

ANDROS®

Zukunft trägt Früchte

Fortschrittsbericht 2024



Inhalt

- 03 **Grußwort**
- 04 **Nachhaltiger Wandel im Mittelpunkt der Strategie von ANDROS**
- 05 **Die Welt von ANDROS Deutschland**
- 07 **Nachhaltigkeit im Zentrum des unternehmerischen Handelns von ANDROS Gruppe**
- 08 **Doppelte Wesentlichkeitsanalyse bei ANDROS Deutschland**
- 10 **Ziele für nachhaltige Entwicklung**
- 11 **ANDROS Sustainability Champions**



12 **Ressourcen schonen, Zukunft sichern**

- 14 Wasser als wertvolle Ressource
- 15 Verbesserung unserer CO₂-Bilanz
- 16 Unser Weg zur Klimatransformation
- 18 Neues Entsorgungskonzept stärkt Ressourcenschutz



22 **Gute Produkte für Menschen, nachhaltige Verpackungen für morgen**

- 23 Beitrag unserer Produkte zur Planetary Health Diet
- 24 Gesunde Produkte – nachhaltige Verpackungen



19 **Vielfalt bewahren, agrarökologisch wachsen**

- 20 ANDROS be Nuts!
- 21 Steuobst – Vielfalt bewahren, Zukunft gestalten



26 **Gemeinsam stark, gemeinsam wirksam**

- 27 Mitarbeitergesundheit
- 28 Unser gesellschaftliches Engagement



29 **Verantwortung leben, Vertrauen stärken**

- 30 Unsere Unternehmensethik

35 **Impressum**



Grußwort

Für ANDROS Deutschland ist Nachhaltigkeit ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Unser Ansatz basiert auf kontinuierlicher Verbesserung – nicht durch große Sprünge, sondern durch konsequente Maßnahmen mit spürbarer Wirkung.

Wir setzen auf ein strukturiertes Energiemanagement, um den Verbrauch in unseren Produktionsstätten zu optimieren. Gleichzeitig entwickeln wir intelligente Transportlösungen, die Transporte effizienter gestalten und kombinieren, um Emissionen zu reduzieren. Diese Schritte sind entscheidend, um Effizienz und Wirtschaftlichkeit miteinander zu verbinden.

Ein wichtiger Meilenstein war die Berechnung unseres Corporate Carbon Footprints. Sie schafft Transparenz über die größten Emissionsquellen und bildet die Grundlage für gezielte Reduktionsmaßnahmen. Mit unserem Commitment zur Science Based Targets Initiative (SBTi) gehen wir den nächsten Schritt: Wir orientieren uns an wissenschaftlich fundierten Klimazielen, um unsere Emissionen langfristig im Einklang mit dem Pariser Abkommen zu senken.

Unsere Strategie ist klar: Risiken minimieren, Chancen nutzen. Nachhaltigkeit bedeutet für uns nicht nur ökologische Verantwortung, sondern auch die Sicherung unserer Wettbewerbsfähigkeit. Investitionen in effiziente Prozesse und optimierte Logistik sind dabei ebenso wichtig wie die enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern entlang der Lieferkette.

Wir sind überzeugt: Kontinuierliche Verbesserungen sind die Basis für langfristigen Erfolg. Deshalb werden wir unsere Maßnahmen weiter ausbauen – mit klaren Zielen, messbaren Ergebnissen und einem starken Fokus auf Wirtschaftlichkeit.

Till Alvermann
Geschäftsführer ANDROS Deutschland



Nachhaltiger Wandel im Mittelpunkt der Strategie von **ANDROS**



Reduzieren, positiv beitragen und anpassen

Seit vielen Jahren engagiert sich ANDROS für die Begrenzung seiner Auswirkungen. Von der ersten Kläranlage mit Methanisierungsanlage im Jahr 1985 über die Einstellung **eines 18. Mitarbeiters mit schwerem Autismus** im Jahr 2023 bis hin zur ersten CO₂-Bilanz im Jahr 2011. Es gab und gibt zahlreiche Errungenschaften unseres Unternehmens, dessen Priorität von seinen Familienaktionären festgelegt wurde, um die Nachhaltigkeit seines Modells zu gewährleisten.

Im Jahr 2019 wurde eine Nachhaltigkeitsstrategie, eine „Nachhaltigkeitsleistung“ eingeführt, um unser Handeln zu strukturieren. Das Wort „Leistung“ verdeutlichte, dass dies ein Wettbewerbsfaktor für ANDROS ist.

Auf diesem langen Weg der nachhaltigen Transformation sind wir dabei, eine neue Etappe zu erreichen: Wir wollen einen positiven Beitrag für unseren Planeten leisten.

Das tun wir, indem wir in die **agroökologische Landwirtschaft** investieren, um unsere Obstbaupartner zu regenerativen Anbaumethoden zu bewegen; indem wir die Vertragsgestaltung vorantreiben, die die

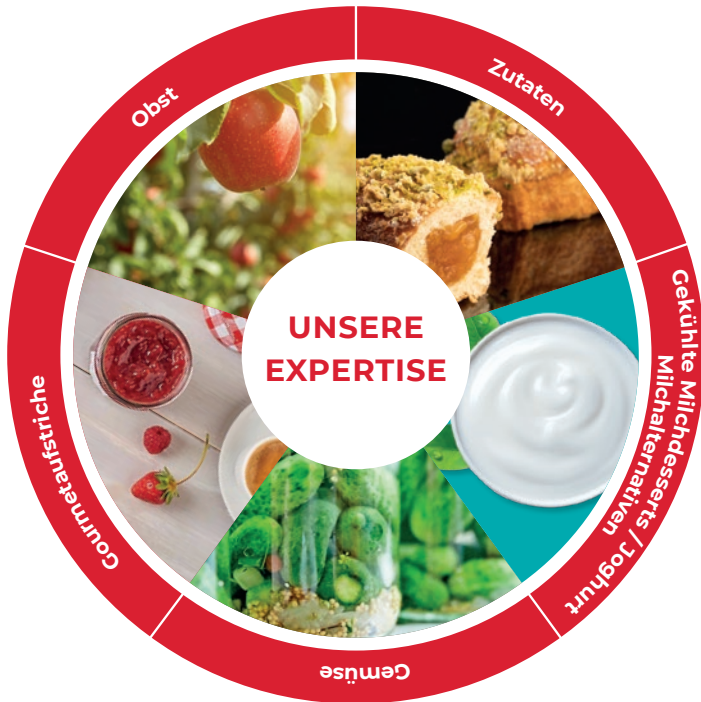
Qualität unserer Früchte und unserer Milch garantiert und gleichzeitig den Landwirten einen sicheren und tragfähigen Absatzmarkt sichert; indem wir gemeinsam in eine Genossenschaft investieren; indem wir damit beginnen, unsere CO₂-Emissionen, die wir bereits stark reduziert haben, zu kompensieren; indem wir mit der Wiederverwendung unserer Verpackungen experimentieren und gleichzeitig die Recyclingfähigkeit weiter verbessern; indem wir einen **Erdnussaufstrich auf den Markt bringen, eine regenerative und wassersparende Leguminose;** usw.

