisse der jungen Zielgruppe in unseren Innovationsprozess aufnehmen.

Im Interview



Prof. Dr. Pietro Beritelli
(Institute for Systemic Management and Public Governance (IMP-HSG) Research Center for Tourism and Transport)



Welche Bedeutung hat das Thema Nachhaltigkeit aktuell bei den Konsumentinnen und Konsumenten?

„Das Thema Nachhaltigkeit begleitet alle Menschen in der heutigen Gesellschaft. Seit einigen Jahren ist es nicht mehr wegzudenken. Ich meine, dass es die nächsten Generationen stark beschäftigen und in ihrem Konsumverhalten beeinflussen wird.“

Wie hat sich das Einkaufsverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten aufgrund der zunehmenden Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen verändert?

„Konsumentinnen und Konsumenten, die aufmerksam sind und es sich finanziell leisten können, nachhaltig hergestellte Produkte zu kaufen, bevorzugen diese vermehrt. Gerade in der Schweiz ist das Bewusstsein bei breiten Kreisen in der Bevölkerung angekommen. Ich denke, dass sich viele Konsumentinnen und Konsumenten aufgrund des Informiert-Seins und der Bildung, mit Produkten aus nachhaltiger Herkunft beschäftigen. Ein informierter Konsument ist automatisch auch kritisch.“

Was bedeutet dies für Unternehmen?

„Aus den obigen Überlegungen heraus, gilt es für Unternehmen, ihre gesamte Wertschöpfungskette bezüglich Prinzipien der Nachhaltigkeit zu überprüfen und laufend zu verbessern.“

„Dabei geht es auch um faire und soziale Partnerschaft mit Mitarbeitenden und Geschäftspartnern sowie zukunftsweisende Investitionen. Zudem ist es zentral, die KonsumentInnen zu informieren und den Nutzen zu vermitteln.“

Wie schätzen Sie das Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten an einem Nachhaltigkeitsprogramm wie „All Natural“ ein?

„All Natural beinhaltet ja verschiedene Nachhaltigkeitsmehrwerte wie Fairtrade-Kakao oder CO₂-Kompensation. Der Verzicht auf künstliche Zusatzstoffe im Programm „All Natural“ ist ein gutes Beispiel, wie sich auf konkrete Weise Produkte höchster Qualität wieder mit der traditionellen Manufaktur aus früheren Zeiten verbinden lassen. Es ist auch ein klares Bekenntnis, das die KonsumentInnen direkt anspricht und die Wertigkeit eines Produktes hervorhebt. Schokolade ist ein hochwertiges Produkt. Ich denke, viele Konsumentinnen und Konsumenten sind bereit, den Genuss in dieser Hinsicht zu schätzen und zu bezahlen.“

Maestrani übernimmt Verantwortung, indem sie sich im Nachhaltigkeitsbericht auf alle relevanten Teilaspekte des Themas bezieht.

Wie schätzen Sie das Commitment von Maestrani bezüglich Nachhaltigkeit ein?

„Als Schokoladenhersteller ist Maestrani prädestiniert, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen. Allein die Zutaten für Schokolade kommen aus der ganzen Welt. Wenn ich Schokolade esse, bin ich wörtlich mit der ganzen Welt verbunden. Dieses Gefühl löst nicht nur Glück, sondern auch Verantwortung aus. Dieser Verantwortung stellt sich Maestrani, indem sie sich im Nachhaltigkeitsbericht auf alle relevanten Teilaspekte des Themas bezieht. Hier sind nicht nur Wertvorstellungen und Absichten, sondern konkrete Resultate nachzulesen.“

“Mit „All Natural“ gehen wir in seiner Gesamtheit weiter als der Wettbewerb. Wir stiften konsumenten-relevante Mehrwerte und machen einen Unterschied für Mensch und Natur.”



Valentin Haag
Leiter Marketing

5.2 Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen

Eine partnerschaftliche Beziehung mit unseren Geschäftspartnern ist für den Absatz unserer Produkte und die Umsetzung gemeinsamer Nachhaltigkeitsziele essenziell.

Auswirkungen von Maestrani

Dank seiner vielen unterschiedlichen Geschäftsbeziehungen hat Maestrani direkte und indirekte Auswirkungen auf die Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft. Mit der Globalisierung werden die Lieferketten zunehmend vernetzter. Neben positiven Auswirkungen, wie dem Entstehen von Synergien, ergeben sich auch negative Auswirkungen – zum Beispiel der CO₂-Ausstoss während des Transports. Um nachhaltiges Handeln zu fördern, pflegen wir enge Beziehungen zum Markt und unseren Stakeholdern.

[GRI 2-6] Unsere Geschäftskunden sind einerseits die Private Label-Kunden, also Unternehmen, für deren Marken wir Schokolade herstellen. Andererseits sind unsere Vertriebspartner (Retailer, Kioske, Convenience Stores, Cash & Carry, etc.) die Geschäftskunden für die Marken und unsere Kooperationspartner (Tourismusorganisationen, Dienstleister etc.) die Geschäftspartner des Chocolariums. Sie verbinden die Maestrani-Produkte mit unseren Konsumentinnen und Konsumenten. Eine partnerschaftliche Beziehung ist essenziell, nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen, sondern auch für die Umsetzung gemeinsamer Nachhaltigkeitsziele. So versuchen wir, auch nachhaltigen Einfluss auf die nachgelagerte Wertschöpfungskette zu nehmen.

Massnahmen von Maestrani

Die Ansprüche unserer Geschäftskunden sind in den letzten Jahren stetig gestiegen. Sie alle haben ihre eigenen Nachhaltigkeitsprogramme mit den entsprechenden Standards. Unsere Ambition ist es, diese nicht nur zu erfüllen, sondern das Thema Nachhaltigkeit gemeinsam mit dem Kunden weiterzuentwickeln. Dabei gibt es drei Stufen der Kooperation:

- 1. Produktlabel / Standardart:** Die Kunden beziehen von uns Produkte mit einem spezifischen Standard oder Label, für welches wir die Voraussetzungen erfüllen müssen. Beispielsweise produzieren wir für einen Private Label-Kunden Bio-/Fairtrade-Schokolade und werden für die verwendeten Labels (siehe Kapitel 3) entsprechend zertifiziert.
- 2. Nachhaltigkeitsprogramm entlang der Supply Chain:** Die Kunden initiieren Nachhaltigkeitsprogramme, welche Supply Chain übergreifend sind. Maestrani leistet dann den entsprechenden Beitrag für die einzelne Verarbeitungstufe. Als aktuelles Beispiel sei hier die SBTi-Einführung genannt, welche sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette entfaltet.
- 3. Von Maestrani initiierte Projekte:** Wir denken bei Nachhaltigkeit holistisch und über die gesamte Wertschöpfungskette. So integrieren wir die Kunden, wenn möglich und nötig, in unsere Projekte. Beispielsweise werden wir für einen Private Label-Kunden ein gemeinsames Projekt mit Fairtrade Max Havelaar starten. Bei anderer Gelegenheit haben wir in einer Spezialaktion, gemeinsam mit einem Retail-Kunden, einen Betrag in der Höhe von 27'000 CHF für die Stiftung Theodora gesammelt.

