Intersnack

# Snack für Snack

## in eine bessere Zukunft

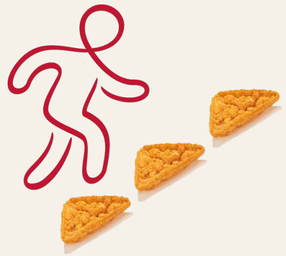
2024

Geschichte und Fakten
zur Nachhaltigkeit von
Intersnack Schweiz

# Willkommen
# zur Nachhaltigkeitsbroschüre 2024 von Intersnack Schweiz

Wir bei Intersnack glauben, dass kleine Schritte grosse Veränderungen bewirken können. In dieser Nachhaltigkeits-broschüre beleuchten wir verschiedene Massnahmen, die wir unternommen haben, um einen nachhaltigen Wandel in unserer gesamten Betriebs- und Lieferkette zu fördern.

Diese Broschüre enthält Informationen und Daten aus allen Managementeinheiten, die zur Intersnack-Gruppe gehören, mit der Schweiz im Fokus. Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die Daten auf das Jahr 2024.



# Inhalts-verzeichnis


Vorwort 4

Über Intersnack Schweiz 6

Vier Handlungsfelder der Nachhaltigkeit 8

Verantwortung für Konsument:innen 10

Verantwortung für Umwelt & Klima 12

Verantwortung für die Gesellschaft 14

Verantwortung für Mitarbeiter:innen 16

Unsere nachhaltige Reise 18

# Vorwort
## der Geschäftsleitung

Liebe Leserinnen und Leser

Willkommen zur Nachhaltigkeitsbroschüre der Intersnack Schweiz AG. Als Teil der international agierenden Intersnack-Gruppe stehen wir hinter einigen der bekanntesten Snack-Marken, die den Alltag vieler Menschen bereichern. Mit einer langjährigen Tradition im Bereich hochwertiger Snacks verfolgen wir nicht nur das Ziel, Genussmomente zu schaffen, sondern auch unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt, den Menschen und den Ressourcen ernst zu nehmen.

In einer Zeit, in der die Auswirkungen unseres Handelns auf die Umwelt und die Gesellschaft mehr denn je in den Fokus rücken, möchten wir bei Intersnack Schweiz einen nachhaltigen Weg einschlagen – einen Weg, der den Schutz unseres Planeten und das Wohlergehen künftiger Generationen in den Mittelpunkt stellt. Unsere Verpflichtung zu ökologischer und sozialer Verantwortung spiegelt sich in allen Aspekten unseres Unternehmens wider: von der Beschaffung unserer Rohstoffe über unsere Produktionsprozesse bis hin zu den Verpackungen unserer Produkte.

In dieser Broschüre zeigen wir Ihnen, wie wir diese Vision in die Tat umsetzen, und geben Ihnen einen Einblick in unsere konkreten Massnahmen und Ziele auf dem Weg zu einer nachhaltigen Zukunft. Wir möchten Sie einladen, diesen Weg gemeinsam mit uns zu gehen und Teil einer Bewegung zu werden, die nicht nur Genuss schafft, sondern auch Gutes tut.

Herzlichen Dank für Ihr Interesse – lassen Sie uns gemeinsam für eine nachhaltigere Zukunft arbeiten!

**Sven Sprakties**
Geschäftsführer

ültje POM-BÄR Tyrrells slow-cooked crisps Chio

# Nachhaltigkeits-Manifesto

- Wir wollen einen positiven Beitrag in unserer Welt leisten, sowohl global als auch lokal – ein Snack nach dem anderen. Wir nutzen all unsere Möglichkeiten, um einen ethischen und nachhaltigen Lebensmittelkreislauf aufzubauen, der eine bessere Zukunft für alle Beteiligten ermöglicht.
- Wir wissen, dass wir dies nur durch Entschlossenheit und enge Zusammenarbeit erreichen können. Deshalb haben wir uns gemeinsam mit unseren Teams und Geschäftspartnern auf eine Reise begeben und entwickeln Snacks, die die Menschen lieben und denen sie vertrauen.
- Tagtäglich arbeiten wir daran, dass jede unserer Aktivitäten besser ist als die davor, zum Vorteil unserer Kund:innen, Verbraucher:innen, Mitarbeiter:innen und aller Menschen in unseren Lieferketten. Mit jeder Pflanze, die weniger Wasser verbraucht, mit jeder Packung, die weniger Plastik benötigt, mit jedem Teammitglied, das sein volles Potenzial ausschöpfen kann, und mit jedem Gewürz, bei dem künstliche durch natürliche Inhaltsstoffe ersetzt werden, kommen wir unserem Ziel näher – Schritt für Schritt.

