



**Entscheidungen für das Gute.**

Nachhaltigkeitsbericht  
2022

# Auf einen Blick Nachhaltigkeit bei Loacker

Unsere Nachhaltigkeits-Strategie gründet auf unsere Unternehmenswerte und ist in der Mission und Vision, im Unternehmensleitbild, dem Genetischen Code und in unseren Geschäftspolitiken festgeschrieben. Unsere Qualitäts- und Nachhaltigkeitspolitik verankert nachhaltiges Wirtschaften entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Wir wahren dabei das Gleichgewicht zwischen Ökologie, Ökonomie und sozialer Verantwortung.

## Produktqualität mit Verantwortung

Wir stellen höchste Ansprüche an unsere Produktqualität, die wir von Anfang an systematisch nach internationalen Standards kontrollieren. Loacker Produkte sind nach dem internationalen Food Standard zertifiziert, damit garantieren wir die größtmögliche Produktsicherheit.

Unsere Rohstoffe sind naturbelassen und unverfälscht, werden schonend verarbeitet und wir bemühen uns, regional einzukaufen. Mit unseren Lieferanten pflegen wir eine faire, langfristige Partnerschaft.

## Umweltschutz und bewusster Umgang mit Ressourcen

Wir vermeiden bestmöglich negative Auswirkungen auf unser Umfeld und gestalten den Fertigungsprozess äußerst ressourcenschonend. Unsere Produktionsstandorte werden jährlich nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 überprüft. Unseren Strom beziehen wir zu 100% als Ökostrom, durch Wärmerückgewinnung konnten wir in den Jahren 2019 bis 2021 ca. 1.7 Millionen Liter Heizöl einsparen; dies entspricht zirka 5.600 Tonnen an CO<sub>2</sub> Einsparungen.

## Engagement für Mitarbeiter und Gesellschaft

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind entscheidend für die positive Entwicklung unseres Unternehmens. Wir unterstützen die berufliche und persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter auf vielerlei Ebenen, begegnen uns mit Respekt und Wertschätzung und sehen die Vielfalt als Bereicherung. Als Familienunternehmen bekennen wir uns in jeder Hinsicht zu unseren Standorten und engagieren uns im gesellschaftlichen und kulturellen Umfeld.

### IMPRESSUM

**Herausgeber:** Loacker AG, Gastererweg 3, 39054 Unterinn, Italien, Tel. +39 0471 344000

**Redaktion:** Doris Brunner **Texterstellung:** Textsalon Doris Brunner, Brixen - www.textsalon.it

**Grafik und DTP-Satz:** M-GA Loacker AG

**Bildnachweis:** Inhaber aller Bildrechte ist die Loacker AG

Vervielfältigung/Abdruck auch einzelner Grafiken, Bilder und Texte ist ohne schriftliche Einwilligung der Loacker AG nicht erlaubt.

© Loacker AG



## 6 Unternehmen Azienda

- 6 Vorwort
- 7 Geschichte des Familienunternehmens

## 10 Nachhaltigkeit im Unternehmen

- 11 Ökologie, Ökonomie, Gesellschaft:  
Das Ganze im Blick
- 13 Zielsetzungen und Handlungsfelder
- 15 Unsere Verantwortung und Wertschöpfungsstufen
- 20 Zertifizierungen



## 21 Produktqualität mit Verantwortung

- 21 Qualitäts- und Sicherheitsmanagement mit System
- 24 Schonendes Herstellungsverfahren
- 25 Natürliche Rohstoffe, ganz ohne Zusätze
- 28 Aus eigenem Anbau
- 30 Faire langfristige Partnerschaften mit unseren Lieferanten



## 35 Umweltschutz & bewusster Umgang mit Ressourcen

- 36 Zertifiziertes Umweltmanagement
- 38 Energien und Ressourcen effizient nutzen
- 44 Transport und Logistik
- 46 Lean Management

## 47 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

- 38 Freiraum und Partizipation
- 50 Integration, Vielfalt und Chancengleichheit
- 52 Persönliche und berufliche Förderung
- 57 Gesund und sicher am Arbeitsplatz



## 59 Gesellschaft

- 60 Gesellschaftliches Engagement in der Region
- 61 Innovation und Forschung  
Kulturelles Engagement und Sponsoring



## 63 Unternehmen

- 64 Unternehmensprofil
- 70 Produktportfolio, Vertrieb und Markenvertrieb
- 74 Produktionsstandorte
- 76 Die Marke Loacker weiterentwickeln



## 81 Über diesen Nachhaltigkeitsbericht

- 82 GRI-Index



# Liebe Leserinnen und Leser,



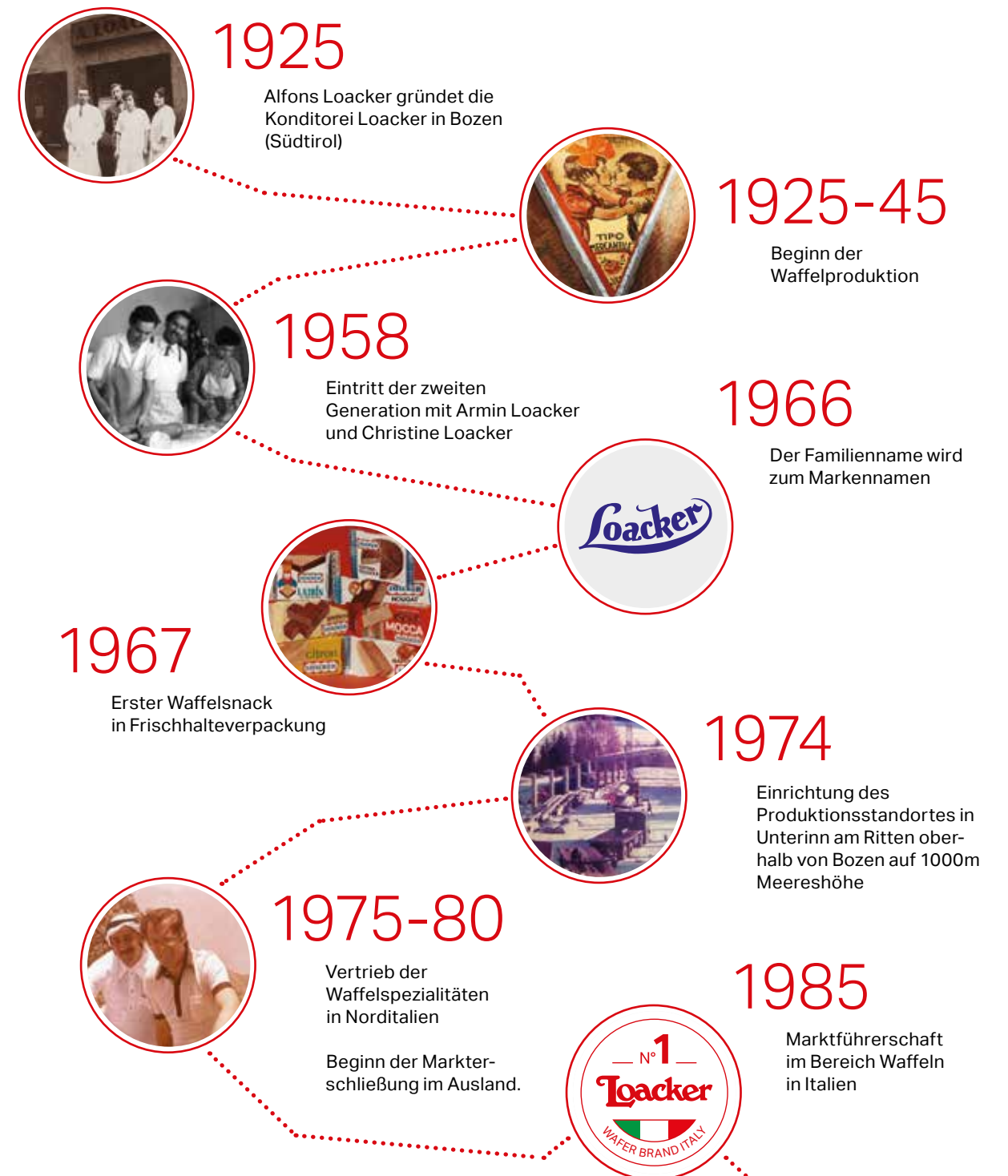
das Familienunternehmen Loacker kann heute auf eine über 95 Jahre erfolgreiche Firmengeschichte zurückblicken: wir haben uns von einer kleinen Konditorei in Bozen (Südtirol) zu einem internationalen Markenartikel- und Unternehmen entwickelt, das seine hochwertigen Waffel- und Schokoladespezialitäten in über hundert Länder exportiert. Wir sind ein familiengeführter Betrieb geblieben, der nach wie vor dieselben Werte lebt: ein faires Miteinander, Verantwortung für das Umfeld, Respekt vor der Umwelt, höchste Produktqualität, der schonende Umgang mit Ressourcen sowie eigenständiges Entscheiden und Handeln sind für uns unabdingbar. Noch bevor Begriffe wie Energieeffizienz und Ressourceneinsparungen sich etablierten, wurde an unserem ersten Produktionsstandort schon ab den 1970er Jahren die Abwärme der Backöfen wiedergewonnen, um sie anderweitig einzusetzen. Und langfristige, partnerschaftliche und respektvolle Geschäftsbeziehungen waren uns immer schon lieber als nur der ökonomische

Erfolg. Heute ist unser Streben nach Nachhaltigkeit nicht mehr nur ein informeller Begleiter, sondern offiziell in der Mission und Vision, im Leitbild und in den diversen Politiken unseres Unternehmens verankert. Um die Herstellung unserer hochwertigen Produkte umweltbewusst zu gewährleisten, haben wir an der Einführung eines Integrierten Managementsystems gearbeitet, das unter anderem systematisch Qualität, Umweltschutz und Arbeitssicherheit kontrolliert und überprüft. Unser Ziel liegt darin, nachhaltiges Tun und unternehmerische Verantwortung sinnvoll miteinander zu verbinden: Unsere hohe Produktqualität garantieren, ökologische und soziale Verantwortung übernehmen sowie die langfristige Existenz unseres Familienunternehmens durch geregeltes Wachstum sichern - diese Anforderungen wollen und müssen wir im Gleichgewicht halten. Insbesondere die Beschaffung von qualitativ hochwertigen Rohstoffen, der effiziente Einsatz von Ressourcen sowie die Förderung unserer Mitarbeiter sind Schwerpunkte unserer

gegenwärtigen und zukünftigen Maßnahmen. Eine nachhaltige Unternehmensführung ist dabei stets ein mittel- bis langfristiger Prozess, der uns alle immer wieder vor neue Herausforderungen stellt – uns aber auch viele Chancen der Weiterentwicklung bietet. Als traditionsreiches Familienunternehmen sind wir besonders bestrebt, den nachfolgenden Generationen ein lebenswertes Umfeld, eine gesunde Umwelt und einen zukunftsfähigen Betrieb übergeben zu können. In diesem Loacker Nachhaltigkeitsbericht geben wir Ihnen einen transparenten Einblick in unser Denken und Handeln sowie zu unseren Produkten und deren Herstellung. Wir erläutern unseren Umgang mit Partnern, Mitarbeitern sowie dem gesellschaftlichen Umfeld. Wir zeigen auf, welche Maßnahmen wir zum Schutz der Umwelt ergreifen und in welchen Bereichen wir weitere Initiativen umsetzen möchten. Wir laden Sie herzlich ein, uns auf diesem Weg zu begleiten.

**Familie Loacker und Familie Zuenelli**

# Die Geschichte des Familienunternehmens





1996

Einführung Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001

Die Familientradition wird an Alfons Enkel Ulrich, Andreas und Martin weitergegeben.



1999

Werkgründung in Heinfels / Osttirol auf 1000m über dem Meeresspiegel.



2001

Einführung Umweltmanagementsystem nach ISO 14001



2003

Candy Kettle Award, Oscar der Süßwaren an Armin Locker



2007

Sweets Global Award

Erweiterung des Produktionsgebäudes in Heinfels

Eröffnung des ersten Locker Café im Designer Outlet Brenner



2010

Eröffnung der Locker Genusswelt in Heinfels

Werksausbau des Produktionsstandortes in Unterinn (Südtirol)

Christine Zuenelli Locker erhält die Verdienstauszeichnung des Landes Tirol „Großer Tiroler Adler-Orden in Gold“



2011

Ausschluss der Werkserweiterung in Unterinn

Südtirol Award Kategorie Export

Einführung des Integrierten Managementsystems IMS



2012

Locker Rose of the Dolomites kommt auf den Markt

Auszeichnung „Sapore dell'anno“ für die Locker Classic Waffeln

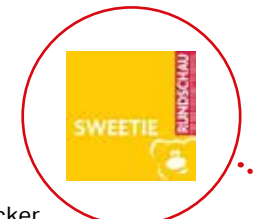


2021

2021 Relaunch Locker Marke und Produkte weltweit mit neuem Logo, neuen Rezepten und Kampagne „Mehr als gut“

Gründung Immobiliare Nocciolo Capranica GmbH - Immobiliengesellschaft Haselnussverarbeitung

Auszeichnung Sweetie Award für „Tortina Caramel“



2022

Auszeichnung Sweetie Award für „Classic Peanut Butter“

Zweiter Platz im „Food&Beverage Sustainability Italian Benchmark“ Ranking von Standard Ethics



2019

Eröffnung erstes Milch-trocknungswerk in Südtirol „Dolomites Milk“



2020

Sustainability Award 2020 auf der Hotel-Messe in Bozen/Südtirol

Auszeichnung Lebensmittel Zeitung zur Top-Marke in Deutschland



2018

Auszeichnung „Produkt des Jahres“ Locker Schokotafeln



2017

Auszeichnung „Produkt des Jahres“ Locker Cacao & Milk



2016

Locker wird der Nr. 1 Waffelhersteller Weltweit

Auszeichnung „Sweetie Award“ für Locker Gran Pasticceria

Attraktivster Arbeitgeber Nord-Ost-Italien



2015

Verleihung des Randstad Award Italien Region Nord-Est „Attraktivster Arbeitsgeber“



2014

Eröffnung der Mitmachkonditorei in der Genusswelt Heinfels

Die Locker Tafelschokolade kommt auf den Markt

Auszeichnung „Sapore dell'anno“ für die Locker Classic Waffeln



2013

Eröffnung des ersten Franchise Locker MarkenGeschäfts Triest

Entwicklung einer systematischen Nachhaltigkeitsstrategie

Auszeichnung „Sapore dell'anno“ für die Schokoriegel Choco&





„Wir sind der Überzeugung, dass hohe Produkt- und Dienstleistungsqualität sowie Umweltschutz und die Einhaltung sozialer und ethischer Prinzipien und ökonomischer Erfolg heute und für künftige Generationen kein Zielkonflikt sein dürfen. Sie sind wichtige Bestandteile, um die Unabhängigkeit und die langfristige Existenz des Unternehmens zu sichern. Nachhaltigkeit bedeutet für uns ganzheitliche Balance zwischen den unternehmerischen Kernthemen Qualität, wirtschaftlicher Erfolg sowie soziale, ethische und ökologische Verantwortung. Nachhaltigkeit in diesem Sinne ist Berechtigung gleichwie treibende und definierende Kraft des gesunden Wachstums unseres Unternehmens.“

(Auszug aus der Loacker Qualitäts- und Nachhaltigkeitspolitik)



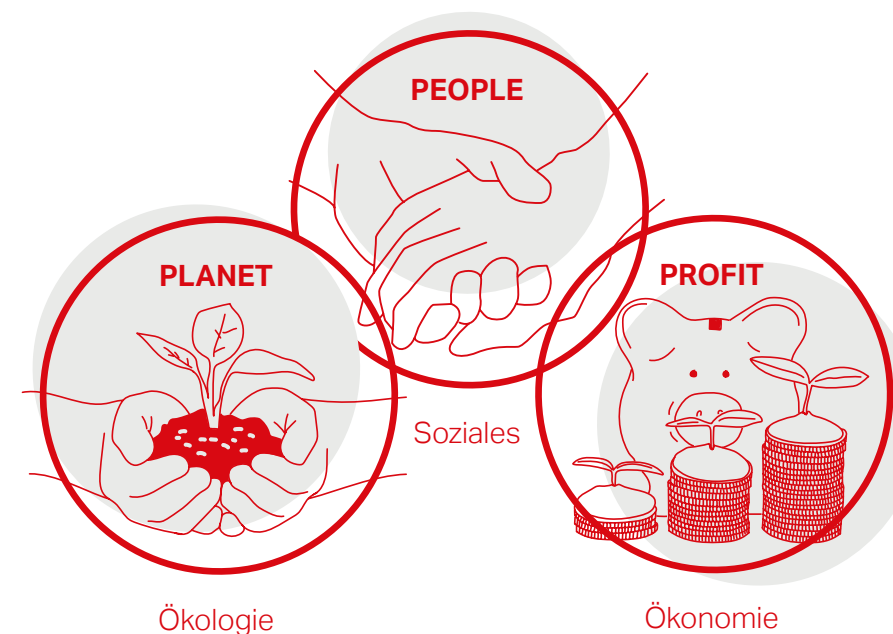
# Nachhaltigkeit im Unternehmen

## Ökologie, Ökonomie, Gesellschaft: Das Ganze im Blick

Ressourcen effizient nutzen, ökologische Verantwortung für die Umwelt übernehmen und das Wohlergehen der Mitarbeiter im Blick haben: Nachhaltiges Denken und Handeln wird von der Unternehmerfamilie Loacker seit jeher wie selbstverständlich gelebt. Der respektvolle Umgang mit dem Umfeld, hohe Produktqualität und faires Wirtschaften gehören zu den grundlegenden Überzeugungen der Familie. So wurde schon bald nach der Werkseröffnung in Unterinn in den 1970er Jahren die Abwärme der Öfen genutzt – zu einer Zeit, als Energieeffizienz und Nachhaltigkeit noch Fremdwörter waren. Für die Mitarbeiter wurden ein Shuttle-Service sowie eine Mensa eingerichtet, die das selbstangebaute Gemüse aus dem Garten vor dem Produktionsstandort verwendete.

### Neue Strategien für aktuelle Herausforderungen

Heute ist nachhaltiges Unternehmertum mehr denn je unabdingbar. Zu den größten Herausforderungen für das Unternehmen zählen dabei globalisierte Märkte, die begrenzte Verfügbarkeit von qualitativ hochwertigen Rohstoffen, Preisschwankungen und Lieferengpässe beim Rohstoffeinkauf, steigende Kosten im Energiebereich und der Mangel an qualifizierten Fachkräften. Diesen Aufgaben müssen wir mit neuen Strategien begegnen. Dies führte uns dazu, nachhaltiges Handeln im Unternehmen zu systematisieren und in standardisierte Bahnen zu lenken. Als Produzent von Lebensmitteln tragen wir dabei eine besondere Verantwortung für Mensch und Umwelt. Dabei sind wir überzeugt: Nachhaltiges Denken, Handeln und Wirtschaften zahlt sich langfristig aus.





Die Loacker Nachhaltigkeits-Strategie gründet auf unsere Unternehmenswerte und ist in der Mission und Vision, im Unternehmensleitbild, dem Genetischen Code und in unseren Geschäftspolitiken festgeschrieben. Unsere Qualitäts- und Nachhaltigkeitspolitik verankert nachhaltiges Wirtschaften in allen Unternehmensbereichen.

## Im Gleichgewicht

### Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette

Nachhaltige Entwicklung beschränkt sich nicht nur auf den Schutz der Umwelt. Ökonomie, Ökologie und Sozialverantwortungen gehen Hand in Hand und ergänzen sich nutzbringend. Wir verbinden Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung miteinander: Unsere hohe Produktqualität gewährleisten, die Umwelt schonen, soziale Verantwortung übernehmen sowie die langfristige Existenz unseres Familienunternehmens durch gezieltes Wachstum und effiziente Kostenkontrolle sichern – diese Anforderungen sind in Balance zu halten. Daher integrierten wir nachhaltige Handlungsweisen entlang der gesamten Wertschöpfungskette:

- Unsere hohe Produktqualität sichern wir, indem wir natürlich belassene Rohstoffe verwenden und strenge Sicherheitskontrollen durchführen.
- Bei der Beschaffung der Rohstoffe beachten wir die Leitlinien unserer Qualitäts- und Nachhaltigkeitspolitik.

- Durch intensive Forschung und Entwicklung stärken wir unsere Position in unseren Kernmärkten und bauen diese aus.
- Während des gesamten Produktionsablaufes achten wir darauf, Ressourcen einzusparen, die Belastung der Umwelt gering zu halten und kosteneffizient zu arbeiten. Dafür wenden wir ein international anerkanntes Umweltmanagementsystem an.
- Mit unseren Kunden und Geschäftspartnern pflegen wir ein faires Wettbewerbsverhalten und legen Wert auf langfristige Geschäftsbeziehungen.
- Als Teil der Gesellschaft unterstützen wir diese durch gezielte Maßnahmen.
- Wir sorgen für ein Arbeitsklima, in dem die Mitarbeiter selbstbestimmt und selbstverantwortlich handeln können. Wir unterstützen deren persönliche und fachliche Weiterentwicklung. Unsere Mitarbeiter sind entscheidend dafür, wie nachhaltig und zukunftsfit wir als Unternehmen sind.



