



Maestrani Schweizer  
Schokoladen AG

Flawil, Schweiz  
47° 25' 1" N  
9° 11' 15" E



# Nachhaltigkeitsbericht Maestrani Schweizer Schokoladen AG

# 2026

**Wir sind Maestrani.**



**Nachhaltigkeitsbericht**

**2026**

**Maestrani Schweizer Schokoladen AG**



Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsratspräsident der Maestrani Schweizer Schokoladen AG.  
 Von links nach rechts: Thomas Leitner (CFO) Christoph Birchler (CEO) Roland Berner (VRP) Sebastian Osl (COO).

# Liebe Leserinnen und Leser

Nachhaltigkeit ist bei Maestrani fester Bestandteil des unternehmerischen Selbstverständnisses. Sie prägt unsere Entscheidungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette: Von der weltweiten Beschaffung unserer Rohstoffe über die Produktion und den Vertrieb in Flawil, bis hin zu unseren Partnerschaften und dem direkten Austausch mit Konsumentinnen und Konsumenten.

[GRI 2-22] Der Purpose von Maestrani bildet die Grundlage für unser unternehmerisches Handeln: Wir wollen die Welt Stück für Stück nachhaltig glücklicher machen. Dieses Verständnis von Glück geht weit über den Genussmoment unserer Produkte hinaus. Es bedeutet, vorausschauend und partnerschaftlich zu handeln: Für faire Beziehungen, den sorgfältigen Umgang mit Ressourcen und ein nachhaltiges Miteinander entlang unserer Wertschöpfungskette.

Der vorliegende sechste Nachhaltigkeitsbericht zeigt, welche konkreten Fortschritte wir in den Jahren 2023 bis 2025 gemeinsam erreicht haben. Er macht sichtbar, wie wir Verantwortung übernehmen, Herausforderungen aktiv angehen und unsere Nachhaltigkeitsstrategie trotz anspruchsvoller Rahmenbedingungen konsequent weiterentwickeln konnten.

Die vergangenen drei Jahre waren geprägt von Veränderungen: Volatile Rohstoffmärkte, steigende regulatorische Anforderungen, neue Erwartungen an Transparenz sowie die Auswirkungen globaler Krisen. Umso wichtiger ist es, dass wir in zentralen Bereichen konkrete Fortschritte erzielen konnten. So stammt der in der Schweiz verarbeitete Kakao heute komplett aus Fairtrade-zertifiziertem Handel, die in Flawil hergestellten Markenprodukte sind voll-

ständig palmölfrei und wir konnten die Effizienz unserer Schokoladenmassen-Produktion deutlich steigern. Gleichzeitig investieren wir gezielt in die Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden und stärken langfristige Partnerschaften entlang unserer Lieferketten.

Besonders wichtig bleibt dabei unsere langfristige Perspektive. Als unabhängiges Familienunternehmen denken wir generationenübergreifend. Verantwortung gegenüber Umwelt, Gesellschaft und Zukunft verstehen wir als festen Bestandteil unseres Handelns.

Dass wir diesen Weg erfolgreich gehen können, verdanken wir vor allem dem grossen Engagement unserer Mitarbeitenden. Mit viel Fachwissen, Leidenschaft und Innovationskraft tragen sie täglich dazu bei, unsere «Passion Chocolat Suisse» weiterzutragen und Maestrani weiterzuentwickeln. Besonders wertvoll ist dabei die langfristige Unterstützung durch den Verwaltungsrat und die Aktionärsfamilien, die unsere nachhaltige Ausrichtung seit vielen Jahren mittragen und aktiv mitprägen.

Auch in Zukunft wollen wir unsere Pionierrolle in der Nachhaltigkeit weiter stärken und die Welt Stück für Stück nachhaltig glücklicher machen.

Roland Berner  
VRP

Christoph Birchler  
CEO

Sebastian Osl  
COO

Thomas Leitner  
CFO

# Facts

Maestrani-Familie



Gründung im Jahr  
**1852**



Produktionsanlagen  
am Hauptsitz in  
Flawil, Schweiz



Umsatz ca.  
**CHF 85**  
Millionen



Erlebniswelt  
Chocolarium mit  
**250'000**  
Gästen in 2025



**5**  
verschiedene  
Herstell-  
technologien



**150**  
Mitarbeitende am  
Standort Flawil, Schweiz



Export in  
**40+** Länder  
bei einem Exportanteil  
von **>50%**  
weltweit



über  
**5'000** Tonnen  
Produktionsmenge  
pro Jahr



**5**  
starke Marken Munz,  
Minor, Avelines,  
Chocolat Ammann &  
Magic Chocolate mit  
über 300 Artikeln



**4**  
starke, eigenständige  
Standbeine: Markengeschäft,  
Partnergeschäft, Delafaille  
& Chocolarium



**Zielmärkte,  
Schweiz**  
USA, Asien und  
Travel Retail

Immer auf dem  
Laufenden bleiben?  
Maestrani auf  
LinkedIn folgen!



[linkedin.com/company/  
maestrani-schweizer-schokoladen-ag](https://www.linkedin.com/company/maestrani-schweizer-schokoladen-ag)



# 1 Maestrani Schweizer Schokoladen AG

1.1 Unternehmensportrait	11
1.2 Unternehmensstrategie	13
1.3 Marken, Produkte und Dienstleistungen	16

## 2 Nachhaltigkeit bei Maestrani

2.1 Maestrani Nachhaltigkeitsstrategie	19
2.2 Nachhaltigkeitsbericht	22
2.3 Stakeholder	22
2.4 Wesentlichkeitsanalyse	25



## 3 Beschaffen

3.1 Beschaffungsstrategie	27
3.2 Lieferantenmanagement	30



## 4 Herstellen

4.1 Mitarbeitendenentwicklung	37
4.2 Produktverantwortung	41
4.3 CO <sub>2</sub> -Emissionen und Energieverbrauch	44
4.4 Kreislaufwirtschaft	50



## 5 Geniessen

5.1 Produktinnovation und -entwicklung	55
5.2 Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen	60



## 6 Corporate Governance

6.1 Unternehmensorganisation	65
6.2 Generalversammlung der Aktionäre	65
6.3 Verwaltungsrat	65
6.4 Geschäftsleitung und erweiterte Geschäftsleitung	68
6.5 Rolle des Verwaltungsrates im Nachhaltigkeitsprozess	69
6.6 Maestrani Ethikcode	70



## 7 GRI-Index

7.1 GRI-Index	73
---------------	----



Maestrani Hauptsitz in Flawil, Schweiz.

# 1 Maestrani Schweizer Schokoladen AG

Maestrani steht seit 1852 für Schweizer Schokoladenkompetenz, unternehmerische Verantwortung und gelebte Fortschrittsfreude. Als unabhängiges Familienunternehmen verbinden wir Tradition mit Innovation, nachhaltigem Denken und internationaler Entwicklung. Dieses Kapitel gibt Einblick in unsere Geschichte, unsere Werte, unser Geschäftsmodell sowie unsere Marken und Produkte, mit denen wir Genuss und Verantwortung verbinden.

## 1.1 Unternehmensportrait

[GRI 2-1] Seit über 173 Jahren steht Maestrani für hochwertige Schweizer Schokoladen- und Süßwarenspezialitäten. Als unabhängiges Familienunternehmen ist nachhaltiges und langfristiges Denken tief in unseren Werten verankert. Deshalb verstehen wir soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil unseres unternehmerischen Handelns und unseres langfristigen Erfolgs.

Maestrani wurde 1852 von Aquilino Maestrani in Luzern gegründet. Nach dem Umzug nach St.Gallen im Jahr 1859 prägten viele Jahrzehnte der Schokoladenproduktion die Entwicklung des Unternehmens. Mit der Übernahme von Munz und dem Neubau des Produktionsstandortes in Flawil im Jahr 2003 stellte Maestrani die Weichen für die Zukunft und vereinte Produktion und Verwaltung unter einem Dach. Mit dem Erweiterungsbau und der Eröffnung der Erlebniswelt Chocolarium im Jahr 2017 verbinden wir in Flawil Herstellung, Administration und den direkten Austausch mit Konsumentinnen und Konsumenten an einem Ort.

[GRI 2-2] Im Jahr 2025 realisierten wir wichtige Schritte zur Internationalisierung. In den USA wurde mit Magic Chocolate Inc. erstmals eine eigene Vertriebsorganisation mit der lokalen Marke mit einem lokalen Partner gegründet. In Europa sind wir mit der Übernahme der Firmen Delafaille und Ostrapack erstmals in die Kate-

gorie der belgischen Pralinen und Trüffel eingetreten. Mit der Fabrikation in Belgien ist damit ein zweiter Produktionsstandort in Europa dazugekommen. Die Kennzahlen beider Tochtergesellschaften sind nicht im Perimeter des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts. (siehe Kapitel 2.2)

Auch in der Schweiz spielt Maestrani eine aktive Rolle bei der aktuellen Marktkonsolidierung. So haben wir die Marke Chocolat Ammann übernommen und die komplette Herstellung der Schokoküsse in die Produktion bei uns in Flawil integriert.

Unser Geschäftsmodell basiert auf der Entwicklung und Herstellung hochwertiger Schokoladenspezialitäten sowie deren weltweite Vermarktung über eigene Marken und Partner (siehe Kapitel 1.3). Dabei verbinden wir traditionelles Schweizer Schokoladenhandwerk mit Innovationskraft sowie nachhaltigen Produktions- und Beschaffungsprozessen.

[GRI 2-6] Unsere Wertschöpfung beginnt bei zentralen Rohstoffen wie Kakao, Zucker, Milchpulver und Haselnüssen. Über eine verantwortungsvolle Beschaffungsstrategie, Zertifizierungen, langfristige Partnerschaften und Projekte in den Ursprungsländern engagieren wir uns entlang der gesamten Lieferkette – bis an den Ursprung unserer Rohstoffe. Die Herstellung unserer Produkte erfolgte bis 2025 vollständig in der Schweiz. Rund 50% der produzierten Menge exportieren wir in über 40 Länder.



Produktion, Verwaltung und Konsumenten unter einem Dach am Hauptsitz in Flawil.

**Vorher**  
Während ihren Wanderjahren erlernten Generationen von Cioccolatieri aus dem Tessiner Blenio die Kunst der Schokoladenherstellung.



**2017**  
Maestrani eröffnet das Chocolarium und ermöglicht Besuchern Einblicke in die Schokoladenproduktion.



**1852**  
Aquilino Maestrani gründet in Luzern seine Schokoladenfabrik.



**2025 – Heute**  
Mit Chocolat Ammann in der Schweiz, Magic Chocolate in den USA sowie Delafaille und Ostrapack in Europa erweitert Maestrani ihre internationale Präsenz.



**2003**  
Produktionsanlagen und Verwaltung sind jetzt unter einem Dach.



**1859**  
Die Schokoladenfabrik zieht in die aufstrebende Textilstadt St. Gallen.



**1936**  
Der Schokoladenstängel Minor mit extra vielen Haselnüssen wird lanciert.



**1923**  
Drei St. Galler Familien übernehmen das Unternehmen Maestrani Schweizer Schokoladen AG.



**1987**  
Maestrani stellt die erste Bio-Schokolade in Europa her.

## 1.2 Unternehmensstrategie

Die Aktionärsfamilien halten in der Eignerstrategie fest, dass Maestrani ein kundenorientiertes und nachhaltig geführtes Unternehmen ist, das ökonomische, ökologische und soziale Verantwortung miteinander verbindet – darauf basiert die Unternehmensstrategie.

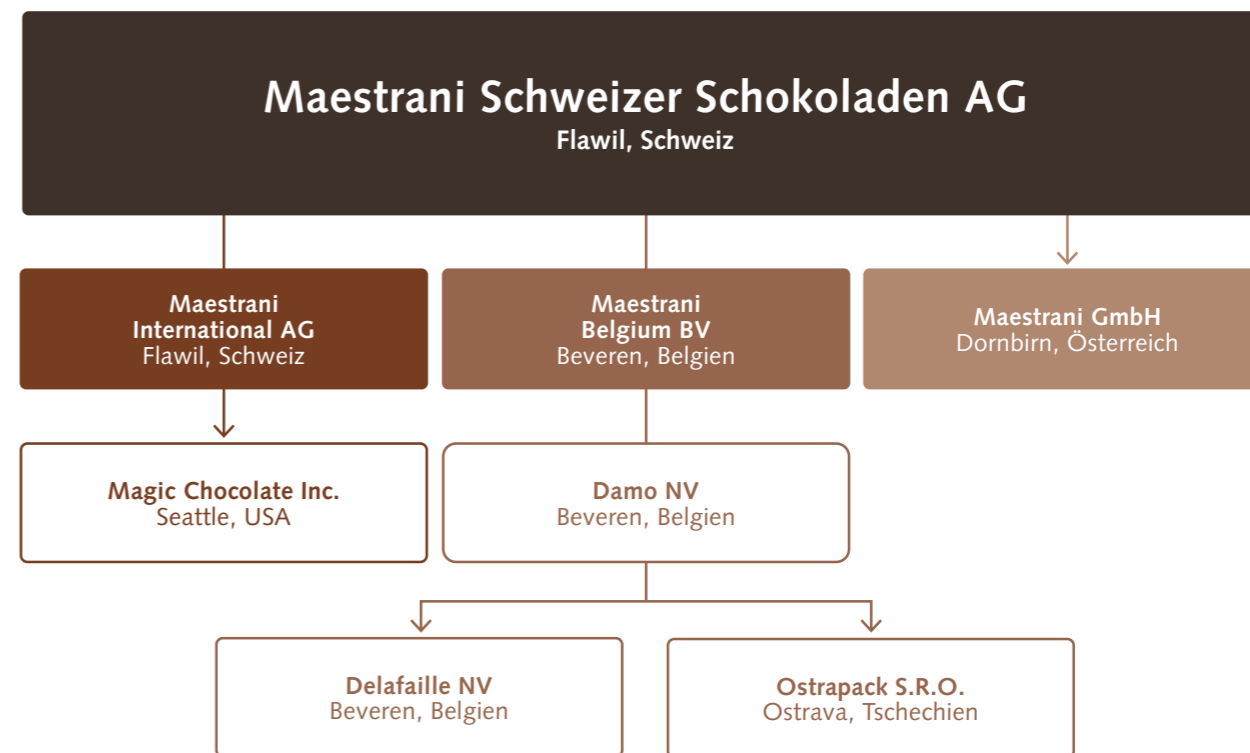
Maestrani verfolgt eine nachhaltige Wachstumsstrategie mit dem Ziel, das Portfolio und die Absatzmärkte zu diversifizieren und die Resilienz des Unternehmens zu stärken. Im Fokus steht dabei nicht die kurzfristige Gewinnmaximierung, sondern die langfristige Sicherung des Unternehmenserfolgs.

Grundlage für die Strategie und deren Umsetzung bildet unser Purpose: «Wir teilen unser Glück und machen die Welt Stück für Stück nachhaltig glücklicher.»

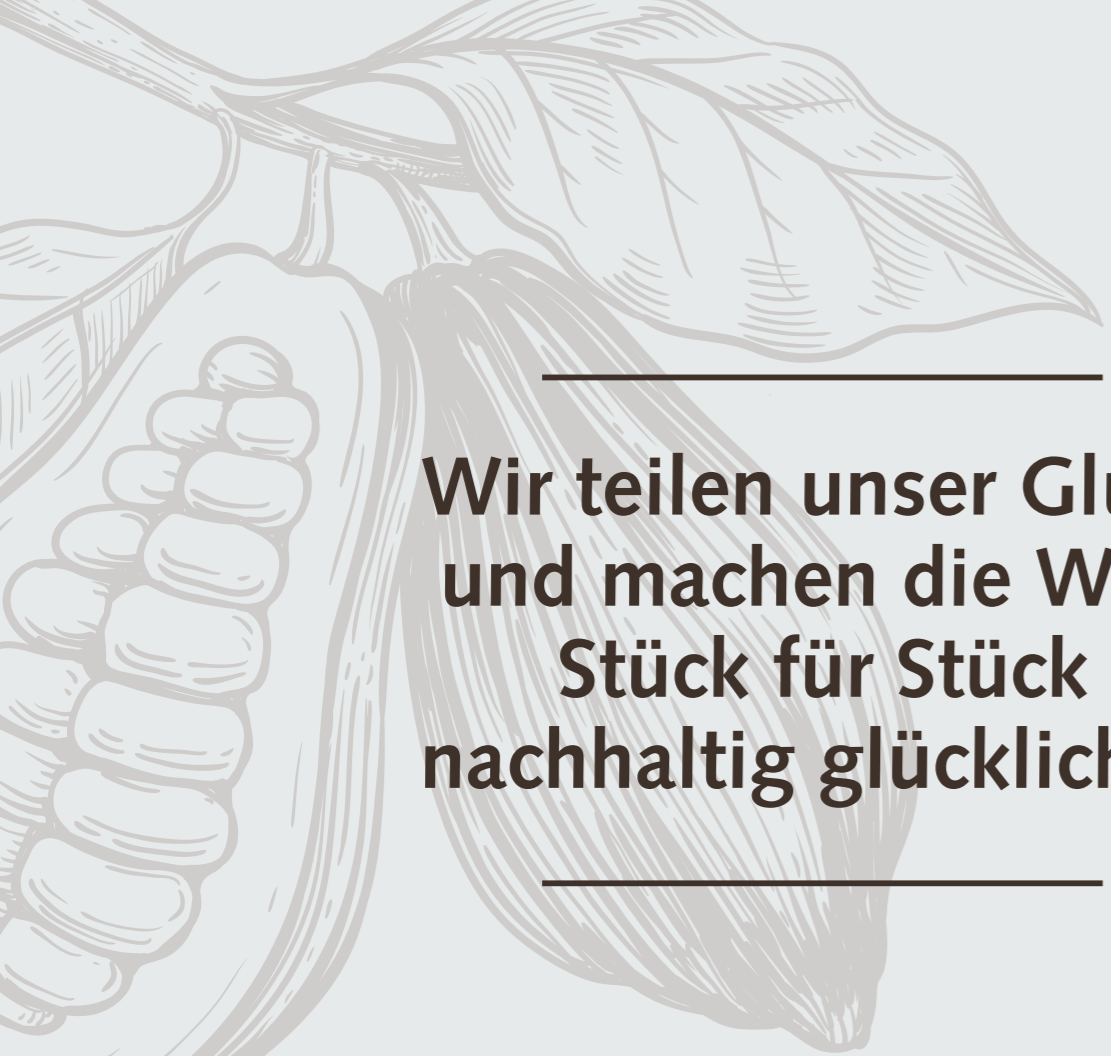
Er prägt unser strategisches und operatives Handeln und steht für ein ganzheitliches Verständnis von unternehmerischer Verantwortung. Glück bedeutet für Maestrani eine langfristige, nachhaltige Zufriedenheit aller Beteiligten entlang der gesamten Wertschöpfungskette – vom Ursprung der Rohstoffe über Mitarbeitende und Partner bis hin zu Kundinnen, Kunden sowie Konsumentinnen und Konsumenten.

Der Purpose wird durch sechs miteinander verbundene Bausteine konkretisiert: Schokolade, Erfolg, Nachhaltigkeit, Selbstorganisation, Maestrani-Familie und Fortschrittsfreude. Sie verbinden Qualitätsanspruch, wirtschaftliche Entwicklung, kontinuierliche Innovation, Eigenverantwortung und eine wertebasierte Unternehmenskultur.

Siehe folgende Seiten 14 und 15.