*Snack für Snack.*

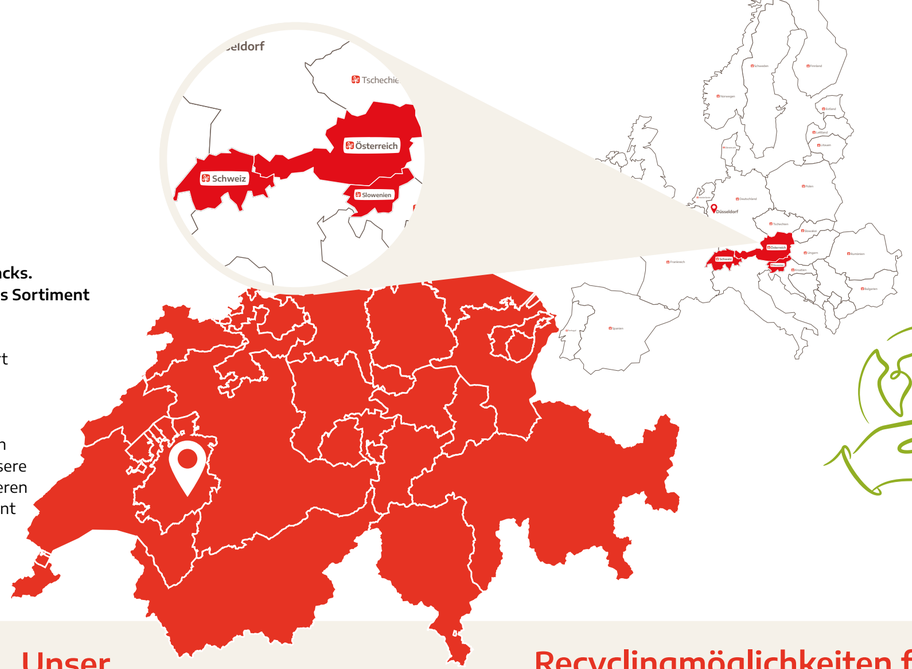
# Über Intersnack Schweiz

**Intersnack Schweiz AG, seit 1994 aktiv, ist einer der führenden Anbieter im Bereich salziger Snacks. Mit beliebten Marken wie ültje, POM-BÄR, Tyrrells und Chio bietet das Unternehmen ein breites Sortiment an Apéroprodukten, darunter Nüsse, Kartoffelchips, Snacks, Flips, Tortillas, Laugengebäck.**

Am Standort in Corminboeuf beschäftigt Intersnack Schweiz gut 30 Mitarbeiter*innen und bereichert die Schweizer Snackwelt mit einer vielfältigen Auswahl an salzigen bis süss-salzigen Snacks.

Wir sind als Teil der Intersnack-Gruppe zu einem internationalen Marktführer für salzige Snacks aufgestiegen, der in mehr als 30 Ländern in Europa, Australien, Neuseeland und vielen weiteren Ländern vertreten ist. Mit unserem lokalen Know-how und unserer fachlichen Expertise unterstützen wir unsere Gruppe aktiv dabei, die strategischen Ziele zu erreichen. Eines unserer höchsten Anliegen ist es, unseren Konsumentinnen und Konsumenten Happy Snacking Moments zu schenken, die nicht nur den Moment bereichern, sondern auch nachhaltige Freude vermitteln, die im Einklang zu unseren Werten steht.

Als Unternehmen im Privatbesitz sind wir in der Lage, langfristig auf Basis unserer Überzeugungen zu handeln und unser Unternehmen mit Weitblick zu führen.




## Unsere Vision

Mit Begeisterung bereichern wir den Alltag der Menschen mit einer grossen Auswahl der besten salzigen Snacks.