Da wir unseren Kunden und Verbrauchern auch in Zukunft vielfältige und hochwertige Produkte anbieten möchten, engagieren wir uns für die **Anpassung an den Klimawandel**, sei es bei der Beschaffung von Obst und allen anderen landwirtschaftlichen Rohstoffen oder in unseren Produktionsstätten.

Florian Delmas
President

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized, cursive script that starts with a horizontal line and loops back to cross it.

Die Welt von ANDROS Deutschland



3 

3 Produktionsstandorte

24 

Teil der ANDROS Gruppe mit Präsenz in
24 Ländern mit industriellen Betrieben
in 16 Ländern

4 

Produktsortiment umfasst Angebot für
4 Mahlzeiten

3 

3 Distributionszentren in Deutschland

<700 

Über 700 Mitarbeitende bundesweit in
Deutschland



Unsere Produkte



Mit unseren Produkten wollen wir unseren Konsumenten Genuss und Sicherheit bieten. Dies gelingt uns durch die Weiterentwicklung unserer Marken und Innovation, die wir mit Leidenschaft und Engagement vorantreiben.

Wir wenden unser Fachwissen auf die Marken unserer Kunden an, die wir mit der gleichen Umsicht behandeln wie unsere eigenen Marken.

Unsere Werke im ländlichen Raum

Wir sind in der Landwirtschaft verwurzelt und stolz darauf. Unsere Unternehmenskultur ist wesentlich durch unser Engagement in den Regionen geprägt.

Unsere Produktionsstätten befinden sich auf dem Land, unweit von Obst- und Gemüseanbaugebieten und Milchhöfen.



Nachhaltigkeit im Zentrum unternehmerischen Handelns der **ANDROS Gruppe**



WE SUPPORT



ANDROS – langfristiger Teilnehmer an der UN Global Compact Initiative

ANDROS beteiligt sich seit 2003 an der Global Compact Initiative der Vereinten Nationen.

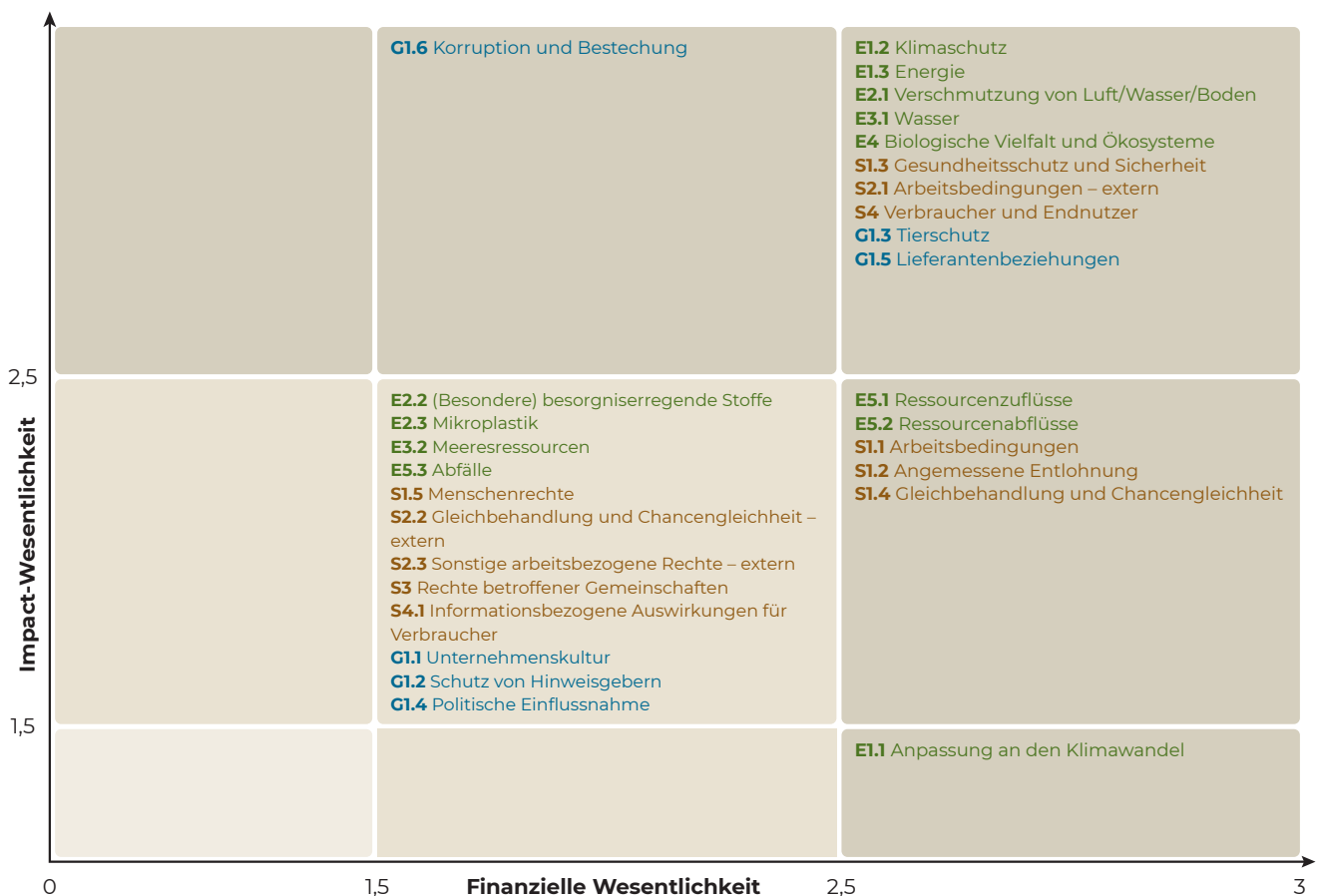
ANDROS veröffentlicht jährlich einen Entwicklungsbericht über sein Engagement und neue Vorhaben, die auf den 10 Prinzipien der Initiative beruhen und unter anderem Menschenrechte, Arbeit, Umwelt und Antikorruption betreffen.

Doppelte Wesentlichkeitsanalyse bei **ANDROS Deutschland**

Im Zuge der Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) hat ANDROS Deutschland aktiv an der Erarbeitung einer doppelten Wesentlichkeitsanalyse mitgewirkt. Die grundlegende Methodik wurde gemeinsam mit Mitgliedern der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. (BVE), dem Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung und cyclos future entwickelt und bildet eine

solide Basis für die weitere firmenindividuelle Ausgestaltung.

Die doppelte Wesentlichkeitsanalyse berücksichtigt sowohl die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft (Impact-Wesentlichkeit) als auch die finanziellen Auswirkungen nachhaltigkeitsbezogener Themen auf unser Unternehmen (Finanzielle Wesentlichkeit).



Quelle: Dr. Christian Geßner (ZNU), Samuil Simeonov (cyclos future), Dr. Julian Rottschäfer (cyclos future), Rebecca Ehrenguber (fjol) / Erstellung einer Muster-Wesentlichkeitsanalyse

Das vorliegende Ergebnis wird geprüft und auf die spezifischen Gegebenheiten und Geschäftstätigkeiten der ANDROS Deutschland angepasst. Dieser Prozess erfolgt in enger Abstimmung mit unseren Sustainability Champions sowie der Geschäftsleitung. Ziel ist es, eine belastbare Grundlage für die strategische Weiterentwicklung und die künftige Nachhaltigkeitsberichterstattung zu schaffen.