Wir fokussieren vor allem auf die Stufen zwei und drei in der Zusammenarbeit. Hier haben wir direkten Einfluss und erzielen die höchste Wirkung. Eine Initiative, welche wir, wie auf der vorhergehenden Seite erwähnt, mit einem unserer Grosskunden durchführen, ist die Unterstützung der Stiftung Theodora.¹⁴ Diese setzt sich dafür ein, Kindern in Spitälern und mit Behinderung in spezialisierten Institutionen wieder ein Lachen sowie Freude und wertvolle Momente der Abwechslung schenken zu können. Mit jedem Kauf eines spezifischen Produktes unserer Marke Munz wurde ein bestimmter Betrag an Theodora gespendet.



Unsere Kunden und Partner gehören zu unseren wichtigsten Stakeholdergruppen (siehe Kapitel 2.2). Der Austausch mit ihnen ist zentral und gestaltet sich je nach Segment unterschiedlich.

Im **Partnergeschäft** (Private Label) arbeiten wir mit gemeinsamen Innovationsworkshops, Trendscoutings sowie regem Erfahrungsaustausch. Im **Markengeschäft** werden kundenspezifische Businesspläne erarbeitet, bei denen die Nachhaltigkeit heute schon eine wichtige Rolle spielt. Diesen Ansatz wollen wir konkretisieren und strukturieren. Dabei sollen mit den Kunden verbindliche Aktivitäten mit Zeitvorgaben und Verantwortlichkeiten definiert werden. Die kommerziellen Massnahmen und Schritte zur Erreichung dieser Ziele sind identifiziert und teils schon in Umsetzung begriffen. Aus Gründen der kommerziellen Vertraulichkeit wird in diesem Nachhaltigkeitsbericht nicht näher darauf eingegangen. Für das **Chocolarium** ist der Einbezug von Nachhaltigkeitskriterien im Partner Management ein relativ neuer Ansatz. Hier geht es darum, dem Vorgehen eine Struktur zu geben und die Kriterien zu definieren.

Bisherige Fortschritte von Maestrani

Bei unseren Geschäftsbeziehungen mit unterschiedlichen Partnern sehen wir uns mit verschiedenen Machtverhältnissen konfrontiert und verfügen dadurch über eine verschieden starke Durchschlagskraft. Mit einem kooperativen Ansatz und gemeinsamen Zielen können wir viel bewegen. Maestrani führt zusammen mit seinen Geschäftspartnern Innovationsworkshops mit Produkte- und Nachhaltigkeitsbezug durch. In diesem Rahmen ergibt sich ein wechselseitiger Knowhow-Austausch, von dem beide Seiten profitieren und die Initiierung gemeinsamer Projekte unterstützt wird.

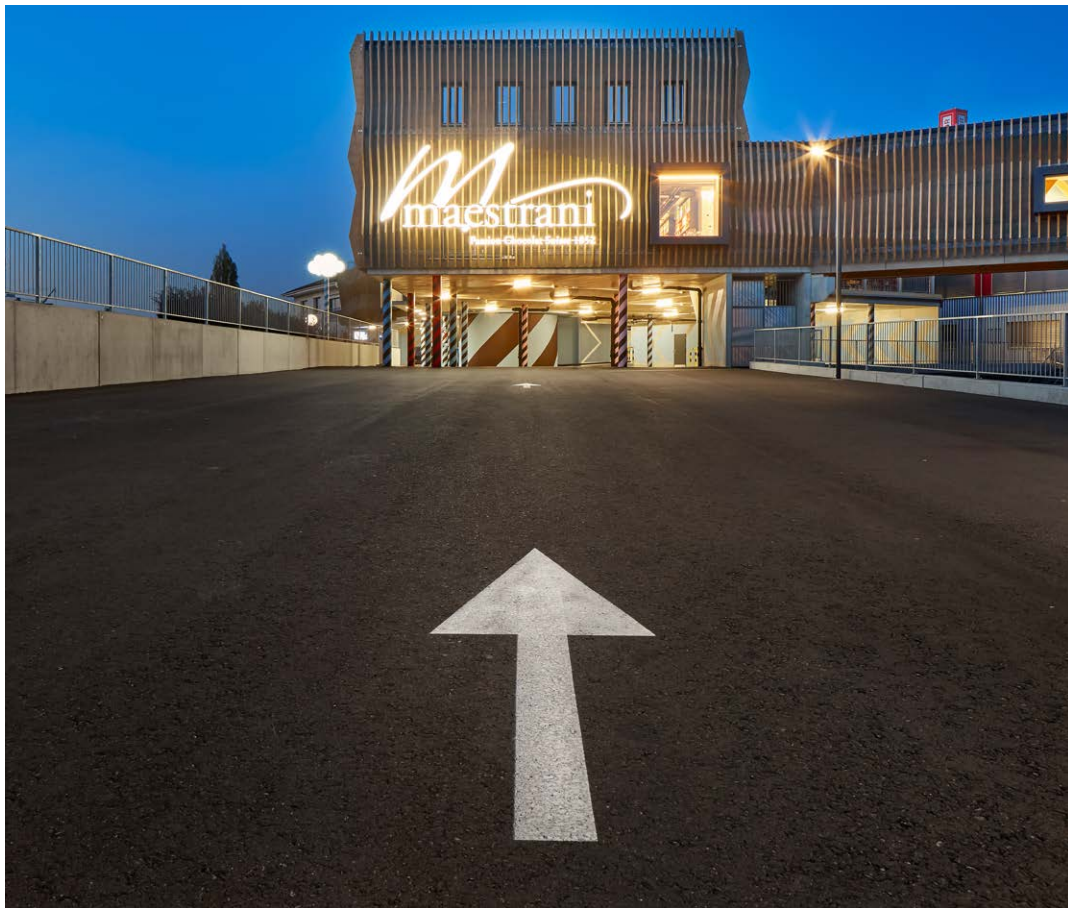
¹⁴ Stiftung Theodora: <https://theodora.ch/de/>

Ziele von Maestrani bei Geschäftsbeziehungen

Um die partnerschaftlichen Kundenbeziehungen weiterzubringen und ambitionierte Nachhaltigkeitsstrategien zu entwickeln, haben wir uns Ziele gesetzt. An diesem Punkt müssen wir für unsere Ambitionen, Ziele und Messgrössen einen gewissen Vorbehalt einbringen. Die Beziehung mit Kunden versuchen wir möglichst partnerschaftlich zu gestalten. Die Machtverhältnisse in der Beziehung sind aber oftmals so gelagert, dass wir von einem gewissen Wohlwollen der Kunden für solche Nachhaltigkeitsinitiativen abhängig sind. Wir sind jedoch der Überzeugung, dass gerade diese Initiativen für die gemeinsame Zusammenarbeit und in Zukunft zentral sind.

Indirekt zahlt eine partnerschaftliche Beziehung auf mehrere SDGs ein, denn sie ist oftmals die Grundlage für die Umsetzung von Initiativen. Direkt kann an dieser Stelle das SDG Nr. 17 und damit die Partnerschaften genannt werden, welche zur Erreichung der Ziele beitragen. Hier geht es um den Gedanken der Gesamtsicht über die Supply Chain, welcher so wichtig für die Umsetzung und Erreichung der Ziele ist.