## Unsere Mission

Unsere Stärke liegt darin, lokale Expertise mit den Kompetenzen einer internationalen Organisation zu verbinden. Wir schaffen Mehrwert mit unseren Produkten, Innovationen und einzigartigen Marken. Wir engagieren uns voll und ganz für eine nachhaltigere Welt.

## Unsere Werte

**Verantwortungsvoll denken**

**Gemeinsam wachsen**

**Unternehmerisch handeln**

## Unser Büro

Unsere 440 m² grossen Büroräumlichkeiten sind nach Minergie-Standards betrieben. Dadurch reduzieren wir den Energieverbrauch erheblich – vergleichbar mit dem jährlichen Energiebedarf von mehreren Haushalten. So leisten wir einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz und fördern nachhaltiges Wirtschaften.

## Recyclingmöglichkeiten für Mitarbeiter:innen

- Papier
- Karton
- PET
- Plastik
- Glas
- Organische Abfälle
- Aluminium & Weissblech
- Batterien
- Toner Multikopierer

# Vier Handlungsfelder der *Nachhaltigkeit*

## *Konsument:innen*

**Innovation für bewusste, ausgewogene und genussvolle Auswahl**

- Grossartiger Geschmack in höchster Qualität
- Bessere Auswahlmöglichkeiten
- Ehrliche Kommunikation

## *Umwelt & Klima*

**Verringerung unseres ökologischen Fussabdrucks durch den „Zero Loss“-Ansatz**

- Klimaschutzmassnahmen
- Kreislauforientierte Lösungen
- Nachhaltige Landwirtschaft

## *Gesellschaft*

**Führend mit verantwortungsvoller Wertschöpfungskette**

- Verantwortungsvolle Beschaffung
- Partnerschaften für mehr Wirkung
- Unterstützung von Lieferanten
- Lokales Engagement

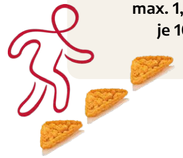
## *Mitarbeiter:innen*

**Inspiration unserer Leute, ihr volles Potenzial auszuschöpfen**

- Gesundheit und Sicherheit
- Vielfalt, Gerechtigkeit und Inklusion
- Kolleg:innen einbinden
- Talente fördern

# Höchster Qualitätsanspruch
## für unsere Konsumenten

Wir wollen grossartigen Geschmack bieten und gleichzeitig Produkte, die einen gesünderen Lebensstil unterstützen können. Deshalb arbeiten wir kontinuierlich an Innovationen, zum Beispiel für Produkte mit weniger Fett, weniger Salz oder als Beitrag zu einer vegetarischen und veganen Ernährung. Ausserdem setzen wir uns für eine klare, offene und transparente Kommunikation ein, um den Menschen zu helfen, informierte Snack-Entscheidungen zu treffen.



Mehr als **40 %** Produkte mit **max. 1,5 g Salz je 100 g**

**75 %** **weniger gesättigte Fettsäuren** seit 2006 (Status 2019)

**100 %** **ohne künstliche Farbstoffe**

**100 %** **ohne künstliche Geschmacks-verstärker** seit 2021

# Entwicklung unseres Portfolios, um vielfältigen Bedürfnissen gerecht zu werden

## Knabberspass für alle!

Alle unsere POM-BÄR Produkte sind mild im Geschmack, vegetarisch und ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe und Farbstoffe. Ab 2025 werden zudem alle POM-BÄRen glutenfrei sein!

## Bessere Auswahlmöglichkeiten

Mit 60% weniger Fett als herkömmliche Kartoffelchips überzeugen unsere Chio Oven Chips Snack-Fans, die gerne ernährungsbewusster knabbern.

## Nährstoffreiche Snacks für jeden Bedarf

Unsere ültje Nüsse stehen im Einklang mit unserem Ziel, hochwertige und nachhaltige Snacks anzubieten. Sie sind eine wertvolle Quelle für Proteine und Magnesium und unterstützen eine ausgewogene Ernährung. Wir setzen strenge Qualitätskriterien ein, die Aspekte wie Grösse, Farbe, Form und Geschmack umfassen, um die hohen Ansprüche unserer Konsumenten zu erfüllen.