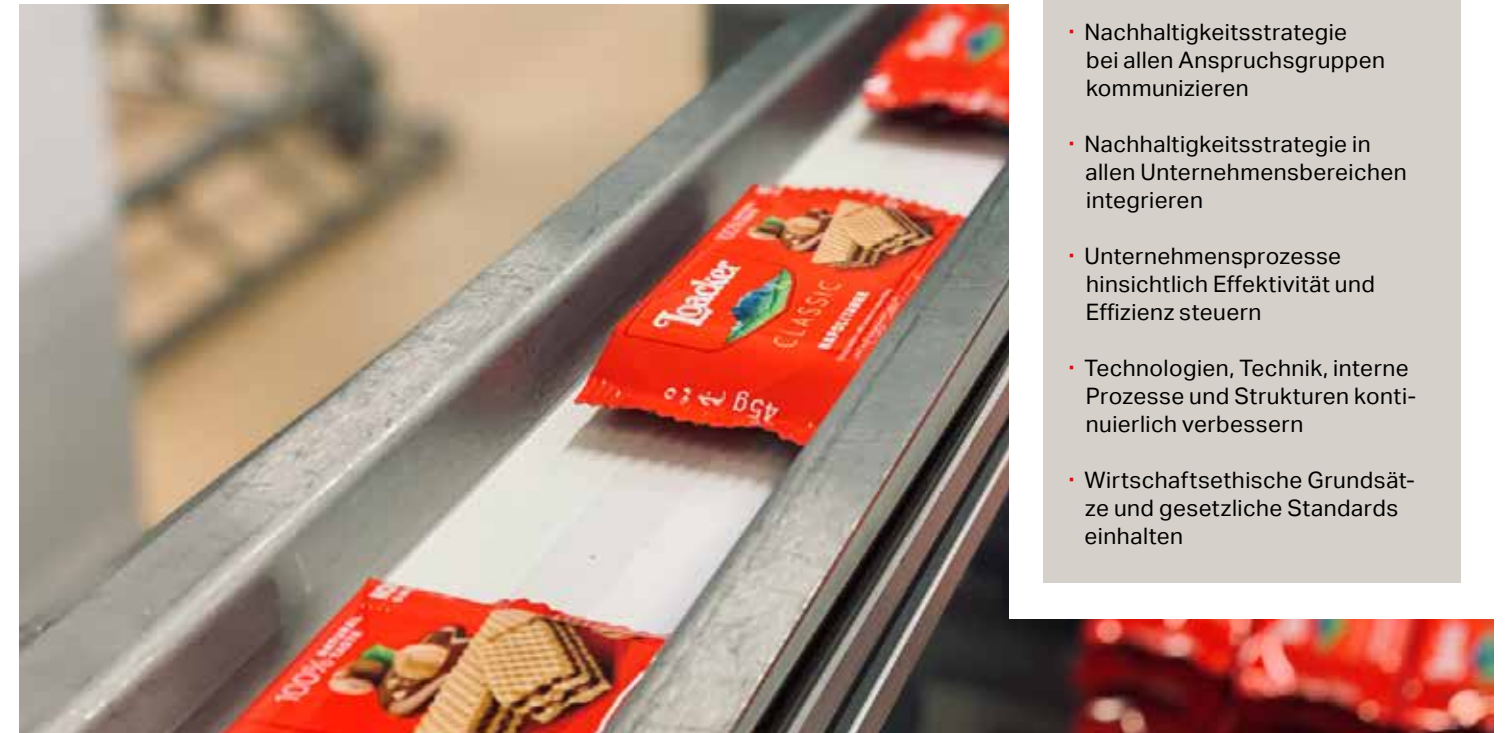
## Umfassend denken und agieren

### Ziele und Handlungsfelder der Loacker Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeit ist umfassend und komplex. Unser Streben nach Nachhaltigkeit spiegelt sich in folgenden strategischen Zielsetzungen in vier Handlungsfeldern wider:

#### Governance und Unternehmenskultur:

- Nachhaltigkeitsstrategie bei allen Anspruchsgruppen kommunizieren
- Nachhaltigkeitsstrategie in allen Unternehmensbereichen integrieren
- Unternehmensprozesse hinsichtlich Effektivität und Effizienz steuern
- Technologien, Technik, interne Prozesse und Strukturen kontinuierlich verbessern
- Wirtschaftsethische Grundsätze und gesetzliche Standards einhalten



#### Qualität und Wirtschaftlichkeit

- Sich an den Bedürfnissen und Erwartungen unserer Kunden und Konsumenten orientieren
- Unsere hohen Qualitäts- und Sicherheitsansprüche bezüglich Produkten und Herstellung einhalten
- Kostenstrukturen und Kostenwahrheit beachten
- Unabhängigkeit und finanzielle Stabilität wahren







**Ressourceneffizienz und Umweltschutz:**

- Ressourcenschonende Produktionsprozesse einführen
- Umweltschutz an den Produktionsstandorten fördern
- CO<sub>2</sub>-Emissionen bei Transport und Logistik vermeiden
- Rohstoffe verantwortungsvoll einkaufen und verarbeiten
- Verpackungsmaterialien und Abfall vermeiden

**Mitarbeiter und Gesellschaft**

- Gesundheitsvorsorge und Arbeitssicherheit fördern
- Persönliche und berufliche Weiterentwicklung unterstützen
- Vielfalt und Chancengleichheit fördern
- Faire Kunden- und Lieferantenbeziehungen pflegen
- Sich für die Gesellschaft engagieren



# Unsere Verantwortung

Wo hat Locker als Unternehmen die größte Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt? Welche relevanten Maßnahmen können wir treffen, um das nachhaltige Wirtschaften zu fördern?

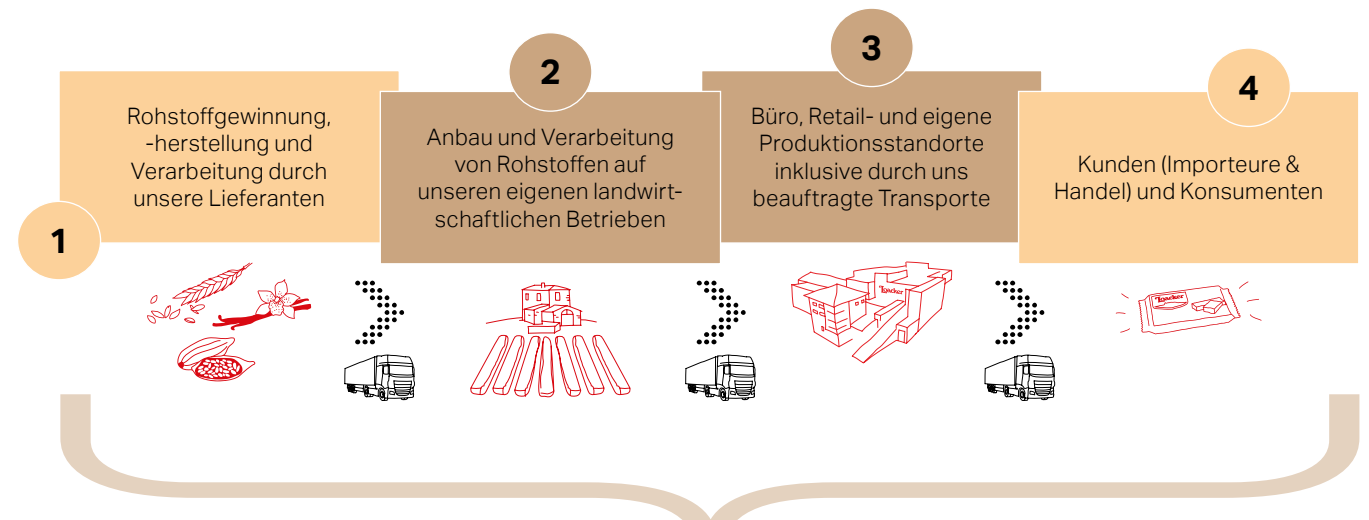
Wasser sparen oder sich vermehrt für das Tierwohl einsetzen? Ökologische Verpackungen bevorzugen oder die Anzahl der Transporte reduzieren? Eine Schule für die Kinder an der Elfenbeinküste bauen oder sich für eine faire Entlohnung einsetzen? Nachhaltiges Wirtschaften betrifft jeden Bereich des Unternehmens und dies in verschiedensten Themengruppen. Um sich bei dieser Fülle nicht zu verzetteln, müssen strategische Ziele und Maßnahmen definiert werden. In der Vorarbeit zur Locker Nachhaltigkeitsstrategie hat sich Locker mit den Fragen auseinandergesetzt, wie z.B. welche Nachhaltigkeitsthemen sind für das Unternehmen und unsere Interessensgruppen wirklich relevant, und an welcher Stufe der Wertschöpfungskette spielen sie eine Rolle, sowie welche Ressourcen stehen uns zur Verfügung?

Zunächst wurde die Locker Wertschöpfungskette in vier Stufen geteilt: die Rohstoffgewinnung, -herstellung und Verarbeitung durch die Lieferanten, den Anbau und die Verarbeitung von Rohstoffen auf den eigenen landwirtschaftlichen Betrieben, die Verwaltungs- und Produktionsstandorte mit der vor- und nachgelagerten Logistik sowie die Kunden (Importeure & Handel sowie Konsumenten). Entlang dieser vier Stufen wurden verschiedenste Themen in den Kategorien Natur, Gesellschaft, Digitalisierung und erweiterte Gesellschaft zugeordnet, die für das nachhaltige Wirtschaften relevant sind: zum Beispiel Treibhausgasemissionen, Abfall oder Arbeitsstandards und Menschenrechte. Es ging darum zu definieren, ob und bei welcher Stufe der Wertschöpfungskette diese relevant sind: Wo spielt der Wasserverbrauch eine Rolle, wo nicht? Zudem wurde mittels Umfragen und Interviews bewertet, welche Bedeutung diese Nachhaltigkeitsthemen für das Unternehmen selbst und für die internen und externen Interessensgruppen haben. Auch der Kostenfaktor wurde nicht außer Acht gelassen, sondern gemeinsam mit den Führungskräften bewertet.

Aufgrund der Rückmeldungen und Einschätzungen wurden die Themen anschließend in unterschiedliche Stufen gewichtet: als besonders wichtig, von mittlerer Bedeutung oder geringer Bedeutung. Schlussendlich konnten fünf besonders wichtige Themen identifiziert werden, die für das Unternehmen eine hohe strategische Bedeutung haben und auch in der Unternehmensstrategie Locker 2030 verankert wurden.

Mit diesen internen und externen Stakeholdern besprachen wir die Stärken und Schwächen des Unternehmens Locker. Wir erarbeiteten mögliche Risiken sowie Vorschläge für Maßnahmen in den Themenbereichen Nachhaltigkeit, Grundwerte-Visionen-Strategie, Wachstum, Mitarbeiter und Führung, Rohstoffe, Verpackung, Standort sowie Vertrieb und Nachhaltigkeit. Aus den Workshops und Interviews kristallisierten sich die Relevanz und Wertigkeit bestimmter Nachhaltigkeitsthemen heraus, die in einer Materialitätsanalyse aufgearbeitet wurde.

# Unsere Wertschöpfungsstufen





# Verantwortung für Mensch und Umwelt im Produktlebenszyklus



### Nachhaltige Lieferkette

Wir streben an, bei der Verwendung von Schlüsselrohstoffen in unserem Markt Maßstäbe im Bereich ökologischer und sozialer Verantwortung zu setzen und uns hiermit deutlich vom Wettbewerb zu differenzieren.



### Klimaneutralität

Durch konsequente Arbeit an der Reduktion der Treibhausgasemissionen unserer Standorte und bei der Logistik übernehmen wir aktiv Verantwortung für Mensch und Natur, leisten unseren substantiellen Beitrag zur Erreichung der Klimaneutralität und sichern langfristig das Geschäftsmodell von Loacker ab.



### Nachhaltige Verpackung

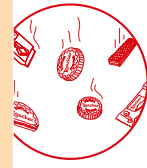
Über eine ausgewogene Anwendung der 7R's der Nachhaltigkeit Rethink, Refuse, Reduce, Reuse, Repurpose, Recycle und Rot maximieren wir ohne Beeinträchtigung von Produktschutz und Haltbarkeit die Nachhaltigkeit unserer Verpackungen und machen unseren Konsumenten dadurch greifbar, wie sehr wir Sorge tragen für Mensch und Natur entlang des gesamten Produktlebenszyklus.

### Genuss ohne Reue

Mit Produkten, welche leicht bekömmlichen, natürlichen Genuss mit wahrgenommener Verantwortung entlang des gesamten Produktlebenszyklus verbinden, bedienen wir das prägende Bedürfnis unserer Zeit nach Genuss, Wohlbefinden und Lebensfreude ohne Reue.

### Verantwortung für Menschen im Unternehmen

Wir gestalten eine transparente, wertebasierte und inklusive Unternehmenskultur in einem sinnstiftenden Umfeld. Wir entwickeln die Organisation und die Formen der Zusammenarbeit kontinuierlich und zukunftsfähig weiter. Wir fördern die fachliche und persönliche Entwicklung der Menschen im Unternehmen und investieren in ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld. Damit stärken wir unsere Attraktivität als international tätiger, nachhaltiger Arbeitgeber für bestehende und künftige Mitarbeiter.



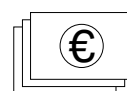
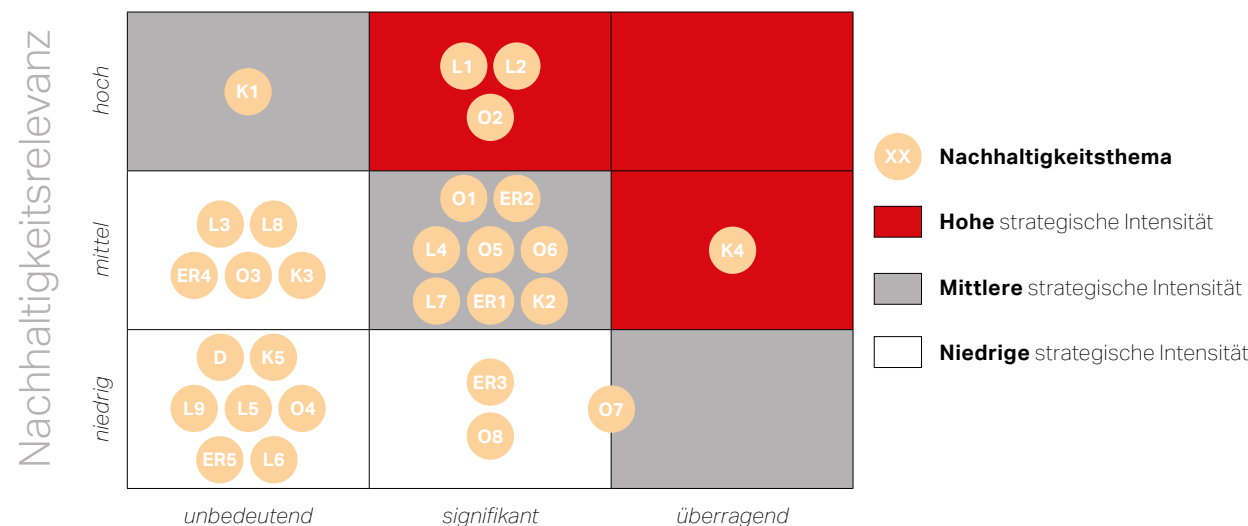
## Im Bereich Natur gibt es 18 relevante Nachhaltigkeitsthemen

<p><b>L1: Treibhausgasemissionen</b>, die durch den <b>Anbau und die Verarbeitung der Rohstoffe</b> und Komponenten für unsere Produkte durch <b>unsere Lieferanten</b> verursacht werden <i>(z.B. durch Düngemittel, Treibhausgase, die durch die Umwidmung von Wäldern und Feuchtgebieten entstehen, sowie z.B. durch die Herstellung von Merchandising-Artikeln)</i></p>	<p><b>ER1: Treibhausgasemissionen</b>, die durch unsere eigenen <b>landwirtschaftlichen Betriebe</b> verursacht werden <i>(z.B. durch Düngemittel, Treibhausgase, die durch die Umwidmung von Wäldern und Feuchtgebieten entstehen)</i></p>	<p><b>O1: Treibhausgasemissionen</b>, die bei der <b>Produktion von unseren Produkten</b>, an unseren <b>Bürostandorten</b> und durch <b>unsere Mitarbeitermobilität</b> (Fuhrpark) verursacht werden</p> <p><b>O2: Treibhausgasemissionen</b>, die durch die von <b>uns beauftragte Logistik</b> verursacht werden (z.B. Transport zu unseren Kunden, Transporte durch unseren E-Commerce)</p>	<p><b>K1: Treibhausgasemissionen</b>, die durch unsere <b>Kunden</b>, die für den Vertrieb unserer Produkte verantwortlich sind, verursacht werden (z.B. Transporte durch unsere Distributionspartner, Kühlung unserer Produkte während des Transports (Kühlkette))</p>
<p><b>L2: Wasser- und Luftverschmutzung</b>, die durch den <b>Anbau und die Verarbeitung der Rohstoffe</b> und Komponenten für unsere Produkte durch <b>unsere Lieferanten</b> verursacht wird <i>(z.B. durch den Einsatz von Pestiziden und Düngemitteln, belastetes Abwasser, organische Bestandteile sowie z.B. durch die Herstellung von Merchandising-Artikeln)</i></p>	<p><b>ER2: Wasser- und Luftverschmutzung</b>, die durch unsere <b>eigenen landwirtschaftlichen Betriebe</b> verursacht wird <i>(z.B. durch den Einsatz von Pestiziden und Düngemitteln, belastetes Abwasser, organische Bestandteile, Feinstaub durch landwirtschaftliche Maschinen)</i></p>	<p><b>O3: Wasser- und Luftverschmutzung</b>, die bei der Herstellung von unseren Produkten an unseren <b>eigenen Standorten</b> verursacht wird</p>	
<p><b>L3: Wasserverbrauch</b>, der durch den <b>Anbau und die Verarbeitung der Rohstoffe</b> und Komponenten für unsere Produkte durch <b>unsere Lieferanten</b> verursacht wird <i>(z.B. durch die Bewässerung von landwirtschaftlichen Flächen sowie z.B. bei der Herstellung von Merchandising-Artikeln)</i></p>	<p><b>ER3: Wasserverbrauch</b>, der durch unsere <b>eigenen landwirtschaftlichen Betriebe</b> verursacht wird (z.B. durch die Bewässerung unserer landwirtschaftlichen Flächen)</p>	<p><b>O4: Wasserverbrauch</b>, der bei der Herstellung von unseren Produkten an unseren <b>eigenen Standorten</b> und an unseren Bürostandorten durch unsere Mitarbeiter*innen verursacht wird</p>	
<p><b>L4: Negativer Einfluss auf Ökosystemdienstleistungen</b>, der durch den <b>Anbau der Rohstoffe</b> und Komponenten für unsere Produkte durch <b>unsere Lieferanten</b> verursacht wird <i>(z.B. durch die Kultivierung von natürlichen Flächen und der damit verbundenen negativen Effekte auf die Ökosysteme wie z.B. Entwaldung, Wasserqualität)</i></p>	<p><b>ER4: Negativer Einfluss auf Ökosystemdienstleistungen</b>, der durch unsere <b>eigenen landwirtschaftlichen Betriebe</b> verursacht wird <i>(z.B. durch die Kultivierung von natürlichen Flächen und der damit verbundenen negativen Effekte auf die Ökosysteme wie z.B. Entwaldung, Wasserqualität)</i></p>		
<p><b>L5: (Ernte-) Abfälle</b>, die beim <b>Anbau und der Verarbeitung der Rohstoffe</b> für unsere Produkte bei <b>unsere Lieferanten</b> anfallen <i>(z.B. Food-Waste)</i></p>	<p><b>ER5: (Ernte-) Abfälle</b>, die beim <b>Anbau und der Verarbeitung auf unseren eigenen landwirtschaftlichen Betrieben</b> anfallen <i>(z.B. Food-Waste)</i></p>	<p><b>O5: Abfälle</b>, die durch die <b>Produktion</b> unserer Produkte an unseren <b>eigenen Standorten</b> anfallen <i>(z.B. Umverpackung des Rohstoffeinkaufs, Lebensmittel (Bruch), Instandhaltung des Maschinenparks)</i></p>	<p><b>K2: Verpackungsabfälle</b>, die durch die (Transport-) <b>Verpackungen</b> von unseren Produkten bei <b>unsere Kunden</b> (Importeure &amp; Händlern) und bei unseren <b>Konsumenten</b> entstehen <i>(z.B. Transportfolie, Produktverpackungen, Sekundärverpackungen)</i></p>
<p><b>L6: Tierwohl der Tiere</b>, die für die Produktion unserer Rohstoffe notwendig sind <i>(z.B. Milchvieh, Hühner)</i></p>			

## In den weiteren drei Bereichen gibt es 10 relevante Nachhaltigkeitsthemen

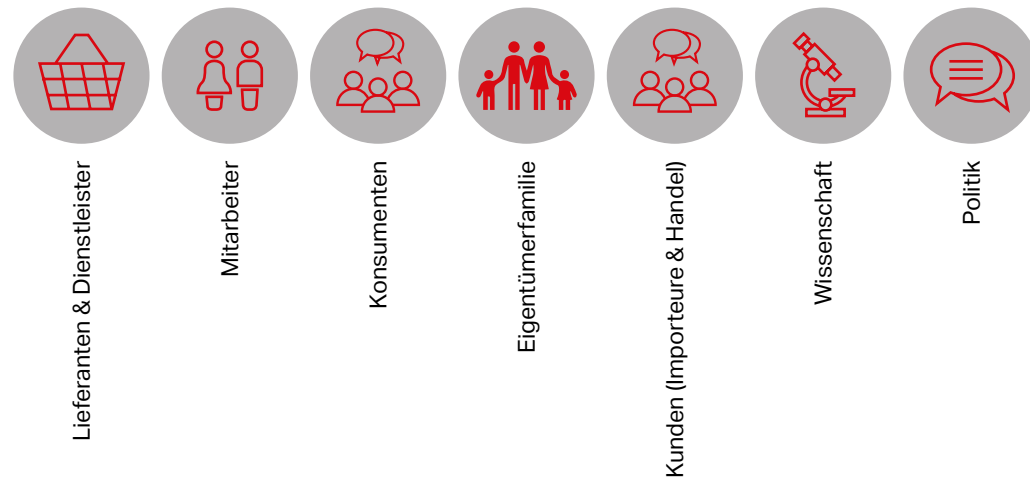
<p><b>L7: Arbeitsbedingungen</b> bei der Belegschaft unserer <b>Lieferanten</b>, die für den Anbau und die Weiterverarbeitung von Rohstoffen unserer Produkte verantwortlich sind <i>(z.B. keine Kinder- oder Zwangsarbeit, angemessene Entlohnung, Gesundheit und Arbeitssicherheit, Versammlungsfreiheit, Diskriminierungsfreiheit)</i></p>	<p><b>O6: Arbeitsbedingungen bei unserer Belegschaft</b> <i>(z.B. angemessene Entlohnung, Gesundheit und Arbeitssicherheit inkl. Lärmbelastigung und Luftverschmutzung, Diskriminierung)</i></p>	<p><b>K3: Arbeitsbedingungen</b> bei der Belegschaft <b>unsere Kunden</b> (Importeure &amp; Handel), die für den Vertrieb unserer Produkte verantwortlich sind <i>(z.B. keine Kinder- oder Zwangsarbeit, angemessene Entlohnung, Gesundheit und Arbeitssicherheit, Versammlungsfreiheit, Diskriminierungsfreiheit)</i></p>
<p><b>L8: Menschenrechte der lokalen Bevölkerungsgruppen</b>, die durch den Anbau und die Verarbeitung der Rohstoffe für unsere Produkte eingeschränkt werden <i>(z.B. Landnahme und Landrechte / Landflucht und -vertreibung / lokaler Grundwasserzugang)</i></p>		<p><b>K4: Gesunde, ausgewogene und eine natürlich genussvolle Ernährung</b> bei unseren <b>Konsumenten</b> <i>(z.B. durch gesündere Inhaltsstoffe, Vermeidung von Schadstoffen, transparente Produkt- und Nährwertinformationen und deren Konsequenzen)</i></p>
	<p><b>O7: Diversität, Chancengleichheit, personelle Vielfalt</b> sowie Möglichkeiten zur <b>Aus- und Weiterbildung</b> insbesondere vor dem Hintergrund eines <b>lebenslangen (digitalen) Lernens in unserer Belegschaft</b></p>	
<p><b>D: Datensicherheit</b> für die Daten, die in unserem <b>Unternehmen, unserer Lieferkette</b> im Rahmen unseres Beschaffungsprozesses und/oder beim Datenaustausch mit unseren <b>Kunden</b> (Importeure &amp; Handel) generiert, verarbeitet und gespeichert werden</p>		
<p><b>L9: Übernahme einer erweiterten (nicht geschäftsbezogenen) <b>gesellschaftlichen Verantwortung</b> in den Ländern, aus welchen wir unsere Rohstoffe beziehen</b> <i>(z.B. durch finanzielle oder ideelle Unterstützung/Aufbau von sozialen oder ökologischen Projekten, Fonds oder Stiftungen)</i></p>	<p><b>O8: Übernahme einer erweiterten (nicht geschäftsbezogenen) <b>gesellschaftlichen Verantwortung</b> in der unmittelbaren Umgebung</b> unserer eigenen landwirtschaftlichen Betriebe, Produktions- und Bürostandorte <i>(z.B. durch finanzielle oder ideelle Unterstützung/Aufbau von sozialen oder ökologischen Projekten, Fonds oder Stiftungen)</i></p>	<p><b>K5: Übernahme einer erweiterten (nicht geschäftsbezogenen) <b>gesellschaftlichen Verantwortung</b> in unseren Absatzmärkten</b>(z.B. durch finanzielle oder ideelle Unterstützung/Aufbau von sozialen oder ökologischen Projekten, Fonds oder Stiftungen)</p>

## Materialitätsmatrix (Strategischer Rahmen)



Geschäftsrelevanz

# Unsere wichtigsten Stakeholder



## Nachhaltigkeitsstrategie verankern

Nachhaltigkeit ist seit jeher vor allem in unserem täglichen Arbeiten und natürlich auch in unserer Mission, Vision und Unternehmenspolitik verankert. Wir erarbeiteten, auf Basis einer fundierten Stakeholderanalyse, die für uns relevanten strategischen Nachhaltigkeitsthemen, die in die gruppenweit gültige Unternehmensstrategie integriert wurden. Davon leiten wir unsere Nachhaltigkeitsziele ab.