“ Die Zusammenarbeit mit unseren „Private Label“-Kunden im Bereich Bio-Schokolade stellt für Maestrani ein wichtiges Standbein dar. Im Fokus dabei steht der partnerschaftliche Umgang, wobei wir von einem wechselseitigen Knowhow-Austausch profitieren. ”

Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen

	Nachhaltigkeitsziele	KPIs	SDGs	Status
Geniessen	Unsere strategischen Detailhandels-Grosskunden haben einen Entwicklungsplan mit gemeinsamen Nachhaltigkeitsstandards oder -initiativen. Bis 2026 haben 3 Kunden einen solchen Plan und bis 2030 erhöhen wir die Anzahl auf 5.	Anzahl Grosskunden mit Entwicklungsplan und gemeinsamen Nachhaltigkeitsinitiativen		
	Initiierung und / oder Partizipation von Nachhaltigkeitsprojekten mit Private Label-Kunden. Bis 2026 starten wir 3 relevante Projekte mit Private Label-Partnern. Bis 2030 erhöhen wir diese auf 5.	Anzahl Nachhaltigkeitsprojekte mit Private Label-Kunden		
	Erhöhung des Fokus auf nachhaltige Kriterien im Chocolarium Partner-Netzwerk. Bis 2026 haben wir ein System etabliert und Nachhaltigkeit als Bewertungskriterium für unsere Partner eingeführt.	Anzahl nachhaltiger Kriterien bei der Zusammenarbeit mit Chocolarium-Partnern		



Fabienne Neuenschwander
Product Managerin Private Label

6 Corporate Governance

6.1 Unternehmensorganisation

[GRI 2-1] Maestrani Schweizer Schokoladen AG ist eine Aktiengesellschaft in Familienbesitz. 95 % der Aktien befinden sich seit 100 Jahren im Privatbesitz derselben zwei bzw. drei Familien. Im Jahr 2022 wurde im Verwaltungsrat ein Generationenwechsel vorgenommen.

Impulse der Eigner fließen organisatorisch via Generalversammlung der Aktionäre sowie durch den Einsitz im Verwaltungsrat mit ein. Strategisch wird die Kohärenz durch die Eignerstrategie sowie die Mitarbeit im Verwaltungsrat sichergestellt. Die Eignerstrategie gibt Auskunft über die Vision, die Werte, die langfristige Zielsetzung, die Steuerung und Führung sowie das Controlling. In dieser obersten Richtlinie ist die Verpflichtung zur Nachhaltigkeit festgehalten (siehe Kapitel 1.2). Die Organisation der Geschäftsleitung folgt der Unternehmensstrategie und dem Purpose (siehe Kapitel 1.3). Sie besteht im Kern aus drei Mitgliedern, welche alle einen operativen Bereich verantworten. Für das Prosperieren der Unternehmung ist jedoch die erweiterte Geschäftsleitung das entscheidendere Gremium. Zusammen sind so acht Schlüsselmitarbeitende zuständig für die Strategieumsetzung und den gesamten operativen Betrieb von Maestrani.

Die beiden Purpose-Bausteine „Selbstorganisation“ sowie „Maestrani-Familie“ – drücken unsere flache und durchlässige Organisationsform aus. Wo immer möglich, kommt Eigeninitiative und Selbstverantwortung vor hierarchischen Strukturen. Mit viel Vertrauen unter- und ineinander begreifen wir Probleme, die sich aus Herausforderungen und Fehlern ergeben, als Lernfelder.

Dank unseres internen Kommunikationssystems (Beekeeper), regelmässigen Info-Veranstaltungen, unserem Mitarbeitermagazin (2–3 × pro Jahr) sowie Team-Meetings findet ein reger Austausch zwischen den Teams und den einzelnen Verantwortungsebenen statt.

6.2 Generalversammlung der Aktionäre

[GRI 2-9] Oberstes Organ der Gesellschaft ist die Generalversammlung der Aktionäre, deren Befugnisse in den Statuten des Unternehmens geregelt sind. Die ordentliche Generalversammlung findet innerhalb von sechs Monaten nach Ende des Geschäftsjahres statt. Unter anderem wird der Verwaltungsrat im Rahmen der Generalversammlung gewählt.

Die Exekutivorgane der Aktiengesellschaft

- Der Verwaltungsrat
- Der Verwaltungsratspräsident
- Die Geschäftsleitung

Das Organisationsreglement regelt die Aufgaben und Befugnisse der Exekutivorgane der Gesellschaft. Der Ethikcode formuliert die moralischen Basiswerte.

6.3 Verwaltungsrat (VR)

Der Verwaltungsrat ist das höchste Leitungsorgan der Unternehmung (highest governance body). Seine Aufgaben und Kompetenzen sind in der Eignerstrategie, dem Organisationsreglement, den Statuten sowie dem Gesetz geregelt.

Konstituierung des Verwaltungsrates

[GRI 2-9, 2-10]

Der Verwaltungsrat besteht aus mindestens fünf Personen. Die Verwaltungsräte werden für eine Amtsdauer von einem Jahr durch die Generalversammlung gewählt. Bei einem Wechsel in der Zusammensetzung, respektive zur Rekrutierung von neuen Mitgliedern, wird eine Findungskommission aus Mitgliedern des VR's gegründet. Diese selektiert verschiedene Kandidaten nach einem vorgängig abgestimmten Kriterienkatalog, welcher sich aus Kriterien wie vorhandenen Kompetenzen, Diversität in Bezug auf Alter und Geschlecht, Erfahrungshintergrund und Leistungsausweisen

Fotograf:
Marco Laboria
Agentur:
Simple



zusammensetzt. Anschliessend präsentiert die Findungskommission dem Verwaltungsrat eine Shortlist mit Empfehlungen. Der VR schlägt den Kandidaten / die Kandidatin der Generalversammlung dann offiziell zur Wahl vor.

Der Verwaltungsrat bezeichnet einen Sekretär / Sekretärin, der / die nicht Mitglied des Verwaltungsrates zu sein braucht. Die Aufgaben sind in einem separaten Stellenbeschrieb aufgelistet.

Zusammensetzung des Verwaltungsrates

[GRI 2-9]

Die Generalversammlung ist auch für die optimale Zusammensetzung des Verwaltungsrates zuständig. Der Verwaltungsrat deckt alle für den Geschäftsgang wichtigen Kompetenzen ab. Der Verwaltungsrat der Maestrani Schweizer Schokoladen AG besteht aus folgenden Mitgliedern:

- Roland Berner, Zürich
- Dominik Hanslin, Mauren (FL)
- Nicole Herzog, Wabern
- Markus Vettiger, Altendorf
- Diego Zoller, Jona

Unabhängigkeit des Verwaltungsrates

[GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-15]

Maestrani übt strukturelle Gewaltentrennung. Mitglieder der Geschäftsleitung sind weder Aktionäre, noch sind sie im Verwaltungsrat tätig. Die Verwaltungsräte können weitere Mandate annehmen oder innehaben. Keiner ist jedoch bei einem direkten Stakeholder von Maestrani engagiert, was die grundsätzliche Unabhän-

gigkeit des Gremiums sicherstellt. Sollte diese Unabhängigkeit bei einzelnen Geschäften (z.B. externe Dienstleister) in Frage gestellt sein und zu Interessenkonflikten führen, muss der entsprechende Verwaltungsrat gemäss Organisationsreglement in den Ausstand treten.

Diversität und Stakeholder im Gremium

[GRI 2-9]

Mit zwei Vertretern der Besitzerfamilien sind wichtige Stakeholder direkt im Verwaltungsrat vertreten. Sie werden mit externen, unabhängigen Spezialisten und Spezialistinnen ergänzt. Der Verwaltungsrat besteht aktuell aus vier Männern und einer Frau, wobei vier davon in der Schweiz wohnen und einer im Ausland. Während die Kompetenzen breit abgestützt sind und die Diversität in Bezug auf Alter gegeben ist, könnte der Frauenanteil weiter gesteigert werden.