Grafik 1: Unternehmensorganisation Maestrani Schweizer Schokoladen AG [GRI 2-1, 2-2]



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

**Schokolade.**  
Unsere Passion  
seit 1852.

**Nachhaltigkeit.**  
Wir sind  
«Fair Taste»-Pioniere.

**Maestrani-Familie.**  
Wir vertrauen  
einander.

**Erfolg.**  
Erfolgreich teilen wir  
unser Glück.

**Selbstorganisation.**  
Wir übernehmen  
Verantwortung.

**Fortschrittsfreude.**  
Wir wachsen  
gemeinsam.

## 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.

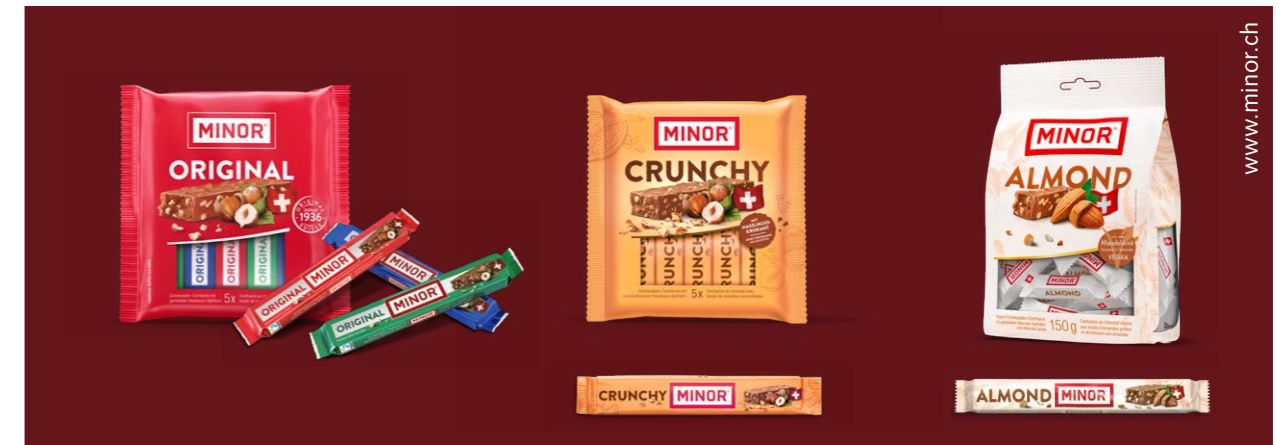
## Fortschrittsfreude Wir wachsen gemeinsam.

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 Opportunitäten 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.

Einblicke in unsere Markenwelt: Vollständige Sortimente online



**1.3 Marken, Produkte und Dienstleistungen**

[GRI 2-6] Das Schweizer Markenportfolio von Maestrani steht für Schokoladengenuss mit Qualität, Tradition und Nähe zu den Konsumentinnen und Konsumenten. Unsere Produkte orientieren sich konsequent an den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden und werden im Detailhandel, in der Gastronomie sowie im internationalen Export vertrieben.

Unser Sortiment umfasst mehrere hundert Artikel – von Schokoladenriegeln über Tafelchokolade bis hin zu Pralinen und Confiturprodukten. Rund 60% des Umsatzes stammen aus eigenen Marken, ergänzt durch kundenspezifische Produktionen im Private-Label-Bereich, in dem wir Schokoladenspezialitäten für Partner im In- und Ausland entwickeln und produzieren.

**Unsere Produkte stehen für Schweizer Qualität, Innovationsfreude und verantwortungsvollen Genuss.**

Zu unseren wichtigsten Marken gehören Munz und Minor. Die Marke Munz blickt auf über 150 Jahre Tradition zurück und steht für eine breite Auswahl an klassischen Schokoladentafeln, über Prügeli und Glückskäfer mit Pralinéfüllung, bis zu verschiedenen Süßwaren. Minor ist seit 1936 für seinen charakteristischen Schokoladenstängel mit besonders hohem Nussanteil bekannt und gehört bis heute zu den bekanntesten Spezialitäten im Schweizer Schokoladenmarkt.

Seit 2022 ergänzt die traditionsreiche Genfer Marke Avelines unser Portfolio und stärkt unser Angebot im Bereich feiner Pralinen und Confiturprodukte. Dieses Sortiment ist nebst in dem Schweizer Markt insbesondere auch an grösseren Flughäfen in der ganzen Welt erhältlich.

Im Jahr 2025 kamen mit Chocolat Ammann und Magic Chocolate zwei weitere Marken zur Maestrani-Familie hinzu. Während Chocolat Ammann mit den luftigen Schokoküssen traditionelle Genussmomente aufgreift und hauptsächlich in der Schweiz vertrieben wird, setzt Magic Chocolate einen modernen Akzent im Premiumsegment mit Fokus auf nachhaltige Rohstoffe, transparente Lieferketten und regenerative Produktion. Magic Chocolate wird zurzeit nur im US-amerikanischen Markt vertrieben.

Ein besonderer Bestandteil unserer Markenwelt ist das Chocolarium – die Glücksfabrik von Munz und Minor. Diese Erlebniswelt ermöglicht Besucherinnen und Besuchern einen transparenten Einblick in die Schokoladenherstellung und schafft Transparenz und Nähe. Auf dem Rundgang vermitteln wir so unsere Werte rund um Genuss, Qualität und Nachhaltigkeit.



Feuchtbiotop auf dem Firmengrund in Flawil.

# 2 Nachhaltigkeit bei Maestrani

Nachhaltigkeit ist bei Maestrani seit vielen Jahren integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie (siehe Kapitel 1.2) und bildet die Grundlage unseres Wertekompasses sowie unseres unternehmerischen Selbstverständnisses. Wir pflegen eine starke Nachhaltigkeitskultur und entwickeln unsere Pionierrolle als verantwortungsbewusstes Unternehmen in der Schokoladenbranche sowie gegenüber Konsumentinnen und Konsumenten kontinuierlich weiter.

## 2.1 Maestrani Nachhaltigkeitsstrategie

[GRI 2-23] Maestrani orientiert sich an der international anerkannten Definition nachhaltiger Entwicklung: die Bedürfnisse der heutigen Generation zu erfüllen, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu decken (gemäss UNO, Brundtland-Bericht, 1987). Mit unserer Geschäftstätigkeit verfolgen wir den Anspruch, einen Beitrag zu den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung SDG (Sustainable Development Goals, <https://www.sdgital2030.ch/>, siehe Grafik 2) der Vereinten Nationen zu leisten.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie baut auf den drei zentralen Wertschöpfungsstufen unseres Unternehmens auf – Beschaffen, Herstellen und Geniessen. Diese drei strategischen Stoss-

richtungen zeigen auf, wo Maestrani entlang des gesamten Lebenszyklus der Produkte Verantwortung übernimmt. Gleichzeitig bilden sie die Struktur dieses Nachhaltigkeitsberichts.

Alle für Maestrani wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen (siehe Kapitel 2.3) können einer dieser strategischen Stossrichtungen zugeordnet werden. In jedem Thema haben wir identifiziert, zu welchen SDGs wir anhand unserer ökologischen, sozialen und ökonomischen Zielsetzungen beitragen.

**Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie schaffen wir Orientierung für zukunftsfähiges und langfristiges Handeln.**



Der Hauptsitz von Maestrani fügt sich in die ländliche Umgebung ein.

UNSER PURPOSE

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



STOSSRICHTUNGEN

**Beschaffen**  
Die nachhaltige Gestaltung unserer Lieferketten bildet die Basis unserer Beschaffungsstrategie. Durch die enge Zusammenarbeit mit und die jährlichen Bewertungen von Lieferanten sichern wir eine nachhaltige Lieferkette.

**Herstellen**  
Wir fördern Vielfalt und Chancengleichheit und steigern damit das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeitenden. Die Qualität und Sicherheit unserer Produkte hat für uns oberste Priorität. In der Herstellung unserer Produkte steigern wir die Energie- und Ressourceneffizienz.

**Geniessen**  
Durch die Weiterentwicklung unserer Produkte erfüllen wir Konsumentenbedürfnisse und halten unser Sortiment attraktiv. Mit Kunden pflegen wir partnerschaftliche Beziehungen und fördern gemeinsame Nachhaltigkeitsziele.

WESENTLICHE THEMEN

Beschaffungsstrategie

2
 8
 15

SDG

2, 8, 15

Lieferantenmanagement

12
 13

SDG

12, 13

Mitarbeitendenentwicklung

5
 8

SDG

5, 8

Produktinnovation und -entwicklung

12

SDG

12

Produktverantwortung

3
 12

SDG

3, 12

CO<sub>2</sub>-Emissionen und Energieverbrauch

7
 13

SDG

7, 13

Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen

12
 17

SDG

12, 17

Kreislaufwirtschaft

12

SDG

12

Grafik 2: Nachhaltigkeitsstrategie Maestrani

Im Rahmen der Weiterentwicklung unserer Unternehmensstrategie wurde auch die Nachhaltigkeitsstrategie fortgeschrieben und mit einem strategischen Zeithorizont bis 2030 versehen. Die langfristige Ausrichtung wird durch konkrete Zwischenziele für die jeweiligen Berichtsperioden pro Themenkapitel konkretisiert. Die Erreichung der Zwischenziele 2022 bis 2025, sowie die weiterentwickelten Ziele für die kommende Berichtsperiode 2026 bis 2028 werden in den jeweiligen Themenkapiteln erläutert (siehe Kapitel 3 bis 5).

Unsere wichtigsten Hauptziele für die Berichtsperiode 2026 – 2028

Wesentliche Themen	Nachhaltigkeitsziel	KPI	SDG
<b>Beschaffen</b>			
Beschaffungsstrategie	Schweregrad und Eintrittswahrscheinlichkeit der 10 wesentlichen Menschenrechtsthemen liegen dank der unterstützten Ursprungsprojekte im Risikoregister bei < 1,8.	Parameter für die 10 wesentlichen Menschenrechtsthemen	8.7 und 8.8
Lieferantenmanagement	Steigerung des Anteils der A-Lieferanten / -Dienstleister mit Nachhaltigkeitsstrategie auf 85%.	% der A-Lieferanten mit Nachhaltigkeitsstrategie	12.6

Wesentliche Themen	Nachhaltigkeitsziel	KPI	SDG
<b>Herstellen</b>			
Mitarbeitendenentwicklung	Die Punktzahl der einzelnen Themenbereiche der gesamtweitlichen Gesundheitsumfrage soll bei allen Themenbereichen über mindestens 3,8 Punkten, oder mindestens über dem jeweiligen Branchendurchschnitt liegen.	Punktzahl (1–5) bei der Gesundheitsbefragung der Suva	8.8
Produktverantwortung	Alle IFS-Audits werden mit einem Erfüllungsgrad von über 95% und somit der höchstmöglichen Klassierung «auf höherem Niveau» bestanden.	% des Erfüllungsgrades der IFS-Audits	12.8
CO <sub>2</sub> -Emissionen und Energieverbrauch	Wir reduzieren den spezifischen Gesamt-Energieverbrauch /Tonne hergestelltem Produkt auf <75% vs. Basisjahr 2018	Energieeffizienz (Energie pro Tonne)	7.3
Kreislaufwirtschaft	Bis Ende 2030 setzen wir >91% rezyklierbare Materialien für unsere Verpackungen ein.	% rezyklierbare Materialien am Gesamtverbrauch gemessen in Tonnen	12.5

Wesentliche Themen	Nachhaltigkeitsziel	KPI	SDG
<b>Geniessen</b>			
Produktinnovation und -entwicklung	Wir führen jedes Jahr mindestens 5 Marktbefragungen durch (Chocolarium, Mafos, Online-Befragungen, etc.)	Anzahl durchgeführter Marktbefragungen	12.8
Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen	Initiierung und/oder Partizipation von Nachhaltigkeitsprojekten mit Private Label-Kunden. Bis 2028 erhöhen wir diese auf 3.	Anzahl Nachhaltigkeitsprojekte mit Private Label-Kunden	17.16

## 2.2 Nachhaltigkeitsbericht

[GRI 2-3] Der vorliegende Bericht ist der sechste Maestrani Nachhaltigkeitsbericht und erscheint im Dreijahresrhythmus. Er dokumentiert unsere Fortschritte und Herausforderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette und zeigt auf, wie wir Nachhaltigkeit langfristig und systematisch in unserer Unternehmensführung verankern. Damit schaffen wir Transparenz gegenüber unseren Stakeholdern und machen unsere nachhaltigkeitsbezogene Entwicklung messbar und nachvollziehbar.

[GRI 2-2] 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. 2025 kam unsere Tochtergesellschaft Magic Chocolate Inc. in den USA hinzu. Diese ist eine reine Vertriebsgesellschaft, deren Kennzahlen sind nicht im Perimeter des vorliegenden Berichts. Die Tochtergesellschaften in Belgien und Tschechien wurden 2025 integriert. Ihre Kennzahlen sind nicht im Perimeter des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts, sie werden im nächsten Nachhaltigkeitsbericht 2029 ausgewiesen. (Siehe Grafik 1, Seite 13)

## 2.3 Stakeholder

[GRI 2-29] Die Anforderungen unserer Stakeholder an nachhaltiges und verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln sind in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Ein strukturierter kontinuierlicher Dialog mit unseren Anspruchsgruppen ist daher zentral, um Erwartungen frühzeitig zu erkennen und in unsere Nachhaltigkeitsstrategie einzubeziehen. Es stehen insbesondere drei Stakeholdergruppen im Fokus:

### Lieferanten

Die Arbeitsbedingungen in globalen Lieferketten rücken zunehmend in den Fokus von Politik, Gesellschaft und Konsumentinnen und Konsumenten, was zu steigenden regulatorischen Anforderungen führt. Gleichzeitig sehen sich unsere Lieferanten mit höheren Ansprüchen an Transparenz und Rückverfolgbarkeit, zusätzlichen Zertifizierungen sowie dem damit verbundenen Aufwand konfrontiert. Von uns erwarten sie klare Orientierung und Unterstützung bei der Umsetzung. Diesem Anspruch begegnen wir durch eine enge Zusammenarbeit, transparente Kommunikation und mit dem Ziel, Nachhaltigkeitsanforderungen partnerschaftlich umzusetzen.

### Kunden

Unsere Vertriebspartner und Private-Label-Kunden stellen im Rahmen ihrer eigenen Nachhaltigkeitsprogramme hohe Anforderungen an Transparenz, Produktverantwortung und glaubwürdige Nachhaltigkeitsleistungen. Diese Erwartungen erfordern eine konsistente und nachvollziehbare Darstellung unserer Aktivitäten. Dem begegnen wir mit gezielten Massnahmen zur transparenten Nachhaltigkeitskommunikation sowie der kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer Standards und Nachweise.

### Konsumentinnen und Konsumenten

Konsumentinnen und Konsumenten sind zunehmend an Themen wie Lebensmittelsicherheit, nachhaltige Beschaffung und fairen Produktionsbedingungen interessiert. Diese beeinflussen ihren Konsumentenscheid. Über Medienberichterstattung sowie digitale Kanäle und soziale Netzwerke gelangen sie an Informationen, wie nachhaltig ein Unternehmen in diesen Themen agiert.

[GRI 2-25] Maestrani pflegt den Austausch mit internen und externen Stakeholdern systematisch. Anliegen, Rückmeldungen und Erwartungen werden von der Nachhaltigkeitsgruppe regelmässig erfasst und dokumentiert. Neue Themen werden innerhalb der Nachhaltigkeitsgruppe diskutiert und fliessen – sofern relevant – in die Bewertung der wesentlichen Themen in die Wesentlichkeitsmatrix ein.

### Beschwerdemechanismus

[GRI 2-25, 2-26] Für den Umgang mit Anliegen und Beanstandungen von Stakeholdern verfügt Maestrani über dokumentierte Verfahren mit klar definierten Verantwortlichkeiten. Dazu gehören standardisierte Prozesse für Kundenreklamationen sowie Handbücher für Risikomanagement und Krisenabläufe. Beschwerden zu Produkten können von Konsumentinnen und Konsumenten direkt an Maestrani (info@maestrani.ch) gerichtet werden; zusätzlich sind auf allen Markenprodukten entsprechende Kontaktinformationen angegeben.

Intern fungiert der Verkaufsdienst als zentrale Anlaufstelle, der eingehende Beanstandungen an die zuständigen Fachabteilungen weiterleitet. Diese prüfen die Anliegen, formulieren eine Rückmeldung und leiten bei Bedarf Massnahmen zur Prozessverbesserung ein.

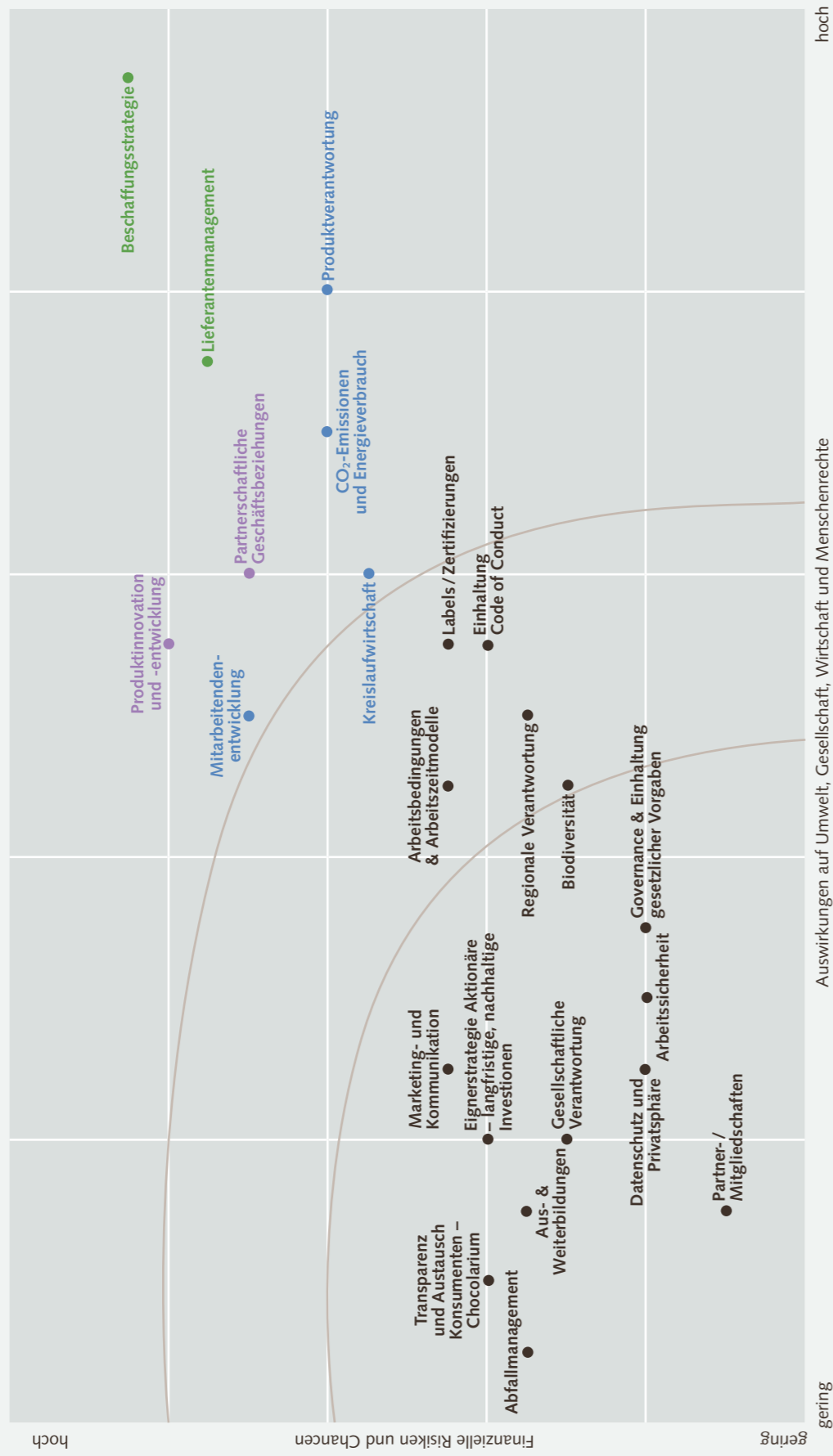
Die systematische Auswertung der Beschwerden sowie ein monatliches Reporting an die Geschäftsleitung, erweiterte Geschäftsleitung und an die Fachabteilungen stellen Nachverfolgungen sicher und bilden eine Grundlage für die kontinuierliche Optimierung unserer Abläufe.

[GRI 2-27] Im Berichtszeitraum 2022 bis 2025 wurden keine Verstösse gegen Gesetze und Vorschriften in Bezug auf unsere Produkte, keine Beanstandungen hinsichtlich Werbe- oder Kommunikationsrichtlinien sowie keine Produktrückrufe registriert.



Im Chocolarium stehen wir täglich im Dialog mit unseren Konsumentinnen und Konsumenten.

## Wesentlichkeitsmatrix: Maestrani Schweizer Schokoladen AG



## 2.4 Wesentlichkeitsanalyse

[GRI 3-1, 3-2] Die Wesentlichkeitsanalyse bildet die Grundlage für die Priorisierung der für Maestrani relevanten Nachhaltigkeitsthemen und somit der strategischen Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Sie basiert einerseits auf der Bewertung der Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft und Menschenrechte (horizontale Achse). Andererseits berücksichtigt sie die finanziellen Chancen und Risiken für Maestrani (vertikale Achse). Ein kontinuierlicher Dialog mit unseren Stakeholdern sowie die systematische Auswertung von Rückmeldungen und Anliegen ermöglichen ein laufendes Monitoring der relevanten Nachhaltigkeitsthemen.