## Ziele und Maßnahmen definieren

Unsere Unternehmenspolitik gliedert sich in die fünf Handlungsfelder Governance und Unternehmenskultur, Qualität und Wirtschaftlichkeit, Mitarbeiter und Gesellschaft, Ressourceneffizienz und Umweltschutz und Unternehmensinformationen und personenbezogene Daten. In mehreren Workshops erarbeiteten die Arbeitsgruppen relevante

Zielsetzungen und erste Maßnahmen. Um zu kontrollieren, ob wir unsere Ziele Schritt für Schritt erreichen, überprüfen wir unser Handeln anhand von quantitativen Kennzahlen und qualitativen Evaluierungsmethoden wie Konsumentenbefragungen. Falls notwendig, korrigieren wir unser Vorgehen und passen unser Handeln kontinuierlich an neue Herausforderungen an.

## Sensibilisieren, kommunizieren, motivieren

Die gemeinsame Gestaltung der Zukunft ist ein zentrales Thema, das mit den Mitarbeitern stetig diskutiert und durch verschiedenste Maßnahmen begleitet wird. Denn um nachhaltiges Wirtschaften konkret umzusetzen, müssen alle Beteiligten aktiv mitwirken. Kommunikation und Sensibilisierung erfolgen daher auf breiter Ebene: Unsere Mitarbeiter informieren wir regelmäßig in der Mitarbeiterzeitschrift „Loacker My Journal“ über Zielsetzungen

und Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit. Dies fördert nicht nur die Achtsamkeit für das Thema, sondern regt auch dazu an, über Verbesserungsmöglichkeiten im eigenen Arbeitsbereich nachzudenken und Ideen zu entwickeln. Den neuen Mitarbeitern erläutern wir die Loacker Nachhaltigkeitsstrategie im Rahmen unserer Einführungsereignisse und der Einführungsbroschüre. Wir initiieren Projekte wie das Lean Management, das zur Ressourcenoptimierung am eigenen Arbeitsplatz anregt (s.S. 46).

## Weiterbilden, weiterentwickeln

Mimmola ist eine der Loacker-Markenbotschafterinnen. Sie symbolisiert die Liebe und den Respekt vor der Natur und will diese auch weitergeben. Mimmola setzt sich für den bewussten Umgang mit Ressourcen ein und ist deshalb die Begleiterin der im Jahr 2018 eingeführten Seminarreihe „Mimmola docet“.

Bei diesen Treffen erhalten die Mitarbeiter von internen oder externen Experten vielfältige Inputs zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen sowie Tipps zu einer bewussten, gesünderen Lebensgestaltung.

Neben internen Fortbildungsmaßnahmen unterstützen wir auch die Teilnahme der Mitarbeiter an externen Weiterbildungsbereichen in den Themenbereichen Umweltschutz und Nachhaltigkeit.

## Wir bleiben dran

Nachhaltigkeit wird bei Loacker aus Überzeugung vorgelebt und gelebt. Dies spiegelt sich zum einen in der Zeit wider, die jeder Mitarbeiter den Themen wie Qualität, Lebensmittel- und Arbeitssicherheit, Energieeffizienz, Menschen oder Wirtschaftlichkeit widmet. Wir fördern die Eigenverantwortung jedes Einzelnen und regen zur Vorbildwirkung an: Jeder kann und soll seinen Teil dazu beitragen, um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Viele Schritte haben wir bereits gesetzt, viele weitere werden folgen. In einigen Bereichen haben wir noch Handlungsbedarf, müssen Aktivitäten weiterhin systematisieren und verstärkt Maßnahmen setzen. Unsere Bemühungen lassen uns lernen und Prozesse kontinuierlich verbessern – stets hin zu mehr Nachhaltigkeit in unserem Handeln.

## Loacker ist Mitglied von:

- Leatherhead Food Research
- European Sales & Marketing Association (ESMA)
- Associazione Italiana Giuristi Impresa (AIGI)
- Dentromarca Società Cooperativa
- Zentralfachschule der Deutschen Süßwarenindustrie
- Associazione Italiana Customer Service
- Istituto Italiano Imballaggi – Italian Institute of Packaging
- Comitato Tecnico Scientifico (CTS)
- icv – Internationaler Controller Verein
- Associazione delle Industrie dei Beni di Consumo (IBC)
- Sweet Global Networks Süßwarenhandel (SG)
- International Distribution Institute
- Unternehmerverband Südtirol
- Senat der Wirtschaft Österreich
- Handelskammer Bozen
- Isaca Membership (Information System Audit and Control Association)
- Industrievereinigung für Lebensmitteltechnologie und Verpackung e.V. (IVLV)
- Wirtschaftskammer Österreich
- Fachverband der Süßwarenindustrie Österreich
- Industriellenvereinigung Österreich
- Filiera Italia
- Management Center Innsbruck (MCI)
- Associazione Utenti Pubblicitari (UPA)
- European Non-GMO Industry Association ENGA (Brüssel)

„Nachhaltigkeit ist eine gelebte Haltung, die aus Achtsamkeit und eigener Überzeugung der Menschen bei Loacker entsteht, und auf die gesamte Wertschöpfungskette ausstrahlt.“

Loacker Unternehmenspolitik



# Zertifizierungen



## ISO 9001: Qualitätsmanagement nach ISO 9001

Ziel unseres Qualitätsmanagements ist es, Prozesse und Strukturen nachhaltig zu ordnen und zu verbessern, Verantwortlichkeiten festzulegen und effizient zu arbeiten. Eine renommierte international anerkannte Norm ist die Qualitätsmanagement-Norm ISO 9001. Seit 1996 ist Loacker nach diesem Standard zertifiziert



## Umwelt- managementsystem nach ISO 14001

Wir wollen das Verständnis für umweltrelevante Fragestellungen fördern und den Umweltschutz innerhalb der Loacker Unternehmensgruppe kontinuierlich verbessern. Daher haben wir im Jahr 2001 ein Umweltmanagementsystem nach DIN EN ISO 14001 eingeführt.



## Kosher

Internationale Zertifizierung für Lebensmittel, deren Produktion durch einen Rabbiner legitimiert wurde.



## Halal

Internationale Zertifizierung für Lebensmittel, die bescheinigt, dass diese nach den Vorgaben des islamischen Rechts hergestellt worden sind.



## IFS Food und Krisenmanagement: Lebensmittelsicherheit gewährleisten

Der International Featured Standard (IFS) Food ermöglicht die größtmögliche Produktsicherheit von Lebensmitteln. Daher werden ganz explizite Forderungen zum HACCP-System (Hazard Analysis and Critical Control Points), den Gegebenheiten in der Herstellung und zu den hygienischen Bedingungen im Unternehmen gestellt. Dieser Standard wurde 2008 in der Loacker Unternehmensgruppe eingeführt. Trotz zahlreicher Sicherheitsmaßnahmen können im Bereich Lebensmittel nie alle Risiken ausgeschlossen werden. Das Loacker Krisenmanagement verfügt daher über effiziente Vorgangsweisen, um in Ausnahmefällen diverse Folgeschäden effizient und rasch zu vermeiden.



## Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz gewährleisten mit ISO 45001:2018

Arbeitsunfälle vermeiden, die Mitarbeiter präventiv schützen und deren Gesundheit erhalten: Diese Ziele verfolgen wir mittels des Arbeitsschutz-Managementsystems ISO 45001:2018. Loacker ist seit dem Jahr 2020 nach diesem Standard zertifiziert. Dieser Standard hat Norm BS OHSAS 18001 ersetzt (Zertifizierung seit 2008).

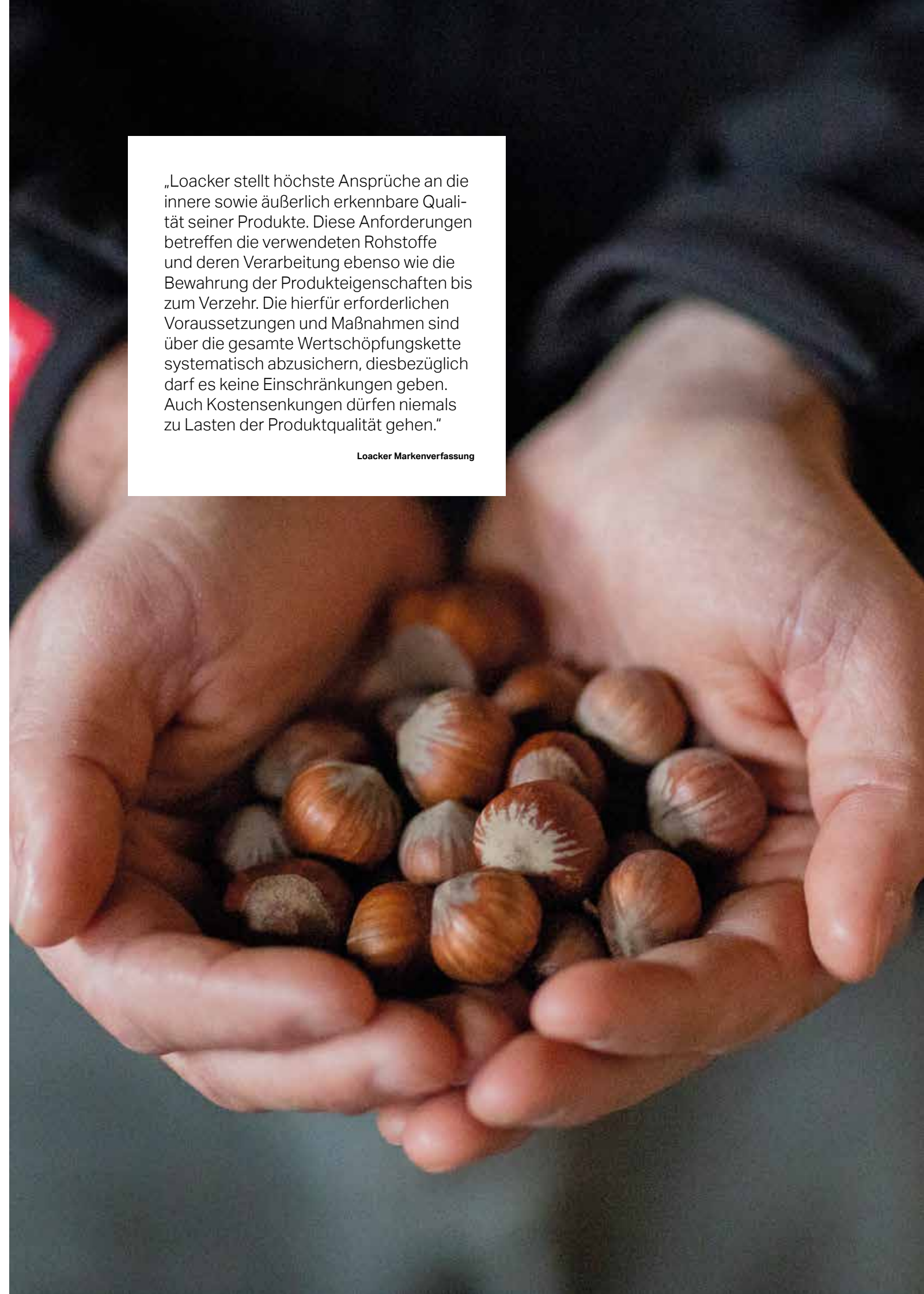


## FoodChain ID Non-GMO Global Standard

Dieser Standard bescheinigt die Fähigkeit zur Herstellung von gentechnikfreien Produkten und die Einhaltung der Vorschriften.

„Loacker stellt höchste Ansprüche an die innere sowie äußerlich erkennbare Qualität seiner Produkte. Diese Anforderungen betreffen die verwendeten Rohstoffe und deren Verarbeitung ebenso wie die Bewahrung der Produkteigenschaften bis zum Verzehr. Die hierfür erforderlichen Voraussetzungen und Maßnahmen sind über die gesamte Wertschöpfungskette systematisch abzusichern, diesbezüglich darf es keine Einschränkungen geben. Auch Kostensenkungen dürfen niemals zu Lasten der Produktqualität gehen.“

Loacker Markenverfassung



# Produktqualität mit Verantwortung

## Garantiert gut

### Qualitäts- und Sicherheitskontrollen mit System

Loacker steht für die hohe Qualität, Natürlichkeit und Bekömmlichkeit seiner Produkte. Alle unsere Tätigkeiten sind darauf ausgerichtet, diese hohen Ansprüche an die Produktqualität zu erfüllen: von der Auswahl der Rohstoffe und deren Lieferanten über die Herstellung bis hin zur Lagerung und Auslieferung weltweit. Qualität muss jedoch nicht nur gewollt, sondern auch überprüft werden. Sowohl unsere Qualitätsmaßstäbe als auch die dementsprechenden Maßnahmen sind in unserer Qualitäts- und Nachhaltigkeitspolitik, im Unternehmensleitbild und in der Loacker-Markenverfassung festgeschrieben. Die Parameter sind unternehmensweit einheitlich festgelegt und gelten weltweit.



### Geprüft nach internationalen Standards

Unsere Produktionsstandorte sind nach dem internationalen Qualitätsmanagementsystem ISO 9001 zertifiziert. Unsere Verantwortlichen für die Qualitätssicherung überprüfen die Produktqualität systematisch von Anfang an.

Diese strengen Kontrollen gewährleisten die Einhaltung unserer Qualitätsstandards und der Normen der Lebensmittelsicherheit sowie die Rückverfolgbarkeit unserer Produkte. Wir halten nicht nur die strengen gesetzlichen Bestimmungen ein, sondern sind zusätzlich nach dem IFS Food Standard zertifiziert. Diese international anerkannte Zertifizierung unterstützt die größtmögliche Produktsicherheit von Lebensmitteln.

Wir prüfen unsere Rohstoffe bereits, bevor diese weiterverarbeitet werden. Unsere Lebensmittelkontrolleure entnehmen aus den angelieferten Rohstoffen Stichproben und testen diese mittels chemischer und physikalischer Analysen. Diese Qualitäts- und Sicherheitsprüfungen begleiten den gesamten Herstellungsprozess. Was nicht unseren hohen Ansprüchen genügt, kommt auch nicht ins Regal.

### Kontrolle mit allen Sinnen

Entsprechen die Rohstoffe auch geschmacklich den Qualitätsstandards? Welche Auswirkungen hat die Lagerung auf das Produkt? Ab welchem Zeitraum nimmt die geschmackliche Qualität eines Produktes ab? Die 80 Mitglieder des unternehmensweiten Sensorikpanels beantworten diese Fragen anhand von internen objektiven Verkostungen, die im Rahmen der Qualitätssicherung oder bei der Wareneingangskontrolle durchgeführt werden. Die Panel-Mitglieder kontrollieren zudem Rückstellmuster und führen Lagertests durch, um die Haltbarkeit von Produkten zu testen.

Weiters wird das Sensorikpanel für die Verbraucherbeforschung eingesetzt oder bewertet neue Produkte, Rezepturen und Verpackungen. Die Mitglieder nehmen regelmäßig an Schulungen teil. So ist gewährleistet, dass das Panel wissenschaftliche Ergebnisse erzielt und objektive Messungen durchführt.





### Schonendes Herstellungsverfahren in unseren Produktionsstandorten

Den ersten Schritt zum natürlichen Genuss setzen wir bereits bei der Entwicklung der Rezepturen. Das erste Waffelrezept stammt dabei aus der Familie selbst: Alfons Loacker stellte vor hundert Jahren die ersten „Bozner Schnitten“ nach altösterreichischer Backart her. Mittlerweile ist das Verfahren zur Rezepturentwicklung vielschichtiger geworden. Die Kriterien hingegen sind dieselben geblieben: Naturbelassene hochwertige Roh- und Inhaltsstoffe, keine künstlichen Zusatzstoffe, ausgewogene Zusammensetzungen und beste Verzehreigenschaften sind die Basis für jede Rezeptur. Unsere Produkte sollen jedoch nicht nur gut schmecken, sie müssen auch bekömmlich sein: Zutaten, welche die Gesundheit der Konsumenten beeinträchtigen können, wie beispielsweise genmodifizierte Rohstoffe, verwenden wir nicht.

### Sorgfältiger Umgang mit den Rohstoffen und Zutaten

Bei der Herstellung legen wir großen Wert auf den sorgfältigen Umgang mit den Rohstoffen und Zutaten. Ziel ist es, die besonderen Eigenschaften der Zutaten hervorzuheben und deren Qualität zu erhalten. Eine achtsame Verarbeitung hilft zudem, die Ausschussware zu minimieren und somit Ressourcen einzusparen. Kurze Durchlaufzeiten garantieren, dass die Produkte stets frisch und ohne Qualitätsverlust verpackt und ausgeliefert werden.

### Produktneuheiten müssen nachhaltig sein

Innovation bedeutet bei Loacker nicht nur, neue Produkte zu kreieren. Auch bei unseren bereits erfolgreichen Waffel-, Patisserie- und Schokoladespezialitäten suchen wir kontinuierlich nach Verbesserungsmöglichkeiten. Wir wollen die Bedürfnisse und Wünsche unserer Konsumenten erfüllen, beispielsweise hinsichtlich neuer Geschmacksrichtungen, innovativer Produktkategorien oder Verpackungsgrößen. Eines haben unsere Neuheiten stets gemeinsam: Sie müssen unseren ökologischen und ethischen Leitlinien entsprechen. Die Herstellung beziehungsweise Umsetzung muss effizient, kostenbewusst und nachhaltig erfolgen können.



## Mit Liebe gebacken

Alle Loacker-Produkte sind hausgemacht: Ihre Herstellung erfolgt ausnahmslos in unseren Produktionsstandorten in Untertauern und Heinfels. Und wo immer auf der Welt Loacker-Produkte im Regal stehen: Es gibt keinen Qualitätsunterschied. Wir achten dabei auf kulturelle oder religiöse Besonderheiten; unsere Waffelspezialitäten sind sowohl kosher wie halal.

## Wir legen Wert auf natürlichen Genuss

„Tue Gutes rein, dann kommt auch etwas Gutes heraus“

### Naturbelassene Rohstoffe, ganz ohne Zusätze

„Tue Gutes rein, dann kommt auch etwas Gutes heraus“. Dieser anscheinend simple Leitspruch von Armin Loacker, Unternehmensgründer und selbst Konditor, gilt unverändert. Wir verwenden ausschließlich naturbelassene Roh- und Inhaltsstoffe, die nach den entsprechenden Maßstäben angebaut und schonend verarbeitet wurden.

### Regionalität bevorzugt

Hochwertige Rohstoffe sind die Basis für die Qualität und den Geschmack unserer Waffel-, Patisserie- und Schokoladespezialitäten. Wir legen höchsten Wert darauf, woher unsere Rohstoffe stammen. Regionalität mit all ihren Vorzügen wie leichte Überprüfbarkeit des Anbaus oder kurze Transportwege entsprechen unserer nachhaltigen Denkweise. Wir beziehen all jene Rohstoffe, die im Alpenraum oder in Europa gedeihen, auch aus diesem Raum.

Zweite Generation  
Armin Loacker

Loacker Produkte enthalten



keine künstlichen Zusatzstoffe wie Aromen oder Farbstoffe



keine Konservierungsstoffe



keine gehärteten Fette



keine genetisch modifizierten Organismen



# Wo unsere Rohstoffe herkommen

## Rohstoffe aus Europa

### Soja- und Weizenmehl aus Österreich und Deutschland Zucker aus Deutschland

Der Anbau von genmodifiziertem Soja ist in Europa verboten. Dennoch steckt es in vielen in Europa erhältlichen, aber in den USA produzierten Lebensmitteln, da in den Vereinigten Staaten seit den 1990er Jahren der Anbau von transgenen Sojasorten erlaubt ist. Wir beziehen das Sojamehl für unsere Produkte ausschließlich aus Österreich. Ebenso stammt der Großteil des Weizenmehls aus Österreich und Deutschland. Den Zucker beziehen wir aus Deutschland.

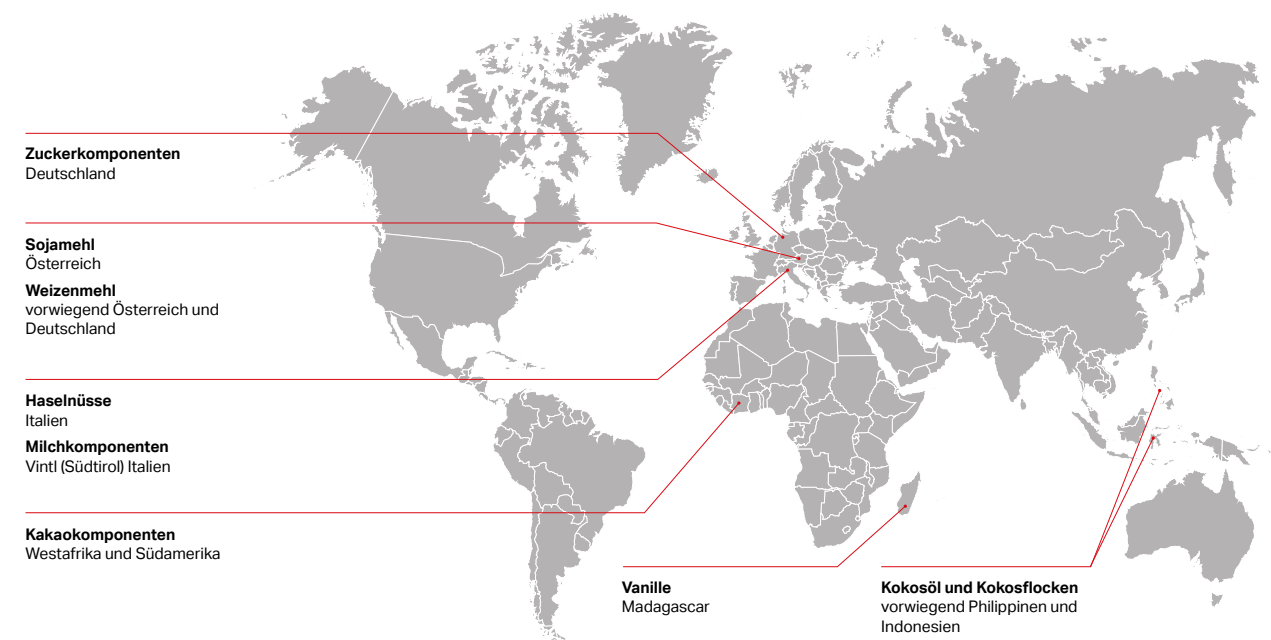
### Selbstproduzierte

### Milcherzeugnisse aus dem Alpenraum

Im November 2019 startet die Produktion von Milchderivaten aus Alpenmilch in unserem neu erbauten Milchderivatewerk in Vintl. Es ist dies das erste Milch-trocknungswerk in Südtirol für den Lebensmittelgebrauch und das zweite in Italien.