Compliance [GRI 2-27]

Das Thema Compliance, respektive die Einhaltung von Regeln und Gesetzen, wird bei Maestrani über sämtliche Hierarchieebenen mit den verschiedenen Organisationsrichtlinien sichergestellt. So delegiert der Verwaltungsrat via Organisationsreglement die einzelnen Aspekte an die Geschäftsleitung. Diese stellt sicher, dass die Verantwortungen in den einzelnen Richtlinien kommuniziert und in den Stellenbeschrieben individuell verankert sind. Im Berichtszeitraum wurde kein Verstoß gegen die geltenden Gesetze und Richtlinien festgestellt.

Organisation und Steuerung [GRI 2 - 16]

Das Organisationsreglement sieht folgenden Steuerungsmechanismus vor:

- Steuerung und Führung durch den Präsidenten des VRs: Regelmässig werden Informationen, welche für den VRP und dessen Geschäftsentscheide relevant sind, kommuniziert. Zusätzlich findet ein kontinuierlicher Gedankenaustausch zwischen VRP und CEO statt, bei welchem auch kontroverse Themen oder kritische Anliegen von externen Stellen transparent mitgeteilt werden.
- Monatlicher Rapport der Geschäftsleitung über den Geschäftsgang mit entsprechenden Zahlen an alle VR-Mitglieder.
- Mindestens 4 VR-Sitzungen pro Jahr.
- Pro Jahr findet ein Strategiereview statt.
- Bei den Geschäften werden nur Entscheidungen durch den VR gefällt, wenn das Thema traktandiert ist und die entsprechenden Unterlagen oder VR-Onepager spätestens 10 Tage vor der Sitzung zugestellt worden sind.

Für eine effiziente Kommunikation und Kontrolle hat der VR einen separaten Bereich im Reporting-Tool der Unternehmung. Darin hat er Zugang zu sämtlichen Finanzdaten, zu den Unterlagen für die VR-Sitzungen oder die Generalversammlung sowie zu weiteren wichtigen Dokumenten, wie Organisationsreglement, Statuten oder Stellenbeschrieb des VR-Sekretärs. Für Anliegen der Mitarbeitenden gibt es die Möglichkeit, sich intern ans Personalbüro zu wenden. Bei sensibleren oder schwerwiegenden Informationen kann man den Weg über die externe Ombudsstelle nehmen. Schliesslich werden die GL sowie der VR entsprechend der Situation informiert. Auch für kritische Anliegen von Stakeholdern bestehen die entsprechenden Ansprechstellen bei Maestrani (siehe Kapitel 2.2).

Vergütungen Verwaltungsrat und Management [GRI 2 - 19, 2 - 20]

Die Honorierung des Verwaltungsrates wird alle 3 Jahre festgelegt. Die Höhe der Vergütung wird anhand des Geschäftsganges und externer Benchmarks vom Verwaltungsrat und den darin vertretenen Mitgliedern der Aktionärsfamilien bestimmt. Details sind im Vergütungsreglement für den Verwaltungsrat geregelt. Die Aktionärsfamilien, welche im Besitz von 90 % des Aktienkapitals sind, nehmen Einsitz im Verwaltungsrat. Die Aktionäre entlasten den Verwaltungsrat bezüglich der Geschäftstätigkeiten an der ordentlichen Generalversammlung. Als Familienunternehmen und mit Einsitz der Aktionäre im VR kommunizieren wir die konkreten Zahlen aufgrund von Vertraulichkeitsgründen nicht öffentlich. Sie bewegen sich im durchschnittlichen, marktüblichen Rahmen und im Verhältnis zur Grösse des Unternehmens.

Die Geschäftsleitung, die erweiterte Geschäftsleitung sowie Teile des Managements haben einen variablen Lohnbestandteil. Dieser ist abhängig vom Erreichen der Umsatz- und Ertragsziele sowie der individuellen MbO's (Management by Objectives). Die MbO's richten sich nach der Gesamtstrategie sowie den Jahreszielen und schliessen die Nachhaltigkeitsinitiativen mit ein. Das Bonussystem des Managements wird jährlich vom Verwaltungsrat genehmigt und fliesst zahlenmässig in den Budgetprozess mit ein.

Rolle des Verwaltungsrates im Nachhaltigkeitsprozess [GRI 2 - 9, 2 - 12, 2 - 13, 2 - 14, 2 - 17]

In einem jährlichen Strategie-Review nimmt der Verwaltungsrat Einfluss auf die Strategie und genehmigt die Umsetzungspläne. Die Nachhaltigkeitsstrategie ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Auch bei der Erarbeitung des Purpose haben die Aktionäre und ein Teil der Verwaltungsräte eine aktive Rolle gespielt. Das Gesamtdokument wurde vom VR entsprechend verabschiedet.

Die Geschäftsleitung ist verantwortlich für das Management von Auswirkungen sowie die Umsetzung von Massnahmen, welche im Verwaltungsrat definiert wurden. Zudem ist es Aufgabe der GL, die Effektivität der eingeleiteten Massnahmen zu prüfen. Durch regelmässiges Rapportieren der Geschäftsleitung an den Verwaltungsrat kann dieser Entscheide treffen und weitere Handlungen anstossen.

Die Geschäftsleitung definiert zusammen mit der Nachhaltigkeitsgruppe die Nachhaltigkeitsstrategie. Innerhalb der Geschäftsleitung ist der COO/Leiter Supply Chain für das Thema im Lead. Er stellt sicher, dass die einzelnen Fachverantwortlichen die Nachhaltigkeits-KPI's regelmässig (monatlich, halbjährlich, jährlich) nachführen und garantiert so die operative Umsetzung. Diese Kennzahlen werden mit dem VR-Ausschuss geteilt und fliessen aggregiert in den Strategie-Prozess ein.

Der Verwaltungsrat verfügt über Fachwissen in jeglichen Bereichen: technische Kompetenzen, Handels- und Strategiekennntnisse, operative Produktionserfahrung, Konsumentenverständnis, langjährige Firmenkenntnis, Wachstums- und Expansionskenntnisse sowie Personalstrategie. Der VR wird zudem von der GL regelmässig mit Fachinformationen versorgt, welche auch Themen im Nachhaltigkeitsbereich beinhalten, wie beispielsweise Fairtrade-Zertifizierungen oder die Energiesituation. Bei Bedarf werden sie während der VR-Sitzung diskutiert und von internen oder externen Fachspezialisten (z.B. Legal, Nachhaltigkeitsreporting etc.) genauer erläutert. Diese Kenntnisse, verbunden mit langjähriger Geschäftserfahrung, fliessen in die Nachhaltigkeitsdiskussion mit ein.

Zudem kann der Verwaltungsrat Ausschüsse bilden. Aktuell sind es deren zwei, wobei einer den Themenbereich HR/Digital/Nachhaltigkeit abdeckt. Der Ausschuss dient dazu, die

einzelnen Themen vorgängig zur VR-Sitzung in der Tiefe zu bearbeiten und dem VR bei Beschlüssen eine entsprechende Empfehlung auszusprechen.

Die Geschäftsleitung erstellt und schreibt den Nachhaltigkeitsbericht der Firma eigenhändig mit externer Beratung. Dadurch unterstreichen wir das Engagement und die Wichtigkeit des Berichts. Der Verwaltungsrat wird regelmässig an den Verwaltungsratssitzungen über den Stand der Berichterstattung und dessen Inhalt (wie zum Beispiel die wesentlichen Themen) unterrichtet, nimmt diese jedoch nicht formell ab. Daneben ist der Nachhaltigkeitsbericht Teil der jährlichen Strategieüberprüfung. Der VRP ist zudem Teil der Erstellung und Überprüfung des Berichtes und schreibt dazu das Vorwort.