Prozessablauf: Erstellung der Wesentlichkeitsanalyse bei ANDROS Deutschland

1. Erste Themenidentifikation

- Übernahme der BVE-Musterlösung als Ausgangspunkt
- Vorläufige Einordnung von Nachhaltigkeitsthemen

2. Abgleich mit BVE-Kategorisierung

- Wesentliches Thema: Sollte übernommen werden; Abweichungen müssen nachvollziehbar begründet sein
- Relevantes Thema: Kann für bestimmte Teilbranchen oder Geschäftsbereiche wesentlich sein; individuelle Prüfung erforderlich
- Kein Fokus: Kann als nicht wesentlich eingestuft werden, sofern keine unternehmensspezifischen Relevanzen bestehen

3. Interne Validierung

- Prüfung und Diskussion der Themen durch Sustainability Champions und der Geschäftsleitung
- Berücksichtigung der spezifischen Gegebenheiten, Risiken und Chancen von ANDROS Deutschland

4. Finalisierung

- Erstellung einer unternehmensindividuellen Wesentlichkeitsanalyse
- Sicherstellung der Übereinstimmung mit Branchenstandards und CSRD-Anforderungen

5. Integration

- Einbindung der Ergebnisse in die Nachhaltigkeitsstrategie und Berichterstattung



Ziele für nachhaltige Entwicklung



Wir denken in Kreisläufen und in Zielen. Aus dem Kanon der 17 Sustainability Development Goals (SDGs) heraus haben wir die für uns wichtigsten Wertefelder besetzt, die organisch miteinander verwoben sind. Wie eine Pflanze wachsen auch wir mit unseren Zielen. Sie geben die Richtung vor, in der wir die nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens steuern. Immer mit der klaren Intention, in Etappen zu denken, gemeinsam Fortschritte zu machen und wertvolle Ergebnisse zu erzielen. Im Herzen unserer Nachhaltigkeitsstrategie steht der Mensch. Wir übernehmen soziale Verantwortung. Und achten darauf, dass alle Beteiligten auf dem Weg in eine lebenswerte Zukunft mitgenommen werden. Unsere Mitarbeitenden ebenso wie alle Partner und Lieferanten, die mit uns zu tun haben. Kein Wunder, dass nachhaltige Zukunftsgestaltung bei uns im wahrsten Sinne des Wortes Früchte trägt.

ANDROS

Sustainability Champions

Wir gestalten die Zukunft nachhaltig

In einem kreativen Umfeld, das neue Formen des Arbeitens, kollektive Entscheidungen und echtes Miteinander fördert, haben unsere Sustainability Champions Anfang September 2025 zwei intensive Tage genutzt, um gemeinsam an der Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele 2030 für die deutschen Standorte zu arbeiten.

Dabei wurden erste Antworten auf die großen Fragen unserer Nachhaltigkeitsstrategie

gefunden, zentrale Themen priorisiert und erste Schwerpunkte für die kommenden Monate festgelegt. Die Vielfalt an Perspektiven, das gemeinsame Nachdenken und die Offenheit für neue Ideen prägten die Zusammenarbeit – ein starkes Beispiel dafür, wie kraftvoll kollektives Engagement sein kann. Nachhaltigkeit ist für uns nicht nur ein strategisches Ziel, sondern ein gemeinsamer Gestaltungsauftrag.



Neue Wege und neue Gedanken offen gemeinsam gestalten.



Hier kommen Menschen zusammen, die etwas bewegen: Praktiker, Umsetzer, Spezialisten, kreative Köpfe, Koordinatoren und visionäre Wegbereiter.

„Jedes Werk verfügt über Experten, die Energiemanagement vorantreiben. Unsere jährlichen Audits und die ISO 50001-Zertifizierung unterstreichen, wie ernst wir die Verantwortung für eine nachhaltige Energiebilanz und fortlaufende Verbesserung nehmen.“

Lena Michel

Projektmanagerin Energiemanagement
ANDROS Deutschland GmbH
Sustainability Champion

Ressourcen schonen, Zukunft sichern

In einer Welt, in der natürliche Ressourcen knapper werden, ist verantwortungsvolles Wirtschaften entscheidend für eine lebenswerte Zukunft. Unser Unternehmen setzt weiterhin konsequent darauf, den Ressourcenverbrauch zu senken und Lösungen zu entwickeln, die ökologisch sinnvoll und wirtschaftlich tragfähig sind. In diesem Kapitel zeigen wir, wie wir mit innovativen Maßnahmen die Grundlagen schützen, aus denen Zukunft wächst – und Früchte trägt.

Wasser als wertvolle Ressource

Unser Weg zur Reduktion

Bis 2030 verfolgen wir das Ziel, unseren Wasserverbrauch um **15 Prozent** zu senken. Um dieses Ziel zu erreichen, setzen wir auf bewährte Best Practices wie die frühzeitige Erkennung von Leckagen, die Sensibilisierung der Anlagenbetreiber, die Wiederverwendung von Prozesswasser sowie die Installation digitaler Messsysteme. Auch die Optimierung ortsgebundener Reinigungsprozesse (CIP) spielt eine zentrale Rolle.

Seit 2021 überprüfen unsere Energiemanagement-Teams an unseren Standorten systematisch die Wirksamkeit aller Wassersparmaßnahmen. Die Erfahrungen der letzten Jahre haben deutlich gemacht, wie essenziell ein verantwortungsvoller Umgang mit Wasser für unsere internen Prozesse ist.

An unserem Standort Elsterwerda haben wir den Fokus auf das Thema weiter verstärken können. Das Water Saving Team wurde 2023 ins Leben gerufen, um das Thema noch konsequenter zu analysieren. Zu den ersten Erfolgen zählen die Reinigungsoptimierung im Kokosprozess, die verbesserte CIP-Reinigung und Sterilisation der Abfüllmaschine sowie die Optimierung der Spülschritte im Bereich Dessert. Insgesamt wurden **3.443 m³ Frischwasser** eingespart.

In Breuberg ist der Wasserverbrauch bereits auf einem sehr niedrigen Niveau. Dennoch optimiert das Team konsequent die Produktionsprozesse. In 2024 wurde die Apfelreinigung umgestellt, wodurch weitere **ca. 1.900 m³ Wasser** eingespart werden konnten.

-11.000 ↘**36.000** **Gesamtersparnis von rund 36.000 Bädewannen, 11.000 weniger als im Vorjahr****-480.000** ↘**800.000** **Waschmaschinenladungen bzw. 579.646 kWh Strom, 480.000 kWh weniger als im Vorjahr**

Verbesserung unserer CO₂-Bilanz

An jedem Standort gibt es ein erfahrenes Energiemanagement-Team, das die Weiterentwicklung und das Innovationspotential in den Werken fördert. Seit Jahren verbessern wir die Energiebilanz unseres Unternehmens und lassen unsere Maßnahmen durch unabhängige Zertifizierungsstellen jährlich überprüfen. ANDROS Deutschland ist seit 2015 nach ISO 50001 zertifiziert.