Bereits in den vergangenen Berichtsperioden wurden wesentliche Nachhaltigkeitsthemen identifiziert, die sowohl aus der Auswirkungswertung als auch aus der Chancen-/Risiken-Perspektive für Maestrani von hoher Bedeutung sind (siehe Grafik links). Diese Themen bilden die Grundlage für die Struktur dieses Nachhaltigkeitsberichts und werden in den Kapiteln 3 bis 5 vertieft behandelt.

Im Rahmen der laufenden Berichtsperiode wurde die Wesentlichkeitsanalyse überprüft und aktualisiert. Die Überprüfung bestätigte die Relevanz der bisherigen Fokusthemen; neue wesentliche Themen wurden nicht identifiziert. Einzelne Themen wurden jedoch weiterentwickelt, zusammengeführt oder neu eingeordnet. [GRI 2-4]

Die acht wesentlichen Themen sind: Beschaffungsstrategie, Lieferantenmanagement, Mitarbeiterentwicklung, CO<sub>2</sub>-Emissionen und Energieverbrauch, Kreislaufwirtschaft, Produktverantwortung, Produktinnovation und -entwicklung sowie partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen.

Weiterentwicklungen gegenüber der bisherigen Wesentlichkeitsanalyse betreffen:

### Kreislaufwirtschaft

Die bisherigen Themen Ressourcenmanagement und nachhaltige Verpackungen wurden zusammengeführt.

### Lieferantenmanagement

Durch die Human Rights Due Diligence und die Veröffentlichung des ersten HRDD-Berichts gewann das Thema an Relevanz.

### Beschaffungsstrategie

Die Kakaokrise 2024/2025 verdeutlichte die finanziellen Risiken strategischer Rohstoffe und führte zu einer höheren Einstufung.

### Produktverantwortung

Erhöhte mediale Aufmerksamkeit und damit verbundene Risiken führten zu einer leichten Aufwertung.

### Mitarbeiterentwicklung

Die Themen Chancengleichheit, Vielfalt und Lohngerechtigkeit wurden unter diesem Schwerpunkt zusammengeführt.



Photo: Saidu Bah / Fairpicture

Kakaofrüchte wachsen direkt am Stamm des Kakaobaums.

# 3 Beschaffen

Die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie beginnt am Anfang der Wertschöpfungskette, bei der verantwortungsvollen Beschaffung unserer Rohstoffe. Besonders bei kritischen Rohwaren, wie Kakao aus Entwicklungsländern, analysieren wir ökologische, soziale und wirtschaftliche Herausforderungen entlang der Lieferkette systematisch. Potentielle Risiken und negative Auswirkungen, insbesondere auf Menschenrechte, erkennen wir frühzeitig und leiten gezielte Massnahmen ein. Gleichzeitig setzen wir auf langfristige Partnerschaften, Transparenz und kontinuierliche Weiterentwicklung entlang unserer Lieferanten.

## 3.1 Beschaffungsstrategie

[GRI 3-3, 2-23, 2-24]

### Auswirkungen von Maestrani

[GRI 2-6] Die Herstellung unserer hochwertigen Schokoladenprodukte erfordert den Bezug bestimmter Rohwaren aus verschiedenen Anbauregionen weltweit. Klimatische und agronomische Bedingungen ermöglichen eine lokale Beschaffung nur teilweise, die meisten der Rohstoffe stammen daher aus Ländern des globalen Südens. Die Lieferketten der Schokoladenindustrie sind komplex und häufig nur begrenzt transparent. Ursache dafür ist insbesondere die Vielzahl an Akteuren entlang der Wertschöpfungskette – vom Bauern über lokale Zwischenhändler bis hin zu internationalen Rohstofflieferanten und verarbeitenden Unternehmen. Diese Struktur erschwert die vollständige Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe und erhöht das Risiko sozialer und ökologischer Herausforderungen.

Zu unseren wichtigsten Rohwaren zählen insbesondere Kakao­masse, Kakaobutter, Zucker, Milchpulver und Haselnüsse. Besonders im Kakaoanbau bestehen in einigen Herkunftsländern Herausforderungen im Zusammenhang mit Arbeitsbedingungen, fairer Entlohnung oder Kinderarbeit. Die starke Abhängigkeit von kleinbäuerlichen Produzenten von globalen Marktakteuren hat zur Folge, dass viele von ihnen unter prekären wirtschaftlichen Bedingungen leben und kein existenzsicherndes Einkommen erzielen. Gleichzeitig spielen sie eine zentrale Rolle für die weltweite Kakao-Produktion. In einigen Anbauregionen bestehen zudem Risiken von Kinderarbeit, unzureichender Durchsetzung von Arbeitsrechten sowie mangelhaften Arbeits- und Sicherheitsstandards. Nachhaltige Verbesserungen entlang der Lieferkette beginnen daher häufig direkt im Ursprung. (siehe Seiten 34 und 35)

Darüber hinaus sind mit dem Kakaoanbau ökologische Risiken verbunden, darunter Entwaldung, der Verlust biologischer Vielfalt sowie Wasserknappheit in sensiblen Anbauregionen. Auch wenn diese Auswirkungen häufig ausserhalb

unseres direkten operativen Einflussbereichs stattfinden, erkennen wir unsere Mitverantwortung durch die Beschaffung entlang der Lieferkette an.

### Ambitionen von Maestrani

Eine verantwortungsvolle Gestaltung unserer Lieferketten bildet das Fundament der Beschaffungsstrategie von Maestrani. Entlang der gesamten Wertschöpfungskette – bis zum Ursprung unserer Rohstoffe – berücksichtigen wir ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte und entwickeln sie kontinuierlich weiter. Unser Ziel ist es, negative Auswirkungen zu reduzieren und positive Entwicklungen in den Anbauregionen zu fördern.

Im Zentrum unserer Beschaffungsstrategie stehen folgende Handlungsfelder:

- **Faire Preise und zusätzliche Prämien:** Unseren gesamten Kakaobedarf beziehen wir aus Fairtrade-zertifizierten Quellen. Wir fördern faire Arbeitsbedingungen und angemessene Einkommen für Produzentinnen und Produzenten in den Anbauregionen. Wir bezahlen faire Preise und leisten zusätzliche Fairtrade-Prämien, die Produzentinnen und Produzenten und lokale Gemeinschaften in den Kakaoanbauregionen unterstützen.
- **Nachhaltige Anbaumethoden:** Wir fördern nachhaltige Landwirtschaft und erhöhen kontinuierlich den Anteil biologisch zertifizierter Kakaorohwaren.
- **Schutz von Umwelt und Biodiversität:** Wir unterstützen internationale, wissenschaftsbasierte Klimaziele (siehe Kapitel 4.3) und arbeiten im Bereich Klimaschutz mit der Orga-



Photo: Saidu Bah / Fairpicture

Solarbetriebene Trocknungsanlage in Sierra Leone

nisation myclimate zusammen. Gleichzeitig bereitet sich Maestrani auf die EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (European Union Deforestation Regulation, EUDR) vor.

Ziel ist es, die Rückverfolgbarkeit unserer Rohstoffe weiter zu verbessern und sicherzustellen, dass insbesondere Kakao nicht mit Entwaldung in Verbindung steht.

• Kurze und transparente Lieferketten:

Wo immer möglich, beziehen wir Rohstoffe regional, um Transportwege und Umweltbelastungen zu reduzieren. Unser Ziel ist es, mehr als ein Drittel unseres Einkaufsvolumens lokal zu beschaffen.

Mit diesen Ambitionen leisten wir Beiträge zu den SDGs Nr. 2 (Förderung nachhaltiger Landwirtschaft), Nr. 8 (nachhaltiges Wirtschaftswachstum) sowie Nr. 15 (Leben an Land).

**Massnahmen von Maestrani**

Zur Umsetzung unserer Beschaffungsstrategie setzen wir sowohl auf eigene Massnahmen und Prozesse als auch auf langfristige Partnerschaften mit Organisationen und Programmen für nachhaltige Lieferketten.

Als mittelständisches Unternehmen können wir nicht dauerhaft in den Anbaugebieten unserer wichtigsten Rohstoffe präsent sein. Um dennoch einen positiven Beitrag zu leisten und sozialen sowie ökologischen Risiken entgegenzuwirken, setzt Maestrani auf die Zusammenarbeit mit anerkannten Zertifizierungssystemen. Dabei bringen wir uns aktiv auch in deren Weiterentwicklung ein und stehen in regelmässigem Austausch mit den verantwortlichen Organisationen. Diese setzen sich für fairen Handel, menschenwürdige Arbeitsbedingungen, eine gerechte Entlohnung für Produzentinnen und Produzenten, den Schutz von Kindern und die Förderung von Bildung, den Aufbau lokaler Infrastruktur, soziale Gleichberechtigung sowie Umwelt- und Klimaschutz ein. Dazu gehören unter anderem:

- Fairtrade Max Havelaar
- Hand in Hand

- Rainforest Alliance
- Fair for Life
- Schweizer Plattform für Nachhaltigen Kakao

Die Zusammenarbeit mit diesen Organisationen stärkt die Transparenz, Rückverfolgbarkeit und Wirksamkeit in unseren Lieferketten. Dies ist beispielsweise für die Umsetzung der EUDR relevant. Maestrani arbeitet daran, die Herkunft zentraler Rohstoffe – insbesondere Kakao – besser nachverfolgen zu können und sicherzustellen, dass sie langfristig aus entwaldungsfreien Anbaugebieten stammen.

Neben Zertifizierungsprogrammen engagieren wir uns auch direkt in Nachhaltigkeitsprojekten in den Kakao-Ursprungsländern (siehe Seiten 34 und 35). Gemeinsam mit Partnerorganisationen unterstützen wir Projekte in Peru und Sierra Leone, um nachhaltige Lieferketten aufzubauen und die Lebensbedingungen der Produzentinnen und Produzenten zu verbessern. Gleichzeitig stärken wir damit die Stabilität und Resilienz unserer Lieferketten. Zudem unterstützen wir über Fairtrade Max Havelaar zusätzlich die Zahlung von Fairtrade-Prämien, die direkt den Kakaobäuerinnen und -bauern zugutekommen.

Eine weitere direkte Massnahme ist der Ausbau unseres Bio-Sortiments. Bereits 1987 stellte Maestrani die erste Bio-Schokolade Europas her. Heute streben wir an, weiterhin einen hohen Anteil unseres Kakaos aus biologischem Anbau zu beziehen.

Zur Sicherstellung der Bio-Standards arbeiten wir mit anerkannten Bio-Zertifizierungen zusammen, darunter Bio Suisse, EU-Bio-Verordnung und Naturland. Diese Standards gewährleisten, dass Rohstoffe aus biologischem Anbau stammen und strenge Anforderungen an Umwelt-, Produktions- und Rückverfolgbarkeit erfüllen.

Ergänzend dazu führt Maestrani seit 2023 eine Human Rights Due Diligence-Prüfung entlang der Lieferketten gemäss den OECD-Leitlinien durch.

**Bisherige Fortschritte von Maestrani**

Zu den wichtigsten Erfolgen zählt, dass 100% unseres eingesetzten Kakaos aus Fairtrade-zertifizierten Quellen stammt. Auch unser Ziel, Palmöl vollständig aus unseren Rezepturen zu entfernen, konnten wir erfolgreich umsetzen. Damit reduzieren wir Risiken im Zusammenhang mit Palmöl-Lieferketten und leisten einen Beitrag zum Schutz sensibler Ökosysteme.

Seit 2022 wird jährlich eine Human Rights Due Diligence-Prüfung gemäss den OECD-Leitlinien durchgeführt. Der 2023 von uns erstmals veröffentlichte Bericht bildet eine wichtige Grundlage für die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer verantwortungsvollen Beschaffungspraxis.






In den Kakao-Ursprungsländern unterstützten wir von 2023 bis 2025 gemeinsam mit Partnerorganisationen zwei lokale Kakaogemeinschaften bei der nachhaltigen Gestaltung ihrer landwirtschaftlichen Produktion sowie bei der Stärkung sozialer Strukturen.

Weiterhin arbeiten wir daran, den Anteil biologisch zertifizierter Kakaorohwaren auf mindestens 50% zu erhöhen. Im Berichtszeitraum 2023 bis 2025 lag der Bio-Anteil unserer Kakaoprodukte im Mittel bei 51% und somit erstmals über 50%. Der zuletzt starke Anstieg im Bio-Bereich ist auf einen Trend hin zu hochprozentigen, dunklen Schokoladen mit hohem Kakaoanteil zurückzuführen.

**Kennzahlen 2020–2025**

KPI	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Anteil fair gehandelter und zertifizierter Kakaoprodukte	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Anteil Bio-zertifizierter Kakaoprodukte	50%	53,4%	39,5%	47,11%	48,86%	56,32%
Anteil lokal angebauter Rohwaren	34,8%	33,9%	36,3%	34,7%	40%	38%
Anzahl direkter sozialer Projekte in Kakaoanbauländern	–	–	–	1	1	2

**Nachhaltigkeitsziele 2026–2028**

Beschaffen	KPI	SDG
Schweregrad und Eintrittswahrscheinlichkeit der 10 wesentlichen Menschenrechtsthemen liegen dank der unterstützten Ursprungsprojekte im Risikoregister bei < 1,8.	Parameter für die 10 wesentlichen Menschenrechtsthemen	 8.7
Wir unterstützen drei lokale Kakaogemeinschaften dabei, die landwirtschaftliche Produktion nachhaltig zu gestalten und dabei soziale Gerechtigkeit zu verankern.	Anzahl direkter sozialer Projekte in Kakaoanbauländern	 2.3 und 2.4
Wir steigern den Anteil der biologisch zertifizierten Kakaorohwaren auf mindestens 50%.	% Bio-zertifizierte Kakaorohwaren	 2.4
Sicherstellung entwaldungsfreier Kakao-Lieferketten und Umsetzung der Anforderungen der EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR).	Umgesetzt	 15.2
Mehr als ein Drittel des Einkaufsvolumens wird lokal bezogen.	Anteil lokal angebauter Rohwaren	 8.3

### 3.2 Lieferantenmanagement [GRI 3-3]

#### Auswirkungen von Maestrani

Als Schokoladenhersteller tragen wir Verantwortung dafür, bei wem und unter welchen Bedingungen wir unsere Rohstoffe einkaufen – auch dort, wo direkte Auswirkungen ausserhalb unseres unmittelbaren Einflussbereichs liegen (siehe Kapitel 3.1). Über das gewissenhafte und partnerschaftliche Management unserer Lieferanten können wir jedoch indirekt Einfluss auf die Nachhaltigkeit der Rohstoffe und die Herausforderungen entlang der Lieferketten nehmen.

Durch eine enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten sowie regelmässige Bewertungen fördern wir die kontinuierliche Verbesserung von Nachhaltigkeitsstandards und stärken langfristig nachhaltige Lieferketten.

Das Lieferantenmanagement verantwortet die Auswahl, Bewertung und Weiterentwicklung unserer Lieferanten auf Basis selbst definierter ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance).

#### Ambitionen von Maestrani

Wir haben das Ziel, durch unser Lieferantenmanagement Nachhaltigkeit systematisch in die Zusammenarbeit zu integrieren und gemeinsam kontinuierliche Verbesserungen entlang der Lieferkette zu erreichen.

Ein zentraler Schwerpunkt liegt auf der Förderung verantwortungsvoller Geschäftspraktiken. Dazu fordern wir unsere wichtigsten Lieferanten auf, von uns definierte ESG-Kriterien einzuhalten.

Zudem möchten wir Klimaschutzmassnahmen entlang der Lieferkette stärken. Wir unterstützen unsere Lieferanten dabei, Massnahmen zur Reduktion von Treibhausgasemissionen umzusetzen und sich an wissenschaftsbasierten Klimazielen der Science Based Targets Initiative

(SBTi) zu orientieren. Langfristig streben wir gemeinsam mit unseren Partnern eine sozial gerechte und ökologisch verantwortungsvolle Kakaowertschöpfung an und leisten somit Beiträge zu den SDGs Nr. 12 (Verantwortungsvoller Konsum und Produktion) sowie Nr. 13 (Massnahmen zum Klimaschutz).

#### Massnahmen von Maestrani

In unserem systematischen Lieferantenmanagement setzen wir auf regelmässige Lieferantenbewertungen und Jahresgespräche sowie Audits bei unseren direkten A-Lieferanten, definiert durch einen Mindestumsatz. Die Lieferantenbewertung folgt einem von uns definierten Bewertungskatalog und führt zu einer Lieferantenkategorisierung. Bei erkannten Entwicklungsfeldern werden entsprechende Massnahmen mit dem Lieferanten besprochen und vereinbart. Als nächster Schritt entwickeln wir einen verbindlichen Lieferantekodex, basierend auf den von uns definierten ESG-Anforderungen. Nach dessen Einführung soll dieser von unseren A-Lieferanten und von uns anerkannt werden.

### Verantwortungsvolle Lieferketten entstehen durch klare Standards und langfristige Partnerschaften.

Ergänzt wird dieser Ansatz durch langfristige Partnerschaften mit Lieferanten und Zertifizierungsorganisationen, sowie durch gemeinsame Nachhaltigkeitsprojekte.

Des Weiteren führt Maestrani jährlich risikobasierte Due Diligence-Prüfungen durch. Zu diesem Zweck wurde gemeinsam mit dem Verband Schweizer Schokoladenhersteller, Choco-suisse, als Branchenlösung ein Werkzeug für eine fundierte, übergeordnete menschenrechtliche Risikoanalyse (Human Rights Risk Assessment, HRRRA) entwickelt. Diese Umsetzungshilfe ist im Einklang mit den Leitprinzipien der Vereinten Nationen (United Nations Guiding



Kakaobauer in Sierra Leone

Photo: Saidu Bah / Fairpicture

Beschaffen

Principles, UNGPs) und den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen entwickelt worden. Damit identifizieren und bewerten wir potenzielle negative Auswirkungen auf Menschen und Umwelt frühzeitig und leiten geeignete Massnahmen ab (siehe Kapitel 3.1). Wir gehen beispielsweise ausschliesslich in Herkunftsländer, in welchen Label-Organisationen, akkreditierte Prüfstellen und Kakaoverarbeiter vor Ort vertreten sind.

Mit Fairtrade Max Havelaar stehen wir im engen Austausch, sodass mögliche Verletzungen von Menschenrechten an Maestrani weitergeleitet werden können. Der Beschwerdemechanismus in unserem öffentlich zugänglichen Human Rights Due Diligence Bericht sieht zudem vor, dass Organisationen, Partner und Kunden jederzeit die Möglichkeit haben, direkt über [sustainability@maestrani.ch](mailto:sustainability@maestrani.ch) mit Maestrani Kontakt aufzunehmen, und menschenrechtliche Beeinträchtigungen zu melden.

#### Bisherige Fortschritte von Maestrani

Im Berichtszeitraum wurde das Thema Nachhaltigkeit verstärkt in die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten integriert. Regelmässige Lieferantengespräche und Bewertungen ermöglichen uns, Nachhaltigkeitsaspekte systematisch zu erfassen und gemeinsam mit unseren Partnern weiterzuentwickeln.




So wurde als Ziel definiert, dass bis 2028 85% der A-Lieferanten eine Nachhaltigkeitsstrategie aufzeigen können.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Förderung von Klimaschutzmassnahmen entlang der Lieferkette. Im Rahmen der Lieferantengespräche wird derzeit erhoben, ob unsere wichtigsten Lieferanten Massnahmen zur Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen umsetzen und inwiefern diese mit wissenschaftsbasierten Klimazielen im Einklang stehen.