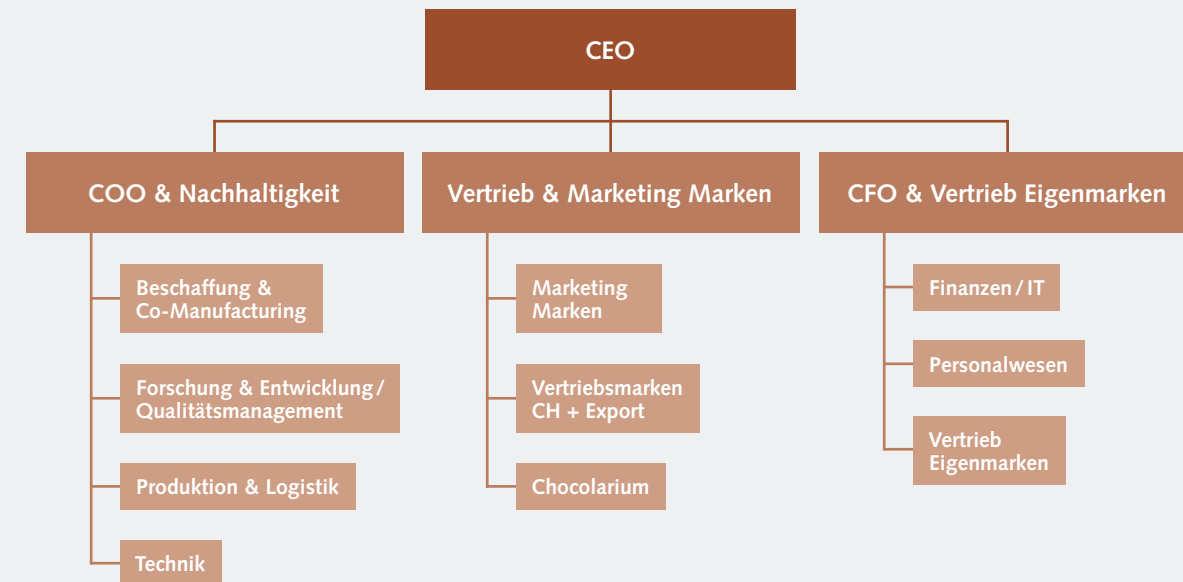
Kontrolle des Verwaltungsrates

[GRI 2 - 18] Der Verwaltungsrat legt der Generalversammlung jährlich Rechenschaft über die Finanzzahlen, den Geschäftsgang sowie die gesellschaftliche und ökologische Entwicklung ab. Zudem findet die gesetzliche Prüfung der externen Auditfirma statt, welche einen detaillierten Bericht zu Händen der Generalversammlung schreibt. Diese prüft die Unterlagen und entlastet den Verwaltungsrat offiziell in der Generalversammlung, indem sie die „Décharge“ erteilt. Zur qualitativen Verbesserung bewerten der VR und die GL die Zusammenarbeit der Gremien im Zweijahresrhythmus. Zudem gibt es eine Selbstbewertung des Verwaltungsrates, welche verschiedene thematische Bewertungspunkte umfasst. Diese Selbstbeurteilung geschieht ebenfalls im Zweijahresrhythmus und allfällige Massnahmen zur Verbesserung der Aufsichtsfunktion werden als Teil der Verwaltungsratssitzungen besprochen und nachverfolgt. Die Kontrolle der Aktionäre kann durch den direkten Einsitz im VR und somit einer indirekten Rechenschaft gegenüber den Hauptaktionärsfamilien gewährleistet werden.

6.4 Verwaltungsratspräsident (VRP)

[GRI 2 - 11] Gemäss Organisationsreglement wählt der Verwaltungsrat den Präsidenten aus seiner Mitte. Dieser führt den Verwaltungsrat und bildet das Bindeglied zum CEO als Vertreter der Geschäftsleitung. In dieser Rolle ist er deren direkter Vorgesetzter.

Organigramm Maestrani 2022



6.5 Geschäftsleitung (GL) und erweiterte Geschäftsleitung (eGL)

Die Geschäftsleitung besteht aus drei Mitgliedern und wird vom CEO geführt. Sie kümmert sich um sämtliche Aufgaben und Befugnisse, die durch das Organisationsreglement, die Statuten und von Gesetzes wegen nicht dem Verwaltungsrat zugewiesen sind. Der CEO ist in regelmässigem Kontakt mit dem VRP und unterrichtet ihn über sämtliche wichtige Belange der Firma.

Geschäftsjahr und Rapportierung der GL an den VR [GRI 2 - 12, 2 - 13]

Das Geschäftsjahr von Maestrani dauert vom 1. Januar bis zum 31. Dezember. In einem detaillierten, jährlichen Budgetprozess erarbeiten die Geschäftsleitung und das Management die Pläne für das folgende Jahr. Der Verwaltungsrat genehmigt die Umsatzziele sowie die Kosten- und Investitionsbudgets an der Verwaltungsratssitzung im Monat November.

Je nach Veränderungen der Budgetparameter und /oder Einflussfaktoren im Umfeld überarbeitet das Management zwei bis drei Mal pro Jahr die Annahmen und erstellt einen neuen Forecast, welcher wiederum vom Verwaltungsrat genehmigt wird.

Zudem schreibt die GL monatlich einen Rapport und erstattet so dem Verwaltungsrat Bericht über die wesentlichen Geschäftszahlen und wichtigen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Ereignisse. Das operative Nachhaltigkeitscontrolling fliesst in den Strategie- und Budgetprozess mit ein. Zudem wird alle 3 Jahre ein Nachhaltigkeitsrapport verfasst und den Stakeholdern zur Verfügung gestellt.

Erweiterte Geschäftsleitung

Die Kern-GL wird durch die erweiterte Geschäftsleitung ergänzt, welche sich eigenverantwortlich um die Umsetzung der ökonomischen, sozialen und ökologischen Unternehmensstrategien sorgt. Eine schlanke Unternehmensorganisation sowie regelmässige Veranstaltungen, an denen das Management und die Mitarbeitenden teilnehmen, sorgen dafür, dass letztere die Unternehmensziele mitgestalten können und die Umsetzung effizient erfolgt.

Um einen ständigen Informationsfluss zwischen der Geschäftsleitung und den Mitarbeitenden sicherzustellen, tagt die Personalkommission von Maestrani alle zwei Monate, wobei nach Bedarf ein Geschäftsleitungsmitglied zur Teilnahme eingeladen wird. Die Personalkommission besteht aus acht Mitarbeitenden und deckt die Mitarbeiteranliegen der verschiedenen Unternehmensbereiche ab.

“Maestrani-Mitarbeitende übernehmen aktiv Verantwortung. Gerade bei der Einhaltung von Gesetzen und Compliance-Themen ist dies unabdingbar.”