Stromverbrauchsoptimierung

Ein zentraler Schritt war die Abschaltung der Kühltagerhalle „Mona“. Um diese Maßnahme umzusetzen, wurden neue isolierende Tore installiert, zum Schutz der aktiven zweiten Kühltagerhalle.. Dadurch konnten 579.646 kWh Strom und **252,1 Tonnen CO₂** eingespart werden.

Zusätzlich wurden während des Werksstillstands am 26.04.2024 Druckluftleckagen behoben. Diese Maßnahme führte zu einer weiteren Einsparung von 48.834 kWh Strom und **21,2 Tonnen CO₂**.

Gasverbrauchsoptimierung

Im Bereich Gasverbrauch wurden ebenfalls gezielte Maßnahmen ergriffen. In Elsterwerda führten die Prüfung und der Austausch defekter Kondensatableiter zu einer Einsparung von 387.851 kWh Gas und **77,9 Tonnen CO₂**.

Darüber hinaus wurden Dampfleitungen, Dampfventile sowie Heißwasserleitungen und -ventile isoliert, was eine zusätzliche Einsparung von 98.317,59 kWh Gas und **19,8 Tonnen CO₂** ermöglicht.

Am Standort Breuberg wurden weitere ressourcenschonende Aktivitäten umgesetzt: Durch Optimierungen im Bereich der Kläranlage konnten ca. 78.000 kWh Strom eingespart werden.

Der Austausch und die Optimierung der Beleuchtung führten zu einer zusätzlichen Einsparung von rund 22.000 kWh Strom. Auch an diesem Standort konnte durch die Isolierung von Dampfleitungen, Kondensatbehältern und Vorwärmung ca. 50.000 kWh Wärme eingespart werden.

Dies bedeutet eine Einsparung von insgesamt **ca. 425 Tonnen CO₂**.

Unser Weg zur Klimatransformation

Commitment zur SBTi und erster Meilenstein



Als Lebensmittelunternehmen tragen wir eine besondere Verantwortung für den Schutz unseres Planeten. Die Herstellung und Verarbeitung von Lebensmitteln ist weltweit eine der größten Quellen für Treibhausgasemissionen – insbesondere durch landwirtschaftliche Produktion, Landnutzung und globale Lieferketten. Gleichzeitig beeinflusst der Klimawandel die Verfügbarkeit und Qualität von Rohstoffen, die Lebensmittelsicherheit und die Stabilität von Agrarsystemen.

ANDROS Deutschland sieht sich daher in der Pflicht, aktiv zur Begrenzung der Erderwärmung beizutragen und nachhaltige Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu fördern. Unser Ziel ist es, nicht nur die Auswirkungen unseres Handelns zu minimieren, sondern auch Teil der Lösung zu sein – für eine zukunftsfähige Lebensmittelproduktion im Einklang mit Mensch und Natur.

Im Jahr 2024 haben wir uns der Science Based Targets initiative (SBTi) verpflichtet. Damit setzen wir ein klares Zeichen für wissenschaftlich fundierten Klimaschutz und stellen unsere Unternehmensstrategie auf ein robustes Fundament für Emissionsreduktion und Transparenz.

Warum SBTi?

Die SBTi bietet Unternehmen einen klaren Rahmen, um Emissionsreduktionsziele zu definieren, die mit dem 1,5°C-Ziel des Pariser Klimaabkommens vereinbar sind. Für ANDROS bedeutet dies: Wir übernehmen Verantwortung für unsere Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – vom Rohstoffeinkauf bis zur Auslieferung unserer Produkte.

Unser erster Meilenstein: Der Corporate Carbon Footprint 2023

Als Grundlage für unsere Klimastrategie wurde im Jahr 2024 erstmals der Corpo-

rate Carbon Footprint (CCF) für ANDROS Deutschland für das Geschäftsjahr 2023 berechnet – inklusive der emissionsintensiven Bereiche Forstwirtschaft, Landnutzung und Landwirtschaft (FLAG). Die Berechnung erfolgte nach den Standards des Greenhouse Gas Protocol und wurde durch ein Nachhaltigkeitsberatungsinstitut durchgeführt.

Für Andros Deutschland bedeutet das folgende Emissionen:

Gesamt

109.255 t*

Zur besseren Nachvollziehbarkeit unseres CO₂-Fußabdrucks unterscheiden wir drei Emissionsbereiche: **Scope 1** sind direkte Emissionen aus unseren eigenen Anlagen, wie Heizungen oder Produktionsprozessen. **Scope 2** umfasst Emissionen aus der Erzeugung von eingekaufter Energie, bei uns zu 100% Grünstrom. **Scope 3** beinhaltet alle weiteren indirekten Emissionen entlang der Wertschöpfungskette, die bei Lieferanten, beim Transport oder bei der Nutzung unserer Produkte entstehen.

Scope 1

13.556 t*

direkte Emissionen

Scope 2

0 t*

indirekte Emissionen aus Energie:
100% Grünstrom

Scope 3

95.699 t*

indirekte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette

88%

unserer Emissionen stammen aus Scope 3 – insbesondere aus dem Einkauf von Rohstoffen.

Emissionsintensität

Pro Mio. EUR Umsatz: **330 t***

Pro Mitarbeitendem (FTE): **130 t***

Pro m² Fläche: **0,09 t***

Fokus auf FLAG-Emissionen

Als Lebensmittelhersteller mit hohem Rohstoffbedarf ist ANDROS ein FLAG-relevantes Unternehmen. 23% unserer Gesamtemissionen stammen aus landbasierten Aktivitäten wie Anbau und Landnutzung.

Diese Erkenntnisse helfen uns, gezielt Maßnahmen zur Emissionsreduktion zu entwickeln – etwa durch nachhaltigere Beschaffung, Zusammenarbeit mit Lieferanten oder Optimierung von Transportwegen.

Ausblick

Der CCF 2023 bildet die Basis für unsere zukünftige Klimastrategie. In den kommenden Jahren werden wir:

- 📌 **Science Based Targets** definieren und validieren lassen
- 📌 **Datenqualität** verbessern, insbesondere in Scope 3
- 📌 **Reduktionsmaßnahmen** priorisieren, z. B. bei Lieferanten und Transport
- 📌 **Transparenz** schaffen durch regelmäßige Berichterstattung

Mit dem Commitment zur SBTi und der Erstellung unseres ersten CCF setzen wir ein klares Zeichen: Für Klimaschutz, für Verantwortung – und für eine nachhaltige Zukunft.

* = CO₂-Äquivalente (CO₂e)

Breuberg

Neues Entsorgungskonzept stärkt Ressourcenschutz

Ende 2023 wurde am Standort Breuberg gemeinsam mit unserem Entsorgungsdienstleister ein neues Konzept zur Abfalltrennung eingeführt. Ziel war es, die Wertstoffe künftig sortenreiner und effizienter zu erfassen – ein wichtiger Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft.