# Verantwortung für Umwelt & Klima

## *Verringerung*

### unseres ökologischen Fussabdrucks durch den „Zero Loss“-Ansatz

Umwelt- und Klimaschutz bedeuten Zukunftssicherung. Oberstes Ziel ist, das **Abfallaufkommen**, insbesondere von Verpackungs- und Lebensmittelabfällen, den **Wasserverbrauch** und **$CO_2$-Ausstoss konsequent zu reduzieren.** Wir arbeiten auch eng mit unseren Lieferanten zusammen, **um die positiven Auswirkungen, die wir haben können, auf unsere Lieferkette auszuweiten.**

## Meilensteine der Intersnack-Gruppe

| | $CO_2$-Reduktion | Reduktion Wasserverbrauch | Verpackungs-reduktion | Recyclability |
|---|---|---|---|---|
| **Status Quo** | **25 %** weniger $CO_2$-Emissionen (2022) | **4 %** weniger bis 2022 vs. 2018 | **11 %** weniger Verpackungs-material (2022 vs. 2014) | **9/10** Packungstypen recyclebar (2022) |
| **Ziele** | **30 %** (Scope 1/2) bis 2025 vs. 2010 | **20 %** weniger bis 2025 vs. 2018 | Ziel ist die weitere Reduktion von Verpackungsmaterial | **100 %** Recyclingfähigkeit bis 2025 |

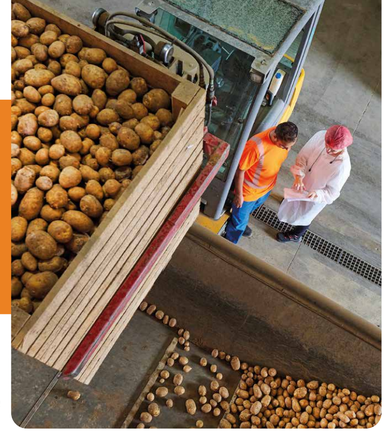
## Wusstest du, dass...

... wiederverschliessbare Beutel zwar praktisch sind, jedoch nicht unbedingt die nachhaltigste Wahl darstellen? Der Verschluss dieser Beutel besteht in der Regel aus Plastik, was ihren ökologischen Fussabdruck erhöht. Bei der Auswahl von Verpackungen ist es wichtig, die gesamte Lebensdauer und die Materialien zu berücksichtigen, um umweltfreundliche Entscheidungen zu treffen.

**SBTi**
Die globale Agrar- und Ernährungswirtschaft trägt erheblich zu den Emissionen bei. Wir verpflichten uns, die „Science Based Targets initiative“ (SBTi) zu unterstützen und unternehmensweit Emissionen zu reduzieren.

**Goldmedaille in Nachhaltigkeit**
Intersnack erzielt erstklassige Bewertung: EcoVadis hat unsere Nachhaltigkeitsprogramme mit Gold ausgezeichnet.

# Initiativen & Projekte
## stärken, Gemeinschaften unterstützen



Die Herstellung unserer Produkte wirkt sich auf das **Leben zahlreicher Menschen in der Landwirtschaft, Verarbeitung, Logistik und in lokalen Gemeinschaften** aus. Uns ist wichtig, dass auch diese Menschen und Regionen, die unsere Rohstoffe liefern, vom Erfolg unserer Produkte profitieren. **Wir engagieren uns deshalb für eine nachhaltige Lieferkette, die für alle Beteiligten einen Mehrwert schafft und gleichzeitig die Umwelt schützt.**

## Unsere Lieferkette

Wir **importieren** einen Grossteil unserer Produkte aus den direkten Nachbarländern Österreich, Deutschland und Frankreich, **wo auch die Herstellung unserer Waren stattfindet.**

Etwa 94% des gesamten Imports kommen aus diesen Ländern. Auf diese Weise können wir eine effiziente Lieferkette sicherstellen und gleichzeitig Transportemissionen reduzieren, was zu einer positiven ökologischen Bilanz beiträgt.