Thomas Leitner
CFO

7 Anhang

7.1 Maestrani Ethikcode [GRI 2 - 23]

1 Respekt, Toleranz und Diversität

Wir sind überzeugt, dass unterschiedliche Standpunkte, Meinungen, Sicht- und Arbeitsweisen zu besseren, innovativeren und nachhaltigeren Resultaten führen. Dies fördern wir, indem wir uns gegenseitig mit grossem Respekt begegnen. Zudem wollen wir ein hohes Mass an Toleranz leben, natürlich innerhalb der Werte dieses Ethikcodes sowie unter Berücksichtigung gesellschaftsüblicher Verhaltensweisen, betrieblicher Prozesse und der Geschäftsstrategie.

2 Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz und Arbeitssicherheit

Wir fördern aktiv die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie deren Sicherheit am Arbeitsplatz. Wir verweisen dazu auf die etablierten Prozesse und Verantwortlichkeiten. Zudem pflegen wir einen offenen Dialog und schätzen proaktive Vorschläge für weitere Verbesserungen.

3 Verbot von Diskriminierung / Chancengleichheit

Wir benachteiligen niemanden aufgrund von Geschlecht, sexueller Orientierung, Alter, Gesundheit, Rasse, Hautfarbe, Nationalität, Sprache, Familienverhältnissen, sozialer Herkunft, Religion, Weltanschauung, politischer Überzeugung oder körperlicher oder geistiger Behinderung. Die Ausschreibung von offenen Stellen erfolgt diskriminierungsfrei, entsprechend den erforderlichen Qualifikationen und dem Leistungsprofil. Daher orientiert sich das Beschäftigungsverhältnis, insbesondere der Lohn einer Mitarbeiterin oder eines Mitarbeiters sowie alle späteren eventuellen Änderungen des Aufgabengebietes, ausschliesslich an der Arbeitsleistung und ist unabhängig von den oben genannten Aspekten.

Maestrani ist parteipolitisch neutral. Wir äussern und engagieren uns zu Themen, welche das Unternehmen oder unser Geschäft direkt betreffen. Ansonsten wird auf eine Einmischung in die nationale und internationale Politik verzichtet.

4 Null Toleranz bei sexueller Belästigung

Wir dulden keine sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz, sei dies physischer oder verbaler Natur, unabhängig von Geschlecht und sexueller Orientierung. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter ist in der Pflicht, bei Fehlverhalten nicht wegzuschauen, zu intervenieren und bei Bedarf den Vorgesetzten zu informieren. Insbesondere Führungskräfte sind angehalten, eine entsprechende Kultur durch vorbildliches Verhalten und Feedbackkultur zu etablieren.

5 Anti-Korruption

Sämtliche Formen der Korruption, inklusive Bestechung, Erpressung und Gefälligkeitsdienste, haben in unserem Geschäftsalltag keinen Platz. Bei Verstössen gilt es, umgehend den Vorgesetzten zu informieren. Im Zweifelsfall, z.B. bei kleinen Kundengeschenken, sind die bestehenden Reglemente zu beachten oder die Bewilligung des Vorgesetzten einzuholen.

6 Wettbewerbswidriges Verhalten

Wir halten uns ans Wettbewerbsrecht gemäss Gesetz, so wie wir uns an alle Gesetzesvorgaben halten. Exponierte Positionen, insbesondere der Verkauf, werden durch Schulungen auf das Thema sensibilisiert.

7 Umwelt und Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist eine Kerndimension unserer Strategie. Der Nachhaltigkeitsbericht beschreibt unsere Initiativen sowie die Beziehung zu allen relevanten internen und externen Stakeholdern. Er ist für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Öffentlichkeit frei zugänglich auf der Maestrani Homepage.



8 Qualitätssicherung und Produktesicherheit

Die Qualität und Sicherheit unserer Produkte ist die Basis unseres Erfolgs. Ein engmaschiges System von Prozessen mit klar geregelten Verantwortlichkeiten stellt die höchsten Standards sicher. Wir verweisen dazu auf unser Qualitätssicherungskonzept.

Bei diesen Basiswerten gibt es keine Grauzone, und ein Verstoss hat umgehend disziplinarische Konsequenzen. Mitarbeitende, welche einen Verstoss feststellen, haben die Pflicht, sich umgehend an den Vorgesetzten oder das HR zu wenden. Sollte dies aus irgendeinem Grund nicht möglich sein, kann der Mitarbeitende sich direkt an unsere unabhängige, externe Vertrauensstelle wenden.

Statement zum Thema Menschenrechte

Für Maestrani ist die Einhaltung der Menschenrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette zentral. Das Thema wird je nach externem Umfeld unterschiedlich sichergestellt. So ist z.B. im Vertriebssteil Schweiz der Wertschöpfungskette das Risiko eines Verstosses relativ gering und durch geltende Gesetze und kundenspezifischen Richtlinien sichergestellt. Anders präsentiert sich die Situation auf Beschaffungsseite. Hier verweisen wir auf das Kapitel Beschaffungsstrategie und Lieferantenmanagement. Bewusst haben wir zum Beispiel die Zertifizierung von Fairtrade Max Havelaar ausgewählt, weil dieses Label gerade bei Menschenrechtsthemen viel weiter geht als die Alternativen.

7.2 Nachhaltigkeits-Kennzahlen im Überblick [GRI 2 - 7]

Wesentliche Themen	KPIs	2020	2021	2022
Beschaffungs- strategie	Anteil fair gehandelter und zertifizierter Kakaoprodukte	100 %	100 %	100 %
	Anteil Palmöl RSPO-zertifiziert (IP und Segregated Standard)	100 %	100 %	100 %
	Anteil Bio-zertifizierter Kakaoprodukte	50 %	53.4 %	39.5 %
	Anteil angebauter Rohwaren aus der Schweiz	34.8 %	33.9 %	36.3 %
Lieferanten- management	Anteil A-Lieferanten mit Nachhaltigkeitsstrategie	77 %	77 %	76 %

Wesentliche Themen	KPIs	2020	2021	2022
CO ₂ -Emissionen / Energieverbrauch	Energieverbrauch total (MWh) ¹⁵	5'007	4'990	5'263
	Stromverbrauch pro Jahr (MWh)	4'297	4'299	4'587
	Anteil Strom aus erneuerbaren Quellen (Ökostrom)	100 %	100 %	100 %
	Heizen und Prozessgas (Erdgas) (MWh)	710	691	676
	Diesel (Fahrzeugflotte) (MWh)	318	343	330
	Benzin (Fahrzeugflotte) (MWh)	45	6	0
	Energieeffizienz ¹⁶	77 %	74 %	77 %
Ressourcen- management	Total Abfälle ¹⁷ (in Tonnen)	158	169	205
	davon recycelte Abfallmenge (in Tonnen)	73	74	92
	Plastikfolien (in Tonnen)	3.3	3.1	3.7
	Wasserverbrauch (m ³)	5'670	5'988	6'505
Produkt- verantwortung	Anzahl Verstösse gegen Gesetze und Vorschriften in Bezug auf unsere Produkte	0	0	0
	Anzahl Beanstandungen oder Verweise wegen Verletzungen von Werbe- oder Kommunikationsrichtlinien	0	0	0
	Anzahl Rückrufe	0	0	0
	Anzahl Konsumentenreklamationen pro Million Verkaufseinheiten ¹⁸	1.5	1.3	1.5
Chancengleichheit, Vielfalt & Lohngerechtigkeit	Lohnungleichheit	95 %	96 %	100 %
	Auswertung Mitarbeitenden-Befragungen	100 %	100 %	100 %
	Rückkehrate nach Elternzeit	0 % (0 von 2)	0 % (0 von 0)	100 % (2 von 2)
	% Teilzeit im Management	0 %	0 %	0 %
	Gesamtbelegschaft ¹⁹	149	146	150