Durch eine detaillierte Analyse der bestehenden Abfallströme und eine enge Zusammenarbeit mit den operativen Bereichen Einkauf, Instandhaltung und Lean Management konnten neue Sammelstrukturen etabliert werden. So wurden beispielsweise zusätzliche Behälter für Papier, Kunststoffe und Glas eingeführt und die Mitarbeitenden gezielt geschult.

Die Vorteile liegen auf der Hand:

- **Höhere Recyclingquoten** durch verbesserte Sortenreinheit
- **Reduzierung von Restmüll** und damit geringere Entsorgungskosten
- **Stärkere Sensibilisierung** der Belegschaft für nachhaltiges Handeln im Arbeitsalltag

Auch wenn die strukturellen Maßnahmen erfolgreich umgesetzt wurden, zeigt sich in der Praxis, dass die vollständige Umsetzung durch die Belegschaft noch nicht flächen-

deckend erfolgt. Die korrekte Trennung der Wertstoffe erfordert ein Umdenken im Arbeitsalltag und kontinuierliche Aufmerksamkeit. Deshalb werden wir auch künftig gezielte Sensibilisierungsmaßnahmen und Schulungen anbieten, um das Bewusstsein für die Bedeutung sortenreiner Trennung weiter zu stärken und die Mitarbeitenden aktiv in den Prozess einzubinden.

Das neue Konzept zeigt, wie durch gezielte Maßnahmen und partnerschaftliche Zusammenarbeit konkrete Fortschritte im betrieblichen Umweltschutz erzielt werden können.



An jedem Container befinden sich mehrsprachige Informationsschilder.

Gute Produkte für Menschen, nachhaltige Verpa- ckungen für morgen

Unsere Produkte begleiten den Alltag in all seinen Facetten – vom energiereichen Start in den Tag bis zum entspannten Abendessen. Dabei stehen Genuss, Qualität und ernährungsphysiologischer Mehrwert im Mittelpunkt. Gleichzeitig entwickeln wir Verpackungen weiter, die Ressourcen schonen und Umweltbelastungen reduzieren. Denn wenn Frische, Verantwortung und Qualität zusammenkommen, trägt Zukunft Früchte – für unsere Konsumentinnen und Konsumenten.

Beitrag unserer Produkte zur Planetary Health Diet

Die Planetary Health Diet ist mehr als nur ein Ernährungskonzept – sie ist eine Vision für eine gesündere Zukunft. Entwickelt von der EAT-Lancet-Kommission, vereint sie wissenschaftliche Erkenntnisse mit einem tiefen Verantwortungsbewusstsein für Mensch und Umwelt. Im Zentrum steht eine überwiegend pflanzliche Ernährung, die nicht nur unsere Gesundheit stärkt, sondern auch die natürlichen Ressourcen unseres Planeten schont. Der reduzierte Einsatz tierischer Produkte und die Betonung nachhaltiger Produktionsweisen machen sie zu einem kraftvollen Leitbild für eine lebenswerte Welt von morgen. Ziel ist es, eine wachsende Weltbevölkerung gesund zu ernähren, ohne die ökologischen Grenzen unseres Planeten zu überschreiten.

Als Lebensmittelhersteller sehen wir es als unsere Verantwortung, Produkte anzubieten, die mit diesen Prinzipien im Einklang stehen. Unsere Produktpalette enthält bereits zahlreiche pflanzenbasierte Optionen, die einen wertvollen Beitrag zu einer gesunden und nachhaltigen Ernährung leisten.

Durch die Auswahl regionaler Rohstoffe, die Reduktion von Zucker und Salz sowie die kontinuierliche Verbesserung unserer Rezepturen tragen wir aktiv dazu bei, die Ziele der Planetary Health Diet zu unterstützen.

Die Orientierung an diesem Ernährungskonzept hilft uns, unsere Produktentwicklung strategisch auszurichten und unseren Beitrag zur Transformation des Ernährungssystems sichtbar zu machen.

Unsere Produktpalette im Kontext der Planetary Health Diet

Unsere Produkte zeichnen sich durch einen hohen Anteil pflanzlicher Zutaten aus. Besonders unsere Marken Spreewaldhof, ANDROS So good so Veggie, Odenwald und der neuen Marke ANDROS Be Nuts! enthalten ausschließlich pflanzliche Komponenten und sind damit ideal geeignet für eine Ernährung im Sinne der Planetary Health Diet. Darüber hinaus setzen wir auf regionale Rohstoffe, kurze Transportwege und eine möglichst geringe Verarbeitung, um die Umweltbelastung zu minimieren.

Gesunde Produkte – nachhaltige Verpackungen



Odenwald Professional Verpackung neu gedacht dank lösungsorientiertem Pouch-Konzept

Mit unserem lösungsorientierten Pouch-Konzept reduzieren wir Verpackungsvolumen und Abfall. Die leichten, platzsparenden Beutel sind sicher in der Handhabung – ohne scharfe Kanten oder Glasbruchrisiko. Erhältlich für Apfelmus und Apfelkompott in praktischen Größen (5 kg und 2,7 kg). Durch die Umstellung auf Pouches sparen wir Material und senken den Energiebedarf beim Transport, da weniger Gewicht und Volumen bewegt werden müssen. Das bedeutet: geringere CO₂-Emissionen entlang der Lieferkette und ein wichtiger Schritt in Richtung ressourcenschonender Verpackungslösungen.

Vergleich der Emissionen

163.3 gCO₂ pro kg Dose

35.2 gCO₂ pro kg Pouch



Unser Pouch-Konzept spart Platz, Gewicht und CO₂.
Leicht, sicher und ressourcenschonend

Umweltfreundliche Verpackungen

Um unsere ökologischen Ziele zu erreichen, setzen wir verstärkt auf innovative Verpackungslösungen, die Materialeinsatz, Abfall und CO₂-Emissionen reduzieren – ohne Kompromisse bei Qualität und Sicherheit.

Gute, sichere und natürliche Produkte

Unsere Produkte begleiten uns durch den Tag, sei es beim perfekten Start in den Tag, als Begleiter für Zwischendurch oder bei einem ausgewogenen Abendessen. Dabei zeichnen Genuss und höchste Qualität unsere vielfältigen Produkte aus. Neben besten Zutaten gilt unser Augenmerk guten ernährungsphysiologischen Eigenschaften. Zum Wohl unserer Konsumentinnen und Konsumenten. Denn Frische und Qualität tragen Früchte.

Breuberg

90%



ca. 90% unserer Produkte haben einen Nutriscore von A und B

Vielfalt bewahren, agrarökologisch wachsen

Biodiversität ist die Grundlage stabiler Ökosysteme – und damit auch der Zukunft unserer Lebensmittelproduktion. Mit agrarökologischen Ansätzen stärken wir natürliche Prozesse und fördern nachhaltige, widerstandsfähige Anbausysteme. Unsere enge Zusammenarbeit mit landwirtschaftlichen Partnern, die diese Prinzipien leben, zeigt: Wenn Vielfalt geschützt wird, können Böden, Pflanzen und Gemeinschaften gleichermaßen aufblühen. So trägt nachhaltige Landwirtschaft langfristig Früchte.