**Durch die Konzentration auf die Nachbarländer tragen wir zu einer nachhaltigeren und verantwortungsvolleren Wertschöpfung bei.**

## Cashews aus eigener Verarbeitung

ültje sorgt mit der Initiative Honest Cashew für **bestmögliche Qualität, sichere Arbeitsplätze und Transparenz in der Cashew-Verarbeitung**
- Das Ziel: **Sichere und gute Arbeitsbedingungen** bei der Verarbeitung von Cashews
- Weiterverarbeitung von ungeschälten Cashews **unter einem Dach:** Vom Kauf der rohen Cashews bis zur Ankunft in Europa
- Das Resultat: **Transparenz und Sicherheit in der Verarbeitung für Mitarbeiter:innen** und **grösstmögliche Qualität** für die Kund:innen

Die Initiative trägt den Namen **„honest“,** weil wir ehrlich und offen über die Herausforderungen der Cashew-Verarbeitung, unsere Massnahmen und Fortschritte sprechen wollen. Bevor Cashews in unseren Supermärkten landen, wird die ungeschälte Cashew weiterverarbeitet. Dabei kann es dazu kommen, dass Zwischenarbeiter und -händler unter teils schlechten Bedingungen arbeiten. Intersnack tritt diesen Bedingungen durch die Einführung der Verarbeitung unter einem Dach entgegen. Dadurch werden die Arbeitsbedingungen auch durch den Einsatz von moderneren Verpackungsmaschinen verbessert. **Intersnack sorgt so für mehr Arbeitssicherheit und faire Löhne in Vietnam und Indien sowie bessere Qualität für Verbraucher:innen.**

## Macadamia Project Malawi

Vielen Kleinbauern in Malawi fehlte es für lange Zeit an notwendigen Materialien, Kenntnissen und Vertriebskanälen, um **Macadamianüsse** eigenständig anzubauen und zu verkaufen. Dazu kommt, dass das langsame Wachstum von Macadamiabäumen eine Langfristplanung erfordert: Von der Pflanzung eines Macadamiasprösslings bis zur Ernte der ersten Nüsse vergehen bis zu sieben Jahre. Weitere drei bis fünf Jahre dauert es, bis die Bäume vollen Ertrag erbringen.

Daher ist das Ziel des Kooperationsprojekts, den Kleinbauern eine neue Einkommensquelle zu erschliessen. Seit Beginn des Projekts im Jahr 2014 trugen wir gemeinsam mit unseren Partnern zur **Pflanzung von 300.000 Macadamia-Bäumen bei. Bis heute konnten wir dadurch mehr als 3.000 Bauern unterstützen.**

### Weitere Partner

# Verantwortung für Mitarbeiter:innen

## *Gemeinsam*
### wachsen und Potenzial entfalten

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen steht immer an erster Stelle. Wir glauben daran, dass wir durch eine Kultur der Zusammenarbeit und Vielfalt, Eigenverantwortung sowie vielseitige Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten gemeinsam wachsen. **Nur wenn unsere Mitarbeiter:innen ihr volles Potenzial entfalten können, sind wir gemeinsam erfolgreich.**

**54 %**
Frauenanteil insgesamt

**16**
Verschiedene kulturelle Hintergründe sind bei unseren Mitarbeitenden in der Schweiz vertreten.

**Aus- und Weiterbildung**
der Mitarbeiter:innen schafft eine Win-win-Situation, die Zufriedenheit und Engagement erhöht und uns hilft, Verluste zu reduzieren und Geschäftsziele zu erreichen.

# Unsere Führungskultur

**Servant Leadership** (dienende Führung) ist die Grundlage unserer Unternehmensführung. Das Konzept ist einfach: Um volles Engagement und Eigenverantwortung unserer Mitarbeiter:innen zu erreichen, sollen sie ihr Talent selbstständig entfalten können. Unsere Führungskräfte arbeiten daher für unsere Mitarbeiter:innen - und nicht umgekehrt.

Wir setzen auf eine wertschätzende **DU-Kultur, flache Hierarchien und Zusammenhalt.** Gleiche Bedingungen für alle sind selbstverständlich für uns. Erfolge zu feiern, gehört für uns ebenso dazu wie die gemeinsame Zeit bei Firmenevents.

## Gesundheitsförderung
Besonderen Wert legen wir auf die Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen. Daher bieten wir verschiedene Vorteile wie vergünstigte Fitnessstudio-Mitgliedschaften, frisches Obst, Fruchtsäfte sowie weitere Getränke.