### Eigen- und Vertragsanbau von Haselnüssen in Italien

Der eigenständige Haselnussanbau in der Toskana trägt Früchte: Im Jahr 2019 kann Loacker erstmals Haselnüsse aus der eigenen Produktion beziehen. Außerdem starteten wir ein Projekt zum Vertragsanbau von Haselnüssen mit Landwirten in verschiedenen italienischen Regionen. Die Haselnüsse rösten wir in unseren Produktionsstandorten, sodass sie den typischen Loacker-Geschmack erhalten.



## Rohstoffe aus nicht-europäischen Ländern

Die nicht in Europa anbaubaren Rohstoffe beziehen wir aus Westafrika und Südamerika (Kakao) beziehungsweise von den Inseln im Indischen Ozean (Kokosöl und -flocken). Wir sind uns der dortigen Problematiken im ökologischen und sozialen Bereich wie mangelhaftes Bildungs- und Sozialwesen, Verletzung der Menschenrechte oder Kinderarbeit bewusst. Wir setzen uns konkret mit den Risiken in diesen Herkunftsländern auseinander und pflegen den Erfahrungsaustausch mit Organisationen, die sich für bessere Bedingungen vor Ort engagieren. Seit 2018 pflegen wir eine Partnerschaft mit lokalen Genossenschaften für den nachhaltigen Kakaoanbau an der Elfenbeinküste und seit 2020 pflegen wir eine Partnerschaft mit Maquita für den nachhaltigen Kakaoanbau in Ecuador.

### Rohstoff-Datenbank und Zertifizierungen

Informationen zur Herkunft der Rohstoffe sowie zur Lieferkette sammeln wir in unserer Rohstoff-Datenbank, die diverse Daten zu den ökologischen Standards und Risiken enthält. In der Überprüfungsphase befinden wir uns bezüglich der Zertifizierung von bestimmten Schlüsselrohstoffen wie beispielsweise Kakao. Wir vergleichen kritisch die verschiedenen Siegel und wägen die sinnvolle Machbarkeit einer Zertifizierung bei bestimmten Schlüsselrohstoffen ab.





# Aus eigenem Anbau

## Nachhaltiger Haselnussanbau in der Toskana

Haselnüsse sind für Loacker einer der wichtigsten Rohstoffe: Die Loacker Napolitaner-Waffeln tragen ihren Namen schließlich aufgrund der aus Neapel stammenden Haselnüssen. Um sich hochwertige Haselnüsse aus Italien langfristig zu sichern, begann Loacker mit dem Eigenanbau von Haselnüssen in der Toskana.

Auf dem 240 Hektar großen Grundstück der „Tenuta Corte Migliorina“ in Fonteblanda, Gemeinde von Orbetello, errichtete Loacker einen eigenen landwirtschaftlichen Betrieb. Hier werden auf 150 Hektar Haselnüsse angebaut, dafür wurden zirka 75.000 Pflanzen gesetzt. Mit dem Kauf eines weiteren Grundstücks in der Toskana weiteten wir den Eigenanbau aus: Zirka 90 Hektar Fläche des landwirtschaftlichen Betriebs „Collelungo“ sind mit Haselnusssträuchern bepflanzt. Bei Vollertrag können auf beiden Anbauflächen zirka 360 Tonnen Haselnüsse geerntet werden. Wir achten dabei auf einen nachhaltigen Anbau: So spart unser Bewässerungsverfahren im Vergleich zu herkömmlichen Anlagen zirka ein Drittel Wasser ein.



### Vertragspartnerschaften mit lokalen Produzenten

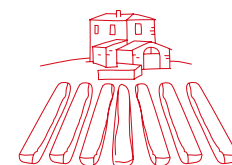
Neben dem Eigenanbau startete Loacker den Vertragsanbau mit Landwirten in verschiedenen italienischen Regionen. Loacker garantiert den Vertragsbauern die Abnahme der gesamten Haselnussernte auf langfristiger Basis. Die Produzenten erhalten von Loacker umfassende technische und organisatorische Unterstützung bei der Gründung und Pflege ihrer Anlagen. Durch die Zusammenarbeit mit Universitäten, Genossenschaften und Agronomen werden die Landwirte zudem fachmännisch begleitet. Der Anbau der Haselnüsse erfolgt nach nachhaltigen Standards, die von Loacker vorgegeben und kontrolliert werden.

Der Vertragsanbau wurde nur in jenen Regionen initiiert, in denen der Haselnussanbau eine sinnvolle Alternative und Diversifizierungsmöglichkeit für die lokale Landwirtschaft darstellt.

Seit 2019 sind wir mit dem EcoMethod-Zertifikat ausgezeichnet. Dies bestätigt, dass die Loacker-Betriebe Tenuta Corte Migliorina und Tenuta Collelungo dank Blattdünger im Jahr 2019 die CO2-Emissionen um 91,34% im Vergleich zu herkömmlicher Düngung reduzieren konnten. (laut Regelung für integrierten Anbau der Region Latium). Umweltschutz und der respektvolle Umgang mit der Natur sind zwei Grundpfeiler unserer Unternehmensphilosophie. Aus diesem Grund ist das EcoMethod-Zertifikat, welches die Reduzierung der Treibhausgasproduktion und den Einsatz von Mineraldünger bekräftigt, eine weitere Bestätigung für die Nachhaltigkeit des Loacker Projekts „Italienische Haselnussplantagen“.



Auf eigenen landwirtschaftlichen Betrieben betreibt Loacker den nachhaltigen Anbau von Haselnüssen.



240 ha  
Anbaufläche für den Eigenanbau



360 t  
Haselnüsse aus Eigenanbau bei Vollertrag



1/3 H<sub>2</sub>O  
Wasser sparen unsere Bewässerungsanlagen im Vergleich zu herkömmlichen Anlagen ein

# Aus Alpenmilch

## Das Milchderivatewerk „Dolomites Milk“ in Vintl



## Frische, natürliche Alpenmilch

Im November 2019 geht das Milchderivatewerk „Dolomites Milk“ in Vintl/Südtirol in Betrieb. Im Werk verarbeiten wir Milch und Molken zu Pulver, das wir für die Herstellung der Loacker-Produkte benötigen. Die angelieferte Milch und Molke stammt ausschließlich aus dem nahen Alpenraum, der über große Weide- und Almflächen verfügt: Die Milchwirtschaft in dieser Region zeichnet sich durch die artgerechte Tierhaltung in kleineren landwirtschaftlichen Betrieben und die kontrollierte Tiergesundheit aus. Die von uns verwendete Milch und Molke ist zudem gentechnikfrei sowie Kosher- und Halal-zertifiziert.

Durch die Zusammenarbeit mit Brimi, einer Südtiroler Milchgenossenschaft, nutzen wir zahlreiche Synergien, dadurch steigt unter anderem die Wertschöpfung für die regionalen Milchbauern. Wir wenden somit die nachhaltigen Prinzipien der Vertikalisierung von Wertschöpfungsketten und der Kreislaufwirtschaft praktisch an. Die Investitionssumme für den Bau und die Inbetriebnahme des Milchderivatewerkes betrug über 30 Millionen Euro; wir schufen damit zirka 25 neue Arbeitsplätze.



# Auf Augenhöhe

## Faire langfristige Partnerschaften mit unseren Lieferanten

An einem schnellen Geschäft ist uns nichts gelegen. Vielmehr pflegen wir seit jeher langfristige Beziehungen – mit einigen unserer Lieferanten arbeiten wir bereits seit über dreißig Jahren zusammen. Ehrlichkeit, Transparenz, Vertrauen und verlässliche Kooperationen sind uns wichtige Unternehmenswerte. Wir bevorzugen gleichberechtigte Partner, die unsere Leitlinien für ein faires und nachhaltiges Wirtschaften teilen. Wo immer möglich beziehen wir unsere Rohstoffe direkt beim Produzenten und vereinbaren langfristige Anbauverträge mit den Landwirten. Bei der Auswahl unserer Lieferanten liegt eines der Bewertungskriterien darin, ob sie über ein standardisiertes Qualitätsmanagement und aktives Umweltmanagement, über Nachhaltigkeitszertifizierungen oder Bio-Zertifikate verfügen und eine transparente Lieferkette aufweisen können. Diese Informationen aktualisieren wir laufend durch ein kontinuierliches Monitoring.

### Eignungskriterien für unsere Lieferanten:

- Nachweis eines Eigenkontrollkonzeptes bzw. anderer geeigneter Qualitätssicherungsverfahren
- Aktives Umweltmanagementsystem, das auch den Transport sowie die Verpackung und Entsorgung des Materials nach Gebrauch einschließt
- Analysenzertifikat über die Rohstoffqualität, hygienische Anforderungen, Transportqualität, Mindesthaltbarkeit, korrekte Kennzeichnung auf der Verpackung zwecks Rückverfolgbarkeit u.a.
- Wirtschaftliche und ökologisch sinnvolle Verpackung
- kundenbezogenes Logistikkonzept
- Transparenz des Preises und der Dienstleistung
- Lieferflexibilität



### Qualität und Quantität der Rohstoffe für die Zukunft sichern

Wir wollen nur natürliche und hochwertige Rohstoffe verarbeiten, vorzugsweise aus nachhaltigem Anbau. Die benötigte Menge in der erwünschten Qualität über Jahre hinweg zu sichern, ist dabei keine leichte Aufgabe: Wechselnde Ernterträge, Qualitätsschwankungen oder Preisinstabilitäten stellen unsere Rohstoffentwickler und -einkäufer vor große Herausforderungen. Wir sind daher in ständigem Dialog mit unseren Partnern und Lieferanten, um unsere Qualitätsansprüche auch in Zukunft erfüllen zu können.

# Faire Lebens- und Arbeitsbedingungen für Kakaobauern

## Unsere Partnerschaft mit lokalen Stiftungen

Die nachhaltige Beschaffung der Rohstoffe ist für Loacker ein vorrangiges Ziel. Seit Jahren beziehen wir die Kakaobohnen in Zusammenarbeit mit lokalen Genossenschaften aus Ecuador und von der Elfenbeinküste. Mit unserem „Loacker Cocoa Farming Program“ fördern wir faire Lieferketten, den nachhaltigen Anbau durch lokale Kleinbauern und soziale Projekte vor Ort.

### Neuer Partner an der Elfenbeinküste

Bislang hat Loacker an der Elfenbeinküste mit der FarmStrong Foundation zusammengearbeitet. Seit 2022 haben wir uns für die zwei neuen Partner Sucden und Agroforce entschieden. Beide Organisationen arbeiten mit lokalen Genossenschaften zusammen, die uns mit hochwertigen Kakaobohnen direkt von den Kleinbauern beliefern und vor Ort diverse Nachhaltigkeitsprojekte durchführen. In Italien und Deutschland werden die Kakaobohnen dann zu Kakaomasse verarbeitet. Aus dieser wiederum wird seit dem Jahr 2021 im Produktionswerk in Unterinn die eigene Loacker Schokolade hergestellt.



### Nachhaltigkeitsprojekte vor Ort

Mit mehreren Nachhaltigkeitsprojekten an der Elfenbeinküste unterstützen die Genossenschaften und damit auch Loacker die Entwicklung vor Ort. Einerseits werden Schulungen für die Kakaobauern angeboten, bei denen sie landwirtschaftliche Praktiken erlernen: beispielsweise zur Verbesserung des Anbaus und der Produktqualität, zum gesetzeskonformen Einsatz von Pflanzenschutzmittel oder zur Kompostierung von natürlichem Dünger. Ein zweiter wichtiger Aspekt betrifft die Abholzung von Wald und die Kinderarbeit, die an der Elfenbeinküste noch existente Probleme darstellen. Mittels eines Monitoringprogramms ist jeder Bauer lokalisierbar, sodass wir sicher sein können, dass unsere Kakaobohnen nicht aus entforsteten Zonen stammen. Bei einem weiteren Monitoring überprüft ein Team vor Ort, ob Kinder in den Plantagen beschäftigt sind. Bei Regelverstößen wird ein Schulungsprogramm gestartet. Dieses informiert darüber, warum Schulbildung für Kinder äußerst wichtig und Kinderarbeit nicht tragbar ist. Beide Genossenschaften initiieren zudem Programme für Frauen, um deren finanzielle Selbstständigkeit zu erhöhen: Agroforce führt zum Beispiel ein Mais- und Gemüseprojekt mit den Frauen vor Ort durch, um ihnen eine eigene Erwerbsquelle zu eröffnen. Die Nachhaltigkeitsprojekte der Genossenschaften orientieren sich stets an den Gegebenheiten vor Ort und leisten so einen konkreten Beitrag zur Unterstützung der Bevölkerung beziehungsweise zum Schutz der Umwelt.

### Unterstützung von Vanille-Bauern in Madagaskar

Derzeit entwickeln wir ein Dreijahresprogramm zur Unterstützung von Kleinbauern im Vanille-Anbau auf Madagaskar. Ziel ist es auch hier, den Rohstoff Vanille direkt von lokalen Produzenten zu beziehen und mit finanziellen Beiträgen die nachhaltige Entwicklung vor Ort zu fördern.

Seit November 2019 unterstützen wir Kleinbauern im Vanille-Anbau auf Madagaskar. Wir beziehen einen Teil unseres Vanille-Bedarfs direkt von lokalen Produzenten und fördern die nachhaltige Entwicklung vor Ort mit einem Nachhaltigkeitsprojekt.



# Ihre Meinung zählt

## Was Kunden und Konsumenten von uns denken

Unser Bestreben kreist stets darum, die Bedürfnisse unserer Kunden (Handels- und Vertriebspartner) sowie der Konsumenten zu erfüllen. Wir pflegen zu unseren Kunden eine vertrauensvolle, langfristige Beziehung. Eine verlässliche Abwicklung der Aufträge, hohe Warenverfügbarkeit und die schnelle Reaktion auf Kundenanfragen sind dabei unerlässlich. Wir stehen in ständigem Austausch mit unseren Kunden, informieren sie über Entwicklungen im Unternehmen und sensibilisieren für unser Bestreben hin zu mehr Nachhaltigkeit.

Um den Kundennutzen zu erhöhen, verfügen wir über ein standardisiertes Kundenmanagementsystem (CRM). Mithilfe dieses methodischen Werkzeugs planen, steuern und verbessern wir unsere Kundenbeziehungen. Im Jahr 2013 wurde zum ersten Mal im Rahmen des CRMs eine Messung der Kundenzufriedenheit durchgeführt. In jenen Ländern, in denen wir den Markt mit einer eigenen Vertriebsstruktur bearbeiten, wurden die Handelskunden befragt; im internationalen Bereich befragten wir unsere Importeure. In Zukunft sind zweijährliche Messungen der Kundenzufriedenheit geplant.

### Kundenzufriedenheit: Ergebnisse Vertrieb International

Loacker steht weltweit für höchste Produktqualität, besten Geschmack und Natürlichkeit. Loacker erreicht bei den meisten Kriterien in der absoluten Bewertung sehr gute Ergebnisse (bis 9,50 auf einer Notenskala von 5 bis 10). In einzelnen Märkten wird das Premiumpreis-Segment als kritisch bewertet.

### Kundenzufriedenheit: Ergebnisse Vertrieb Italien

In Italien ist Loacker absoluter Qualitäts- und Markenführer und verfügt über einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. In den Interviews wird das Unternehmen zudem als zuverlässiger, kompetenter Lieferant beschrieben. Die Kerndifferenzierung findet primär über die Produktqualität statt. Die Innovationskraft rund um die Waffel wird von den Kunden als sehr stark bezeichnet, wobei es noch Potenzial zur Sortimentserweiterung gibt.

**78%\***  
der Italiener  
geben Loacker Classic  
Waffeln als eines ihrer  
Lieblingsprodukte an

**96%\***  
der Italiener  
kennen die Marke

**77%\***  
der Saudi Arabier  
kennen die Marke

\* Quelle: Marktforschung YouGov „Brand Image and Equity Track“ 2022; gestützte Markenbekanntheit in der Kategorie Waffeln, CAWI > 500 Befragte je Land, 16-69 Jahre

## Loacker Genusswelt und Mitmachkonditorei

Wie stellen wir unsere Waffeln her? Was ist uns wichtig und woher kommen die Rohstoffe? In der Loacker Genusswelt samt Mitmachkonditorei am Produktionsstandort Heinfels erhalten die Konsumenten vielfältige Einblicke in das Unternehmen sowie in die Produktherstellung. Bei einem Rundgang durch die Loacker-Genusswelt können sich die Besucher auf unterhaltsame Weise über das Unternehmen, die Herkunft und Verarbeitung der Rohstoffe informieren. In der interaktiven Mitmachkonditorei stellen Einzelpersonen oder Gruppen unter Anleitung selbst eine Loacker-Waffel her. So lässt sich der Produktionsprozess hautnah nachvollziehen.



## Loacker Gnometti als Markenbotschafter

Sie heißen Mestolo, Cremolo, Vanigliola oder Lattolo und sind die Botschafter der Marke Loacker, die für die Qualität der Produkte bürgen. Die Gnometti sind aus der Sagenwelt der Dolomiten entlehnt – jener Bergwelt, in dessen Umfeld sich das Stammhaus der Marke Loacker befindet.

Jeder hat seinen unverwechselbaren Namen, der auf einen bestimmten Bereich verweist: Mestolo steht beispielsweise als Konditoreimeister für die Knusprigkeit der Loacker-Waffel; Cremolo, Vanigliola und Cioccolato für die cremige Vanille- und Kakaocremen oder Lattolo (vom Italienischen „latte“ für Milch) für die Milchqualität. Die freund-

lichen Gnometti wurden für über 35 Jahre in den TV-Spots, Verpackungen oder Verkaufspunkten als Markenbotschafter eingesetzt. Sie besitzen bei den Konsumenten, insbesondere in Italien, hohe Sympathiewerte. Heute begleiten sie in der Genusswelt in Heinfels die jüngste Generation auf eine Entdeckungsreise über Loacker.





## Preise und Auszeichnungen

Internationale Preise und Auszeichnungen bestätigen uns auf unserem Weg. Im Jahr 2003 erhielt Unternehmensgründer Armin Locker den „**Candy Kettle Award**“, gewissermaßen den „Oscar“ der Süßwarenhersteller. Verliehen wird dieser Preis für herausragende Leistungen in den Bereichen Produktqualität, Produktentwicklung, Marketing und internationale Zusammenarbeit.



Locker erhielt den Preis im Jahr 2012 und 2014 für die Locker Classic Waffeln, im Jahr 2013 für die Locker Schokoriegel Choco&, im Jahr 2017 für die Waffeln Cacao&Milk und im Jahr 2018 für die Schokoladentafeln Speciality und Classic.

Im Jahr 2011 wurde das Unternehmen Locker mit dem „**Export Award Südtirol**“ ausgezeichnet. Die Autonome Provinz Bozen ehrt damit herausragende lokale Unternehmen, welche die Wettbewerbsfähigkeit von Südtirol mit innovativen, muster-gültigen und marktfähigen Projekten steigern. Locker erhielt diese Auszeichnung für seine konsequente Markenführung und den erfolgreichen Aufbau eines weltweit starken Vertriebs.

Im Jahr 2016 erhielt Locker den „Sweetie Award“ für die Locker Gran Pasticceria White Coconut. Der Preis wird jährlich vom Fachmagazin „Rundschau für den Lebensmittelhandel“ vergeben. Eine unabhängige Jury beurteilt die eingereichten Produkte und zeichnet die Top-Süßwaren und Snacks des Jahres in 26 Kategorien aus.

Im Jahr 2007 konnten wir uns über den „**Sweets Global Award**“ freuen, der vom internationalen Süßwarenhandelsverband „Sweets Global Network“ vergeben wird. Mit 300 Mitgliedsunternehmen ist dies das führende Netzwerk der Branche.

Die Auszeichnung „**Sapore dell'anno**“ (Geschmack des Jahres) gilt als eine der wichtigsten Auszeichnungen im Genussbereich. Diesen weltweit anerkannten Preis vergibt die gleichnamige Organisation aufgrund umfangreicher Konsumententests. Für die Vergabe führen Konsumenten Blindverkostungen durch, wobei in erster Linie die sensorischen Produkteigenschaften (Geschmack, Aussehen, Geruch, Produktkonsistenz) im Vergleich zum Wettbewerbsprodukt bewertet werden.

Als „**Prodotto dell'anno**“ (Produkt des Jahres) wurden im Jahr 2018 die Locker Schokoladentafeln prämiert. Diese Auszeichnung beruht auf die Bewertung von 12.000 Konsumenten und geht an innovative Produkte auf dem italienischen Markt.

Auch Israel prämierte unsere Schokoladentafel 2019 mit dem Preis „**Product of the Year**“.

2020 folgten eine Reihe an Auszeichnungen weltweit:

- 1. Key Award und 6. Radio Key Award mit „**La bontà è una scelta**“ in Italien
- Sustainability Award auf der Hotel-Messe in Bozen/Südtirol
- Auszeichnung zur Top-Marke von der Lebensmittel Zeitung in Deutschland
- in Zusammenarbeit mit dem Partner in Singapur Erhalt des **FairPrice Partners Excellence Award**

- Double Choc „**Produkt des Jahres**“ in Slowenien.
- Double Choc wird in Polen mit dem **Influencer's Top Preis** ausgezeichnet.
- Tortina Triple Dark gewinnt den **Sofi Award** als „Best new product“ in der Kategorie Kekse in den USA.
- Die Schokoladentafel 54g Napolitaner gewinnt den 1. Platz beim **ECRM & Candy Industry Buyer's Choice Award** in den USA.

In 2021 wiederholt sich der Gewinn des **Sweetie Awards** in Deutschland mit „Tortina Caramel“ und auch 2022 holt sich Locker nochmals den Sweetie Award für die Produktneuheit „Classic Peanut Butter“.



„Es war uns immer schon ein besonderes Anliegen, ökologische Aspekte in betriebswirtschaftlichen Entscheidungen zu berücksichtigen. Zunehmende Umweltprobleme, eine sich verschärfende Umweltschutzgesetzgebung sowie das steigende Interesse unserer Stakeholder an einer nachhaltigen Entwicklung verstärken unser Bemühen rund um den Umweltschutz. Wir verpflichten uns, Belange des betrieblichen Umweltschutzes systematisch in die Unternehmenspolitik und in das Management zu integrieren. Aus der betrieblichen Tätigkeit resultierende negative Auswirkungen auf die Umwelt sind zu vermeiden oder zumindest zu minimieren.“

Locker Qualitäts- und Nachhaltigkeitspolitik





# Umweltschutz & bewusster Umgang mit Ressourcen

## Umweltschutz mit System

Verbindlich,  
verantwortungsvoll,  
aktiv

Unsere Verantwortung für die Umwelt nehmen wir sehr ernst. Wir wollen negative Auswirkungen auf das Umfeld bestmöglich vermeiden sowie Ressourcen effizient nutzen. Der sparsame und bewusste Umgang mit Rohstoffen und Energien entspricht unseren Unternehmenswerten, ist aber auch aus Kostengründen unerlässlich. Verbindliche Grundsätze zum Umweltschutz sind in unserer Qualitäts- und Nachhaltigkeitspolitik, im Unternehmensleitbild und in der Markenverfassung verankert.