ANDROS Be Nuts! – Im Einklang mit der Planetary Health Diet

ANDROS Be Nuts! und die Vision einer nachhaltigen Er- nährung

Mit ANDROS Be Nuts!, der Erdnuss-
creme von ANDROS, bringen wir eine
Marke nach Deutschland, die für eine
moderne, pflanzenbasierte Ernährung
steht. Die Produkte von ANDROS Be
Nuts! orientieren sich konsequent an den
Prinzipien der Planetary Health Diet – einer
Ernährungsweise, die Gesundheit und Um-
weltschutz miteinander verbindet.

Pflanzlich. Gesund. Umweltfreundlich.
ANDROS Be Nuts! ist gut für den Planeten:
Beim Anbau von Erdnüssen wird Stickstoff
gebunden und die Erdnuss braucht sehr we-
nig Wasser, um sich wohlfühlen. Zudem
sind alle Produkte der Marke ANDROS Be
Nuts! palmölfrei, vegan und lactosefrei.
ANDROS Be Nuts! ist gut für den Konsumie-
renden: Die Erdnuss bietet wertvolles Pflan-
zenprotein, ist reich an Ballaststoffen und
enthält Vitamine und Mineralien.

Diese Ausrichtung unterstützt die Empfeh-
lungen der Planetary Health Diet, die den
Konsum von Nüssen, Hülsenfrüchten und
pflanzlichen Ölen fördert und gleichzeitig
den ökologischen Fußabdruck minimiert.



**ANDROS Be Nuts! –
4 crazy-leckere
Sorten: Creamy, Crun-
chy, Kakao und 100%**

**Geringer
Wasserverbrauch:
6x weniger
als Mandel**

Markteinführung in Deutschland – Frühjahr 2026

Die Einführung von ANDROS Be Nuts! in
Deutschland ist ein strategischer Schritt,
um das Angebot an Planetary Health-kon-
formen Produkten weiter auszubauen. Mit
dem Launch im Frühjahr 2026 möchten wir
gezielt gesundheitsbewusste und umwelt-
orientierte Konsumentinnen und Konsu-
menten ansprechen und ihnen eine attrakti-
ve Alternative im Segment Aufstriche bieten.
ANDROS Be Nuts! ist Teil unserer langfris-
tigen Strategie, Ernährung nachhaltiger zu
gestalten. Die Marke verkörpert unsere Hal-
tung: Genuss und Verantwortung schließen
sich nicht aus – im Gegenteil, sie gehören
zusammen. Mit ANDROS Be Nuts! setzen wir
ein Zeichen für eine neue Generation von
Lebensmitteln, die sowohl dem Menschen
als auch dem Planeten gut tun.

Streuobst – Vielfalt bewahren, Zukunft gestalten



Bio-Streuobst – Neue Produktreihe der Marke Odenwald

Mit der Einführung unserer neuen Produktreihe Bio-Streuobst Apfelmus setzen wir ein klares Zeichen für den Erhalt traditioneller Kulturlandschaften. Die Produkte basieren auf Äpfeln aus deutschen Streuobstwiesen – einem der artenreichsten Biotope Mitteleuropas. Sie stehen für Natürlichkeit, Regionalität und den bewussten Umgang mit Ressourcen. Durch die Verarbeitung alter und robuster Apfelsorten in Bioland-Qualität fördern wir nicht nur die Biodiversität, sondern auch den Geschmack und die Vielfalt im Glas. Damit wir kurze Transportwege und beste Qualität sicherstellen, kommen unsere

Streuobst-Äpfel aus einem Umkreis von 100 Kilometern von unserem Produktionsstandort in Breuberg, Odenwald.

Partnerschaft mit Schlaraffenburger e.V.

Ende 2024 haben wir eine langfristige Kooperation mit dem Schlaraffenburger e.V.

gestartet – einer Organisation, die sich seit Jahren für den Erhalt und die Pflege von Streuobstwiesen in Süddeutschland engagiert. Gemeinsam verfolgen wir das Ziel, den Streuobstanbau



100% heimische Äpfel, 0%
Zuckerzusatz und 0,0%
schlechtes Gewissen.

rund
60-80
regionaltypische
Sorten



als nachhaltige landwirtschaftliche Bewirtschaftungsform zu stärken und wieder zu etablieren. Von 2025 bis 2029 unterstützen wir gezielt lokale und alte Apfelsorten, fördern die Pflege bestehender Wiesen und investieren in die Ausbildung und Beratung von Streuobstbewirtschaftler*innen.

Die Schlaraffenburger Baumschule mit rund 60–80 regionaltypischen Sorten ist dabei ein zentraler Baustein. Sie hilft, genetische Vielfalt zu bewahren und neue Bäume für die Zukunft zu pflanzen.

Streuobst als Beitrag zur Planetary Health Diet

Streuobstprodukte passen ideal zur Planetary Health Diet: Sie sind pflanzlich, regional, saisonal und fördern den Erhalt ökologisch wertvoller Flächen. Mit unserer Bio-Streuobst-Reihe und der Partnerschaft mit Schlaraffenburger leisten wir einen aktiven Beitrag zu einer Ernährung, die sowohl dem Menschen als auch dem Planeten gut tut.



Gemeinsam stark, gemeinsam wirksam

Zusammenhalt ist ein wesentlicher Baustein nachhaltiger Entwicklung. Durch unser Engagement im Unternehmen und in der Gesellschaft schaffen wir Räume, in denen Menschen füreinander einstehen, voneinander lernen und miteinander wachsen. Ob interne Initiativen oder Projekte in der Region – unser gemeinsames Handeln stärkt die Gemeinschaft und lässt soziale Verantwortung konkret werden. Denn wo Menschen füreinander da sind, trägt Zukunft Früchte.

Mitarbeitergesundheit

Individueller Gehörschutz |

Breuberg 1

Um die Gesundheit unserer Mitarbeitenden langfristig zu schützen, haben wir am Standort Breuberg eine umfassende Initiative für **individuellen Gehörschutz** gestartet. Bereits im Juli wurden bei 24 Beschäftigten Abdrücke für maßgefertigte Ohrstöpsel genommen. Diese speziellen Elacin RC Gehörschutzsysteme bieten nicht nur optimalen Schutz, sondern auch hohen Tragekomfort. Sie bestehen aus weichem Silikon und sind mit einem Filtereinsatz ausgestattet, der die Sprachverständlichkeit und das Erkennen von Warnsignalen verbessert.

Mit einer Lebensdauer von rund fünf Jahren, minimalem Rohstoffverbrauch und geringem Abfallaufkommen leisten die Produkte einen Beitrag zur Ressourcenschonung. Im Dezember konnten wir einen weiteren Meilenstein erreichen: 61 Mitarbeitende haben sich für den individuellen Gehörschutz entschieden.