### Kennzahlen 2020–2025

KPI	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Anteil A-Lieferanten mit Nachhaltigkeitsstrategie	77%	77%	76%	73%	73%	77%
% der A-Lieferanten mit Massnahmen zur CO <sub>2</sub> -Reduktion (gemäss SBTi)	-	-	-	-	-	55%

### Nachhaltigkeitsziele 2026–2028

Beschaffen	KPI	SDG
Steigerung des Anteils der A-Lieferanten / -Dienstleister mit Nachhaltigkeitsstrategie auf 85%.	% der A-Lieferanten / -Dienstleister mit Nachhaltigkeitsstrategie	 12.6
70% der A-Lieferanten / -Dienstleister verfügen über einen Massnahmenkatalog zur CO <sub>2</sub> Reduktion.	% der A-Lieferanten / -Dienstleister mit Massnahmen zur CO <sub>2</sub> -Reduktion	 13.3
60% unserer A-Lieferanten haben unseren neuen Lieferantenkodex unterzeichnet.	% der unterzeichneten Maestrani Lieferantenkodex	 12.6



Kakaofrüchte nach der Ernte in der Elfenbeinküste.

Photo by Alfred Quartey

8° 38' 38" N  
10° 58' 17" W



# Koidu, Sierra Leone

Mit unserem Engagement in Sierra Leone setzen wir unsere Beschaffungsstrategie direkt im Ursprung um. Gemeinsam mit verschiedenen Partnern in der Wertschöpfungskette, fördern wir eine vollständig rückverfolgbare und zertifizierte Kakao-Lieferkette. Gleichzeitig stärken wir mit einem umfassenden Entwicklungsprojekt die Lebensbedingungen von rund 7'000 Kakaobäuerinnen und -bauern. Im Fokus stehen Menschenrechte, entwaldungsfreie Lieferketten, Einkommensdiversifikation und langfristige Klimaresilienz.

## Projekt im Ursprung – Engagement in Sierra Leone

Zur Stärkung der Lieferkettentransparenz hat Maestrani eine Produktlinie mit Single Origin Kakao aus Sierra Leone entwickelt. Die Produkte werden durch unseren Handelspartner vermarktet und dienen im deutschen Markt als ein Beispielprojekt fortschrittlicher und transparenter Lieferketten. Der verwendete Kakao erfüllt strenge ökologische und soziale Anforderungen und ist Fairtrade-, EU-Bio- und Naturland-zertifiziert und vollständig rückverfolgbar – von den Kakaobäuerinnen und -bauern bis zum fertigen Schokoladenprodukt. Der Kakao stammt ausschliesslich aus den beiden Kooperativen Kasiyatama und Salmed im Kono District in Sierra Leone. Insgesamt sind dort rund 7'000 Kakaobäuerinnen und -bauern organisiert.

Im Berichtszeitraum startete zudem das Projekt «Improving Livelihood and Resilience of Organic Producers in Sierra Leone». Es verbindet verschiedene Akteure entlang der Wertschöpfungskette – von den beiden Kooperativen über lokale Handelspartner bis hin zu Maestrani und dm-drogerie markt.

Finanziell unterstützt wurde das Projekt durch den Due Diligence Fund II der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Fairtrade Deutschland und Fairtrade Africa begleiteten die Umsetzung der Massnahmen.

### Drei Schwerpunkte für nachhaltige Wirkung

#### 1 Menschenrechte stärken

In den Kooperativen wurde ein lokaler Beschwerdemechanismus eingerichtet, über den Mitglieder Anliegen und Missstände melden können. Ergänzend dazu fanden Schulungen zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht statt.

#### 2 Entwaldungsfreie Lieferketten vorbereiten

Zur Erfüllung der Anforderungen EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR) wurden die Kakao-farmen systematisch kartiert und dokumentiert. Damit wird der langfristige Zugang der Kooperativen zum europäischen Markt unterstützt.

#### 3 Einkommensdiversität und Klimaresilienz fördern

Die Kakaobäuerinnen und -bauern erhielten Unterstützung beim Aufbau zusätzlicher Einkommensquellen und bei der Einführung nachhaltiger Agroforstsysteme. Diese stärken sowohl die wirtschaftliche Situation der Familien als auch die Widerstandsfähigkeit gegenüber den Folgen des Klimawandels.

Das Folgeprojekt für die Jahre 2026–2027 setzt den Fokus auf existenzsichernde Einkommen, Gleichstellung von Frauen, finanzielle Inklusion, klimaresiliente Anbaumethoden und verantwortungsvolle Einkaufspraktiken entlang der Lieferkette.

Anlässlich der offiziellen Projekteröffnung reiste eine Delegation der Projektpartner nach Koidu in Sierra Leone. Der direkte Austausch mit den Kooperativen und den Kakaobäuerinnen und -bauern vor Ort wurde dadurch weiter vertieft.



Junge Kakaopflanzen in einer Baumschule in Sierra Leone.



Munz Prügeli werden mit weisser Schokolade überzogen.

# 4 Herstellen

Die Kernprozesse unserer Wertschöpfungskette finden am Hauptsitz in Flawil statt – von der Produktentwicklung über Warenannahme und Herstellung bis zur Vermarktung. In unserer Erlebniswelt Chocolarium erhalten Besucherinnen und Besucher zudem direkte Einblicke in die Schokoladenproduktion.

Während wir im Bereich Beschaffen vor allem über Partnerschaften Einfluss nehmen, können wir unsere Nachhaltigkeitsleistung im Bereich Herstellen direkt steuern. Entscheidende Hebel sind dabei unsere Mitarbeitenden, der schonende Umgang mit Ressourcen, der Übergang zur Kreislaufwirtschaft, die Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen und des Energieverbrauchs sowie die Produktverantwortung.

## 4.1 Mitarbeitendenentwicklung [GRI 3-3]

### Auswirkungen von Maestrani

Die Anforderungen an den Arbeitsmarkt verändern sich zunehmend. Demografischer Wandel, Fachkräftemangel und neue Erwartungen an Arbeitsmodelle stellen Unternehmen vor die Aufgabe, inklusive und zukunftsfähige Arbeitsstrukturen zu schaffen. Chancengleichheit, Vielfalt und Lohngerechtigkeit sind zentrale Faktoren für die Funktionsfähigkeit des Arbeitsmarktes. Sie tragen dazu bei, dass mehr Menschen Zugang zu Erwerbsarbeit erhalten, vorhandene Potenziale besser genutzt werden und strukturelle Ungleichheiten reduziert werden. Gleichzeitig stärken sie die Leistungsfähigkeit von Unternehmen und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden.

Unternehmen beeinflussen diese Entwicklungen direkt. Sie prägen, in welchem Ausmass unterschiedliche Bevölkerungsgruppen am Arbeitsmarkt teilhaben, wie Einkommen verteilt sind und wie vielfältig Teams zusammengesetzt sind. Damit wirken sie über ihre eigene Organisation hinaus auf gesellschaftliche Teilhabe, wirtschaftliche Stabilität und soziale Gerechtigkeit.

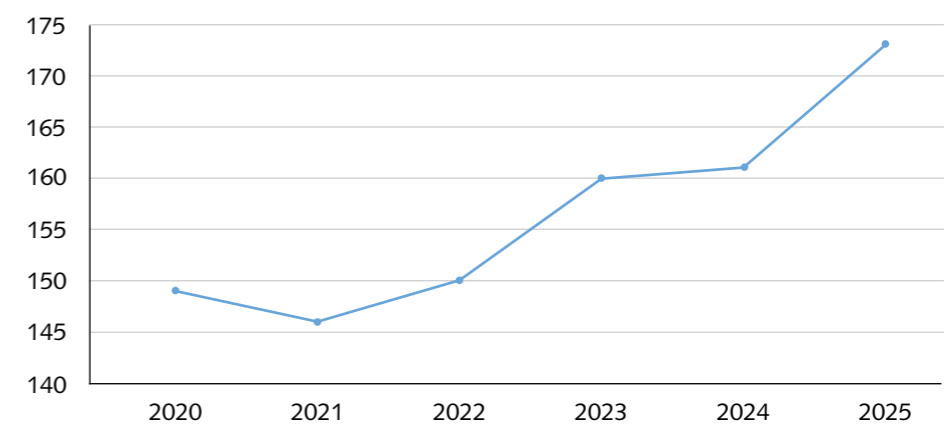
Auch Maestrani trägt in ihrem Wirkungskreis zu diesen Entwicklungen bei. Als Arbeitgeberin prägen wir Arbeitsbedingungen, Entwicklungsmöglichkeiten und Chancengleichheit- und leisten so einen Beitrag zu einem offenen und funktionierenden Arbeitsmarkt. Entwicklungsmöglichkeiten für junge Berufsleute, flexible Arbeitsmodelle, Lohngleichheit bei gleicher Arbeit sowie ein wertschätzendes Arbeitsumfeld sind ausschlaggebend für Motivation, Identifikation und langfristige Bindung. Vielfalt verstehen wir als Chance, unterschiedliche Erfahrungen und Kompetenzen einzubringen und leistungsfähige Teams zu stärken.

### Ambitionen von Maestrani

Wir verfolgen das Ziel, unsere soziale Verantwortung als Arbeitgeberin langfristig und wirkungsorientiert wahrzunehmen. Im Zentrum stehen faire, sichere und gesundheitsfördernde Arbeitsbedingungen, sowie Entwicklungsmöglichkeiten für Mitarbeitende in unterschiedlichen Lebensphasen.

Ein besonderer Fokus legen wir auf die Förderung von Chancengleichheit und Vielfalt sowie auf transparente HR-Prozesse und klare Führungsgrundsätze. Als Grundlage dient unser

Gesamtbelegschaft (Angestellte in Flawil)



Grafik 3: Gesamtbelegschaft Maestrani [GRI 2-7]



Weiterbildung in der Produktion.

Purpose (siehe Kapitel 1.2), der eine gemeinsame Haltung zu Führung, Zusammenarbeit und Verantwortung schafft. Gleichzeitig entwickeln wir flexible Arbeitsmodelle weiter, um unterschiedlichen Lebenssituationen unserer Mitarbeitenden gerecht zu werden. Im Bereich Gesundheit und Sicherheit stärken wir gezielt die physische und psychische Arbeitsfähigkeit durch Prävention, Sensibilisierung und Eigenverantwortung.

Zudem stärken wir Mitwirkung und Selbstorganisation und fördern eine Unternehmenskultur, die auf Vertrauen, Dialog und kontinuierlicher Weiterentwicklung basiert. Damit leisten wir Beiträge zu den SDGs Nr. 5 (Geschlechtergleichheit) sowie Nr. 8 (Menschenwürdige Arbeit).

#### Massnahmen von Maestrani

Zur Umsetzung unseres Führungsverständnisses setzen wir auf Selbstorganisation, in deren Zentrum eine gelebte Mitwirkungskultur, eine offene Fehlerkultur, gezielte Aus- und Weiterbildungen sowie ein respektvoller Umgang miteinander stehen. Für unsere Führungskräfte haben wir regelmässige Schulungen etabliert, die eine einheitliche Führungskultur fördern

und den Umgang mit Veränderung, Vielfalt sowie unterschiedlichen Bedürfnissen unserer Mitarbeitenden unterstützen.

Die Managementebene ist geschlechterdivers zusammengesetzt. Teilweise werden Leitungsfunktionen in Jobsharing-Modellen gestaltet, um neue Perspektiven auf Führung zu ermöglichen.

Transparenz und Beteiligung werden durch regelmässige Informations- und Dialogformate gestärkt. Zweimal jährlich informieren wir unsere Mitarbeitenden über Geschäftsgang und Unternehmensergebnis. Alle Mitarbeitenden sind zudem am Bonusmodell beteiligt und partizipieren damit am Unternehmenserfolg.

Ein grosser Schwerpunkt liegt auf der Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeitenden. Die Förderung erfolgt über einen strukturierten, von der HR-Abteilung gesteuerten Budgetprozess. Auch die Mitarbeitergespräche wurden neu ausgerichtet: Der Fokus liegt stärker auf individueller Förderung und Kompetenzentwicklung. Mittels strukturierter Entwicklungsplanung definieren wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden relevante Fokuskompetenzen und entwickeln diese gezielt weiter.

Sowohl die physische als auch die psychische Gesundheit unserer Mitarbeitenden gewinnen in allen Unternehmensbereichen zunehmend an Bedeutung. Prävention, Sensibilisierung und ergonomische Arbeitsplätze tragen dazu bei, die Arbeitsfähigkeit langfristig zu erhalten und Ausfällen vorzubeugen. Monatliche Sicherheitsmeetings sowie regelmässige Schulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz stellen sicher, dass entsprechende Massnahmen konsequent umgesetzt werden. Dafür ist neben der Personalabteilung auch der Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz verantwortlich.

Im operativen Bereich wurden bestehende Schichtmodelle überarbeitet und flexib-

ler gestaltet. Erweiterte Möglichkeiten zur Selbstorganisation sowie zusätzliche Ferientage unterstützen die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit. Die Anzahl der Teilzeitarbeitsverhältnisse in der Produktion wurde erhöht.

Wir führen regelmässige Lohnanalysen auf Basis externer Benchmarks durch. Gleicher Lohn für gleiche Arbeit ist für uns ein zentraler Bestandteil sozialer Gerechtigkeit.

#### Bisherige Fortschritte von Maestrani

Die Diversität auf der Managementebene konnte mit der Erhöhung des Frauenanteils im Management in der Berichtsperiode von 0 auf 11% verbessert werden. In Führungspositionen liegt der Frauenanteil bei 35%.

[GRI 404-1] Die angestrebten 48 Stunden Weiterbildung pro Mitarbeitenden konnten über alle Unternehmensbereiche hinweg erreicht werden. In der Produktion führten wir umfangreiche Ausbildungsprogramme für neue Mitarbeitende ein. Für die Ausbildung eines Linienführers wurden durchschnittlich rund 381 Stunden investiert. Ergänzend fanden interne Schulungen zu Zukunftsthemen wie Digitalisierung oder Fachkurse zur Schokoladenherstellung statt. Im Chocolarium wurden regelmässig Schulungen zu Dienstleistungscompetenz und Kommunikation durchgeführt. In der Verwaltung reichten die Angebote von Schulungen zu Datenschutz und Cyber Security, bis zu Themen

wie Arbeitsrecht, künstlicher Intelligenz oder Zollfragen.

Zusätzlich wurden im Jahr 2024 Leadership-Schulungen für Führungskräfte eingeführt. 2025 wurde dieses Angebot durch zweitägige Management-Workshops für Mitglieder der erweiterten Geschäftsleitung ergänzt. Darüber hinaus nehmen alle Mitarbeitenden zweimal jährlich an Workshops zur Selbstführung teil.

Auch externe Aus- und Weiterbildungen unserer Mitarbeitenden wurden unterstützt. Das Ziel, mindestens 50% der Kosten für externe Weiterbildungen zu übernehmen, wurde im Berichtszeitraum deutlich übertroffen. In rund der Hälfte der Fälle wurden externe Ausbildungsstunden zusätzlich als Arbeitszeit angerechnet. Unterstützt wurden unter anderem Berufsprüfungen sowie verschiedene CAS-Programme bis hin zu Executive MBA-Ausbildungen. Darüber hinaus konnten mehrere Mitarbeitende eine Berufsausbildung im Erwachsenenalter nachholen. Drei Mitarbeitende erhielten während ihrer Ausbildung ein reguläres Gehalt und konnten so eine formale Berufsausbildung in der Schweiz abschliessen.

Zum Thema Gesundheit und Sicherheit fanden im Jahr 2025 unter externer fachlicher Begleitung Workshops zu Stressbewältigung, Resilienz und konstruktivem Feedback statt. Bereits 2024 nahmen alle Mitarbeitenden am Suva-Stolperparcours teil. Zusätzlich wurden alle Mitarbeitenden jährlich zu Themen wie Sicherheit, Hygiene und Umwelt geschult.

Notfallsituationen werden regelmässig in unangekündigten Evakuationsübungen trainiert. Ergänzend trägt die systematische Meldung von Beinahe-Unfällen dazu bei, die Sicherheit im Betrieb kontinuierlich zu verbessern. Die nächste umfassende Gesundheitsbefragung ist für das Jahr 2026 geplant. Die Ergebnisse werden im nächsten Nachhaltigkeitsbericht ausgewertet.





Evakuationsübung des Chocolarium Teams.

## Kennzahlen 2020–2025

KPI	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Lohngleichheit	95%	95%	100%	100%	100%	100%
Auswertung Mitarbeitenden-Befragungen	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Rückkehrer nach Elternzeit	0%	0%	100%	100%	75%	50%
% Frauen im Management	22%	22%	28%	28%	28%	35%
% Teilzeit im Management	0%	0%	0%	0%	0%	13%
Anzahl Mitarbeitende	149	146	150	160	161	173
Anzahl weibliche Mitarbeitende	78	78	81	79	80	84
Anzahl männliche Mitarbeitende	71	68	69	81	81	89
Befristete Mitarbeitende (davon weiblich)	1 (0)	3 (1)	0	2 (2)	3 (3)	2 (2)
Unbefristete Mitarbeitende (davon weiblich)	148 (79)	143 (77)	150 (81)	163 (84)	157 (78)	173 (92)
Mitarbeitende mit nicht garantierten Arbeitszeiten	4	2	6	12	11	13
Teilzeitbeschäftigte Mitarbeitende (davon weiblich)	46 (38)	39 (36)	46 (38)	46 (42)	44 (41)	52 (48)
Vollzeitbeschäftigte Mitarbeitende (davon weiblich)	103 (41)	107 (42)	104 (43)	114 (37)	117 (39)	121 (41)
Anzahl Auszubildende	9	9	9	9	8	8
Mitarbeitende, die keine Angestellten sind (davon weiblich)	5 (2)	6 (3)	9 (5)	9 (6)	8 (5)	12 (7)
Anzahl Herkunftsnationalitäten	18	16	20	16	15	19
Total Fluktuationsrate	9,8%	11,6%	4,6%	7,5%	7,5%	11%
Prozentsatz Mitarbeitende mit regelmässiger Leistungsbeurteilung	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mitarbeitende mit einem qualifizierten Entwicklungsplan	–	–	–	–	60%	65%
Weiterbildung in Prozent der Lohnkosten	3%	3,2%	2,4%	2,8%	2,8%	3%
Durchschnittliche Weiterbildungsstunden pro Mitarbeitende	41,4h	28,1h	46h	48h	48,7h	48,3h
Prozentsatz der Mitarbeitenden mit einem GAV/L-GAV	53,6%	52,7%	62,7%	51,3%	47,5%	49,2%
Anzahl BU	5	7	6	4	7	12
Ausfalltage BU	53	28	57	16	111	28
Anzahl NBU	15	15	17	14	11	13
Ausfalltage NBU	57	28	57	301	100	177
Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0	0	0	0	0	0
Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen	0	0	0	0	1	0
Durchschnittliches Alter Belegschaft	42	41,7	41,9	41,3	42,3	42,8

[GRI 2-7, 2-8, 2-30, 404-1, 404-3]

## Nachhaltigkeitsziele 2026–2028

Herstellen	KPI	SDG
Die Punktzahl der einzelnen Themenbereiche der gesamtheitlichen Gesundheitsumfrage soll bei allen Themenbereichen über mindestens 3.8 Punkten, oder mindestens über dem jeweiligen Branchendurchschnitt liegen.	Punktzahl (1–5) bei der Gesundheitsbefragung der Suva	 8.8
80% unserer Mitarbeitenden verfügen über einen jährlich aktualisierten Entwicklungsplan, in dem ihre rollenbezogenen Kompetenzen definiert und weiterentwickelt werden	% der Mitarbeitenden, die über einen qualifizierten Entwicklungsplan mit jährlicher Aktualisierung verfügen	 8.5

### 4.2 Produktverantwortung

[GRI 3-3]

#### Auswirkungen von Maestrani

Lebensmittelbedingte Erkrankungen zählen gemäss der Weltgesundheitsorganisation (WHO) weltweit zu den häufigsten Gesundheitsrisiken. Hersteller beeinflussen diese Risiken direkt über die Auswahl von Rohstoffen und Zutaten, die Gestaltung von Rezepturen und die Kontrolle von Produktionsprozessen. Mögliche Gefahren entstehen unter anderem durch mikrobiologische Kontaminationen, chemische Rückstände wie Pestizide oder Schwermetalle sowie durch physikalische Fremdkörper.

Darüber hinaus gewinnen ernährungsbedingte Risiken zunehmend an Bedeutung. Ein hoher Konsum von Zucker- und fetthaltigen Lebensmitteln kann langfristig zu gesundheitlichen Problemen wie Übergewicht, Diabetes oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen beitragen. Gleichzeitig stellen Allergene oder spezielle Ernährungsbedürfnisse zusätzliche Anforderungen an die Produktverantwortung. Für Konsumentinnen und Konsumenten ist daher eine klare und verlässliche Kennzeichnung von Inhaltsstoffen und möglichen Spuren entscheidend.