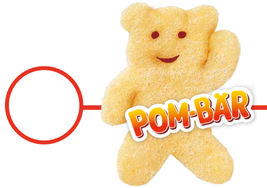
## Flexibilität und Teamzusammenhalt
Mitarbeiter:innen ab einem Beschäftigungsgrad von 50% können teilzeit im Home Office arbeiten und bis zu vier Wochen pro Jahr remote tätig sein. Um den Teamspirit und den persönlichen Austausch zu fördern, gibt es feste Bürotage pro Woche, an denen das Team gemeinsam vor Ort arbeitet.

Auch als Team können wir mit kleinen, aber wichtigen Schritten einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft leisten. So konnten wir im Jahr 2024 gemeinsam 65% des Mülls recyceln.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Produkte gesünder zu machen und nachhaltiger und umweltschonender zu produzieren. Hier ein Überblick, was wir schon erreicht haben.

# Unsere *nachhaltige Reise*

## 1994
**Gründung von Intersnack Schweiz und Einführung der Marke POM-BÄR.** Die charakteristischen Bärensnacks werden schnell zum Markenzeichen und gehören bis heute zu den bekanntesten Produkten des Unternehmens.




## 1997
**Erweiterung des Portfolios um die Marke Chio.** Einführung von Snacks wie Jumpys und Tortilla-Chips.

## 1998
Aufnahme der Marke **ültje** ins Sortiment. **Hochwertige Nussprodukte** bereichern das Angebot und bieten eine gesündere sowie leckere Snack-Option.

## 2010
Wir setzen kontinuierlich Massnahmen um, um den Salzgehalt in unseren Produkten zu reduzieren.

## 2011
Beitritt zum **Swiss Pledge,** einer freiwilligen Vereinbarung von Lebensmittelunternehmen. Dadurch mehr Engagement für **verantwortungsbewusste Werbung und Förderung gesunder Ernährung** bei Kindern durch Hervorhebung gesünderer Produkte.

SWISS PLEDGE

## 2018
Einführung der Marke **Tyrrells** in das Schweizer Portfolio. Die **Premium-Kesselchips** zeichnen sich durch die innovativen Geschmacksrichtungen, die auffälligen britischen Charaktere und ihren unverwechselbaren Charme aus.

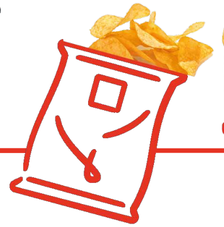
Tyrrells
slow-cooked crisps

## 2022
**100 % ohne** künstliche Geschmacksverstärker

**16 % weniger Verpackungsmaterial** innerhalb Intersnack-Gruppe seit 2014

**Rund 5 % weniger Energieverbrauch** pro Tonne Fertigware vs. 2021

**EcoVadis** Auszeichnung Silber



## 2022
**Umzug des Lagers nach Pratteln** zur Optimierung der Logistikprozesse, Reduzierung von Transportkilometern und CO2-Emissionen. Effizienzsteigerung in der Lieferkette dank Nähe zu wichtigen Verkehrsachsen.

## 2023
Von Givisiez nach Corminboeuf: Einzug in ein energieeffizientes, modernes Gebäude

**Ecovadis Gold** Auszeichnung

Dank unserer **Zusammenarbeit mit Secend** können unsere Produkte bis zum letzten Tag genossen werden. Wir verhindern so, dass Lebensmittel verschwendet werden – auch wenn das Verbrauchsdatum überschritten ist. Wir bedanken uns herzlich bei Secend für die tolle Partnerschaft.

## … in die *Zukunft*

Wir wissen, es gibt noch viel zu tun. Unsere nachhaltige Reise ist noch lange nicht zu Ende. Durch stetige Optimierung unserer Verpackungen wollen wir zusätzlich Verpackungsmaterial einsparen.

Intersnack

**Intersnack Switzerland AG**
Rte du Pâqui 1,
1720 Corminboeuf, Schweiz
Telefon: +41 (0) 26 347 50 80
Telefax: +41 (0) 26 347 50 81
E-Mail: info@intersnack.ch
**www.intersnack.ch**