Gesundheitsmaßnahmen – Aktionstag für mehr Wohlbefinden |

Elsterwerda 2

Gesundheit ist die Basis für Leistungsfähigkeit und Zufriedenheit. Daher stellen gesundheitsfördernde Maßnahmen an unseren Standorten wichtige Elemente dar. Im Mai stand alles im Zeichen von Prävention und Wohlbefinden an unserem Standort in Elsterwerda. Mitarbeitende nutzten Angebote wie **Rücken- und Fußdruckmessungen, Bodychecks** sowie **Lungen-**



funktionstests. Ergänzend gab es Kurse zu **Wirbelsäulenbeweglichkeit, Entspannung** und **Nordic Walking.**

Im Dezember konnten die Mitarbeitenden am Standort Breuberg praktische Tipps und individuelle Checks am Gesundheitstag erleben. Ein Schwerpunkt war das **berufsspezifische Rücken-Coaching.**

Sportfest stärkt Gemeinschaft und Gesundheit

Am 7. September 2024 fand auf dem Gelände des SV Preußen das zweite Sportfest statt. Mit Aktivitäten wie AROHA-Workout, Nordic Walking, Fußball und Kegeln bot der Tag vielfältige Möglichkeiten für Bewegung und Teamgeist. Das Sportfest zeigt: Gesundheit und Gemeinschaft gehören zusammen.



Unser gesellschaftliches Engagement



Kooperation mit Acker e.V. – hier wächst Wissen

Das Lernangebot von Acker e.V. schafft für Kinder und Jugendliche besondere Erfahrungen rund um Lebensmittel und Natur. Auch 2024 setzen wir unser Engagement fort und unterstützen die Teilnahme von zwei Schulen an der **GemüseAckerdemie** bis 2026:

- Toulouse-Lautrec-Schule Berlin
- Evangelisches Gymnasium Hermannswerder

Wir sind stolz, seit Jahren Teil der „Acker-Bewegung“ zu sein. Die GemüseAckerdemie fördert nicht nur nachhaltiges Ernährungs- und Konsumverhalten, sondern auch soziale Kompetenzen und die Wertschätzung für Lebensmittel.

Die Wirkung spricht für sich:

Über

1.200 Schulen

in Deutschland, Österreich und der Schweiz haben 2024 mitgeackert

318.000 Schüler*innen

haben aktiv teilgenommen

66%

der Schüler*innen sind begeistert vom Gemüseanbau

59%

entwickeln mehr Wertschätzung und Interesse für Gemüse

68%

stärken ihre positive Einstellung zur Natur

Diese Zahlen zeigen eindrucksvoll, wie Bildung im Bereich Ernährung und Nachhaltigkeit langfristig wirkt – und wie wichtig es ist, junge Menschen frühzeitig für Natur und gesunde Lebensmittel zu begeistern.

Verantwortung leben, Vertrauen stärken

Ethisches Handeln und transparente Kommunikation bilden das Fundament unseres wirtschaftlichen Handelns. Wir achten auf faire Geschäftspraktiken, stärken Menschenrechte und fördern Vielfalt und Inklusion in all unseren Strukturen. Diese Werte prägen unsere Entscheidungen – und sie schaffen Vertrauen. So entsteht ein Umfeld, trägt – heute und für kommende Generationen.

Unsere Unternehmensethik



Wir verpflichten uns zu ethischen Standards und Transparenz in all unseren Geschäftsprozessen. Dies umfasst faire Geschäftspraktiken, den Schutz der Menschenrechte und die Förderung von Vielfalt und Inklusion. Wichtige Werte, die dafür sorgen, dass ein gutes Leben für alle möglich ist und Wohlstand Früchte trägt.

Unser Verhaltenskodex: Ein starkes Bekenntnis gegen Korruption

Dieser Kodex wurde gemäß den Empfehlungen der französischen Anti-Korruptionsbehörde erstellt und hat einen aufklärerischen Zweck. Er unterstützt bei der Identifizierung von Verhaltensweisen, die vermieden werden sollten, und bietet den Mitarbeitenden klare Anweisungen für den Umgang mit risikoreichen Situationen.

Verhaltenskodex: allgemeine Anforderungen an alle Mitarbeitenden

ANDROS stellt höchste ethische Anforderungen an seine Mitarbeitenden in Bezug auf Arbeitsnormen, Antidiskriminierung, Koalitionsfreiheit, Gesetzestreue, Korruptionsbekämpfung, Datenschutz sowie Respekt gegenüber dem Gemeinwesen und der Umwelt.

Diese Anforderungen sind in unseren Betriebsvorschriften und dem Verhaltenskodex festgelegt. Mitarbeitende verpflichten sich zur Einhaltung des Verhaltenskodex.



S.esame – Unser Lieferantenportal

Unser Lieferantenportal bietet eine Übersicht des Reifegrades der Nachhaltigkeitsaktivitäten.



- 1 Dank des Lieferantenportals haben wir die Transparenz, dass unsere Lieferanten dem Kodex zustimmen.
- 2 Der Verhaltenskodex wird durch regelmäßige Trainings unterstützt.
- 3 Alle Tochterunternehmen werden im Kampf gegen Korruption geschult.

Unsere Lieferanten werden nach und nach in das S.esame Portal integriert. Unsere Einkäufer können so den Reifegrad der Nachhaltigkeitsaktivitäten jedes unserer Lieferanten bewerten.

Sedex Mitgliedschaft

ANDROS Deutschland ist seit 2019 Mitglied bei Sedex. Diese Onlineplattform ist das erste internationale Programm, über das lieferkettenbezogene Corporate Social Responsibility (CSR)-Daten geteilt werden können.

Jedes Jahr beantworten unsere Standorte Fragen zu Arbeitsrecht, Arbeitsschutz, Umwelt und Geschäftsethik.

ANDROS ist auf Sedex auch als Einkäufer präsent und fordert Lieferanten zum Beitritt auf.

Ecovadis

EcoVadis bewertet die Nachhaltigkeitsleistung in den Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung. Eine gute Bewertung zeigt, dass Unternehmen hohe Standards einhalten und sich kontinuierlich in ihrem Nachhaltigkeitsengagement verbessern.



Das erste Ergebnis in 2023 für die Standorte Breuberg und Golßen zeigte, dass wir auf dem richtigen Weg sind, aber noch Verbesserungspotenzial haben. Die nächste Bewertung aus 2024 war ein deutliches positives Zeichen der Anstrengungen unser beiden Obst- und Gemüsestandorte und erbrachte die Bronzemedaille. Der Standort Elsterwerda wird im vierten Quartal 2025 ebenfalls der Plattform beitreten.

Compliance im Nachhaltigkeitskontext

Verantwortungsvolles und integriertes Handeln bildet eine zentrale Grundlage unseres unternehmerischen Selbstverständnisses. Als Lebensmittelhersteller tragen wir besondere Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden, VerbraucherInnen, KundInnen, anderen Stakeholdern sowie der Gesellschaft. Compliance ist für uns weit mehr als ein Regelwerk – sie ist Ausdruck unserer Haltung: Wir wollen fair, sicher und glaubwürdig handeln – für unsere Mitarbeitenden, unsere Partner und für eine nachhaltige Zukunft.

Damit leisten wir zugleich einen direkten Beitrag zu wichtigen SDGs – insbesondere 4, 5, 8 und 16.