Neben gesundheitlichen Aspekten können auch Kennzeichnung, Marketingaussagen oder die Verpackung die Erwartungshaltung sowie das Konsumverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten beeinflussen.

Als Schokoladenhersteller wirken wir mit unseren Produkten direkt auf die Gesundheit und das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten ein. Produktverantwortung umfasst daher die Produktqualität und Lebensmittelsicherheit, die Minimierung negativer gesundheitlicher Auswirkungen sowie die Bereitstellung sicherer, transparent gekennzeichnete und verantwortungsvoll hergestellter Produkte.

#### Ambitionen von Maestrani

Die Gesundheit unserer Konsumentinnen und Konsumenten hat für uns oberste Priorität. Als Lebensmittelhersteller tragen wir Verantwortung für die Sicherheit, Qualität und Transparenz unserer Produkte über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg.

Produktverantwortung verstehen wir als kontinuierlichen Verbesserungsprozess. Wir überprüfen und entwickeln unsere Produkte, Rezepturen und Herstellungsprozesse laufend weiter, um Risiken zu minimieren und den sich verändernden Erwartungen an Ernährung und Transparenz gerecht zu werden.

Dabei verfolgen wir drei zentrale Ziele:

- die konsequente Sicherstellung der Lebensmittelsicherheit entlang der gesamten Produktionskette
- die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Produkte im Sinne unseres eigenen Clean-Label-Standards «All Natural»

- eine transparente Information unserer Konsumentinnen und Konsumenten über Inhaltsstoffe und Produkteigenschaften

Mit diesem Anspruch stärken wir das Vertrauen in unsere Produkte und leisten einen Beitrag zu nachhaltigen Konsum- und Produktionsmuster im Sinne des UNO-Nachhaltigkeitsziel SDG 12.

#### Massnahmen von Maestrani

Im Sinne einer verantwortungsvollen und nachhaltigen Produktentwicklung berücksichtigen wir gesundheitsrelevante Aspekte bereits in der frühen Designphase. Dazu gehören die sorgfältige Auswahl der Rohstoffe, der Einsatz möglichst natürlicher und gering verarbeiteter Zutaten sowie die Minimierung von Allergenspuren. Dieser Anspruch wird unter anderem durch unseren Clean-Label-Standard «All Natural» (siehe Kapitel 5.1) umgesetzt.

In der Produktion setzen wir auf systematische Präventionskonzepte, um produktspezifische Risiken zu minimieren. Der Schwerpunkt liegt auf der Vermeidung von Verunreinigungen mit chemischem, biologischem oder physikalischem Gefährdungspotenzial sowie auf der Kontrolle möglicher Rückstände und Umweltkontaminanten.



Produktentwicklung ist Teamarbeit.

Alle eingesetzten Rohstoffe, Halbfabrikate und Fertigprodukte werden auf Basis eines risikobasierten Prüfplans systematischen Qualitätsprüfungen unterzogen. Die zugrunde liegenden Prozesse sind standardisiert und im Managementsystemhandbuch dokumentiert, was eine hohe Prozesssicherheit sowie Transparenz und Rückverfolgbarkeit gewährleistet.

Die Festlegung der Mindesthaltbarkeiten erfolgt auf Grundlage von Lagertests. Ergänzend überprüfen wir unsere Rezepturen immer wieder durch Marktbefragungen.

Die Einhaltung unserer Qualitäts- und Sicherheitsstandards wird jährlich durch angekündigte und unangekündigte Audits nach dem International Featured Standard (IFS Food) überprüft. Als von der Global Food Safety Initiative (GFSI) anerkannte Norm trägt der IFS wesentlich zur Sicherstellung der Lebensmittelsicherheit und zur Stärkung des Kundenvertrauens bei.

#### Bisherige Fortschritte von Maestrani

Die konsequente Umsetzung der IFS-Lebensmittelsicherheitsnorm ermöglichte es uns im Berichtszeitraum im Durchschnitt einen Erfüllungsgrad von über 95% («auf höherem Niveau») der IFS-Anforderungen zu erreichen, auch wenn einzelne knapp darunter lagen. Künftig soll jedes einzelne Audit mit einem Ergebnis von über 95% abschliessen und damit dauerhaft die höchstmögliche Klassierung erreichen.

Auch externe Kontrollen bestätigen die hohe Qualität unserer Systeme. Routineinspektionen und Rohstoffprüfungen durch das kantonale Amt für Verbraucherschutz und Veterinärwesen sowie unangekündigte Audits internationaler Kunden wurden im Berichtszeitraum ohne Beanstandungen abgeschlossen. Produktrückrufe oder Rücknahmen waren im Berichtszeitraum nicht erforderlich.

Im Bereich Produktentwicklung wurden im Berichtszeitraum zwei Produkte auf natürliches Aroma umgestellt und erfüllen damit unseren Clean-Label-Standard «All Natural». Insgesamt erfüllen zum Stichtag 31. Dezember 2025 rund 94% unserer Markenprodukte die Anforderungen dieses Standards in Bezug auf natürliche Zutaten.




Die Reklamationsrate lag im Berichtszeitraum bei 1,8 pro eine Million Verkaufseinheiten und damit leicht über dem definierten Zielwert von 1,5. Die Abweichung steht im Zusammenhang mit der Einführung neuer Produktkonzepte mit gering verarbeiteten Zutaten sowie der Implementierung neuer Technologien.

### Kennzahlen 2020–2025

KPI	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Anzahl Verstösse gegen Gesetze und Vorschriften in Bezug auf unsere Produkte	0	0	0	0	0	0
Anzahl Beanstandungen oder Verweise wegen Verletzungen von Werbe- oder Kommunikationsrichtlinien	0	0	0	0	0	0
Anzahl Produkt Rückrufe	0	0	0	0	0	0
Anzahl Konsumentenreklamationen pro Million Verkaufseinheiten	1,5	1,3	1,5	2,1	1,6	1,8
Erfüllungsgrad der IFS-Audits	97,3%	97,8%	96,1%	97%	95,8%	94,5%

[GRI 416-2, 417-3]

### Nachhaltigkeitsziele 2026–2028

Herstellen	KPIs	SDGs
Alle IFS-Audits werden mit einem Erfüllungsgrad von über 95% und somit der höchstmöglichen Klassierung «auf höherem Niveau» bestanden.	% des Erfüllungsgrades der IFS-Audits	12.8 
Wir senken die Anzahl der Konsumentenreklamationen auf 1,5 Reklamationen pro 1 Million Verkaufseinheiten.	Anzahl Konsumentenreklamationen pro Million Verkaufseinheiten.	12.6 
Wir verwenden für unsere Produkte, ausschliesslich natürliche Aromen und pflanzliche Extrakte als Färbemittel.	Anzahl Produkte mit ausschliesslich natürlichen Aromen und pflanzlichen Extrakten als Färbemittel.	3.9 

### 4.3 CO<sub>2</sub>-Emissionen und Energieverbrauch

[GRI 3-3]

#### Auswirkungen von Maestrani

Die Herstellung von Lebensmitteln ist mit dem Ausstoss von Treibhausgasen verbunden und trägt zum globalen Klimawandel bei. In der Schokoladenproduktion entstehen CO<sub>2</sub>-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – insbesondere beim Anbau der Rohstoffe, in der Milchproduktion, bei der Herstellung von Verpackungsmaterialien, im Transport sowie in der Verarbeitung.

Der grösste Teil dieser Emissionen entfällt bei Maestrani auf die vorgelagerten Lieferketten und wird als Scope-3-Emissionen bezeichnet. Dazu zählen insbesondere Emissionen aus der landwirtschaftlichen Produktion, der Rohstoffverarbeitung, der Verpackung sowie der Logistik. An unserem Produktionsstandort selbst entstehen Emissionen unter Scope 1 und 2 vor allem durch den Energieverbrauch sowie durch eingekaufte Energie – und machen demgegenüber nur einen kleineren Anteil aus. Über Energieeffizienz, den Einsatz erneuerbarer Energien und die Optimierung von Prozessen

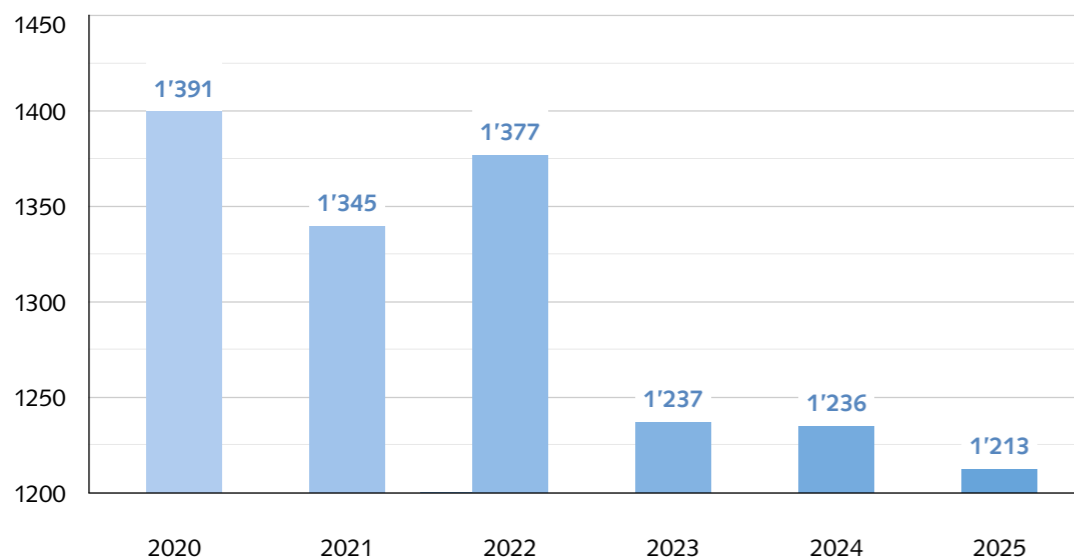
können wir hier direkt Einfluss auf unsere Emissionen nehmen.

Der Ausstoss von Treibhausgasen wirkt sich direkt auf das Klima aus und trägt zu steigenden Temperaturen, veränderten Niederschlagsmustern und häufigeren Extremwetterereignissen bei. Diese Entwicklungen beeinflussen wiederum und damit die Verfügbarkeit, landwirtschaftliche Produktionsbedingungen damit die Verfügbarkeit, Qualität und Preise zentraler Rohstoffe wie Kakao, Milch oder Nüsse. So ist auch Maestrani zunehmend von den Folgen des Klimawandels betroffen. Auch Veränderungen im Konsumverhalten könnten sich künftig auf die Nachfrage nach Schokoladenprodukten auswirken.

#### Ambitionen von Maestrani

Die Steigerung der Energieeffizienz sowie die Reduktion der direkt und indirekt verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen sind zentrale Bestandteile unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Unser Ziel ist es, die Energieeffizienz unserer Produktionsprozesse kontinuierlich zu optimieren und unsere Treibhausgasemissionen im Rahmen von unserem Einflussbereich langfristig zu senken.

#### Energieverbrauch total (kWh/t)



Grafik 4: Energieverbrauch total [GRI 302-1]



Regelmässige Überprüfung der Effizienzmassnahmen in der Produktion.

Dabei orientieren wir uns an internationalen Klimazielen und wissenschaftsbasierten Klimapfaden. Im Jahr 2023 unterzeichneten wir die Absichtserklärung der Science Based Targets initiative (SBTi) und verpflichteten uns, unsere Emissionsreduktionen am 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens auszurichten. Zudem wurde 2025 eine neue Zielvereinbarung mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) abgeschlossen, die konkreten Massnahmen zur weiteren Verbesserung der Energieeffizienz und zur Reduktion der Treibhausgasemissionen am Standort Flawil definiert.

Langfristig verfolgen wir die Vorgaben des Bundes und streben bis 2050 an, unseren Produktionsstandort Flawil schrittweise in Richtung Netto-Null-Emissionen zu entwickeln und so unseren Beitrag zur Begrenzung der globalen Erwärmung zu leisten. Mit diesen Aktivitäten leisten wir einen Beitrag zu den UNO-Nachhaltigkeitszielen SDG Nr. 13 (Massnahmen zum Klimaschutz) sowie Nr. 7 (bezahlbare und saubere Energie).

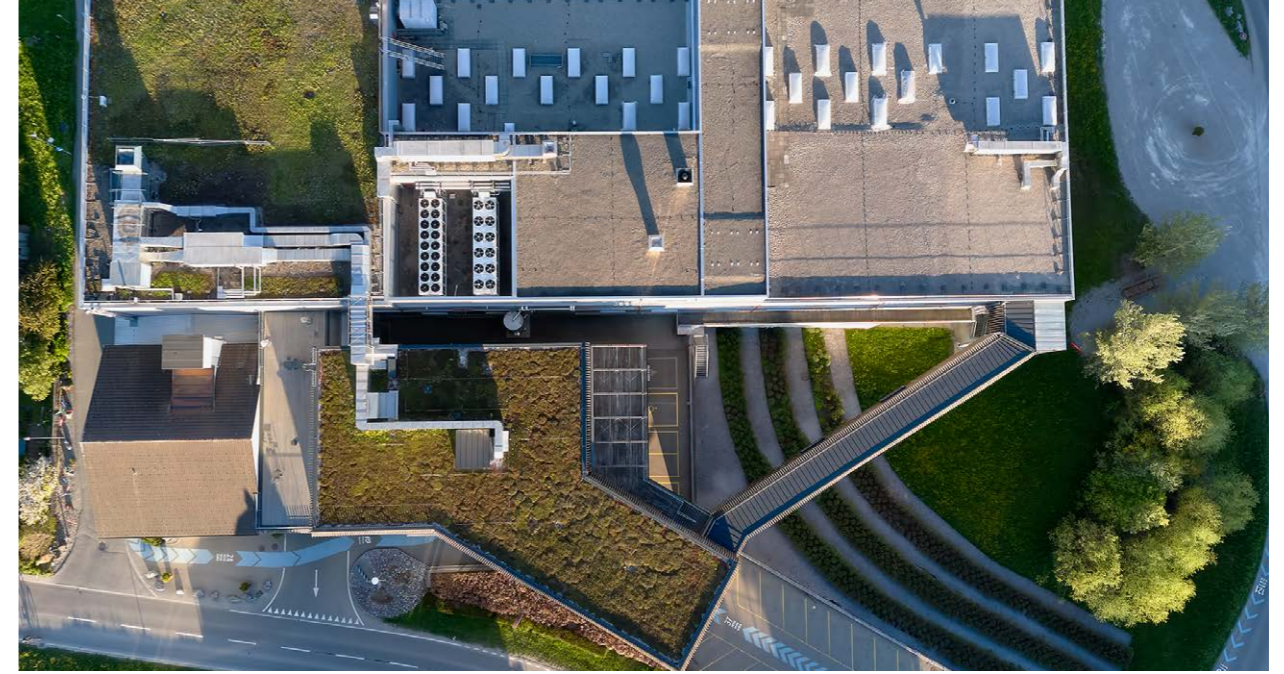
#### Massnahmen von Maestrani

Zur Reduktion unserer Treibhausgasemissionen setzen wir auf technische Effizienzmassnahmen, ein systematisches Energiemanagement sowie die kontinuierliche Erfassung unserer Emissionen.

Seit 2001 ist Maestrani Teilnehmerin der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW). Im Rahmen dieser Zusammenarbeit setzen wir konkrete

Massnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz um, deren Fortschritt regelmässig überprüft wird. Beispielsweise überprüfen wir unsere Energieinfrastruktur am Standort Flawil. Die Energiezentrale für Druckluft-, Kälte- und Wärmeenergie ermöglicht durch die Koppelung von Kälteerzeugung mit Wärmerückgewinnung eine effiziente Nutzung von Energieflüssen und den mehrfachen Einsatz von Prozessenergie. Ergänzend wurden energieeffiziente Technologien wie LED-Beleuchtungen eingeführt.

Zur Steuerung und Überwachung ermitteln wir unsere Treibhausgasemissionen seit 2018 systematisch auf Basis des GHG Protocols, um Transparenz über unsere Emissionsquellen sowie Vergleichbarkeit in unserem Fortschritt zu gewährleisten. Die direkten Scope 1 Emissionen umfassen Kältemittel aus Kühlanlagen, nicht erneuerbare Energieträger (Erdgas) sowie nicht erneuerbare Treibstoffe für Firmenfahrzeuge. Die indirekten Scope 2 Emissionen beinhalten Emissionen aus zugekaufter elektrischer Energie. Die indirekten Scope 3 Emissionen umfassen Emissionen aus zugekauften Waren und Dienstleistungen (Rohwaren, Verpackungsmaterialien, Wasser aus dem öffentlichen Versorgungsnetz, Büromaterialien, digitale Dienstleistungen, Hygieneprodukte), Investitionsgüter, treibstoff- und energiebezogene Tätigkeiten, welche nicht unter Scope 1 und 2 fallen, vor- und nachgelagerte Transporttätigkeiten, Abfälle aus der Produktion, Dienstreisen und Dienstwege der Arbeitnehmenden. Die Treibhausgasbilanz zeigt, dass



Grünflächen und Technik auf dem Dach des Firmensitzes.

der grösste Teil unserer Emissionen in der vorgelagerten Lieferkette entsteht – insbesondere im Zusammenhang mit landwirtschaftlicher Produktion und Landnutzungsänderungen beim Kakaoanbau. Dabei werden die Emissionen aus Aktivitätsdaten (z.B. Energie-Verbrauch) und Emissionsfaktoren (aus der ecoinvent-Datenbank) berechnet. Berichtsperiode ist das jeweilige Kalenderjahr, wobei als Referenzjahr 2018 und als organisatorische Systemgrenze der Standort Flawil definiert sind.

Unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz bildet die Grundlage für weitere Reduktionsmassnahmen. Zudem werden nicht vermeidbare Emissionen derzeit über Klimaschutzprojekte der Organisation myclimate, unter anderem durch ein Projekt zur Verbreitung energie-effizienter Kochstellen in Peru kompensiert.

#### Bisherige Fortschritte von Maestrani

Durch technische Optimierungen und Effizienzmassnahmen konnte der spezifische Energieverbrauch pro Tonne hergestelltem Produkt weiter reduziert werden. Während das Produktionsvolumen im Berichtszeitraum um über 20% gesteigert wurde, nahm der Gesamt-Energieverbrauch um lediglich 10% zu. Aufgrund der technischen Weiterentwicklung sowie zur Vereinheitlichung der Datenbasis, werden die spezifischen Energieverbrauchszahlen mit diesem Bericht neu auf das Basisjahr 2018 (anstatt bisher 2012) bezogen. Auch die SBTi-Vereinbarung wurde mit Bezug auf das Basisjahr 2018 unterzeichnet. Im Vergleich zum Basisjahr 2018 konnte der spezifische Energieverbrauch pro Tonne Produktionsvolumen erneut deutlich reduziert werden. Diese Entwicklung zeigt,

#### Kennzahlen 2020–2025

KPI	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Energieverbrauch total (MWh)	5'007	4'990	5'263	5'625	5'503	5'690
Energieverbrauch total (kWh/t)	1'391	1'345	1'377	1'237	1'236	1'213
Stromverbrauch pro Jahr (MWh)	4'297	4'299	4'587	4'949	4'799	4'935
Anteil Strom aus erneuerbaren Quellen (Ökostrom)	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Heizen und Prozessgas (Erdgas) (MWh)	710	691	676	685	704	755
Diesel (Fahrzeugflotte) (MWh)	318	343	330	339	317	272
Benzin (Fahrzeugflotte) (MWh)	45	6	0	3,1	0,2	1,6
Energieeffizienz	88%	85%	87%	78%	78%	77%
Absolute CO <sub>2</sub> -Äquivalente (Scope 1, 2 und 3) aus CO <sub>2</sub> Bilanz (Tonnen)	10'511	9'271	10'810	31'272	31'774	n.a.
Direkte THG-Emissionen (Scope 1) (Tonnen)	869	861	856	913	434	n.a.
Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	0	0	0	41	40	n.a.
Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3) (Tonnen)	9'642	8'410	9'954	30'318	31'300	n.a.
Reduktion CO <sub>2</sub> -Äquivalente zum Basisjahr 2018 (Scope 1 und 2)	4,3%	5,2%	5,7%	-5,1%	47,8%	n.a.
kg CO <sub>2</sub> -Äquivalente (Scope 1 und 2)/Tonne Produktionsvolumen	241	232	224	210	106	n.a.