Wesentliche Themen	KPIs	2020	2021	2022
Chancengleichheit, Vielfalt & Lohngerechtigkeit	Anzahl weibliche MA	78	78	81
	Anzahl männliche MA	71	68	69
	Eintritte (davon weiblich)	24 (12)	23 (13)	23 (12)
	Austritte (davon weiblich)	28 (16)	25 (12)	24 (13)
	Befristete Mitarbeitende (davon weiblich)	1 (0)	3 (1)	0
	Unbefristete Mitarbeitende (davon weiblich)	148 (79)	143 (77)	150 (81)
	Teilzeitbeschäftigte Mitarbeitende (davon weiblich)	46 (38)	39 (36)	46 (38)
	Vollzeitbeschäftigte Mitarbeitende (davon weiblich)	103 (41)	107 (42)	104 (43)
	Mitarbeitende mit nicht garantierten Arbeitszeiten	4	2	6
	Anzahl Auszubildende	9	9	9
	Anzahl Leiharbeiter (davon weiblich)	5 (2)	6 (3)	9 (5)
	Anzahl Herkunftsnationalitäten	18	16	20
	Total Fluktuationsrate ²⁰	9.8 %	11.6 %	4.6 %
	Prozentsatz Mitarbeitende mit regelmässiger Leistungsbeurteilung	100 %	100 %	100 %
	Weiterbildung in Prozent der Lohnkosten	3.0 %	3.2 %	3.4 %
	Durchschnittliche Weiterbildungsstunden pro MA	41.4 h	28.1 h	46.0 h
	Prozentsatz der MA mit einem GAV / L-GAV	53.6 %	52.7 %	62.7 %
	Anzahl BU ²¹	5	7	6
	Ausfalltage BU	53	28	57
	Anzahl NBU	15	15	17
	Ausfalltage NBU	57	28	57
	Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0	0	0
	Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen ²²	0	0	0
	Durchschnittliches Alter Belegschaft	42.0	41.7	41.9

Wesentliche Themen	KPIs	2020	2021	2022
Produktinnovation / -entwicklung	% der Markenartikel, welche dem „All Natural“-Standard entsprechen	0 %	0 %	76 %
	Anzahl Konsumententests pro Jahr	1	2	5
Partnerschaftliche Geschäfts- beziehungen	Anzahl Grosskunden mit Entwicklungsplan und gemeinsamen Nachhaltigkeitsinitiativen	0	0	1
	Anzahl Nachhaltigkeitsprojekte mit Private Label-Kunden	0	0	0

¹⁵ Hängt stark vom Produktionsvolumen ab

¹⁶ Energieeffizienz bezieht sich auf das Produktionsvolumen von 2012

¹⁷ Keine gefährlichen Abfälle vorhanden. Alle Abfälle werden von einem zertifizierten Dienstleister entsorgt.

¹⁸ Berechnung auf Basis realer Zahlen (nicht mehr auf die Jahre 2013 – 2014 normiert)

¹⁹ Jeweils per 31. Dezember (Total aller Vollzeitbeschäftigten, Teilzeitbeschäftigten und Auszubildenden).

Befristete Arbeitsverhältnisse wurden nicht berücksichtigt.

²⁰ Berechnung: Anzahl Personalabgänge / durchschnittlicher Personalbestand

²¹ Keine Aufsplittung der Unfälle nach Schweregrad möglich

²² Schwere Folgen: Amputation eines Körperteils oder lebenslang auf Gehhilfe bzw. Rollstuhl angewiesen

7.3 GRI-Index

Für den «Content Index – Essentials Service» überprüfte GRI Services, dass der GRI-Index klar und in Übereinstimmung mit den GRI-Standards dargestellt ist und dass die Verweise auf die Angaben 2 - 1 bis 2 - 5, 3 - 1 und 3 - 2 auf die entsprechenden Stellen des Berichts hinweisen, wo die relevanten Inhalte zu finden sind.



Anwendungserklärung	Maestrani Schweizer Schokoladen AG hat in Übereinstimmung mit den GRI-Standards für den Zeitraum 01.01.2020 bis 31.12.2022 berichtet.
Verwendeter GRI 1	GRI 1: Grundlagen 2021

GRI-Standard / Andere Quelle	Angabe	Ort	Weitere Angaben und Auslassung
Allgemeine Angaben			
Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2 - 1 Organisationsprofil	S. 8–9, 72	
	2 - 2 Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden		Der Bericht umfasst die Maestrani Schweizer Schokoladen AG. Diese verfügt über eine Tochtergesellschaft in Österreich, welche als Adresse in der EU dient. Die Firma hat eine rein administrative Rolle und ist nicht operativ tätig. Insofern umfasst dieser Nachhaltigkeitsbericht auch die über Maestrani Österreich verrechneten Geschäfte. Da keine operativen Tätigkeiten stattfinden, wird in diesem Bericht nicht weiter auf das Thema eingegangen. Seit Anfang 2022 ist die Marke „Avelines“ Teil der Unternehmung und somit auch in den Geschäftszahlen inkludiert.
	2 - 3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	S. 89	Der Nachhaltigkeitsbericht wird alle drei Jahre erstellt. Die aktuelle Version wurde am 20. April 2023 veröffentlicht, gilt für den Zeitraum von 2020 bis 2022 und schliesst an die Vorgängerversion an (2017 bis 2019). Er konsolidiert das operative, laufende Nachhaltigkeitscontrolling. Maestrani veröffentlicht keinen Geschäftsbericht.
	2 - 4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen		Keine
	2 - 5 Externe Prüfung		Auf eine externe Prüfung wird verzichtet. Der Nachhaltigkeitsbericht wurde in Zusammenarbeit mit den Nachhaltigkeitsexperten von Elevate verfasst.

GRI-Standard / Andere Quelle	Angabe	Ort	Weitere Angaben und Auslassung
Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2 - 6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	S. 11, 15, 27, 67–69	
	2 - 7 Angestellte	S. 41, 81	Keine Aufgliederung nach Region, da alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Schweiz angestellt sind.
	2 - 8 Mitarbeitende, die keine Angestellten sind	S. 41	

Unternehmensführung			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2 - 9 Führungsstruktur und Zusammensetzung	S.72–73, 75	
	2 - 10 Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	S. 72–73	
	2 - 11 Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	S. 73, 75	
	2 - 12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	S. 75–76	
	2 - 13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	S. 75–76	
	2 - 14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	S. 75	
	2 - 15 Interessenskonflikte	S. 73	
	2 - 16 Übermittlung kritischer Anliegen	S. 74	b. Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Die Gesamtzahl und Art der kritischen Anliegen, welche an den Verwaltungsrat während dem Berichtszeitraum mitgeteilt wurden, wurde nicht erfasst. Dies soll für den nächsten Bericht geschaffen werden.
	2 - 17 Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	S. 75	
	2 - 18 Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	S. 75	
	2 - 19 Vergütungspolitik	S. 74–75	
	2 - 20 Verfahren zur Festlegung der Vergütung	S. 74	
	2 - 21 Verhältnis der Jahresgesamtvergütung		Verschwiegenheitspflicht: Als Familien-Aktiengesellschaft kommunizieren wir die konkreten Zahlen aufgrund von Vertraulichkeitsgründen nicht öffentlich.