Unser Compliance-Management-System (CMS) ist fest in der Unternehmensorganisation verankert und wird durch die Abteilung Legal & Compliance gesteuert. Diese arbeitet eng mit allen relevanten Fachbereichen

zusammen, um Compliance im operativen Alltag wirksam umzusetzen. Das CMS folgt anerkannten Standards wie IDW PS 980 sowie ISO 37301 und ist auf die Anforderungen eines mittelständischen Lebensmittelherstellers ausgerichtet.

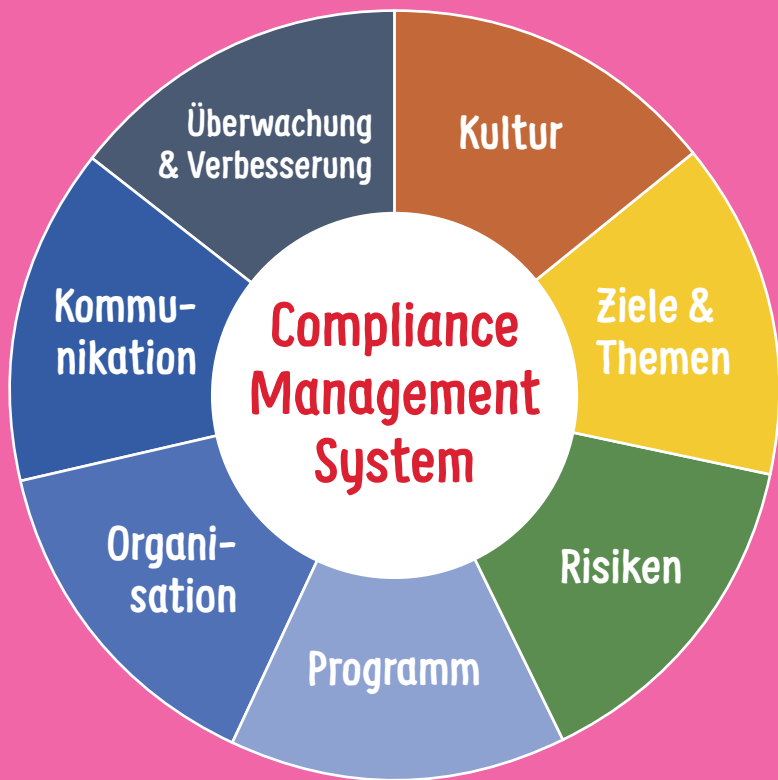
Zu den zentralen Handlungsfeldern gehören die Förderung einer Integritätskultur, klare Compliance-Ziele, eine regelmäßige Risikoanalyse, die kontinuierliche Weiterentwicklung der relevanten Richtlinien, regelmäßige Schulungen sowie transparente Melde- und Kommunikationswege. So schaffen wir ein Umfeld, in dem verantwortungsbewusstes Verhalten selbstverständlich ist und Risiken frühzeitig erkannt werden.

Konkrete Maßnahmen 2024

Im Jahr 2024 wurden die Grundlagen für den Aufbau eines systematischen CMS geschaffen. Eine umfassende Status-quo-Analyse half dabei, Prioritäten und Handlungsfelder zu definieren. Darauf aufbauend startete die Entwicklung eines CMS, einschließlich einer ersten Risikoanalyse. Zudem wurden zentrale Fokusthemen festgelegt. Im Vordergrund standen die Verbesserung der Compliance-Kommunikation sowie die Stärkung des Bereichs Antikorruption. Dazu begann die Ausarbeitung eines gruppenweiten Verhaltenskodex und einer Anti-Korruptionsrichtlinie, die im Folgejahr durch Trainingsmaßnahmen ergänzt werden. Diese Schritte bilden die Grundlage für ein wirksames und zukunftsfähiges Compliance-System.

Weiterentwicklung und Ausblick 2025

Im Jahr 2025 liegt der Schwerpunkt auf der praktischen Umsetzung und Vertiefung der aufgebauten Strukturen. Ein wichtiger Baustein ist die Einführung des digitalen



Das System unterstützt die Prävention von Verstößen und fördert eine Kultur der Integrität.

„Der Wandel zur Nachhaltigkeit beginnt mit Haltung. Unser Compliance Management macht sie konkret – durch ethische Prinzipien, klare Regeln und überprüfbare Wirkung.“

Sandra Kleinejasper
 Manager Legal & Compliance
 ANDROS Deutschland GmbH
 Sustainability Champion

Hinweisgebersystems EQS Integrity Line, das einen sicheren und vertraulichen Meldeweg für Mitarbeitende und externe Partner bietet.

Parallel wird der Unternehmenskodex finalisiert und verbindlich für alle Mitarbeitenden eingeführt. Zudem erfolgt die Implementierung der neuen Anti-Korruptionsrichtlinie. Ein begleitendes Antikorruptionstraining soll **mindestens 75 %** der Mitarbeitenden im Verwaltungsbereich erreichen und das Bewusstsein für Risiken weiter stärken. Diese Schritte festigen unser Compliance-System und leisten einen wichtigen Beitrag zu einer transparenten, verantwortungsbewussten und nachhaltigen Unternehmensführung.

1 Soziale Verantwortung & Arbeitsstandards

Unternehmenskodex – Code of Conduct
 ANDROS Deutschland Gruppe

Ein verbindlicher Leitfaden für Verhalten und Werte bei Andros Deutschland.



Impressum

Ansprechpartner

Andrea Steinkamp

E-Mail: andrea.steinkamp@andros.de

Herausgeber

ANDROS Deutschland GmbH

Bahnhofstraße 31

64747 Breuberg

Telefon: + (0)49 6165 301-0

E-Mail: info@andros.de

www.andros.de

Konzept und Gestaltung

organic Marken-Kommunikation GmbH

Frankfurt am Main

www.organic-communication.de

Druckerei

D.O.G. Lokay GmbH & Co. KG

Reinheim

www.lokay.de

Bildquellen: Titelseite: mikimad, iStockphotos.com | 03: Andros; Zeichnung: Stefan Wolf | 04: Andros | 05-07: Nikolay Zaiarnyi, iStockphotos.com | 07: Logo UN Global Compact | 08-09: Andros | 09: jacoblund, iStockphotos.com | 10: Andros | 11: Andros; My Odenwald | 12-13: ads861, iStockphotos.com | 14: Cameris, iStockphotos.com, Andros | 16: Delfinkina, iStockphotos.com; Logo, Science Based Targets Initiative | 18: Andros | 20: Spreewaldhof | 21: Andros; My Odenwald | 23: Andros | 24: My Odenwald; xalanx, iStockphotos.com; Logo, Andros; Nikolay Zaiarnyi, iStockphotos.com | 25: Nikolay Zaiarnyi, iStockphotos.com; Zeichnung | 27: Andros | 28: Acker e.V. / Kristian Barthen | 30: Miroslav Georgijević, iStockphotos.com | 31: Andros; Logo, ecovadis | 32: SDGs, Vereinte Nationen; FG Trade, iStockphotos.com | 33: Andros | 34-35: My Odenwald; Nikolay Zaiarnyi, iStockphotos.com | Alle weiteren Grafiken von organic Markenkommunikation GmbH