[GRI 302-1, 305-1, 305-2, 305-3, 305-5]

#### Nachhaltigkeitsziele 2026–2028

Herstellen	KPI	SDG
Wir reduzieren den spezifischen Gesamt-Energieverbrauch/Tonne hergestelltem Produkt auf <75% vs. Basisjahr 2018	Energieeffizienz (Energie pro Tonne)	7.3
Wir senken unsere Treibhausgasemissionen der Scope-1- und Scope-2-Kategorien bis 2030 gegenüber dem Basisjahr 2018 um 50%, und erfassen und reduzieren unsere Scope 3-Emissionen. (Dashboard sciencebasedtargets.org)	CO <sub>2</sub> -Äquivalente	13.2

dass unser Wachstum mit einer effizienteren Nutzung von Energie pro Produkteinheit verbunden war.

Ein wesentlicher Beitrag zu dieser Entwicklung ist auf die Reduktion des Erdgasverbrauchs zurückzuführen. Im Rahmen der Zielvereinbarung mit der Energie-Agentur der Wirtschaft konnten die vorgesehenen Reduktionsziele über die gesamte Vertragsperiode hinweg erreicht und teilweise übertroffen werden. Für den Zeitraum ab 2025 wurde eine neue Zielvereinbarung abgeschlossen.

Bedingt durch methodische und inhaltliche Anpassungen fallen die CO<sub>2</sub>-Emissionen in den Jahren 2023 und 2024 deutlich höher aus als in den Bilanzen der Vorjahre. Die Begründung dafür liegt darin, dass im CO<sub>2</sub>-Fussabdruck der Jahre 2023 und 2024 erstmals Landnutzungsänderungen (Land Use Change, LUC) systematisch integriert wurden. Gemäss aktuellem wissenschaftlichen Konsens ist die Nichtberücksichtigung von LUC problematisch, weil gerade bei Agrarrohstoffen wie Kakao erhebliche Emissionen aus Landnutzungsänderungen ent-

stehen. Ausserdem wurden die verwendeten Emissionsfaktoren aus ecoinvent aktualisiert, welche mehr Prozesse und Materialien umfassen und den aktuellen Stand der Wissenschaft darstellen. Zudem wurde für die Bewertung des CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks für die Jahre 2023 und 2024 die Methode IPCC 2021 verwendet, wodurch neueste Forschungsergebnisse, aktualisierte Klimamodelle und globale Erwärmungspotenziale (Global Warming Potential, GWP) berücksichtigt wurden. Die CO<sub>2</sub>-Bilanz für 2025 liegt zum Zeitpunkt der Verfassung dieses Berichtes noch nicht vor.

Die Scope 1 und 2 Emissionen konnten 2024 im Vergleich zum Basisjahr 2018 um ca. 48% reduziert werden. Bei Berücksichtigung des Volumenwachstums in diesem Zeitraum (Index 1.26), wurden die Scope 1 und 2 Emissionen je Tonne Produktionsvolumen um 59% reduziert. Unabhängig von der neuen Berechnungsart der CO<sub>2</sub>-Emissionen, kompensieren wir weiterhin alle verbleibenden CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Klimaschutzprojekte unseres Partners myClimate.

47° 24' 58" N  
9° 11' 24" E



## Flawil, Schweiz

Unsere Fortschrittsfreude zeigt sich besonders dort, wo wir als Unternehmen direkten Einfluss nehmen können – in der Produktion an unserem Schweizer Standort in Flawil. Durch gezielte Investitionen in Effizienz, Digitalisierung und Partnerschaften optimieren wir unsere Produktionsprozesse kontinuierlich weiter und leisten damit gleichzeitig einen Beitrag zu unseren ökologischen und wirtschaftlichen Nachhaltigkeitszielen.

Ein Beispiel für diese kontinuierliche Verbesserung ist das Projekt «Effizienzsteigerung in der Schokoladenmassen-Produktion», das wir gemeinsam mit unserem Technologiepartner Bühler Group, Uzwil, umgesetzt haben. Patrik Keller, Leiter Produktion und Logistik bei Maestrani, erklärt die Hintergründe.

## Effizienzsteigerung in der Schokoladenmassen-Produktion

### **Patrik, worum ging es beim Projekt «Effizienzsteigerung in der Schokoladenmassen-Produktion»?**

Im Kern ging es darum, unsere Schokoladenmassen-Produktion gemeinsam mit unserem Partner Bühler transparenter und stärker datenbasiert zu steuern. Wir wollten besser verstehen, wie unsere Anlagen im Zusammenspiel funktionieren, wo Engpässe entstehen und wo wir Ressourcen und Energie effizienter einsetzen können. Mit der digitalen Plattform von Bühler konnten wir relevante Prozessdaten in Echtzeit erfassen, visualisieren und systematisch auswerten. Dadurch wurden unsere Produktionsprozesse deutlich transparenter. Entscheidungen können heute stärker auf Basis von Daten getroffen werden – und nicht mehr ausschliesslich auf Grundlage von Erfahrungswerten.

### **Was waren die positiven Auswirkungen im Sinne unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen?**

Die positiven Effekte waren vielfältig. Durch die Identifikation und Beseitigung eines zentralen Engpasses konnten wir die Effizienz in der Schokoladenmassen-Produktion um rund 18% steigern. Gleichzeitig verbesserte sich auch der Ressourceneinsatz: Weniger Stillstände, ein stabilerer Materialfluss und eine bessere Auslastung der Anlagen führen zu einem geringeren Energieverbrauch pro produzierter Tonne Schokolade. Hier zeigt sich deutlich, dass Effizienzsteigerungen und Nachhaltigkeit eng miteinander verbunden sind. Jeder vermiedene Verlust und jeder optimierte Prozessschritt trägt unmittelbar dazu bei, Ressourcen effizienter zu nutzen und unsere Nachhaltigkeitsziele zu unterstützen.

### **Ist dieses Projekt stellvertretend für die Art, wie Maestrani Nachhaltigkeit lebt?**

Ja, absolut. Das Projekt zeigt sehr gut, wie wir Nachhaltigkeit bei Maestrani verstehen und im Geschäftsalltag verankern. Solche Initiativen machen deutlich, dass Fortschrittsfreude, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit kein Widerspruch sind, sondern sich gegenseitig verstärken können. Es geht uns nicht um einzelne Massnahmen oder kurzfristige Effekte, sondern um kontinuierliche Verbesserungen im Alltag. Wir hinterfragen bestehende Prozesse, arbeiten eng mit starken Partnern zusammen und setzen gezielt dort an, wo wir die grösste Wirkung erzielen können. Nachhaltigkeit ist für uns kein zusätz-

liches Thema, sondern integraler Bestandteil unserer Investitionsentscheide, Prozessoptimierungen und der Weiterentwicklung unserer Produktion.

### **In welchen Bereichen siehst Du in den kommenden Jahren weiteres Potenzial?**

Nachhaltigkeit kennt keine Zielflagge. Deshalb sehen wir auch für die kommenden Jahre weiteres Potenzial für Verbesserungen. Ein wichtiges Projekt ist beispielsweise die Erweiterung unserer Produktionsanlagen um einen zusätzlichen Wärmeraum, den wir im Jahr 2026 planen. Darüber hinaus beschäftigen wir uns intensiv mit weiteren Effizienzsteigerungen – insbesondere im Bereich Energie. Ein grösseres Projekt planen wir im Bereich Wärmerückgewinnung. Damit könnten wir unseren Gasverbrauch um rund 80% reduzieren und gleichzeitig einen wichtigen Beitrag zur Erreichung unserer SBTi-Klimaziele leisten. Wir bleiben deshalb auch in Zukunft nah an diesen Themen und arbeiten kontinuierlich an weiteren Verbesserungen.



**«Jeder vermiedene Verlust und jeder optimierte Prozessschritt trägt direkt zu unseren Nachhaltigkeitszielen bei.»**

Patrik Keller, Leiter Produktion und Logistik

#### 4.4 Kreislaufwirtschaft

[GRI 3-3]

##### Auswirkungen von Maestrani

Kreislaufwirtschaft ist ein zukunftsweisendes und nachhaltiges Wirtschaftsmodell für die Reduktion von Ressourcenverbrauch, Abfall und Treibhausgasemissionen. Durch die Verlängerung von Material- und Produktlebenszyklen sowie durch Wiederverwendung und Recycling können Umweltbelastungen entlang der Wertschöpfungskette deutlich reduziert werden.

In der Lebensmittelindustrie spielen Verpackungen eine zentrale Rolle. Sie gewährleisten Produktschutz, Lebensmittelsicherheit und Haltbarkeit sowie die Bereitstellung von Produktinformation. Gleichzeitig sind sie mit einem hohen Ressourcenverbrauch verbunden und tragen – insbesondere bei Primärverpackungen und Einwegverpackungen – wesentlich zur Abfallentstehung bei. Die Wahl von Materialien, deren Recyclingfähigkeit sowie die Reduktion von Verpackungsmengen haben daher direkte Auswirkungen auf Umwelt und Klima.

Aus diesem Grund sind bei Maestrani nahezu alle eingehenden Rohwaren, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie weitere Materialien – von Reinigungsmitteln bis hin zu Arbeitsbekleidung und Postsendungen – sachgerecht und im Bedarfsfall lebensmitteltauglich verpackt. Dasselbe gilt selbstverständlich für sämtliche Fertigwaren, die unser Werk verlassen.

Auch in der Produktion entstehen Materialverluste. In der Schokoladenherstellung sind diese teilweise technisch bedingt, beispielsweise durch Feuchtigkeitsverluste oder Restmengen in Transport- und Produktionssystemen. Zusätzlich können Verluste durch Prozessumstellungen, Anfahrvorgänge oder Abweichungen von Qualitätsanforderungen entstehen.

##### Ambitionen von Maestrani

Wir wollen innerhalb unseres unternehmerischen Handelns nur so viele Ressourcen einsetzen, wie tatsächlich notwendig sind, und deren Nutzung kontinuierlich optimieren. Unser Ziel ist es, Ressourcen effizient einzusetzen und Materialverluste entlang der Wertschöpfungskette zu reduzieren. Dabei orientieren wir uns an den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft und streben an, Stoffkreisläufe möglichst zu schließen.

Ein zentraler Anspruch ist es, einen möglichst hohen Anteil unserer Produktion als Erstaussbeute zu erzielen und Nebenströme sowie Nacharbeiten zu minimieren. Nicht vermeidbare Nebenprodukte sollen soweit möglich in den Produktionsprozess zurückgeführt werden.

Darüber hinaus wollen wir Verpackungen ressourcenschonend gestalten und den Einsatz von Materialien kontinuierlich reduzieren. Wir streben an, vermehrt recyclingfähige oder alternative Materialien einzusetzen und gemeinsam mit unseren Partnern nachhaltige Lösungen weiterzuentwickeln.

Insgesamt leisten wir damit einen Beitrag zur Schonung von Ressourcen, zur Reduktion von Abfällen und zur Förderung einer zirkulären Wertschöpfung. Mit diesen Zielen unterstützen wir das SDG Nr. 12, das nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sowie die Reduktion von Abfällen fördert.

##### Massnahmen von Maestrani

Das Prinzip der Kreislaufwirtschaft berücksichtigen wir bereits in der frühen Design- und Entwicklungsphase von Produkten. In unseren Entwicklungsgrundsätzen ist die Wiederverwendung von Spülmassen sowie von Nicht-Erstaussbeuten – dem sogenannten Rework – als verbindlicher Grundsatz verankert.

In der Produktion unserer Schokoladenspezialitäten setzen wir auf die Vermeidung von Materialverlusten. Durch eine effiziente Produktionsplanung mit möglichst grossen Produktionslosen werden Umstellungen, Spülprozesse und Anfahrverluste reduziert. Ergänzend trägt ein lückenloses Tracking der Mindesthaltbarkeitsdaten dazu bei, Verluste durch Überlagerung oder Verderb zu minimieren.

Produkte mit geringfügigen optischen Abweichungen oder leichten Verpackungsdefekten werden als Produkte zweiter Wahl im Shop des Chocolariums verkauft oder an gemeinnützige Organisationen wie Tischlein deck dich, Schweizer Tafel oder Caritas abgegeben. Lebensmittelabfälle, die nicht weiterverarbeitet werden können, werden sortenrein gesammelt und als organischer Rohstoff für Tierfutter genutzt.

Auch bei der Gestaltung unserer Verpackungen werden konkrete Massnahmen für die Kreislaufwirtschaft umgesetzt. Dazu gehören die Reduktion des Materialeinsatzes, der Einsatz rezyklierbarer Monomaterialien sowie die Vermeidung von Verbundmaterialien. Für die Produktlinie Munz Swiss Organic wird beispielsweise Graskarton eingesetzt, bei dem ein Teil des Holzzellstoffs durch Grasfasern ersetzt wird. Dieser benötigt weniger Wasser und landwirtschaftliche Fläche als herkömmlicher Zellstoff und trägt damit zur Schonung natürlicher Ressourcen bei. Bei ausgewählten Produkten kommen auch kompostierbare Primärfolien aus nachwachsenden Rohstoffen sowie Papiertafel einschläge aus 100% Altpapier zum Einsatz.

Zur Steuerung und kontinuierlichen Verbesserung werden der Ressourceneinsatz sowie sämtliche anfallende Abfälle systematisch erfasst und regelmässig ausgewertet. Die Erkenntnisse fliessen in gezielte Mitarbeiterschulungen, Optimierungen von Prozessen, Anlagen und Abläufen sowie in die Effizienzsteigerung ein.



Die hauseigene Werkstatt bei der Instandstellung von Maschinenteilen.



Unsere Munz Glückskäfer sind mit recyklierbarem Aluminium verpackt.

#### Bisherige Fortschritte von Maestrani

Die Erstaubeute konnte in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesteigert werden. Im Berichtszeitraum wurde die Zielvorgabe von mindestens 98% erreicht.

Auch bei der Wertstofftrennung wurden Fortschritte erzielt. Bezogen auf die produzierte Menge konnte die separat erfasste Menge an Karton, Papier, Holz, Folien, sowie Metallabfällen – insbesondere Aluminiumfolie – gegenüber dem Basisjahr 2018 um über 40% gesteigert werden.

Im Zuge des Produktionswachstums und eines zunehmend komplexen Produktportfolios ist die verarbeitete Menge an Rohwaren und Verpackungsmaterialien gestiegen. Dadurch nahmen im Berichtszeitraum sowohl die Abfallmenge als auch der Wasserverbrauch in absoluten Zahlen zu. Durch Investitionen in die Maschineneffizienz konnte der relative Anteil

organischer Abfälle jedoch stabil gehalten und die Ressourceneffizienz insgesamt verbessert werden.

Der Anteil recyklierbarer Verpackungsmaterialien liegt aktuell bei über 89%. Gleichzeitig verfolgen wir weiterhin den Grundsatz, Materialstärken zu reduzieren und Überverpackungen zu vermeiden.

Der Einsatz von Recyclingmaterialien in Primärverpackungen ist aus lebensmittelhygienischen und produktspezifischen Gründen – mit Ausnahme von Aluminiumfolie – derzeit nur eingeschränkt möglich. Stattdessen setzen wir auf Materialien mit hohen Barriereigenschaften, um Produktschutz, Qualität und Haltbarkeit sicherzustellen.

#### Kennzahlen 2020–2025

KPI	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Total Abfälle (in Tonnen)	222	238	277	343	318	362
davon recycelte Abfälle (in Tonnen)	136	142	165	197	179	239
davon organische Abfälle (in Tonnen)	64	71	74	101	84	90
davon Kartonabfall (in Tonnen)	65	64	79	89	85	88
davon Altmetalle und Alufolie (in Tonnen)	4	4	8	3	6	7
davon Altholz (in Tonnen)	0	0	0	0	0	51
davon Plastikfolien (in Tonnen)	3	3	4	4	4	3
Mischabfall (in Tonnen)	85	96	112	146	139	124
Wasserverbrauch (m³)	5'670	5'988	6'505	8'404	7'980	9'742

[GRI 306-3, 303-5]

#### Nachhaltigkeitsziele 2026–2028

Herstellen	KPI	SDG
Wir steigern den Anteil der Abfallkomponenten welche stofflicher Wiederverwertung zugeführt werden auf mind. 60% des gesamten Abfallanfalles.	Tonnen, Abfallmenge (recyklierbar, organisch, sonstiges)	12.5 12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION
Wir recyklieren >90% der anfallenden Neben- und Beiprodukte	Anteil in % von den anfallenden Neben- und Beiprodukten, welche in den Prozess zurückgeführt werden.	12.2 12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION
Bis Ende 2028 setzen wir >91% recyklierbare Materialien für unsere Verpackungen ein.	% recyklierbare Materialien am Gesamtverbrauch gemessen in Tonnen	12.5 12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION



Das Herz der Erlebniswelt Chocolarium: Glücksraum mit fünf Schokoladenbrunnen.

# 5 Geniessen

Dieses Kapitel richtet den Blick auf den Markt und unsere Konsumentinnen und Konsumenten – und damit auf den Moment, in dem unsere Schokolade genossen wird. Für unsere Konsumentinnen und Konsumenten ist Genuss das zentrale Kaufkriterium. Gleichzeitig steigen die Erwartungen, dass dieser Genuss mit ökologischer und sozialer Verantwortung verbunden ist. Unsere Produkte müssen daher sowohl geschmacklich überzeugen als auch den Anforderungen an Nachhaltigkeit gerecht werden.

Unsere Leidenschaft für Schokolade prägt unsere Produktentwicklungen und Innovationen. Zudem beziehen wir die Meinungen und Bedürfnisse unserer Konsumentinnen und Konsumenten regelmässig in die Produktentwicklung mit ein. Auch optimieren wir unsere Produkte und Dienstleistungen kontinuierlich im Hinblick auf ökologische Mehrwerte. Nur wenn Genuss, Qualität und Nachhaltigkeit zusammenkommen, können wir langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein und unser Glück entlang der gesamten Wertschöpfungskette teilen.

Partnerschaftliche und langfristige Beziehungen zu unseren Kundinnen und Kunden sind dabei zentral. Gemeinsam setzen wir Nachhaltigkeitsprojekte um – sowohl im Schweizer Markt als auch in den Anbauregionen unserer Rohstoffe.

## 5.1 Produktinnovation und -entwicklung

[GRI 3-3]

### Auswirkungen von Maestrani

Produktinnovationen beeinflussen direkt das Konsum- und Ernährungsverhalten unserer Konsumentinnen und Konsumenten. Die Auswahl von Roh- und Inhaltsstoffen sowie die Gestaltung von Rezepturen können zu einem bewussteren und teilweise auch nachhaltigeren Genuss beitragen.

**Wir entwickeln Produkte, die Genuss, Qualität und verantwortungsbewusstes Handeln vereinen.**

Gleichzeitig bergen Produktentwicklungen auch Herausforderungen. Insbesondere der Gehalt an Zucker und Fett sowie die Verwendung von nicht nachhaltigen Verpackungsmaterialien haben Auswirkungen auf Gesundheit

und Umwelt. Diese Aspekte berücksichtigen wir systematisch im Entwicklungsprozess.

Darüber hinaus wirken sich Produktinnovationen auf vorgelagerte Lieferketten aus. Die Wahl von Rohstoffen, deren Herkunft und die befolgten Beschaffungsstandards beeinflussen landwirtschaftliche Praktiken, Ressourcennutzung und soziale Bedingungen in den Anbauregionen.

Damit hat Produktinnovation nicht nur Einfluss auf einzelne Produkte, sondern auf Konsumgewohnheiten, Umweltwirkungen und die Ausgestaltung nachhaltiger Lieferketten insgesamt.

### Ambitionen von Maestrani

Unser Anspruch ist es, Genuss, Qualität und Nachhaltigkeit in der Produktentwicklung konsequent zu verbinden und damit unsere Konsumentinnen und Konsumenten zu begeistern. Deshalb entwickeln wir unsere Produkte nahe an ihren Bedürfnissen und orientieren uns gleichzeitig an aktuellen Markt- und Ernährungstrends, um unsere Sortimente attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten.

Durch die Auswahl geeigneter Rohstoffe, die Weiterentwicklung von Rezepturen und die Berücksichtigung ökologischer Aspekte streben wir an, Produkte zu schaffen, die sowohl den Erwartungen unserer Konsumentinnen und Konsumenten als auch den Anforderungen an eine nachhaltige Entwicklung gerecht werden.