### Zertifiziertes Umweltmanagement

Seit 2001 sind die Locker-Produktionsstandorte nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifiziert und werden jährlich auditiert. Diese Zertifizierung garantiert, dass das Unternehmen gezielt

eine Umweltpolitik definiert hat und unsere Mitarbeiter die Einhaltung der Standards sichern. Selbstverständlich orientieren wir uns auch an den nationalen und regionenspezifischen Auflagen und Vorschriften und halten diese ein. Jährlich erheben wir Kennzahlen zum Energieverbrauch und den CO<sub>2</sub>-Emissionen. Aus ihnen leiten wir bei Bedarf Verbesserungsmaßnahmen zur Einsparung und effizienten Nutzung der Ressourcen ab.

### Nachhaltigkeit im Fertigungsprozess

Nicht nur bei der Energie, sondern auch bei der Verwendung von Rohstoffen ist Sorgfalt geboten. So achten wir während des gesamten Herstellungsprozesses – von der Rohstoffverarbeitung bis hin zur Verpackung – auf kurze Durchlaufzeiten. Unsere Produktionsstandorte sind flexibel angelegt, sodass die Fertigung bestmöglich aufeinander abgestimmt werden kann. Eine zielgenaue Planung sowie Methoden zur Rüstzeitoptimierung, unser Engpassmanagement, standardisierte Arbeitsabläufe und eine optimierte innerbetriebliche Logistik sind wichtige Bausteine, um den gesamten Herstellungsprozess effizient zu gestalten. Wir verbessern kontinuierlich unsere Abläufe und Technologien, um gezielt Ressourcen einzusparen.

### Engagement von allen

Auch kleinere Maßnahmen bringen in Summe größere Einsparungen. Wo es sinnvoll ist, verwenden wir eine Lichtsteuerung; in den Produktionshallen sind Lichtkuppeln eingebaut, um natürliches Licht in das Gebäudeinnere zu leiten. Berührungslose Armaturen sparen Wasser, ältere Elektrogeräte ersetzen wir durch neue energiesparende Modelle. Um den privaten Individualverkehr einzuschränken, können unsere Mitarbeiter an den Standorten Unterinn und Bozen einen Shuttle-Service nutzen. Dieser bringt in erster Linie die Mitarbeiter der Produktionsabteilung von Sammelstellen zur Arbeitsstelle und zurück. Ein interner Fuhrpark steht für das Car Sharing zur Verfügung. Um Dienstfahrten zwischen den Standorten zu minimieren, halten wir Besprechungen vermehrt mittels eines Videokonferenzsystems ab.

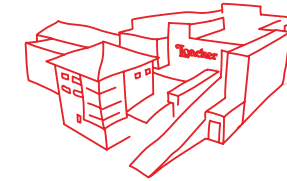
### Seit 2001 sind die Locker Produktionsstandorte nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifiziert



## Auszug aus der Locker Qualitäts- und Nachhaltigkeitspolitik

### Produktionsprozess und Standorte

Wir gestalten unsere Produktionsprozesse und Standorte sicher, ressourcenschonend und emissionsarm, vor allem in Bezug auf Treibhausgas- und andere Luftemissionen sowie Energie-, Material-, Wasser- und Landverbrauch, Lärm, Abwasser und Abfall.



### Aktiver Umweltschutz

Wir übernehmen Verantwortung und sind durch unsere nachhaltige Unternehmensführung bemüht, Umweltbelastungen zu vermeiden und eventuelle Folgen für die menschliche Gesundheit und Umwelt zu begrenzen.



### Transport und Logistik

Die Vermeidung und Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie von Luft- und Lärmemissionen beim Transport von Waren und Personen ist ein zentrales Ziel des Unternehmens.



### Verantwortungsvoller Einkauf und Nutzung von Rohstoffen

Bei der Sicherung von Qualität und Quantität unseres Rohstoffbedarfs streben wir einen hohen Anteil an landwirtschaftlich nachhaltig produzierten Rohstoffen an, nicht zuletzt zur Förderung der biologischen Vielfalt und zum Schutz des Wasserhaushaltes. Wir geben bei gleicher Qualität und wettbewerbsfähigem Preis Partnern und Lieferanten aus der Nähe den Vorzug.



### Verpackungsmaterial

Unser Ziel ist die Beschränkung des Ressourcenverbrauchs und die Verbesserung der Ressourceneffizienz. Dies umfasst die Vermeidung und Reduzierung der aus Verpackungsmaterial resultierenden Abfallmengen und die Schließung von Stoff- und Energiekreisläufen.



# Weniger ist mehr

## Energien und Ressourcen effizient nutzen

Die Herstellung von Lebensmitteln ist energieintensiv: Das Backen der Waffeln benötigt ein hohes Maß an Energie. Zudem muss die Kühlkette gewährleistet bleiben, um die Produktqualität zu sichern. Bereits bei der Entwicklung und Konstruktion unserer Produktionsanlagen achten wir daher darauf, wie wir Energie einsparen und effizient nutzen können, beispielsweise durch energieeffiziente Antriebe, energiesparende Gebäudekonstruktionen und optimierte Haus- und Energietechnik.

Kontinuierliche Optimierungs- und Modernisierungsmaßnahmen unterstützen uns bei der Energieeinsparung. So ersetzen wir in den Jahren 2016/17 in einigen Räumlichkeiten unserer Standorte Unterinn und Bozen das bisherige Beleuchtungssystem durch eine energieeffiziente LED-Beleuchtung. Am Standort Heinfels reduzierten wir die Zeiten für die Außenbeleuchtung, um Lichtverschmutzung und Energieverbrauch zu verringern. Zudem erfolgte im Produktionswerk Heinfels der Umbau des Kältetauschers, womit bei gleichbleibender Kälteleistung die Stromaufnahme aufgrund einer niedrigeren Kondensations-temperatur geringer ausfällt. Der Heizkreisverteiler wurde mit energieeffizienten Elektropumpen ausgestattet.

Obwohl wir kontinuierlich an der Verbesserung der Energieeffizienz arbeiten und zahlreiche energiesparende Maßnahmen ergreifen, lässt sich der Energieverbrauch insgesamt nur bedingt reduzieren: Die aufgrund

steigender Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen stetig wachsende Mechanisierung und Automatisierung unserer Produktionsprozesse und das Mengenwachstum überkompensieren unsere Bemühungen zur Energieeinsparung. Sie führen absolut, teils auch relativ, zu steigendem Energieverbrauch.

### Energieträger

Unseren Strom beziehen wir zu 100% als Öko-Strom, der aus den regenerativen Energiequellen Wasser und Wind gewonnen wird. Im Mai 2011 wurde am Standort in Unterinn zudem eine Photovoltaikanlage in Betrieb genommen, womit jährlich über 66.000 kWh Strom produziert werden. 2021 folgte die Installation einer Photovoltaikanlage auch in Heinfels. Diese produziert zirka 500.000 Kilowattstunden jährlich (zum Vergleich: ein Ein-Personen-Haushalt benötigt durchschnittlich zirka 2.500 kWh im Jahr). Die Anlage erzeugt mithilfe der Sonne rund 5% des gesamten Stromverbrauchs am Standort Heinfels. Gas benötigen wir, um die Öfen für die Herstellung der Waffelblätter zu beheizen. Technologiebedingt kann es nicht durch einen anderen Energieträger ersetzt werden. Im Juni 2018 erfolgte im Produktionswerk Unterinn der Umstieg von Propangas auf Methangas aus der öffentlichen Leitung: Damit vermeiden wir pro Jahr rund 40.000 Fahrkilometer, die für die Lieferung des Propangases per LKW bislang angefallen sind.

### Wärmerückgewinnung statt Erdöl

Die Abwärme aus dem Backprozess nutzen wir gezielt an allen unseren Produktionsstandorten. Durch Wärmerückgewinnungsanlagen wird die Ofenwärme verwendet, um die Produktions- und Verwaltungsräume zu heizen und Warmwasser bereitzustellen. Erdöl setzen wir lediglich ein, um Spitzenauslastungen zu decken. Durch die Wärmerückgewinnung sparen wir in den Jahren 2019 bis 2021 ca. 1.7 Millionen Liter Heizöl ein; dies entspricht zirka 5.600 Tonnen weniger CO<sub>2</sub>.

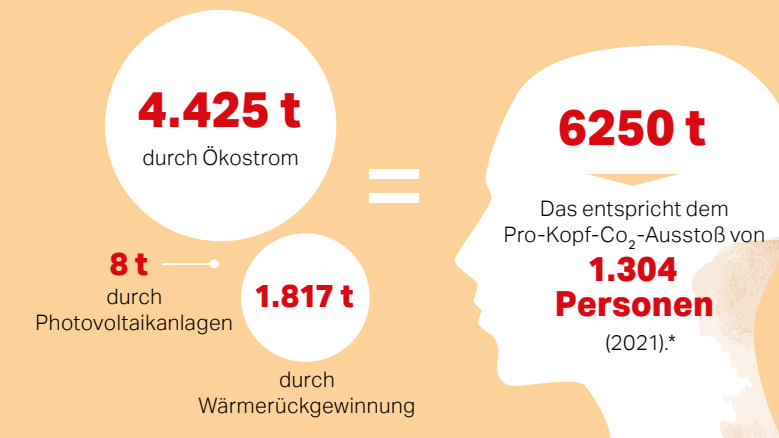
### Emissionen reduzieren

Die Tätigkeiten unseres Unternehmens verursachen relativ geringe Emissionen. Durch den Einsatz moderner Technik können wir die von unseren Produktionsstandorten ausgehenden Emissionen unter den geforderten Grenzwerten halten. Um die durch Autos erzeugten Luftschadstoffe zu verringern, erweiterten wir unseren Fuhrpark mit zwei Elektro-Autos. Diese stehen den Mitarbeitern für die Betreuung der Außenanlagen sowie für betriebliche Fahrten zur Verfügung. Die E-Autos werden an unseren Ladestationen mit Strom aufgeladent: Da unser Strom zu 100% Ökostrom ist, fahren wir somit klimaneutral.

## Umweltschutz und bewusster Umgang mit Ressourcen

**100 %**  
Ökostrom in unseren Produktionsstätten

### Einsparung von CO<sub>2</sub>



\* Annahme: 4,79 t Pro-Kopf-CO<sub>2</sub>-Ausstoß weltweit

### Einsparung von Erdöl



\* Annahme: 11.200 kWh für 70m<sup>2</sup>, 10,4 kWh=1l

Die Kennzahlen beziehen sich auf das Jahr 2021.



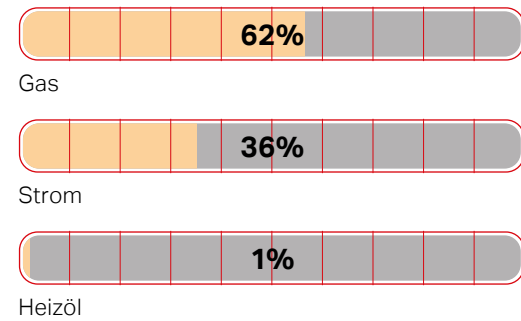
### Kennzahlen Energieverbrauch

Alle Werte beziehen sich auf die Produktionsstandorte Unterinn, Bozen und Heinfels.

### Gesamtenergieverbrauch

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Spezifischer Gesamtenergieverbrauch (kWh/t)	1.207	1.245	1.213	1.249	1.232	1.209	1.189	1.159	1.206	1.244	1.199	1.247	1.197
Veränderung spez. Gesamtenergieverbrauch zum Vorjahr (%)	/	3,2	-2,6	3,0	-1,3	-2,2	-2,3	-2,5	4,1	2,0	-3,6	4	-4

### Energieträgeranteil 2018



### Photovoltaik

produzierte kWh in Unterinn

Jahr	Produzierte kWh
2011	56.310
2012	73.926
2013	67.513
2014	66.226
2015	74.153
2016	68.822
2017	70.851
2018	67.319
2019	64.980
2020	69.340
2021	65.709

### Wasser und Abwasser

Die Qualität des Wassers spielt bei der Fertigung unserer Produkte eine wichtige Rolle: Für die Herstellung des Teiges wird Wasser benötigt, und dieses muss einwandfrei sein. Nicht zuletzt deshalb errichteten wir die Loacker-Produktionswerke an Orten, die über eine hohe Trinkwasserqualität verfügen. Der Schutz des Wassers ist uns auch aus diesem Grund ein großes Anliegen. Am Standort Heinfels verlegten wir unabhängig vom örtlichen Wassernetz eine eigene Leitung zur Trinkwasserquelle, um die

Versorgung und Kontrolle des verwendeten Wassers eigenverantwortlich zu sichern. Die Verunreinigung des Abwassers halten wir so gering wie möglich: an den Produktionsstandorten Heinfels und Unterinn sind Schlamm-, Fett-, und/oder Ölabscheider installiert, welche Öle und Fette aus dem Abwasser filtern, bevor dieses in die Kanalisation fließt. Messungen beweisen die gute biologische Abbaubarkeit unseres Abwassers. Der sparsame Gebrauch von Wasser ist für uns selbstverständlich. Durch den Einsatz von wassersparenden Technologien bei den Sanitäranlagen reduzieren wir zusätzlich den Wasserverbrauch.

sich aus umweltbelastenden Abfällen zusammen, beispielsweise die aus dem Abwasser gefilterten Öle. Die belastenden Abfälle führen wir spezialisierten Dienstleistern zu, die eine sichere Entsorgung garantieren.

### Unverkäufliche Nahrungsmittel wiederverwerten

Beim Backen von Waffeln ist es unvermeidbar, dass Bruchstücke entstehen, die sich nicht für den Handel eignen. Nahrungsmittel landen bei uns jedoch keinesfalls auf dem Müll: Die durch Waffelbruch nicht verkäuflichen, aber ansonsten einwandfreien Produkte werden vielmehr als Rework wiederverwendet oder als Tierfutter an regionale Bauern weitergereicht.

### Abfallvermeidung und Recycling

Abfall vermeiden und möglichst viele Wertstoffe der Wiederverwertung zuführen, sind die Leitlinien unseres Abfallkonzeptes. Das gesamte Abfallaufkommen sammeln wir in getrennten Gruppen wie Papier und Pappe, Kunststoff oder Holz und führen sie dem Recycling zu. 48% unserer Abfälle bestehen aus Papier und Pappe, gefolgt von 14% Kunststoff und 3% Holz – der größte Teil unserer Reststoffe kann somit wiederverwertet werden. Lediglich zwei Prozent der gesamten Müllmenge setzt

65% der verwendeten Reststoffe lassen sich wiederverwerten

### Ungefährliche und gefährliche Abfälle

Abfallart	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Abfälle gesamt (kg/t)	390.960	376.013	389.516	437.496	374.391	485.342	480.134	500.320	694.392	629.157	576.607	644.992	714.406
Anteil ungefährlich (%)	99,4	99,3	95,3	97,7	98,4	98,8	96,4	96,7	96,9	94,6	94	94	95
Anteil gefährlich (%)	0,6	0,7	4,7	2,3	1,6	1,2	3,6	3,3	3,1	5,4	6	6	5

### Wiederverwendeter Backabfall

(Waffel-) Bruch	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rework gesamt (kg)	797.809	932.224	1.106.561	1.168.981	1.219.989	1.354.000	1.459.000	1.598.000	1.592.400	1.618.000	1.717.000	1.520.400	1.572.200
Tierfutter gesamt (kg)	436.707	509.003	569.981	574.440	685.100	712.000	800.160	1.027.000	914.130	847.000	903.000	892.500	979.400

# Optimal umhüllt

## Materialien einsparen durch intelligente Verpackungen

Damit der Konsument frische, einwandfreie Waffel- und Schokoladespezialitäten genießen kann, ist eine hochwertige Produktverpackung notwendig. Die Verpackungsfolie muss das Produkt vor schädigenden Einflüssen wie Feuchtigkeit, Sauerstoff, Gerüchen, Licht und UV-Strahlung schützen. Bei der Verpackung müssen daher stets verschiedene Anforderungen in Balance gebracht werden: Einerseits muss die Produktqualität gewährleistet bleiben und auch der Transport stellt Bedingungen an die Verpackungsform. Andererseits wollen wir die Menge an Verpackungsmaterial reduzieren und umweltschonende Materialien verwenden. Hier sind Kompromisse notwendig: Umweltfreundliche Materialien gewährleisten nicht immer die Lebensmittelsicherheit oder den Erhalt der Produktqualität.

### Verträglich für Umwelt und Gesundheit

Unsere Waffelprodukte werden von speziell für Dauerbackwaren konzipierte Verbundfolien umhüllt (Primärverpackungen). Bei größeren Produkteinheiten verwenden wir Packungen mit wiederverschließbaren Techniken. Die Transport- oder Displayverpackungen (Sekundärverpackung) bestehen hingegen aus Kartonage. Um unseren Ansprüchen an Nachhaltigkeit und Produktqualität gerecht

zu werden, sind alle unsere Verpackungsmaterialien auf höchste Umwelt- und Gesundheitsverträglichkeit ausgerichtet. Dies umfasst sowohl deren Herstellung wie die ökologische sinnvolle Wiederverwertbarkeit oder Entsorgung. Wir prüfen die Hersteller von Verpackungsmaterialien dahingehend, ob sie ein Umweltmanagementsystem eingeführt haben und umweltfreundliche Druckfarben verwenden. Die diesbezüglichen Anforderungen sind in unseren Verpackungsspezifikationen definiert; gänzlich unzulässige Packstoffe sind in der Negativliste angeführt.

### Materialien einsparen

In den letzten Jahren gelang es uns, die Menge der Verpackungsmaterialien zu reduzieren und bestehende Verpackungen zu optimieren. Wir standardisierten die Packmittel, sodass für mehrere Produkte dieselbe Transportverpackung eingesetzt werden kann. Die Verwendung einer dünneren Verpackungsfolie brachte eine Materialeinsparung von zirka 10 Tonnen mit sich. Wir schränkten den Einsatz von Kunststoff-Folien ein und ersetzen diese durch Kartone. Dadurch konnten wir 20 Tonnen Polypropylen einsparen. In Zusammenarbeit mit unserem größten Verpackungslieferanten reduzierten wir den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bei den Primärverpackungen um 2%.

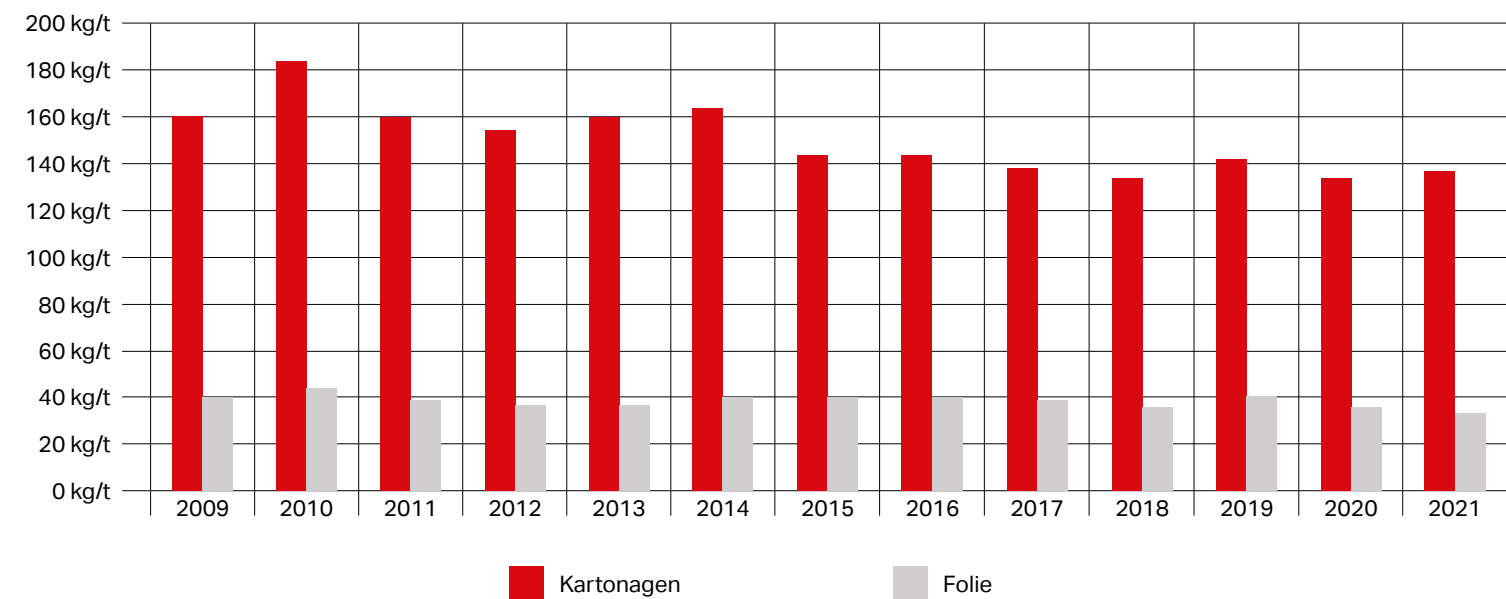
Im Standort Heinfels investierten wir 2018, nach einem Materialverbrauchstest, in einen zweiten neuen Stretcher. Dieser umhüllt die Paletten zur Ladungssicherungen mit einer Stretchfolie. Mit dem neuen Gerät senken wir den Verbrauch der Stretchfolie erheblich: Bei gleicher Anzahl an Wicklungen werden 50% an Folie eingespart. Insgesamt sparen wir mit beiden neuen Stretchern bei der aktuell verarbeiteten Menge zirka 3 Tonnen an Kunststoffolie pro Jahr ein.

Weiters arbeiten wir derzeit mit Nachdruck an der Reduktion beziehungsweise Optimierung der Wiederverwertbarkeit der Verpackungsmaterialien. Durch einen neuen Typus von Heißsiegelfolie wollen wir eine verbesserte Recyclefähigkeit beziehungsweise signifikante Materialreduktion erzielen. Auch im Bereich der Kaltsiegelverbunde erörtern wir derzeit Möglichkeiten der Einsparung. Sobald beide Projekte vollständig umgesetzt sind, sparen wir zirka 15-20% der gesamten Folienmenge ein. In Summe beträgt dies 300.000 kg an Folie.

Im Jahr 2018 haben wir noch 770 Tonnen Verpackungsmaterial verbraucht. Dank einer neuen Formel haben wir unsere Verpackungen optimiert und konnten die Menge auf 650 Tonnen reduzieren. Das sind 120 Tonnen Plastikverbrauch weniger: etwa sechs Schulbusse oder mittelgroße Lastwagen Verpackungsmaterial.

Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir uns auf die Verpackung jeder einzelnen Produktlinie konzentriert. Und haben so den Plastikanteil in unseren Frischhalteverpackungen durchschnittlich um 15% verringert. Genauer gesagt: Bei den Verpackungen der Classic-Linie -17%, bei den Verpackungen der Patisserie-Spezialitäten -25%. Man muss zudem erwähnen, dass all unsere Verpackungen, die aus Polypropylen hergestellt sind, vollständig recycelt werden können.

Seit 2022 haben wir erstmals eine neue Produktlinie auf den Markt gebracht welche von einer recyclingfähigen Papierverpackung umhüllt ist.



**-90 t Plastik**  
 durch Reduzierung der Dicke der  
 Verpackung unserer Waffeln  
 (2021)



# Umweltgerecht transportieren

Transport und Logistik mit Bedacht organisieren

Als Produktionsunternehmen sind wir auf die Zulieferung von Rohstoffen und weiteren Materialien sowie die Auslieferung unserer Produkte angewiesen. Diesbezüglich arbeiten wir mit externen Logistikpartnern zusammen. Unsere Abteilung Vertriebslogistik erfüllt sowohl die strategischen wie operativen Aufgaben im Vertriebsbereich und ist die Schnittstelle zu den Logistikpartnern. Die Optimierung der Prozessabwicklung steht im Vordergrund, beispielsweise die Reduzierung von Leertransporten und die Optimierung der Transporte.

Das Zentrallager unseres Logistikdienstleisters befindet sich in Calcio (Provinz Bergamo, Lombardei). Von hier aus erfolgt die Zulieferung der Rohstoffe zu den Loacker-Standorten beziehungsweise die Anlieferung der Loacker-Produkte an den Vertrieb. Ein weiteres kleineres Lager liegt, logistisch optimal zwischen beiden Produktionsstandorten angesiedelt, in Klausen/Südtirol. Von hier aus werden die zwischengelagerten Verpackungsmaterialien und Rohstoffe zu den Standorten in Süd- und Osttirol geliefert. Weitere Lagerstandorte befinden sich in den USA (New Jersey) und in Deutschland (Baden-Württemberg). Diese Außenstellen gewährleisten unseren Kunden eine effiziente, schnelle und kostengünstige Logistik. Um beim Betrieb des Lagers Energie und CO2 einzusparen, geben wir dem Logistikdienstleister die optimale Temperatur- und Feuchtigkeitsbedingungen für die Lagerung unserer Produkte vor.

## Reduzierung von Emissionen und Leertransporten

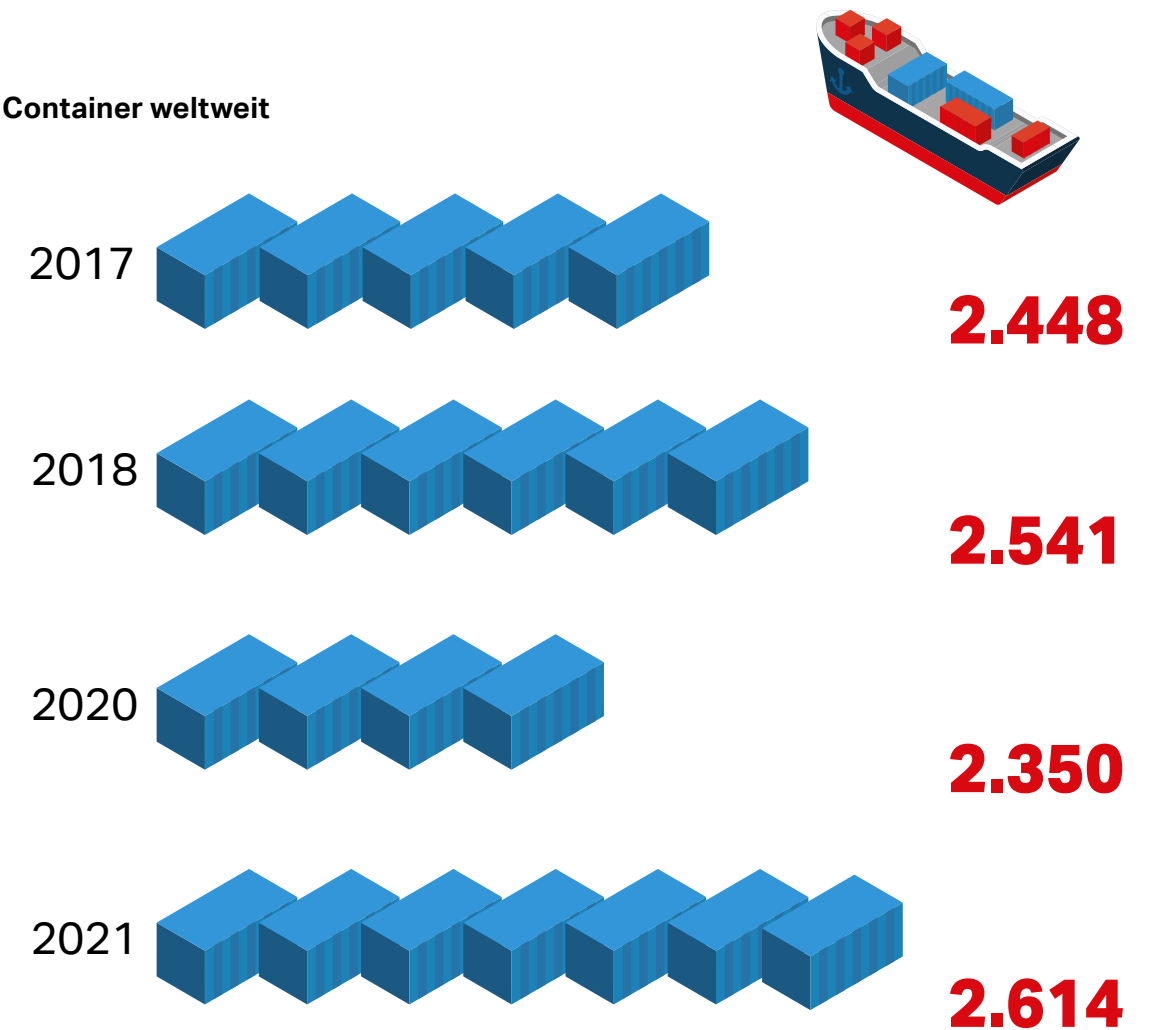
In Zusammenarbeit mit unseren Transportdienstleistern achten wir darauf, möglichst erdgasbetriebene LKWs einzusetzen. Dadurch erzielen wir eine CO<sub>2</sub>-Einsparung von 20%. Überprüft wird auch der Einsatz von LKWs mit Bio-Flüssiggas-Antrieb (LNG), womit sich die Emissionen um 100% senken lassen. Grundsätzlich besteht der Fuhrpark unserer Transportdienstleister ausschließlich aus LKWs der Abgasnorm Euro 6 aufwärts.

Um die Anzahl der Fahrten einzuschränken, werden vorzugsweise Anhänger mit größerem Ladevolumen eingesetzt. Durch den Einsatz dieser Spezialanhänger ergibt sich ein zirka 15% größeres Ladevolumen. Wir achten auf eine optimale Auslastung der LKWs und bündeln die An- und Auslieferungen für unsere Produktionsstandorte. Eine genaue Dispositionsplanung trägt dazu bei, Wartezeiten für die LKWs zu vermeiden, womit kein unnötiges, energieintensives Kühlen der Auflieger erforderlich ist.

Seit 2020 haben wir erdgasbetriebene LKWs



## Anzahl Container weltweit



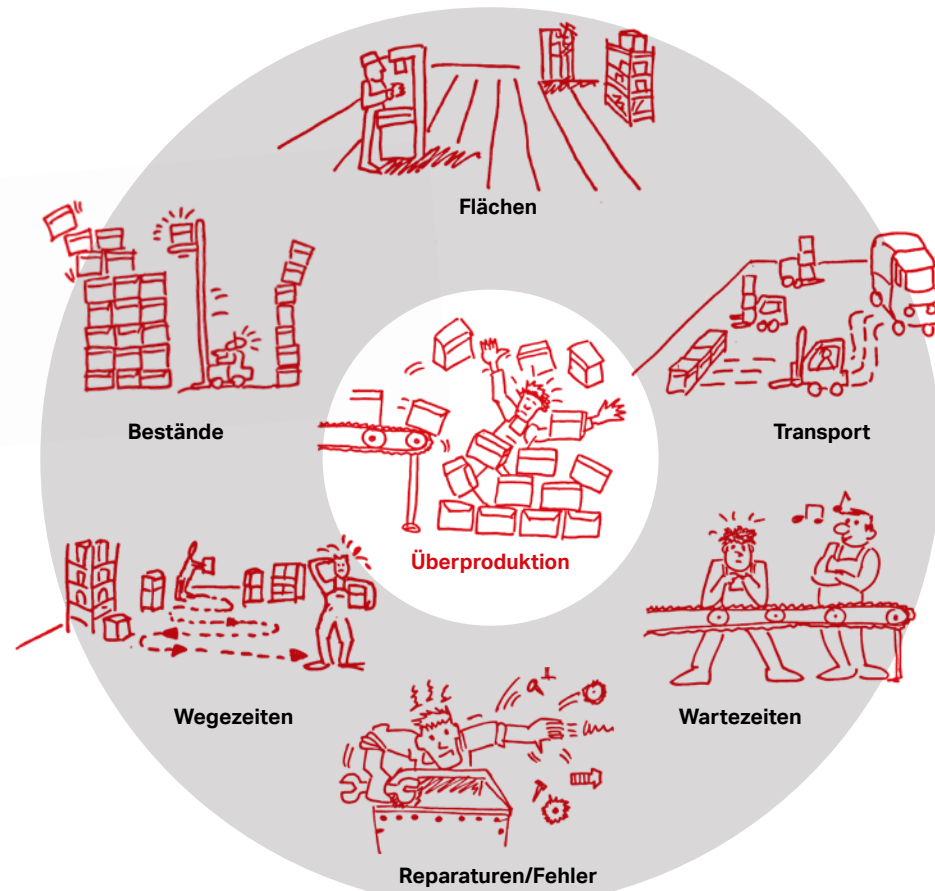
# Mitarbeiter entwickeln nachhaltige Ideen

## Lean Management

Wie können wir im Produktionsumfeld Ressourcen effizient nutzen und Verschwendungen vermeiden? Unsere Mitarbeiter können auf diese Frage vielerlei Antworten geben. Sie sind schließlich die Experten an ihrem Arbeitsplatz und wissen am besten, wie Arbeitsabläufe optimiert, Ressourcen eingespart und die Produktionsumgebung am effizientesten gestaltet werden kann.

Beim Projekt Lean Management (Schlankes Management) erarbeiten die Mitarbeiter konkrete Verbesserungsmöglichkeiten.

Sie beweisen sich dabei als kreative Ideenlieferanten für nachhaltige Effizienz: In Zweier-teams absolvieren sie zunächst Schulungen an einem anerkannten Institut für Lean Management in Österreich. Im Rahmen dieser Ausbildung erarbeiten sie konkrete Optimierungsprojekte, beispielsweise wie Stillstände an Maschinen, Waffelbruch oder andere Fehlproduktionen vermieden werden können. Jeder kann und soll sich bei uns einbringen, um nachhaltiges Handeln im Unternehmen umzusetzen.



„Unsere Mitarbeiter sind entscheidend für die positive Entwicklung unseres Unternehmens. Fähigkeiten und Erfahrungsschatz, Einsatz und Engagement, Begeisterung und Leidenschaft sind die Voraussetzung, um den hohen Anforderungen, die wir und andere an uns stellen, gerecht zu werden. Wir fordern und fördern fachliche und persönliche Weiterentwicklung und sind bestrebt, ein Umfeld zu schaffen, in dem Mitarbeiter sich entfalten und wachsen können, Sinnfinden, Verantwortung übernehmen und damit Höchstleistung erbringen können.“

Loacker Unternehmensleitbild



# Mitgestalten, mitbeteiligen

## Freiraum und Partizipation für Mitarbeitende

Wir sehen unser Unternehmen als lebendiges System, in dem alles miteinander in Verbindung steht: Jeder trägt in seiner Rolle und in seinem Arbeitsbereich Verantwortung für das Ganze. Wir fördern eigenverantwortliches Handeln und die individuellen Stärken der einzelnen Mitarbeiter durch verschiedenste Maßnahmen. Unsere Mitarbeiter erhalten den adäquaten Frei- und Entscheidungsspielraum für ein selbstbestimmtes Handeln in ihrem Kompetenzbereich. Ihren Arbeitsplatz können sie nach ihren Bedürfnissen mitgestalten. Wir fördern die Eigenverantwortlichkeit und Partizipation unserer Mitarbeiter und sehen sie als Experten in ihrem Tätigkeitsfeld, in dem sie selbst Optimierungen für ein effizientes Arbeiten entwickeln und umsetzen können, beispielsweise durch das Lean Management.



sich unsere Führungskräfte regelmäßig in den Bereichen partizipative Führung und systemische Organisations- und Unternehmensführung weiter. Um die Führungskraft in ihrer Aufgabe zu unterstützen, entwickelten wir in einem partizipativen Prozess ein Führungsleitbild und ein Führungshandbuch. Durch interdisziplinäres Arbeiten in Projektteams und gemeinsames Lernen verstärken wir das Miteinander und erhöhen die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen.

### Partizipative Führung

Unsere Führungskräfte unterstützen als Coaches die Entwicklung der Mitarbeiter und stärken sie in ihren persönlichen Fähigkeiten. Wir pflegen einen partizipativen Führungsstil mit klaren Verantwortlichkeiten, bei dem wir uns auf Augenhöhe, mit gegenseitigem Respekt und Wertschätzung begegnen. Unser Prinzip der „offenen Türen“ sorgt dafür, dass Hierarchien abgebaut und Vorgesetzte leicht erreichbar sind. Um dieses vertrauensvolle Arbeitsklima zu stärken, bilden

„Die Locker Führungskraft fördert den Dialog auf Augenhöhe und nimmt sich Zeit für persönliche Gespräche.“

Locker Unternehmensleitbild

### Locker MyJournal, unsere Mitarbeiterzeit- schrift

Ein wichtiges Kommunikationsmedium und Bindeglied zwischen Unternehmensleitung, Führungskräften sowie den Mitarbeitern der verschiedenen Standorte stellt die Mitarbeiterzeitschrift „Locker MyJournal“ dar. Das Magazin erscheint zwei bis drei Mal jährlich, berichtet über Entwicklungen und Projekte im Unternehmen und verstärkt so die gemeinsame Wissens- und Wertebasis. Das Locker MyJournal informiert transparent, weckt das Verständnis füreinander und für die Veränderungen im Unternehmen. Bei der Erstellung der Zeitschrift sind die Mitarbeiter direkt mit eingebunden – als Redaktionsmitglieder, Themengeber oder Interviewpartner.



### Mensa für Mitarbeiter

Die Mitarbeiter der Standorte Unterinn, Bozen und Heinfels sind eingeladen, mittags in unserer Mensa das frisch gekochte, vielseitige Menü zu genießen. Das Küchenteam achtet besonders darauf, regionale und saisonale Zutaten zu verwenden. Für Vegetarier oder Menschen mit Lebensmittelunverträglichkeiten stehen alternative Gerichte bereit. Die großen Tische in den Essräumen laden zur Begegnung über Abteilungen und Hierarchien hinweg ein.



**114.044 Essen**

wurden im Jahr 2021  
in den Mitarbeiter-Mensen serviert.





# Respektvolles Miteinander

## Integration, Vielfalt und Chancengleichheit

Das rasche Wachstum des Unternehmens schuf eine Vielzahl an neuen Arbeitsplätzen in den unterschiedlichsten Bereichen. Um unseren neuen Mitarbeitern einen reibungslosen Einstieg zu ermöglichen, wird ihre Anfangszeit im Unternehmen gezielt mit einem Einarbeitungsplan und -programm begleitet. Im Einführungs-event stellen wir ihnen das Unternehmen, unsere Werte und Kernbereiche vor: Mitglieder der Unternehmerfamilie, der Unternehmensleitung sowie Führungskräfte begrüßen die neuen Mitarbeiter und machen diese mit dem Unternehmen, dessen Leitlinien und Werten, Produkten und Märkten vertraut. In diesem Zusammenhang erläutern wir auch die Bedeutung, Inhalte, Ziele und Maßnahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Um eine rasche Orientierung im neuen Arbeitsumfeld zu gewährleisten, erhalten die neuen Mitarbeiter eine Einführungsbroschüre mit praktischen Leitlinien und den Grundsätzen unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Ein persönlicher Tutor, also eine Bezugsperson außerhalb der eigenen Abteilung, steht dem neuen Mitarbeiter zur Seite: Als Mentor beantwortet er unterschiedliche Fragen und unterstützt bei der sozialen Integration.



### Talente managen

Das 2014 eingeführte Talentmanagementsystem unterstützt die Suche und Auswahl neuer Mitarbeiter sowie die Aus- und Weiterbildung der gesamten Belegschaft. Im internen Portal für Mitarbeiter und Führungskräfte „Loacker Campus“ hat jeder sein persönliches Profil sowie seine Schulungshistorie gespeichert und kann sich im aktuellen Weiterbildungsangebot für seine Schulung anmelden. Offene Stellen sind im Portal ebenso einsehbar, sodass sich jeder Mitarbeiter dafür bewerben oder das Arbeitsangebot an Freunde und Verwandte weiterleiten kann.

„Die Denkweise des Anderen zu verstehen und zu respektieren, sich offen und ehrlich zu begegnen und einen wertschätzenden Umgang zu pflegen, sehen wir als Basis für gemeinsames Wachstum und gewinnbringende, langfristige Zusammenarbeit.“

Loacker Leitbild

1.608  
Schüler|innen  
besuchten  
die Loacker-  
Standorte  
im Jahr 2019\*

### Engagement für junge Menschen

Erste Kontakte mit dem Unternehmen Loacker bieten wir jungen Menschen durch unsere Lehrlings-, Ferial- und Praktikumsstellen in allen Unternehmensbereichen. Vor allem im Sommer, aber auch während der restlichen Monate unterstützen unsere Praktikanten mit konkreten Projekten und gezielten Aufgaben die unterschiedlichen Abteilungen an unseren Standorten. Sie lernen somit den Unternehmensalltag und Loacker als potentiellen Arbeitgeber kennen. Im Jahr 2019 besuchten 58 Schulklassen verschiedenster Schultypen und -stufen mit rund 1.608 Schülern die Standorte in Unterinn sowie in Heinfels, um sich vor Ort ein Bild vom Unternehmen zu machen. Oder unsere Mitarbeiter gingen zu Vorträgen und Infoveranstaltungen in die Schulen. Auch Praktikanten und Diplomanden werden bei uns gerne aufgenommen, um Praxiserfahrungen zu sammeln oder Forschungsarbeiten durchzuführen.

### Vielfalt als Bereicherung

Als weltweit tätiges Unternehmen sind wir täglich mit Menschen unterschiedlichster Kulturen in Kontakt. Respekt, Toleranz, Weltoffenheit und gegenseitiger Respekt sind für uns unabdingliche Voraussetzungen für den Umgang miteinander. In unserem Unternehmensleitbild ist verankert, dass wir keine Form der Diskriminierung gegenüber Menschen hinsichtlich Geschlecht, Hautfarbe, Abstammung, Religion, Weltanschauung, sexueller Orientierung, Sprache, Nationalität, Alter oder Beeinträchtigungen tolerieren. Alle Mitarbeiter, die Diskriminierung erfahren oder Zeugen davon werden, sind verpflichtet, dies sofort bei der verantwortlichen Führungsperson oder der unternehmensinternen neutralen Aufsichtsstelle zu melden. Wir ahnden jede Form der Diskriminierung mit disziplinarischen Maßnahmen.



\*Aufgrund der Pandemie wurden in 2020 und 2021 keine Betriebsbesichtigungen durchgeführt.



# Gemeinsam wachsen

## Persönliche und berufliche Förderung

Die steigende Komplexität des Umfelds verlangt unseren Mitarbeitern eine hohe Fach- und Sozialkompetenz ab. Sie sind die tragende Säule des Unternehmens und wirken maßgeblich an dessen Erfolg mit. Angesichts der demografischen Entwicklung und des Fachkräftemangels liegt unser Bestreben darin, engagierte Mitarbeiter langfristig ans Unternehmen zu binden und sie in ihrer beruflichen wie persönlichen Entwicklung gezielt zu fördern. Wir unterstützen sie in der Teilnahme an Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen und bieten intern vielfältige Qualifizierungsmaßnahmen an.

### Jährliches Mitarbeiterentwicklungsgespräch

Das jährliche persönliche Mitarbeiterentwicklungsgespräch mit dem Vorgesetzten unterstützt die individuelle Entwicklung des Einzelnen. Im vertraulichen Rahmen erhält der Mitarbeiter eine wertschätzende Rückmeldung und Beurteilung seiner Leistung. Im Dialog werden Sichtweisen über die individuellen Fähigkeiten und Verbesserungsmöglichkeiten ausgetauscht. Zudem werden gemeinsam die persönlichen Ziele und Entwicklungspotentiale besprochen und Maßnahmen vereinbart – wobei jeder Mitarbeiter mitentscheidet, welche Ziele er sich setzt und in welchen Bereichen er sich weiterentwickeln möchte.

### Mitarbeiterzufriedenheit erheben

Wie zufrieden sind die Mitarbeiter mit ihrem Arbeitsplatz? Wo gibt es Verbesserungspotentiale? Wir erheben regelmäßig unterschiedliche Kriterien der Zufriedenheit im Unternehmen mittels einer anonymen Mitarbeiter-Umfrage. Die Ergebnisse verwenden wir als Basis, um daraus konkrete und gezielte Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten.