GRI-Standard / Andere Quelle	Angabe	Ort	Weitere Angaben und Auslassung
Strategie, Richtlinien und Praktiken			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	S. 2–3	
	2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	S. 28–33, 78–79	
	2-24 Einbeziehung politischer Verpflichtungen	S. 28–33	Maestrani führt seine Geschäftstätigkeiten transparent aus und handelt nach bestem Wissen und Gewissen. Weitere Ausführungen bezüglich eines verantwortungsvollen Geschäftsgebarens durch bereits ergriffene Massnahmen sowie bezüglich der bisherigen Fortschritte und der gesetzten Ziele spiegeln sich in den jeweiligen Kapiteln wider.
	2-25 Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	S. 22, 26	Maestrani ist sich seiner Auswirkungen auf ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeitsbereiche bewusst und ergreift entsprechende Massnahmen, um diese entsprechend zu vermindern. Spezifische Prozesse zum Management von negativen Auswirkungen finden sich in den entsprechenden Kapiteln zu den wesentlichen Themen wieder. d-e: Informationen nicht verfügbar / unvollständig: Aktuell sind noch keine einheitlichen Prozesse etabliert. Daher können keine Angaben zur Wirksamkeit der Beschwerdeverfahren und zum Einbezug der Stakeholder gemacht werden.
	2-26 Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	S. 21–22	
	2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	S. 73	
	2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessensgruppen	S. 28	Chocosuisse: Engagement in der Verwaltung (Vorstand) sowie in verschiedenen Fachgruppen. Die Fachgruppe Nachhaltigkeit wird aktuell vom COO / Leiter Supply Chain von Maestrani geführt. Handels- und Industrievereinigung Flawil: Der CEO von Maestrani ist im Vorstand und engagiert sich aktiv für das Wirtschaftsleben in der Gemeinde Flawil und darüber hinaus. Promarca: Maestrani ist Mitglied von Promarca und koordiniert sich so mit anderen Markenherstellern. Zudem sind wir in der Marketingkommission vertreten. Schweizer Plattform für Nachhaltigen Kakao: Seit 2018 ist Maestrani ein aktives Mitglied der Schweizer Plattform für Nachhaltigen Kakao und setzt sich über diese Plattform dafür ein, die Lebensbedingungen der Kakaoproduzenten zu verbessern und die natürlichen Ressourcen sowie die Artenvielfalt in den Anbauländern zu erhalten. Diverse: Via Chocolarium pflegen wir diverse wichtige Partnerschaften mit anderen touristischen Leistungsträgern. Zudem engagieren wir uns für die Tourismusorganisationen in der Region und darüber hinaus.

GRI-Standard / Andere Quelle	Angabe	Ort	Weitere Angaben und Auslassung
Einbindung von Stakeholdern			
	2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 21–22	
	2-30 Tarifverträge	S.41, 81	Die Mitarbeitenden, welche in der Verwaltung von Maestrani tätig sind, stehen nicht unter einem GAV.
Wesentliche Themen			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	S. 22–24	
	3-2 Liste der wesentlichen Themen	S. 24	
Beschaffungsstrategie			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	S. 27–33	
Eigener Indikator	Anteil fair gehandelter und zertifizierter Kakaoprodukte	S. 27, 80	
Eigener Indikator	Anteil Palmöl RSPO-zertifiziert (IP und Segregated Standard)	S. 80	
Eigener Indikator	Anteil Bio-zertifizierter Kakaoprodukte	S. 32, 80	
Eigener Indikator	Anteil angebauter Rohwaren aus der Schweiz	S. 32, 80	
Lieferantenmanagement			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	S. 36–37	
Eigener Indikator	Anteil A-Lieferanten mit Nachhaltigkeitsstrategie	S. 37, 80	

GRI-Standard / Andere Quelle	Angabe	Ort	Weitere Angaben und Auslassung
Chancengleichheit, Vielfalt und Lohngerechtigkeit			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3 - 3 Management von wesentlichen Themen	S. 41–44	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404 - 1 Durchschnittliche Stunden- zahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	S. 43, 81	a: Informationen nicht verfügbar / unvollständig: Angabe wird nur insgesamt, aber nicht nach Ge- schlecht und nach Angestelltenkategorie erhoben.
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404 - 3 Prozentsatz der Angestell- ten, die eine regelmässige Be- urteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung haben	S. 81	Alle MA haben regelmässige Leistungsbeurteilung.
GRI 401: Beschäftigung 2016	401 - 1 Neu eingestellte Angestellte und Angestellten- fluktuation	S.81	a: Informationen nicht verfügbar / unvollständig: Rate neuer Angestellter wird nur nach Geschlecht erhoben. b: Informationen nicht verfügbar / unvollständig: Fluktuationsrate wird nur für die Gesamt- beschäftigten erhoben und nicht nach Alters- gruppe oder nach Region.
Eigener Indikator	Weiterbildung in Prozent der Lohnkosten	S. 43, 81	
Eigener Indikator	% Teilzeit im Management	S. 80	
Eigener Indikator	Rückkehrrate nach Elternzeit	S. 80	
Eigener Indikator	Auswertung Mitarbeitenden- Befragung	S. 80	
Eigener Indikator	Lohngleichheit	S. 43, 80	

Produktverantwortung			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3 - 3 Management von wesentlichen Themen	S. 46–47	
GRI 416: Kunden- gesundheit und -sicherheit 2016	416 - 2 Verstösse im Zusammen- hang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	S. 47, 80	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417 - 3 Verstösse im Zusammen- hang mit Marketing und Kommunikation	S. 80	
Eigener Indikator	Anzahl Rückrufe	S. 47, 80	
Eigener Indikator	Anzahl Konsumentenreklamationen pro Million Verkaufseinheit	S. 47, 80	

GRI-Standard / Andere Quelle	Angabe	Ort	Weitere Angaben und Auslassung
CO ₂ -Emissionen und Energieverbrauch			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3 - 3 Management von wesentlichen Themen	S. 49–52	
GRI 302: Energie 2016	302 - 1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	S. 51, 80	
Eigener Indikator	Energieeffizienz	S. 51, 80	

Ressourcenmanagement			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3 - 3 Management von wesentlichen Themen	S. 55–58	
GRI 306: Abfall 2020	306 - 3 Angefallener Abfall	S. 80	a: Informationen nicht verfügbar / unvollständig: Zusammensetzung des Abfalls wird nicht erfasst.
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303 - 5 Wasserverbrauch	S. 80	b: nicht anwendbar: Kein Verbrauch von Wasser aus Gebieten mit Wasserstress. c-d: nicht anwendbar
Eigener Indikator	Plastikfolien (in Tonnen)	S. 80	

Produktinnovation und -entwicklung			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3 - 3 Management von wesentlichen Themen	S. 61–64	
Eigener Indikator	% der Markenartikel, welche dem „All Natural“-Standard entsprechen	S. 81	
Eigener Indikator	Anzahl Konsumententests pro Jahr	S. 81	

Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3 - 3 Management von wesentlichen Themen	S. 67–70	
Eigener Indikator	Anzahl Grosskunden mit Ent- wicklungsplan und gemeinsamen Nachhaltigkeitsinitiativen	S. 81	
Eigener Indikator	Anzahl Nachhaltigkeitsprojekte mit Private Label-Kunden	S. 81	



M
maestrani
Passion Chocolat Suisse 1852

Maestrani
Schweizer Schokolade AG

Toggenburgerstrasse 41
CH-9230 Flawil
info@maestrani.ch

T +41 71 228 38 11
F +41 71 228 38 00
www.maestrani.ch

MINOR

Munz+

AVELINES **CHOCOLARIUM**®