Unsere Konsumentinnen und Konsumenten sollen sich darauf verlassen können, dass Maestrani-Produkte hohen Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards entsprechen – zu ihrem eigenen Wohl und im Sinne verantwortungsvoller Wertschöpfungsketten.

Mit unseren Produkten und Dienstleistungen möchten wir einen bewussten und nachhaltigen Konsum fördern und leisten damit einen Beitrag zum SDG Nr. 12 für nachhaltigen Konsum- und Produktionsmuster.

### Massnahmen von Maestrani

Um die Bedürfnisse unserer Konsumentinnen und Konsumenten besser zu verstehen, pflegen wir einen intensiven Dialog mit ihnen – unter anderem in unserer Erlebniswelt Chocolarium. Dort testen wir regelmässig Produktinnovationen und erhalten direktes Feedback, das in unsere Forschung und Entwicklung einfließt.

Ergänzend führen wir Marktforschungen in der ganzen Schweiz durch, bei denen verschiedene Altersgruppen und Konsumentensegmente berücksichtigt werden. Diese Kombination aus direktem Austausch und Marktforschung ermöglicht eine Co-Creation mit unseren Konsumentinnen und Konsumenten. Inspiration für wichtige Markt- und Ernährungstrends erhalten wir auch von externen Instituten wie dem Zukunftsinstitut.

Zu den wichtigsten Trendfeldern zählen:

- **Gesunde Ernährung:** Wir entwickeln regelmässig vegane Produkte – beispielsweise mit der Lancierung von Minor Crunchy im Jahr 2025. Weitere Trends sind alternative Zuckerarten, zuckerreduzierte oder laktosefreie Produkte.

- **Lokale Ernährung:** Viele Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten bevorzugen Schokolade, die in der Schweiz hergestellt wird. Unsere Produkte werden deshalb am Standort Flawil produziert, wo wir unter anderem Schweizer Zucker und Schweizer Milchpulver einsetzen.
- **Nachhaltige Ernährung:** Unsere «All Natural»-Initiative bildet den Leitstern unserer Produktentwicklung. Dazu gehören der bewusste Verzicht auf Palmöl, die kontinuierliche Reduktion unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen im Rahmen unseres SBTi-Versprechens sowie die vollständige Kompensation nicht vermeidbarer Emissionen über myclimate.

### Die Produkte von Maestrani stehen für transparente Rezepturen und bewusst ausgewählte Zutaten.

Neben Innovationen spielen auch sogenannte Produktrenovierungen eine wichtige Rolle. Dabei werden bestehende Produkte beispielsweise hinsichtlich Rezepturen, Rohstoffen oder Nachhaltigkeitsaspekten weiterentwickelt. Innovationen und Renovierungen mit neuen Rezepturen werden systematisch mit Konsumentinnen und Konsumenten getestet.

Künftig sollen Innovationen und Produktrenovierungen zusätzlich systematisch anhand definierter Nachhaltigkeitskriterien bewertet werden, beispielsweise hinsichtlich CO<sub>2</sub>-Emissionen, Verpackungsmaterialien oder Rohstoffwahl. Ziel ist es, bis 2030 sämtliche Innovationen anhand solcher Kriterien zu überprüfen.

Unsere «All Natural»-Initiative bildet einen zentralen Bestandteil unserer Produktstrategie (siehe Kapitel 4.2). Sie soll unseren Konsumentinnen und Konsumenten die Sicherheit geben, dass sie Maestrani-Produkte mit gutem Gewissen genießen können.

Alle Produkte, die unser eigenes «All Natural»-Label tragen, erfüllen unter anderem folgende Kriterien:

- Nutzung ausschliesslich natürlicher Inhaltsstoffe
- Verzicht auf künstliche Aroma- und Farbstoffe
- 100% Fairtrade-Kakao
- bewusster Verzicht auf Palmöl
- Engagement zur Reduktion (SBTi Versprechen für KMUs) und vollständige Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen über myclimate

Darüber hinaus möchten wir unsere Konsumentinnen und Konsumenten künftig noch transparenter über unsere Nachhaltigkeitsprojekte informieren. Bis Ende 2028 soll die Maestrani-Website einen übersichtlichen Einblick in ausgewählte Projekte entlang unserer Wertschöpfungskette bieten.

Im Private-Label-Geschäft nutzen wir unsere Erfahrung aus dem Markengeschäft und ent-

wickeln gemeinsam mit Partnern innovative Spezialitäten. Dabei werden sämtliche Produkte mit nachhaltigen Rohstoffen produziert und sind palmölfrei.

### Bisheriger Fortschritt von Maestrani

Unser Ziel, das gesamte Markensortiment auf den «All Natural»-Standard umzustellen, werden wir im Jahr 2026 erreichen.

Zwischen 2023 und 2025 haben wir jährlich zwischen 2 bis 5 Marktbefragungen durchgeführt. Dazu zählen Konsumententests im Chocolarium, klassische Marktforschungsstudien sowie Online-Befragungen. Die Erkenntnisse fliessen direkt in unsere Produktentwicklung ein.

Ein ursprünglich geplantes Ziel – die Etablierung einer GenZ-Supportgruppe – konnte aufgrund des hohen organisatorischen Aufwands nicht umgesetzt werden.



Konsumententest im Chocolarium.

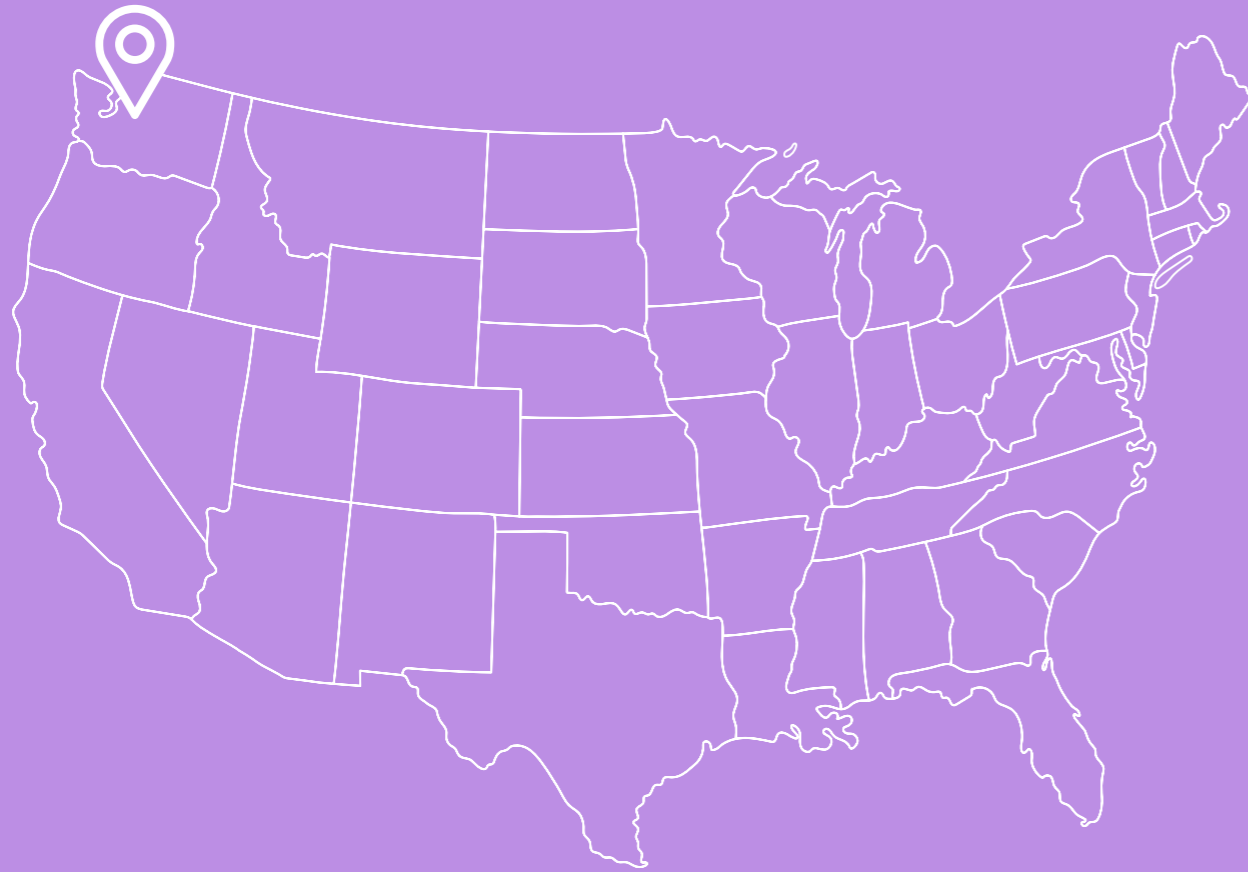
### Kennzahlen 2020–2025

KPI	2020	2021	2022	2023	2024	2025
% der Markenartikel, welche dem «All Natural» - Standard entsprechen	0%	0%	76%	83%	83%	88%
Anzahl Marktbefragungen pro Jahr	1	2	5	5	3	2

### Nachhaltigkeitsziele 2026–2028

Geniessen	KPI	SDG
Wir führen jedes Jahr mindestens 5 Marktbefragungen durch (z.B. Konsumententests, Marktforschungsstudien)	Anzahl durchgeführter Marktbefragungen	12.8
Bis 2028 werden 100% der Innovationen nach Optimierungspotential bezüglich definierten Nachhaltigkeitskriterien überprüft (CO <sub>2</sub> -Emissionen, Verpackungsmaterialien, etc.)	% der Innovationen geprüft nach Nachhaltigkeitskriterien	12.2
Bis Ende 2028 geben wir auf unserer Website einen transparenten Einblick in mindestens zwei unserer Unterstützungsprojekte	Website ist aufgeschaltet	12.8

47° 36' 21" N  
122° 19' 55" W



# Seattle, USA

Magic Chocolate verbindet hochwertigen Schokoladengenuss mit bewusst ausgewählten Zutaten und einem klaren Anspruch an Nachhaltigkeit. Gemeinsam mit unseren Partnern setzen wir auf transparente Lieferketten und unterstützen Ansätze, die ökologische Verantwortung, soziale Gerechtigkeit und langfristige Perspektiven für Produzentinnen und Produzenten fördern.

## Magic Chocolate – Verantwortung entlang der gesamten Lieferkette

Mit der Übernahme der Marke Magic Chocolate und der Gründung der Tochtergesellschaft Magic Chocolate Inc. in Seattle im Jahr 2025 stärkt Maestrani ihre Präsenz im US-Markt und verlängert die eigene Wertschöpfungskette gezielt bis zum Endkunden. Gemeinsam mit Mitgründer und CEO Joe Whinney verfolgen wir das Ziel, hochwertigen Schokoladengenuss mit einem konsequent nachhaltigen Beschaffungsansatz zu verbinden. Damit übernehmen wir neben Produktqualität und Markenführung auch Verantwortung für eine transparente und nachhaltige Lieferkette.

Das Fundament von Magic Chocolate bildet eine konsequent nachhaltige Rohstoffbeschaffung. Der Kakao stammt von der Frauenkooperative KANY in der Elfenbeinküste, einer Organisation, die ökologische Verantwortung mit sozialer Wirkung verbindet. Die Produzentinnen bewirtschaften ihre Kakaoparzellen in vielfältigen Agroforstsystemen, welche die Bodenfruchtbarkeit fördern, die Biodiversität stärken und die Widerstandsfähigkeit der Anbauflächen gegenüber den Folgen des Klimawandels erhöhen. Gleichzeitig trägt die Kooperative dazu bei, die wirtschaftliche Stellung von Frauen zu stärken und langfristige Perspektiven für Produzentinnen und ihre Familien zu schaffen. Dieser ganzheitliche Ansatz bildet die Grundlage für die Regenerative Organic Certified® (ROC)-Zertifizierung des Kakao.

ROC geht über die Anforderungen des biologischen Landbaus hinaus und verbindet ökologische Kriterien wie Bodengesundheit und Biodiversität mit sozialen



Joe Whinney, CEO Magic Chocolate Inc., Seattle



Das Tafelsortiment von Magic Chocolate mit ROC-zertifiziertem Kakao.

Anforderungen und fairen Arbeitsbedingungen. Ziel ist es, Landwirtschaft langfristig widerstandsfähiger zu gestalten und nachhaltige Perspektiven für Produzentinnen und Produzenten zu schaffen.

Die hohen Anforderungen an Rohstoffe und Lieferketten prägen auch die Produkte von Magic Chocolate. Die Marke adressiert zentrale Konsumtrends wie Nachhaltigkeit, bewussten Genuss, hochwertige Inhaltsstoffe und Transparenz. Diese Ansprüche prägen die gesamte Wertschöpfungskette – von der Auswahl der Rohstoffe über die Verarbeitung in der Schweiz bis hin zur Vermarktung im US-Markt. Mit der Weiterentwicklung der Marke und gezielten Innovationen schaffen wir die Grundlage, die Nachfrage nach nachhaltig beschafften Rohstoffen langfristig auszubauen. Durch die eigene Vermarktung im US-Markt können wir zudem Marktimpulse direkt aufnehmen und die Weiterentwicklung der Marke aktiv mitgestalten.

## 5.2 Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen

[GRI 3-3]

### Auswirkungen von Maestrani

Geschäftsbeziehungen entlang der Wertschöpfungskette haben einen direkten Einfluss auf Marktstrukturen, Konsumangebote und die Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards. Durch die Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern im Markengeschäft, Private-Label-Kunden und Partner im Umfeld des Chocolariums wird die Verfügbarkeit unserer Produkte sichergestellt und deren Positionierung im Markt mitgestaltet.

Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen ermöglichen es, gemeinsame Anforderungen an Qualität, Transparenz und Nachhaltigkeit zu definieren und umzusetzen. Dadurch können Nachhaltigkeitsstandards und -projekte entlang der Wertschöpfungskette gestärkt und in den Markt getragen werden.

Zudem schaffen langfristige und verlässliche Partnerschaften die Grundlage für gemeinsame Projekte, Innovationen und die Weiterentwicklung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen. Sie tragen damit dazu bei, nachhaltigere Konsumangebote zu fördern und die Transformation hin zu verantwortungsvolleren Wertschöpfungssystemen zu unterstützen.

### Ambition von Maestrani

Gemeinsam mit unseren Partnern wollen wir Nachhaltigkeitsinitiativen entlang der Wertschöpfungskette weiterentwickeln und ausbauen. Unsere partnerschaftlichen Geschäftsbeziehungen verstehen wir als Hebel, um gemeinsame Nachhaltigkeitsinitiativen entlang der Wertschöpfungskette voranzutreiben und nachhaltigere Lösungen im Markt zu verankern.

Dabei streben wir langfristige und vertrauensbasierte Partnerschaften an, die eine kontinuierliche Weiterentwicklung in den Bereichen Qualität, Transparenz und Nachhaltigkeit



Regelmässiger Austausch mit unseren Partnern.



Blick ins Innere einer Kakaofrucht bei der Ernte in Ghana.

Photo: Alfred Quarrey

Geniessen

ermöglichen. Mit diesem Ansatz leisten wir einen Beitrag zum SDG Nr. 17, das die Bedeutung von Partnerschaften zur Erreichung nachhaltiger Entwicklungsziele betont, sowie zum SDG Nr. 12 (Verantwortungsvoller Konsum und Produktion).

#### Massnahmen von Maestrani

Die Ansprüche unserer Geschäftspartner an nachhaltige Produkte und Lieferketten sind in den letzten Jahren deutlich gestiegen. So erwarten einige Schweizer Kunden beispielsweise eine Abgabe eines SBTi-Versprechens. Gleichzeitig haben auch wir unsere Erwartungen an unsere Partner in Bezug auf Nachhaltigkeit weiterentwickelt.

Unsere Zusammenarbeit folgt einem abgestuften Ansatz entlang der Wertschöpfungskette: Eine erste Grundlage bildet die Einhaltung definierter Produktstandards und Nachhaltigkeitszertifizierungen (zum Beispiel der Einsatz von Fairtrade- und/oder Bio-Kakao). Darüber hinaus beteiligen wir uns an Nachhaltigkeitsprogrammen unserer Geschäftspartner. So leisten wir beispielsweise mit unseren Klimazielen im Rahmen der SBTi auch einen Beitrag zu entsprechenden Initiativen im Detailhandel.

Ergänzend initiieren wir gemeinsame Nachhaltigkeitsprojekte mit unseren Geschäftspartnern, die direkt in den Anbauregionen unserer Rohstoffe Wirkung entfalten (siehe Seiten 34 und 35).

Auch im Umfeld des Chocolariums integrieren wir Nachhaltigkeitsaspekte zunehmend systematisch bei der Auswahl und Weiterentwicklung unserer Partner. Wir haben entsprechende Kriterien definiert, anhand derer wir die Zusammenarbeit bewerten und weiterentwickeln.

#### Bisheriger Fortschritt von Maestrani

Im Berichtszeitraum 2023–2025 hat Maestrani aktiv zu verschiedenen Nachhaltigkeitsprogrammen von Geschäftspartnern beigetragen. Unser Ziel, mit drei strategisch wichtigen Detailhandelspartnern Nachhaltigkeitsinitiativen zu verfolgen, wurde erreicht. Für die kommende Berichtsperiode möchten wir diese Zusammenarbeit auf fünf Partner ausweiten.

Bereits rund 50% der Chocolarium-Partnerschaften wurden anhand unserer Nachhaltigkeitskriterien bewertet. Ziel ist es, bis Ende 2028 alle zu beurteilen.

Im Markengeschäft konnten wir gemeinsam mit Volg und der Stiftung Theodora eine Initiative umsetzen. Durch eine Verkaufsaktion unserer Marken Munz und Minor, bei der Maestrani und Volg zusammen einen Teil des Umsatzes spenden, wurden in den letzten drei Jahren über 70'000 CHF für die Stiftung Theodora gesammelt.

Auch im Private-Label-Geschäft konnten wir gemeinsam mit Partnern Projekte in Sierra Leone und der Elfenbeinküste umsetzen. Das Ziel von drei Projekten wurde noch nicht vollständig erreicht und wird in der nächsten Berichtsperiode weiterverfolgt.



Überreichung Spendencheck an Stiftung Theodora gemeinsam mit unserem Kunden Volg.

#### Kennzahlen 2020–2025

KPI	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Anzahl Grosskunden mit Entwicklungsplan und gemeinsamen Nachhaltigkeitsinitiativen	0	0	1	1	2	2
Anzahl Nachhaltigkeitsprojekte mit Private-Label-Kunden	0	0	0	1	1	2
Anteil als nachhaltig bewertete Chocolarium Partner	–	–	–	0%	0%	50%

#### Nachhaltigkeitsziele 2026–2028

Geniessen	KPI	SDG
Bis 2028 haben 3 unserer strategischen Detailhandels-Grosskunden einen Entwicklungsplan mit gemeinsamen Nachhaltigkeitsstandards oder -initiativen.	Anzahl Grosskunden mit Entwicklungsplan und gemeinsamen Nachhaltigkeitsinitiativen.	12.6
100% unserer Chocolarium Partner sind nach unseren internen Nachhaltigkeitskriterien bewertet.	Anteil der bewerteten Chocolarium Partner.	12.6
Bis 2028 initiieren wir oder partizipieren wir bei 3 relevanten Projekten mit Private-Label-Partnern mit.	Anzahl Nachhaltigkeitsprojekte mit Private-Label-Kunden.	17.16



Der Firmensitz von Maestrani am Rande von Flawil, Schweiz.

# 6 Corporate Governance

[GRI 2-1] Maestrani Schweizer Schokoladen AG ist eine Aktiengesellschaft in Familienbesitz. 95% der Aktien befinden sich seit über 100 Jahren im Privatbesitz derselben drei bzw. zwei Familien. Im Jahr 2025 wurden innerhalb einer Besitzerfamilie Aktien auf die nächste Generation übertragen, womit Stabilität und Sicherheit nachhaltig weiter verankert wurden.

## 6.1 Unternehmensorganisation

[GRI 2-1] Maestrani Schweizer Schokoladen AG ist eine Aktiengesellschaft in Familienbesitz. 95% der Aktien befinden sich seit über 100 Jahren im Privatbesitz derselben drei bzw. in der Zwischenzeit zwei Familien. Im Jahr 2025 wurden innerhalb einer Besitzerfamilie Aktien auf die nächste Generation übertragen, womit Stabilität und Sicherheit nachhaltig weiter verankert wurden.