### Weiterbildungsstunden gesamt

2012	8.507 h
2013	12.175 h
2014	16.884 h
2016	23.586 h
2017	23.131 h
2018	20.028 h
2019	23.173 h
2020	17.465 h
2021	18.841 h

### Kontinuierliche Weiterbildung

20 Schulungsstunden pro Mitarbeiter Jahr 2021

# Randstad Award

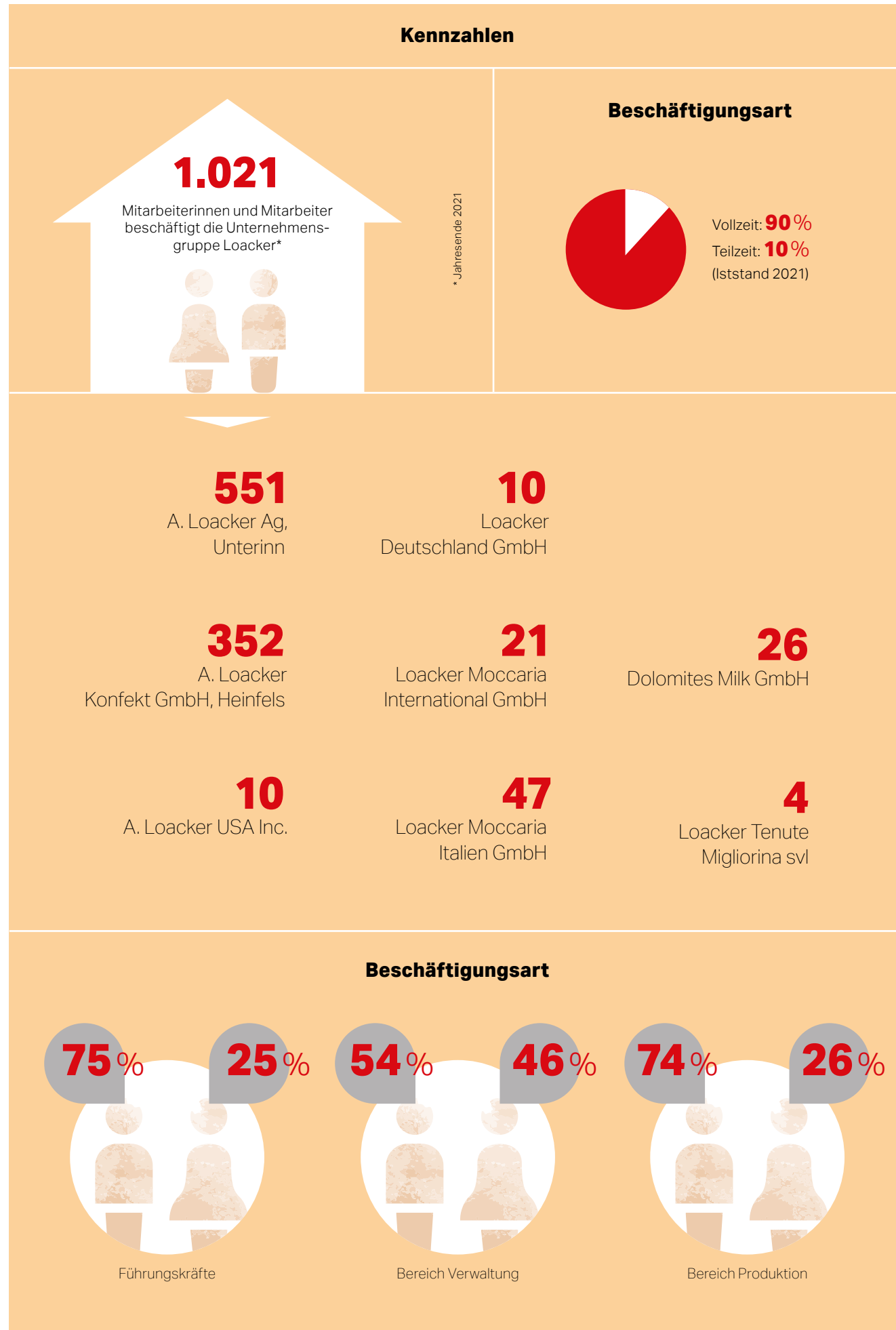
## Loacker als attraktivster Arbeitgeber Nord-Ost-Italiens ausgezeichnet



Der Randstad Award wird jedes Jahr in verschiedenen Ländern an den attraktivsten Arbeitgeber verliehen. Die Unternehmen können sich nicht selbst um diese Auszeichnung bewerben, sondern werden aufgrund von Faktoren wie der Zahl ihrer Mitarbeiter (von 200 - 999 Beschäftigten) oder nach Produktbereichen ausgewählt. Der Randstad Award ist ein reiner Publikumspreis: In einer großangelegten Studie werden ausschließlich Arbeitnehmer, Studierende und Arbeitssuchende befragt. Deren Meinung zählt bei der Bewertung, nicht jene des Arbeitgebers oder die Interpretation von Wirtschaftsdaten. Diese Aspekte machen diese Auszeichnung so besonders: Sie garantieren die Unabhängigkeit und Objektivität der Studie und der Preisvergabe. Die Ergebnisse sind ein klares Spiegelbild dessen, wie das Unternehmen in der Gesellschaft wahrgenommen wird.

Gleich zweimal in Folge, im Jahr 2015 und 2016, erhielt Loacker den Randstad Award für Nordostitalien. An der Befragung nahmen über 4.000 Beschäftigte, Studierende oder Arbeitssuchende zwischen 18 und 65 Jahren teil. Sie reihten Loacker von hundert Unternehmen aus der Region an erster Stelle. Laut Umfrage erfüllt Loacker nämlich die zehn wichtigsten Kriterien eines attraktiven Arbeitgebers: wettbewerbsfähige Entlohnung

und Sozialleistungen, Karriere-möglichkeiten, starke Führung, angenehmes Arbeitsklima, sicherer Arbeitsplatz, Work-Life-Balance, finanzielle Solidität, interessante Arbeitstätigkeit, guter Ausbildungsstandard und Sozialverantwortung. Als bestes Unternehmen wurde Loacker in den Kriterien angenehmes Arbeitsklima, sicherer Arbeitsplatz und finanzielle Solidität gekürt.



### Fluktuation

A. Loacker Ag   2017	
Anzahl Mitarbeiter	<b>531</b> (234 Frauen, 297 Männer)
Neuanstellungen	<b>55</b> (21 Frauen, 34 Männer)
Austritte	<b>23</b> (18 Frauen, 5 Männer)

Fluktuation  
**4,3 %**

A. Loacker Ag   2018	
Anzahl Mitarbeiter	<b>543</b> (230 Frauen, 313 Männer)
Neuanstellungen	<b>38</b> (16 Frauen, 22 Männer)
Austritte	<b>39</b> (16 Frauen, 23 Männer)

Fluktuation  
**7,2 %**

A. Loacker Ag   2019	
Anzahl Mitarbeiter	<b>565</b> (240 Frauen, 325 Männer)
Neuanstellungen	<b>53</b> (23 Frauen, 30 Männer)
Austritte	<b>41</b> (18 Frauen, 23 Männer)

Fluktuation  
**7,3 %**

A. Loacker Ag   2020	
Anzahl Mitarbeiter	<b>523</b> (230 Frauen, 293 Männer)
Neuanstellungen	<b>68</b> (34 Frauen, 34 Männer)
Austritte	<b>62</b> (29 Frauen, 33 Männer)

Fluktuation  
**11,3 %**

A. Loacker Ag   2021	
Anzahl Mitarbeiter	<b>551</b> (243 Frauen, 308 Männer)
Neuanstellungen	<b>102</b> (54 Frauen, 48 Männer)
Austritte	<b>74</b> (41 Frauen, 33 Männer)

Fluktuation  
**13,4 %**

Loacker Konfekt GmbH   2017	
Anzahl Mitarbeiter	<b>408</b> (201 Frauen, 207 Männer)
Neuanstellungen	<b>77</b> (39 Frauen, 38 Männer)
Austritte	<b>28</b> (14 Frauen, 14 Männer)

Fluktuation  
**4,3 %**

Loacker Konfekt GmbH   2018	
Anzahl Mitarbeiter	<b>411</b> (197 Frauen, 214 Männer)
Neuanstellungen	<b>36</b> (12 Frauen, 24 Männer)
Austritte	<b>36</b> (19 Frauen, 17 Männer)

Fluktuation  
**7,2 %**

Loacker Konfekt GmbH   2019	
Anzahl Mitarbeiter	<b>422</b> (214 Frauen, 208 Männer)
Neuanstellungen	<b>49</b> (18 Frauen, 32 Männer)
Austritte	<b>35</b> (17 Frauen, 18 Männer)

Fluktuation  
**8,3 %**

Loacker Konfekt GmbH   2020	
Anzahl Mitarbeiter	<b>361</b>
Neuanstellungen	<b>43</b> (26 Frauen, 17 Männer)
Austritte	<b>60</b> (27 Frauen, 33 Männer)

Fluktuation  
**16,7 %**

Loacker Konfekt GmbH   2021	
Anzahl Mitarbeiter	<b>335</b>
Neuanstellungen	<b>90</b> (52 Frauen, 38 Männer)
Austritte	<b>115</b> (57 Frauen, 58 Männer)

Fluktuation  
**34,3 %**



## Rückkehr nach Elternzeit

**A. Locker Ag | 2017**

Anzahl Elternzeit	13 davon 2 Männer, 11 Frauen
Rückkehr nach Elternzeit	92% davon 100% der Männer, 91% der Frauen

**A. Locker Ag | 2018**

Anzahl Elternzeit	18 davon 3 Männer, 15 Frauen
Rückkehr nach Elternzeit	89% davon 100% der Männer, 87% der Frauen

**A. Locker Ag | 2019**

Anzahl Elternzeit	24 davon 5 Männer, 19 Frauen
Rückkehr nach Elternzeit	83% davon 100% der Männer, 79% der Frauen

**A. Locker Ag | 2020**

Anzahl Elternzeit	35 davon 10 Männer, 25 Frauen
Rückkehr nach Elternzeit	94% davon 30% der Männer, 70% der Frauen

**A. Locker Ag | 2021**

Anzahl Elternzeit	35 davon 9 Männer, 26 Frauen
Rückkehr nach Elternzeit	94% davon 27% der Männer, 73% der Frauen

**Locker Konfekt GmbH | 2017**

Anzahl Elternzeit	9 davon 0 Männer, 9 Frauen
Rückkehr nach Elternzeit	89% der Frauen

**Locker Konfekt GmbH | 2018**

Anzahl Elternzeit	14 davon 2 Männer, 12 Frauen
Rückkehr nach Elternzeit	86% davon 100% der Männer, 83% der Frauen

**Locker Konfekt GmbH | 2019**

Anzahl Elternzeit	17 davon 2 Männer, 15 Frauen
Rückkehr nach Elternzeit	82% davon 100% der Männer, 80% der Frauen

**Locker Konfekt GmbH | 2020**

Anzahl Elternzeit	17 davon 0 Männer, 17 Frauen
Rückkehr nach Elternzeit	6% der Frauen

**Locker Konfekt GmbH | 2021**

Anzahl Elternzeit	12 davon 12 Frauen
Rückkehr nach Elternzeit	32% der Frauen

# Gesund und sicher am Arbeitsplatz

## Und darüber hinaus

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz haben für uns höchste Priorität. Über die gesetzlichen Mindeststandards hinaus sorgen wir für Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung; die Grundsätze und Maßnahmen hierzu sind in unserer Unternehmenspolitik festgeschrieben. Grundlage zur Umsetzung sind nicht nur die gesetzlichen Anforderungen, wir sind auch nach dem Arbeitsschutzmanagementsystem ISO 45001 zertifiziert. Um die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz laufend zu überwachen und zu verbessern, ist an jedem Standort eine Arbeitsschutzorganisation vorhanden. Die Verantwortlichen und die beauftragten Mitarbeiter sorgen für die Einhaltung der Bestimmungen und setzen Präventionsmaßnahmen um.

## Sicherer und gesunder Arbeitsplatz

Safety first: Die Sicherheit am Arbeitsplatz fängt beim Mitarbeiter an. Alle Mitarbeiter der Standorte in Italien und Heinfels haben ein flächendeckendes Basistraining zur Arbeitssicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz absolviert. Zusätzlich wurden Ersthelfer ausgebildet – also Personen, die speziell in Erste Hilfe geschult sind und im Notfall Soforthilfe leisten können. Neben dem persönlichen Verhalten hängt die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz aber auch von technischen Gefahrenquellen ab: Alle unsere Arbeitsplätze, sowohl in der Verwaltung wie in der Produktion, sind mit jenen Sicherheitsmaßnahmen ausgestattet, die ein Unfallrisiko minimieren.

## Psychische Gesundheit erhalten

Der Mensch wird in seiner Gesamtheit (physische, psychische, soziale Gesundheit) betrachtet. Die Abteilung Human Resources koordiniert die Maßnahmen zur Gesundheitsförderung, welche gemeinsam mit der Dienststelle für Arbeitsschutz, Sicherheitsprechern, Arbeitsmediziner, Mitgliedern der Unternehmensleitung ausgearbeitet werden. Die regelmäßigen Befragungen zur Überwachung der psychischen Belastungen, Durchführung von Schulungen und Sensibilisierungskampagnen sollen physische und psychische Gesundheit stärken.







### Wohlbefinden und Prävention

Unser Gesundheits- und Sicherheitsmanagement beschränkt sich nicht nur auf die Sicherheit am Arbeitsplatz und das Vermeiden von Unfällen und Risiken.

Es umfasst ebenso Präventionsmaßnahmen und berücksichtigt den Menschen in seiner Gesamtheit. Wir bieten unseren Mitarbeitern daher vielfältige Möglichkeiten, sich gesund zu erhalten und das individuelle Wohlbefinden zu erhöhen. So sind beispielsweise die Büro-Arbeitsplätze ergonomisch gestaltet, die Mitarbeiter erhalten Tipps zum gesundheitsschonenden Verhalten bei der Bildschirmarbeit. In den Produktionsabteilungen, bei denen am Fließband oder im Schichtbetrieb gearbeitet wird, achten wir auf einen ständigen Wechsel, um gesundheitliche Beeinträchtigungen zu reduzieren. Gesundheitstrainings sowie Infoveranstaltungen zur Work-Life-Balance oder Resilienz befähigen die Mitarbeiter, vorbeugend auf ihre Gesundheit zu achten. Mit Initiativen wie dem „Loacker Tennisclub“ oder der geförderten Teilnahme an diversen Sportveranstaltungen unterstützen wir unsere Mitarbeiter im gesunden Freizeitverhalten.

### Gesundheitsvorsorge durch arbeitsmedizinische Betreuung

Ob Nacharbeit, das Heben und Tragen von Lasten oder Lärmexposition: Durch die arbeitsmedizinische Betreuung stellen wir sicher, dass jene Mitarbeiter, die am Arbeitsplatz Sicherheits- und Gesundheitsrisiken ausgesetzt sind, periodisch untersucht werden. Die Untersuchungen dienen nicht nur dazu, die Gesundheit zu erhalten, sondern auch präventiv zu fördern. Bei der Betreuung bewerten die Arbeitsmediziner auch personenbezogene gesundheitliche und körperliche Einschränkungen und leiten daraus vorzeitig Schutzmaßnahmen ab.

### Für den Notfall gerüstet

Eine geschulte Notfallmannschaft an unseren Standorten ist jederzeit einsatzbereit, um bei medizinischen oder technischen Unfällen professionell eingreifen zu können. Die Notfallmannschaft besteht unter anderem aus Erst- und Brandschutzhelfern, Brandschutz- und Evakuierungsbeauftragten und Einsatzleitern. Die Mitglieder nehmen regelmäßig an spezifische Schulungen, Weiterbildungen sowie Übungen teil.



„Als Familienunternehmen bekennen wir uns in jeder Hinsicht zu unseren Standorten und nehmen unser gesellschaftliches Engagement ernst.“

Loacker Unternehmensleitung





# Für die Menschen, mit den Menschen

## Gesellschaftliches Engagement in der Region

Unternehmerische Verantwortung beinhaltet für uns auch das Engagement für unser gesellschaftliches und kulturelles Umfeld. Wir wollen unseren Beitrag leisten, um dieses lebenswert und zukunftsfähig mitzugestalten. Dies stärkt das Profil der Region im Standortwettbewerb und erhöht die Lebensqualität und Arbeitsmöglichkeiten der dort lebenden Menschen und unserer Mitarbeiter. Als lokal verwurzeltes Familienunternehmen bekennen wir uns in jeder Hinsicht zu unseren Standorten und nehmen unser gesellschaftliches Engagement ernst. Auch durch unsere Abgaben und Steuern, die wir dort entrichten, wo wir arbeiten und Wertschöpfung generieren, leisten wir einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung vor Ort.

### Beiträge zur Regionalentwicklung

Unser Stammwerk in Unterinn am Ritten sowie unser Werk in Heinfels in Osttirol befinden sich in der ländlichen Peripherie, entfernt von den urbanen Zentren der Region. Insbesondere diese Gebiete sehen sich vermehrt mit der Herausforderung der Abwanderung konfrontiert: Vor allem die jungen, gut ausgebildeten Menschen suchen nach Arbeitsplätzen mit Entfaltungsmöglichkeiten. Zudem sind in diesen Gemeinden nur beschränkt



Arbeitsmöglichkeiten verfügbar, was unter anderem zu einem hohen Pendelaufkommen führt. Als international tätiges Unternehmen und innovativer Leitbetrieb leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Regionalentwicklung: Zum einen schafft und sichert Loacker als lokaler Arbeitgeber in strukturschwachen Gebieten zahlreiche Arbeitsplätze. Zum anderen bieten wir über das engere Umfeld hinaus Arbeitsplätze für eine Vielzahl von Berufsbildern, die in dem von Landwirtschaft und Tourismus geprägten Ländern Südtirol und Osttirol kaum Beschäftigungsfelder finden.

## Innovation und Forschung

Eine landesweite Vorreiterrolle nehmen wir in den Bereichen Innovation und internationale Zusammenarbeit ein. Durch unsere Tätigkeiten wird Wissen in die Region übertragen und der Wirtschaftsstandort Süd- beziehungsweise Osttirol weiterentwickelt. Dieses Innovationsstreben trägt dazu bei, dass sich in den vorwiegend von Landwirtschaft und Tourismus geprägten Regionen eine moderne, zukunftsfähige Wissensgesellschaft formt und sich ein internationales Netzwerk etabliert. Wir bieten Praktikanten und Studierenden zahlreiche Möglichkeiten, ihre Forschungen im Unternehmen zu vertiefen oder praktisch umzusetzen. Für diesen Innovationsgeist und die Schaffung von Zukunftsperspektiven in der Region wurde Christine Zuenelli-Loacker, Mitbegründerin des Familienunternehmens und Verwaltungsratsmitglied, im Jahr 2010 der Verdienstorden „Tiroler Adler-Orden in Gold“ des Landes Tirols verliehen.



## Kulturelles Engagement Sanierung und Belebung der Burg Heinfels

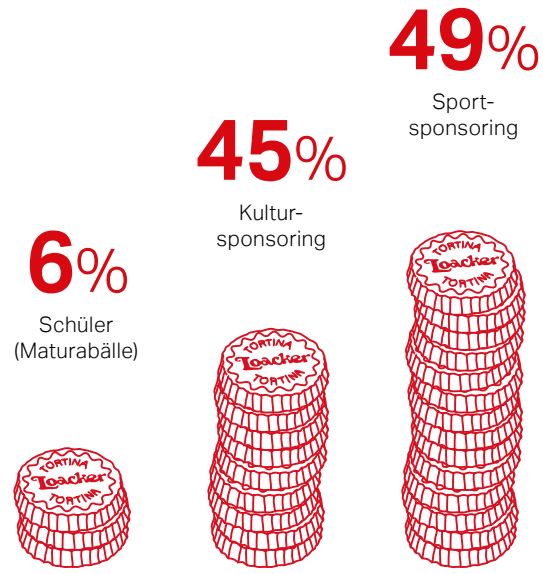
Burg Heinfels ist eine ausgedehnte Burganlage oberhalb von Heinfels in Osttirol. Die strategisch optimal gelegene Wehranlage stellt ein markantes Wahrzeichen des östlichen Pustertals dar und ist ein kulturhistorisches Juwel. Wir engagieren uns gemeinsam mit dem „Museumsverein Burg Heinfels“ für die Revitalisierung dieses historischen Gebäudes. Seit 2021 ist die grundsanierte Burg wieder öffentlich zugänglich. Der größte Teil der Burganlage beherbergt das Museum, das über geführte Touren erlebt werden kann. In einem zweiten Baulos wird in einigen Jahren im Westtrakt der gastronomische Teil realisiert werden. Ein ehrgeiziges Ziel wurde erreicht, wenn man sich den ruinösen Anfangszustand der imposanten Anlage vor Augen hält, die die letzten Jahrzehnte mehr oder weniger dem Verfall preisgegeben war.





**Sponsoring**

Wir engagieren uns als Sponsor insbesondere im Sportbereich, wo uns die Förderung der regionalen Sportmannschaften und des Jugendsports ein Anliegen ist. Wir sind seit über 40 Jahren Hauptsponsor des Handballvereins SSV Bozen Locker (Italienmeister 2018/19) sowie Mitunterstützer der Eishockeymannschaft des Vereins „Hockey Ritten“, der in der mitteleuropäischen Eishockeyliga „Alps Hockey League“ seine Wettkämpfe bestreitet und auf jenem Hochplateau angesiedelt ist, auf dem sich unser Stammwerk befindet. Zudem unterstützen wir größere Sportveranstaltungen von überregionalem Interesse und hoher Breitenwirkung. Auf regionaler Ebene betätigen wir uns als Produktsponsor, sowohl für kulturelle Veranstaltungen, für Initiativen im Bereich des Gemeinwohls und Vereinsfeste. Durch das Produktsponsoring können wir eine höhere Anzahl an lokalen Vereinen unterstützen sowie eine ausgewogene geografische Verteilung unserer Sponsortätigkeit erzielen.



Sponsoring nach Bereichen



Sponsoring in Südtirol



„Wir bereiten Menschen weltweit Freude mit leicht bekömmlichem, natürlichen Genuss.“  
 Mission der Unternehmensgruppe Loacker



# Natürlicher Genuss seit Generationen

## Unternehmensprofil



1925 übernimmt Alfons Loacker in Bozen (Südtirol/Italien) den Konditoreibetrieb seines in den Ruhestand getretenen Chefs. Er beginnt erstmals unter eigenem Namen und eigener Marke die Herstellung von feinen Konditorei- und Dauerbackwaren. Alfons Loacker spezialisiert sich vermehrt auf die Waffel- und Cremeherstellung nach altösterreichischer Tradition. Daraus erwächst die mittlerweile international bekannte und in über 100 Ländern präsen- te Marke Loacker. Heute zählen wir zu einem der weltweit führenden Süßwarenproduzenten im Segment der hochwertigen Waffel-, Patisserie- und Schokoladespezialitäten. Insbesondere in den letzten Jahren erfolgte eine zunehmende Internationalisierung und Markterweiterung, die ein konstantes Wachstum unseres Betriebes ermöglichte. Nach wie vor sind

wir jedoch ein bodenständiges Familienunternehmen geblieben, das sich aufbauend auf seine 90-jährige Tradition und seine Produktqualität äußerst erfolgreich weiterentwickelt.

### Seit Generationen Wert auf Qualität

Unser Denken und Handeln ist geprägt von höchstem Qualitätsanspruch: Beste natürliche Rohstoffe, hochwertige Rezepturen sowie schonende Verarbeitung mit modernster Fertigungstechnologie garantieren seit Generationen unsere Produktqualität. Den Anforderungen der weltweiten Handels- und Vertriebspartner und vor allem den Bedürfnissen der Konsumenten gerecht zu werden, motiviert uns immer wieder aufs Neue. Durch intensive

Forschung und Entwicklung, Optimierung der technologischen Kompetenzen und der Produkte stärken wir konsequent unsere Position in den Kernmärkten Waffeln, Premium-Feingebäck und Schokolade. Angrenzende Marktsegmente erschließen wir unter Wahrung unseres hohen Qualitätsanspruches und schaffen dabei größtmögliche Synergien. Jeder Mitarbeiter wird dabei gefördert und gefordert, selbstverantwortlich die Leistungen in seinem Kompetenzbereich voranzutreiben.

### Fairness und langfristige Zusammenarbeit

Wir legen Wert auf ein faires Wettbewerbsverhalten, auf solide und langfristige Geschäftsbeziehungen zu unseren Kunden und Lieferanten sowie auf die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit vielen Bezugsgruppen.

Als international tätiges Unternehmen arbeiten wir mit Menschen verschiedener Kulturen und Sprachen zusammen. Die Denkweise des Anderen zu verstehen und zu respektieren, sich offen und ehrlich zu begegnen und einen wertschätzenden Umgang miteinander zu pflegen, sehen wir als Basis für das gemeinsame Wachsen und eine gewinnbringende Zusammenarbeit.