[GRI 2-22] Impulse der Eigner fließen organisatorisch über die Generalversammlung der Aktionäre sowie durch den Einsitz im Verwaltungsrat ein. Strategisch wird die Kohärenz durch die Eignerstrategie sowie die Mitarbeit im Verwaltungsrat sichergestellt. Die Eignerstrategie gibt Auskunft über Vision, Werte, langfristige Zielsetzung sowie über Steuerung, Führung und Controlling des Unternehmens. In dieser obersten Richtlinie ist auch die Verpflichtung zur Nachhaltigkeit festgehalten (siehe Kapitel 1.2).

Dank unseres internen Kommunikationssystems (Beekeeper), regelmäßiger Informationsveranstaltungen, unseres Mitarbeitermagazins (2–3 x pro Jahr) sowie Team-Meetings findet ein reger Austausch zwischen den Teams und den einzelnen Verantwortungsebenen statt.

### Compliance

[GRI 2-13, 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.

## 6.2 Generalversammlung der Aktionäre

[GRI 2-9] Oberstes Organ der Gesellschaft ist die Generalversammlung (GV) 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 bestehen aus dem Verwaltungsrat, dem Verwaltungsratspräsidenten sowie der Geschäftsleitung.

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

## 6.3 Verwaltungsrat

[GRI 2-9] Der Verwaltungsrat (VR) 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, Zusammensetzung und Diversität

[GRI 2-9, 2-10] Der Verwaltungsrat (VR) der Maestrani Schweizer Schokoladen AG besteht aus mindestens fünf Mitgliedern, die von der Generalversammlung (GV) für eine Amtsdauer von einem Jahr gewählt werden. Die Generalversammlung ist auch für eine ausgewogene Zusammensetzung des Gremiums verantwortlich.

Bei einem Wechsel in der Zusammensetzung, respektive zur Rekrutierung von neuen Mitgliedern, wird eine Findungskommission aus Mitgliedern des VR's eingesetzt. Diese selektiert

tiert geeignete Kandidatinnen und Kandidaten anhand eines vorgängig definierten Kriterienkatalogs, der insbesondere Kompetenzen, Erfahrung, Leistungsausweise sowie Diversität in Bezug auf Alter und Geschlecht berücksichtigt. Auf Basis einer Shortlist unterbreitet der VR der GV einen Wahlvorschlag.

Der Verwaltungsrat deckt alle für den Geschäftsgang relevanten Kompetenzen ab und setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern der Eigentümerfamilien sowie externen, unabhängigen Fachpersonen zusammen. Damit sind zentrale Stakeholder direkt im Gremium vertreten und werden durch externe Expertise ergänzt.

Bei der Zusammensetzung wird auf Diversität geachtet. Der Verwaltungsrat besteht aktuell aus drei Männern und zwei Frauen, wobei vier Mitglieder in der Schweiz und eines im Ausland wohnhaft sind. Die Kompetenzen sind breit abgestützt und unterschiedliche Erfahrungshintergründe sowie Altersstrukturen werden bewusst berücksichtigt.

Der Verwaltungsrat ernennt zudem eine Sekretärin oder einen Sekretär, der oder die nicht Mitglied des Gremiums sein muss. Die Aufgaben sind in einem separaten Stellenbeschrieb geregelt.

Der Verwaltungsrat der Maestrani Schweizer Schokoladen AG besteht aus folgenden Mitgliedern:

- Roland Berner, Zürich
- Dominik Hanslin, Mauren (FL)
- Nicole Herzog, Wabern
- Sandra Jdrzejewski, Kloten
- Diego Zoller, Jona

#### **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 Ver-

treter der Geschäftsleitung. In dieser Rolle ist er dessen direkter Vorgesetzter.

#### **Unabhängigkeit des Verwaltungsrates**

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

#### **Organisation und Steuerung**

[GRI 2-16, GRI 2-25] 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, kritische Anliegen von externen Stellen und Nachhaltigkeitsthemen 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.



Die Holzpassarelle verbindet Produktion und Chocolarium.

#### **Kommunikation**

[GRI 2-26] 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 schwerwiegenderen 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 2.4).

#### **Vergütung**

[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 95% des Aktienkapitals sind, nehmen Einsitz im Verwaltungsrat. Die Aktionäre entlasten den Verwaltungsrat bezüglich der Geschäftstätigkeiten an der ordentlichen Generalversammlung. Als Familienun-

ternehmen 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.

#### **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 Geschäftsleitung und erweiterte Geschäftsleitung [GRI 2-13]

### Zusammensetzung und Vergütung

Die Geschäftsleitung (GL) besteht aus drei Mitgliedern und wird vom CEO geführt. Sie verantwortet sämtliche Aufgaben und Befugnisse, die gemäss Organisationsreglement, Statuten und von Gesetzes wegen nicht dem Verwaltungsrat zugewiesen sind. Der CEO steht in regelmässigem Austausch mit dem VRP und informiert ihn über alle wichtigen Belange der Firma.

Die Organisation der Geschäftsleitung orientiert sich an der Unternehmensstrategie und dem Purpose (siehe Kapitel 1.2). Zusätzlich zu den drei Mitgliedern, die jeweils einen operativen Bereich, ergänzen sechs weitere Personen die erweiterte Geschäftsleitung (eGL). Dadurch sind insgesamt neun Schlüsselmitarbeitende für die Umsetzung der Strategie und den operativen Betrieb von Maestrani verantwortlich sind.

Die GL, die eGL sowie Teile des Managements haben einen variablen Lohnbestandteil. Dieser ist abhängig vom Erreichen der Umsatz- und Ertragsziele. Das Bonussystem des Managements wird jährlich vom Verwaltungsrat genehmigt und fliesst zahlenmässig in den Budgetprozess mit ein.

### Geschäftsjahr und Rapportierung der GL an den VR

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.

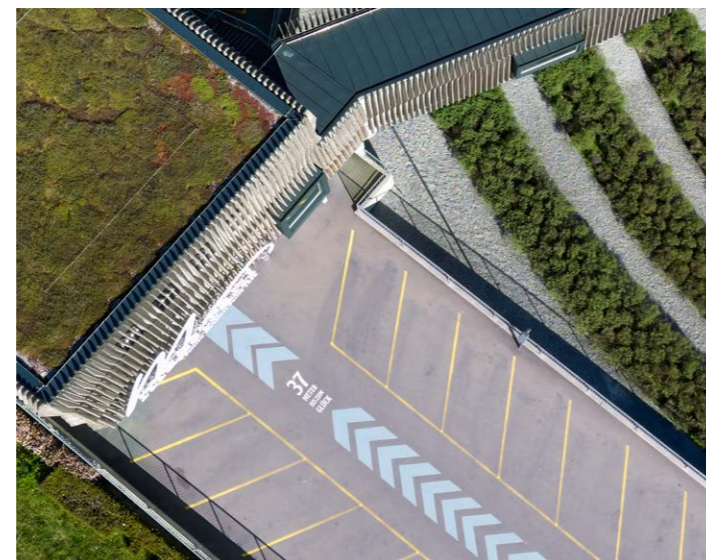
Zudem schreibt die GL monatlich einen Rapport und erstattet so dem Verwaltungsrat Bericht über die wesentlichen Geschäftszahlen und wichtigen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Ereignisse.

### Erweiterte Geschäftsleitung

Die Kern-GL wird durch die erweiterte Geschäftsleitung (eGL) 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.

### Kommunikation

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



Nur wenige Meter bis zum Glück.

sion besteht aus acht von den Mitarbeitenden selbst gewählten Mitgliedern und deckt die Mitarbeiteranliegen der verschiedenen Unternehmensbereiche ab.

## 6.5 Rolle des Verwaltungsrates im Nachhaltigkeitsprozess [GRI 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 für das Thema verantwortlich. Er stellt sicher, dass die einzelnen Fachverantwortlichen die Nachhaltigkeits-KPIs 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 Strategiekennnisse, 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 einen 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 wird das Engagement für und die Wichtigkeit des Berichts unterstrichen. 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.

## 6.6 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

[GRI 2-23] 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 der Beschaffungsseite.

Hier verweisen wir auf die Kapitel 3.1 Beschaffungsstrategie und 3.2 Lieferantenmanagement. Bewusst haben wir zum Beispiel die Zertifizierung von Fairtrade Max Havelaar ausgewählt, weil dieses Label gerade bei Menschrechtsthemen viel weiter geht als die Alternativen.



Schokoküsse werden mit flüssiger Schokolade überzogen.

# 7 GRI-Index

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist ein international anerkannter Standard für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Der GRI-Index dient als Orientierungshilfe und zeigt auf, welche GRI-Angaben in diesem Bericht berücksichtigt wurden und an welcher Stelle die entsprechenden Informationen zu finden sind. Er schafft Transparenz und unterstützt die Nachvollziehbarkeit der offengelegten Inhalte.

## 7.1 GRI-Index

Für den «Content Index – Essentials Service» überprüfte GRI Services, ob der GRI-Inhaltsindex in einer Weise dargestellt wurde, die den Anforderungen an die Berichterstattung gemäss den GRI-Standards entspricht, und ob die Informationen im Index klar dargestellt und für die Stakeholder zugänglich sind.



**CONTENT INDEX ESSENTIALS SERVICE**

2026

Anwendungserklärung	Maestrani Schweizer Schokoladen AG hat in Übereinstimmung mit den GRI-Standards für den Zeitraum 01.01.2023 bis 31.12.2025 berichtet.
Verwendeter GRI 1	GRI 1: Grundlagen 2021

## Allgemeine Angaben

GRI-Standard / Andere Quelle	Angabe	Seite	Weitere Angaben und Auslassung
Die Organisation und ihre Berichterstattungspraktiken			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-1 Organisationsprofil	11, 12, 64-65	
	2-2 Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	11, 12, 22	
	2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	22	Der Nachhaltigkeitsbericht wird alle drei Jahre erstellt. Die aktuelle Version wurde am 3. Juli 2026 veröffentlicht, gilt für den Zeitraum von 01.01.2023-31.12.2025 und schliesst an die Vorgängerversion an (2021 bis 2023). Er konsolidiert das operative, laufende Nachhaltigkeitscontrolling. Maestrani veröffentlicht keinen Geschäftsbericht.
	2-4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	25	Die wesentlichen Themen wurden aktualisiert und teilweise verändert. Für genaue Information dazu siehe Kapitel 2.3
	2-5 Externe Prüfung	–	Auf eine externe Prüfung wird verzichtet. Eine qualitative Prüfung der Berichterstattung erfolgte durch die Ecoleader GmbH.

GRI-Standard/ Andere Quelle	Angabe	Seite	Weitere Angaben und Auslassung
<b>Tätigkeiten und Mitarbeiter:innen</b>			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	11, 16, 27	
	2-7 Angestellte	37, 40	Nicht anwendbar: Keine Aufgliederung nach Region, da dieser Bericht nur Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Schweiz abdeckt und die operativen Geschäftstätigkeiten in anderen Ländern ausgeklammert sind (siehe auch GRI 2-2 und Kapitel 1.1).
	2-8 Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind	40	Es gibt Arbeitnehmende, die nicht fest bei Maestrani angestellt sind, um je nach Arbeitsaufkommen in der Produktion, oder beispielsweise in Krisenzeiten flexibel reagieren zu können (Leiharbeiter). Ihre Anzahl unterliegt starken saisonalen Schwankungen und macht in Spitzenzeiten einen Anteil von bis zu 15% aus.

<b>Unternehmensführung</b>			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung	65	
	2-10 Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	65	
	2-11 Vorsitzende:r des höchsten Kontrollorgans	66	
	2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	69	
	2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	65, 68-69	
	2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	69	
	2-15 Interessentkonflikte	66	
	2-16 Übermittlung kritischer Anliegen	66	
	2-17 Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	69	
	2-18 Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	67	
	2-19 Vergütungspolitik	67	
	2-20 Verfahren zur Festlegung der Vergütung	67	
2-21 Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	-	Einschränkungen aufgrund einer Verschwiegenheitspflicht: Die Maestrani Schweizer Schokoladen AG ist ein privat geführtes Familienunternehmen. Die Offenlegung des Verhältnisses zwischen der Jahresgesamtvergütung der höchstbezahlten Person und dem Median der Jahresgesamtvergütung aller Mitarbeitenden würde aufgrund der geringen Grösse der Geschäftsleitung Rückschlüsse auf individuelle Ver-	

GRI-Standard/ Andere Quelle	Angabe	Seite	Weitere Angaben und Auslassung
			gütungen ermöglichen. Dies widerspricht der unternehmensweiten Praxis zum Schutz vertraulicher Vergütungs- und Finanzinformationen. Die Vergütung der Geschäftsleitung wird im Rahmen der internen Governance-Prozesse und unter Einhaltung der geltenden gesetzlichen Vorgaben festgelegt.

<b>Strategie, Richtlinien und Praktiken</b>			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	5, 65	
	2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	19, 27, 70-71	
	2-24 Einbeziehung der Verpflichtungserklärungen zu Grundsätzen und Handlungsweisen	27	
	2-25 Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	23, 66	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	23, 67	
	2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	23, 65	
	2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	-	<p><b>Chocosuisse:</b> Engagement in der Verwaltung (Vorstand) sowie in verschiedenen Fachgruppen. Die Fachgruppe Nachhaltigkeit wird aktuell vom COO / Leiter Supply Chain von Maestrani geführt.</p> <p><b>Handels- und Industrievereinigung Flawil:</b> Der CEO von Maestrani ist im Vorstand und engagiert sich aktiv für das Wirtschaftsleben in der Gemeinde Flawil und darüber hinaus.</p> <p><b>Promarca:</b> Maestrani ist Mitglied von Promarca und koordiniert sich so mit anderen Markenherstellern. Zudem sind wir in der Marketingkommission vertreten.</p> <p><b>Schweizer Plattform für Nachhaltigen Kakao:</b> 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.</p> <p><b>Diverse:</b> Via Chocolarium pflegen wir diverse wichtige Partnerschaften mit anderen touristischen Leistungsträgern. Zudem engagieren wir uns für die Tourismusorganisationen in der Region und darüber hinaus.</p>

GRI-Standard/ Andere Quelle	Angabe	Seite	Weitere Angaben und Auslassung
<b>Einbindung von Stakeholdern</b>			
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021	2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	22	
	2-30 Tarifverträge	40	Es gibt zwei fortschrittliche Gesamtarbeitsverträge (GAV), den Chocosuisse-GAV in der Produktion und den L-GAV im Chocolarium (Event-/Gastronomiebereich). Die Mitarbeitenden, welche in der Verwaltung von Maestrani tätig sind, stehen nicht unter einem GAV.

## Wesentliche Themen

GRI-Standard/ Andere Quelle	Angabe	Seite	Weitere Angaben und Auslassung
<b>Wesentliche Themen</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	25	
	3-2 Liste der wesentlichen Themen	25	Beschaffungsstrategie Lieferantenmanagement Mitarbeitendenentwicklung Produktverantwortung CO <sub>2</sub> -Emissionen und Energieverbrauch Kreislaufwirtschaft Produktinnovation und -entwicklung Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen

<b>Beschaffungsstrategie</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	27	
Eigener Indikator	Anteil fair gehandelter und zertifizierter Kakaoprodukte	29	
	Anteil Bio-zertifizierter Kakaoprodukte	29	
	Anteil lokal angebauter Rohwaren	29	
	Anzahl direkter sozialer Projekte in Kakaoanbauländern	29	

<b>Lieferantenmanagement</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	30	
Eigener Indikator	Anteil A-Lieferanten mit Nachhaltigkeitsstrategie	32	
	% der A-Lieferanten mit Massnahmen zur CO <sub>2</sub> -Reduktion (gemäss SBTi)	32	

GRI-Standard/ Andere Quelle	Angabe	Seite	Weitere Angaben und Auslassung
<b>Mitarbeitendenentwicklung</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	37	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	39-40	a: Informationen nicht verfügbar / unvollständig: Angabe wird nur insgesamt, aber nicht nach Geschlecht und nach Angestelltenkategorie erhoben.
	404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung haben	40	Alle MA haben regelmässige Leistungsbeurteilung
Eigener Indikator	Lohngleichheit	40	
	Auswertung Mitarbeitenden-Befragung	40	
	Rückkehrquote nach Elternzeit	40	
	% Frauen im Management	40	
	% Teilzeit im Management	40	
	Anzahl Auszubildende	40	
	Anzahl Herkunftsnationalitäten	40	
	Mitarbeitende mit einem qualifizierten Entwicklungsplan	40	
	Weiterbildung in Prozent der Lohnkosten	40	
	Anzahl und Ausfalltage BU sowie NBU	40	
	Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	40	
	Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen	40	
	Durchschnittliches Alter Belegschaft	40	

<b>Produktverantwortung</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	41	
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016	416-2 Verstösse im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	43	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417-3 Verstösse im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	43	
Eigener Indikator	Anzahl Produkt Rückrufe	43	
	Anzahl Konsumentenreklamationen pro Million Verkaufseinheit	43	
	Erfüllungsgrad der IFS-Audits	43	

GRI-Standard/ Andere Quelle	Angabe	Seite	Weitere Angaben und Auslassung
<b>CO<sub>2</sub>-Emissionen und Energieverbrauch</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	44	
GRI 302: Energie 2016	302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation	44, 46	
GRI 305: Emissionen 2016	305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	46	
	305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	46	
	305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	46	
	305-5 Senkung der Treibhausgas- emissionen	46	
Eigener Indikator	Energieeffizienz	46	

<b>Kreislaufwirtschaft</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	50	
GRI 306: Abfall 2020	306-3 Angefallener Abfall	53	
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303-5 Wasserverbrauch	53	b, c und d: nicht anwendbar: Kein Verbrauch von Wasser aus Gebieten mit Wasserstress und keine Änderungen in der Wasserspeicherung.

<b>Produktinnovation und -entwicklung</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	55	
Eigener Indikator	% der Markenartikel, welche dem «All Natural»-Standard entsprechen	57	
	Anzahl Marktbefragungen pro Jahr	57	

<b>Partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen</b>			
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	3-3 Management von wesentlichen Themen	60	
Eigener Indikator	Anzahl Grosskunden mit Ent- wicklungsplan und gemeinsamen Nachhaltigkeitsinitiativen	63	
	Anzahl Nachhaltigkeitsprojekte mit Private Label-Kunden	63	
	Anteil als nachhaltig bewertete Chocolarium Partner	63	

Dieser Bericht ist Eigentum von Maestrani Schweizer Schokoladen AG. Sämtliche Inhalte des Berichts gehören Maestrani oder einem Vertragspartner. Durch das Abrufen, Herunterladen oder weitere Handlungen mit ähnlichen Zwecken werden keine Rechte erworben. Die Nutzung des Inhalts für kommerzielle Zwecke bedingt eine Unterschrift. Jegliche Haftung von Maestrani Schweizer Schokoladen AG ist ausgeschlossen. Maestrani Schweizer Schokoladen AG lässt in der Erstellung des Berichts grösstmögliche Sorgfalt walten. Der Bericht enthält Links zu Websites Dritter. Maestrani lehnt die Verantwortung für deren Inhalte und die Einhaltung gesetzlicher Datenschutzbestimmungen ab. Dieser Bericht liegt auf [www.maestrani.ch](http://www.maestrani.ch) vor.

#### Impressum

[GRI 2 – 3] Gerne nehmen wir Ihre Fragen, Anregungen oder Kommentare zu diesem Nachhaltigkeitsbericht entgegen. Bitte wenden Sie sich an: [sustainability@maestrani.ch](mailto:sustainability@maestrani.ch)

#### Herausgeber/Redaktion

Maestrani Schweizer Schokoladen AG, Flawil

#### Layout/Grafik

Partner & Partner AG, Winterthur

#### Beratung GRI

Ecoleader GmbH, St.Gallen

Datum der Veröffentlichung: Juli 2026

 **Beveren, Belgien**  
51° 12' 36" N  
4° 15' 36" E

 **Seattle, USA**  
47° 36' 21" N  
122° 19' 55" W

 **Ostrava, Tschechien**  
49° 49' 12" N  
18° 15' 43" E



  
maestrani  
Passion Chocolat Suisse 1852

**Maestrani**  
**Schweizer Schokoladen AG**

Toggenburgerstrasse 41  
CH-9230 Flawil  
info@maestrani.ch

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



**AVELINES**

**magic**



**CHOCOLARIUM**

  
CHOCOLAT  
AMMANN  
SINCE 1851

  
DELAFAILLE  
CHOCOLATE BELGIUM  
Since 1929