# Nachhaltig wachsen

## Ökologische und ökonomische Verantwortung übernehmen

Gesundes und nachhaltiges Wachstum, Risikostreuung, Rentabilität und überwiegende Eigenkapitalfinanzierung garantieren Stabilität und somit die Unabhängigkeit unseres Familienunternehmens. Wir legen seit jeher den Fokus auf eine solide Eigenkapitalbasis: Diese gewährleistet uns einerseits eine größere Unabhängigkeit von den Finanzmärkten, andererseits bewahren wir uns damit den nötigen finanziellen Handlungsspielraum, um Investitions- und Wachstumschancen zu nutzen sowie Krisenzeiten unbeschadet zu überstehen. Um diese Eigenkapitalbasis aufrecht zu erhalten, verzichten die Mitglieder der Unternehmerfamilie sowie die Aktionäre seit jeher weitgehend auf die Ausschüttung von Dividenden. Die erwirtschafteten Gewinne werden vielmehr in das Unternehmen investiert.

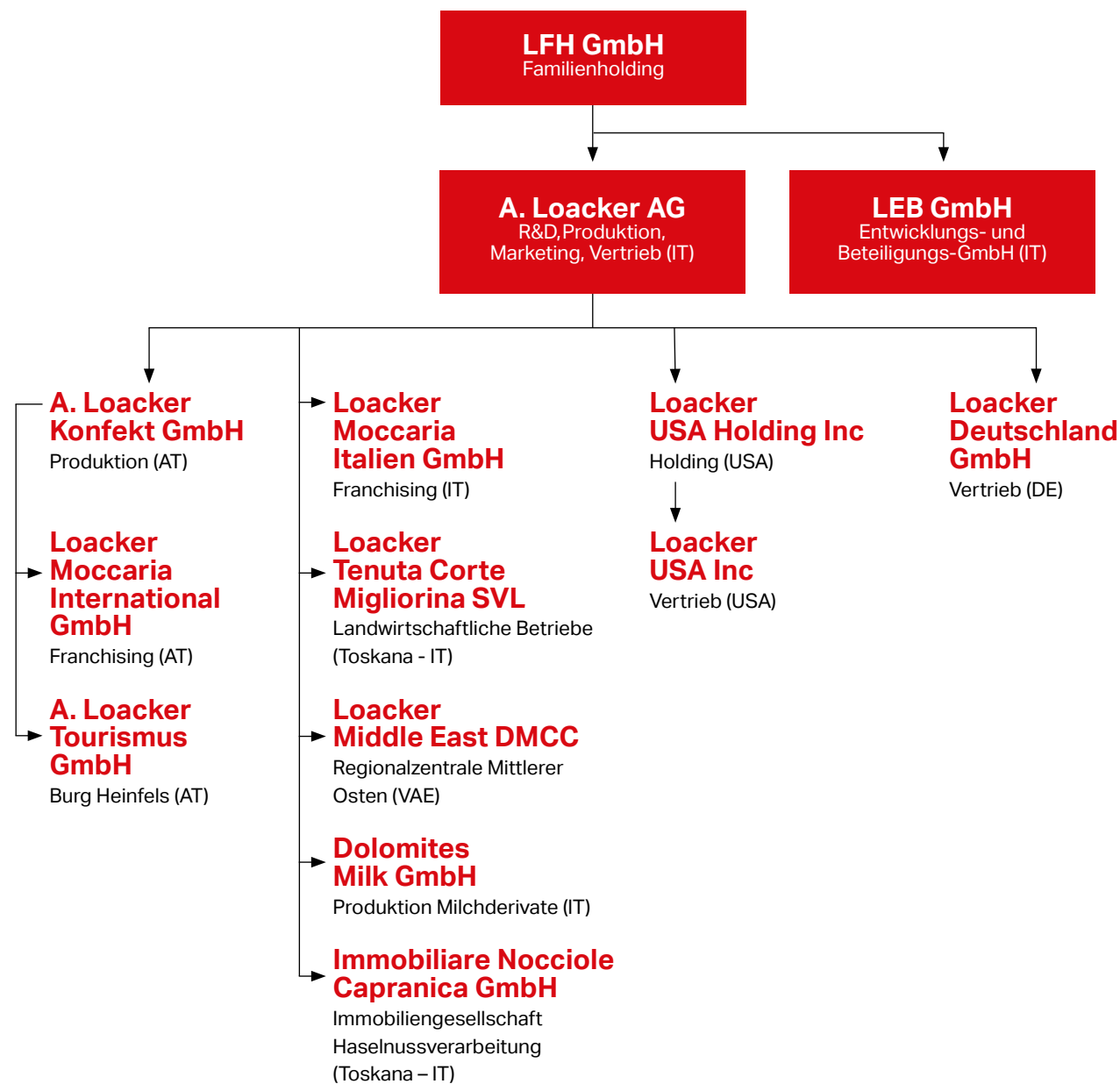
Aufgrund der hohen Kapitalintensität ist dies eine wesentliche Voraussetzung, um das kontinuierliche Wachstum mit eigenen Mitteln finanzieren zu können.

Wir verstehen uns zudem als verantwortungsbewusstes Mitglied der lokalen Wirtschaft und als Teil der Bevölkerung. Daher betreiben wir keine aggressive Steuerpolitik mit der Zielsetzung, Gewinne in Niedrigsteuerländer zu verlagern, sondern entrichten unsere Steuern dort, wo wir tätig sind und somit Wertschöpfung generieren.

Wir sehen es auch als Pflicht und tägliche Herausforderung, unsere ökologische Verantwortung bewusst wahrzunehmen – aus Überzeugung, dass umweltbewusstes Verhalten und unternehmerisches Handeln sich langfristig nutzbringend ergänzen. Dies betrifft sowohl die ressourcenschonende und emissionsarme Ausgestaltung unserer Produktionsprozesse und Standorte, als auch die Beschaffung unserer Rohstoffe und die Schließung von Stoffkreisläufen in Bezug auf unser Verpackungsmaterial.



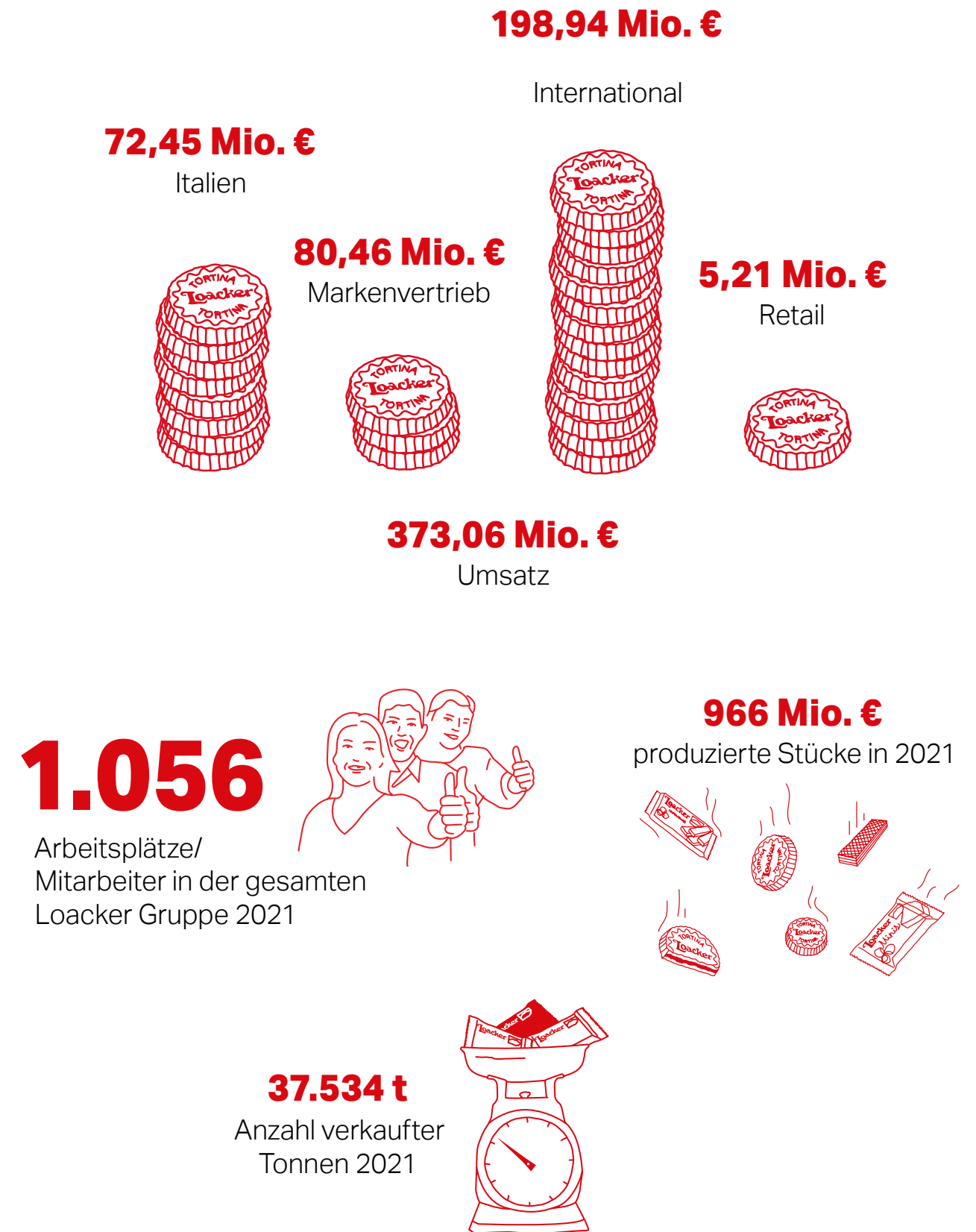
# Loacker Unternehmensgruppe



Die Entwicklung der Unternehmensgruppe Loacker ist geprägt von einer kontinuierlichen Internationalisierung des Marktes sowie der Diversifikation und Innovation der Produkte. 1925 erfolgte die Gründung der Konditorei durch Alfons Loacker und damit die Anfänge der Waffelproduktion. Mit dem Eintritt der zweiten Generation im Jahr 1958 durch Sohn Armin Loacker und Tochter Christine Loacker Zuenelli begann der Wechsel hin

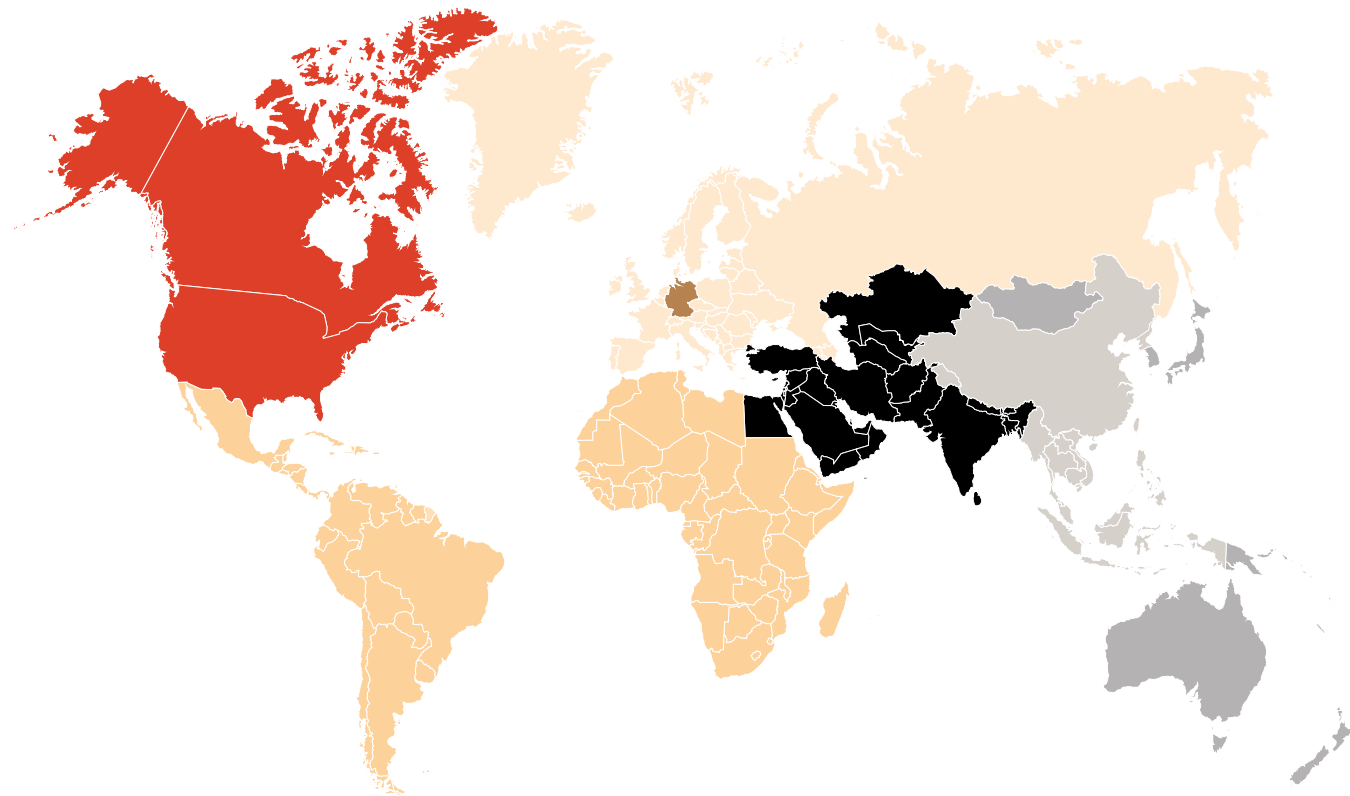
zur standardisierten und mechanisierten Waffelherstellung. Die Ausweitung des Vertriebs der Loacker-Waffeln begann 1975 zunächst in Norditalien. Bereits vier Jahre später erfolgte der Beginn des weltweiten Exportes. Starke Wachstumsmärkte sind die Regionen Mittlerer Osten und Asien (insbesondere die Länder China und Südkorea) sowie Europa. Loacker Retail befindet sich ebenfalls auf internationalem Expansionskurs.

# Loacker auf einen Blick

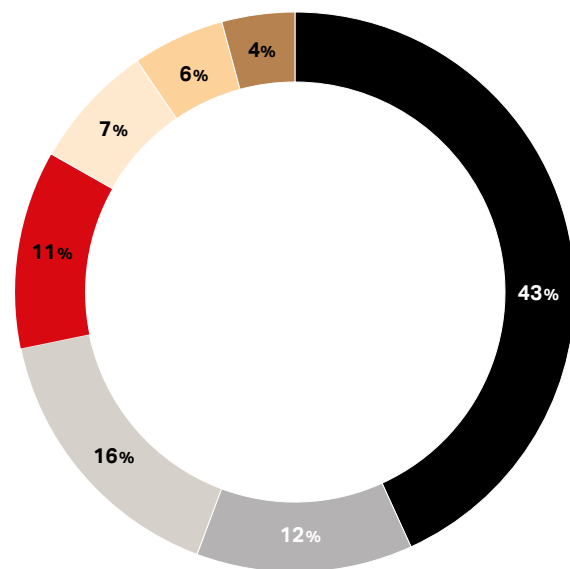


Die Kennzahlen beziehen sich auf das Jahr 2021.





1	Mittlerer Osten / Zentralasien	89.2 m €
2	Fernost / Ozeanien	25.8 m €
3	Südostasien / China	33.2 m €
4	Nordamerika	23.6 m €
5	Europa	15.0 m €
6	Afrika / Lateinamerika / DOM	11.0 m €
7	Deutschland	8.7 m €



# Produktportfolio

## Vertrieb und Markenvertrieb



Loacker bietet ein vielfältiges Sortiment an hochwertigen Waffel-, Patisserie- und Schokolade-Spezialitäten. Die Grundsätze für Loacker Produkte sind in der Markenverfassung definiert:

### Höchste Qualitätsansprüche

Die verwendeten Rohstoffe und der Verarbeitungsprozess müssen den definierten Qualitätsansprüchen genügen, um die Produkteigenschaften bis zum Verzehr zu bewahren. Die erforderlichen Voraussetzungen und Maßnahmen sind über die gesamte Wertschöpfungskette systematisch abgesichert. Kostensenkungen dürfen niemals zu Lasten der Qualität gehen.

### Maximale Natürlichkeit

Die Roh- und Inhaltsstoffe müssen im hohen Maße naturbelassen sein und schonend verarbeitet werden. Auf künstliche Zusatzstoffe jeglicher Art wird verzichtet.

### Bekömmlichkeit für den Konsumenten

Durch die Verwendung von natürlichen Rohstoffen, ausgewogenen Rezepturen und schonender Verarbeitung stellen wir Produkte her, die möglichst bekömmlich sind. Ziel ist es, Genuss und Bekömmlichkeit so zu verbinden, dass die Konsumenten die Produkte, sofern nicht im Übermaß konsumiert, mit gutem Gewissen genießen können.

### Einzigartiger Genuss

Neben besten Rohstoffen dienen ausgewogene Rezepturen und eine achtsame Verarbeitung dazu, dass alle Loacker-Produkte optimale Verzehreigenschaften aufweisen.

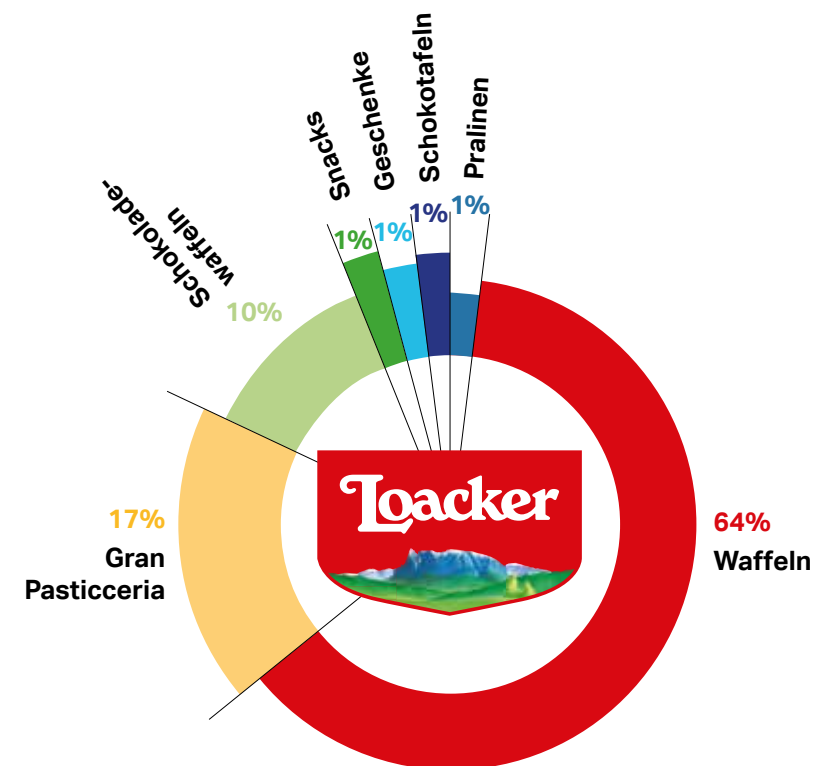
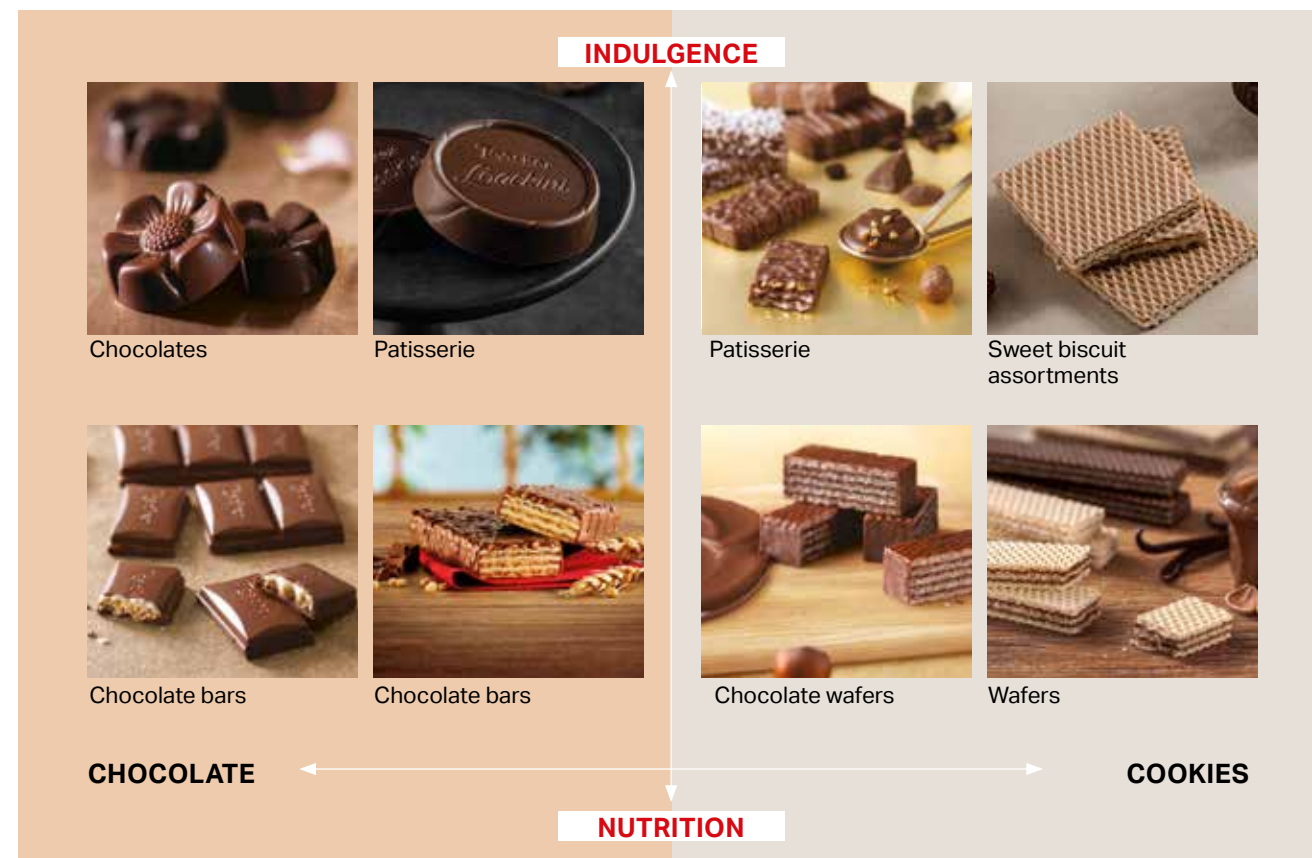
# Hochwertige Waffel- und Schokoladespezialitäten

## Das Locker Produktportfolio

Das Produktportfolio hat sich ausgehend von den klassischen Waffeln hin zu Patisserie-Spezialitäten, Schokolade-Riegeln, pralinenartigen Produkten, Tafelschokolade und Streichcreme erweitert. Das gesamte Produktsortiment, inklusive Geschenk- und Saisonartikeln sowie Sonderkonfektionen, umfasst zirka 200 Artikel. Die Entwicklung jedes neuen Produktes erfolgt im Einklang mit der Marke Locker. Bei aller Vielfalt bleibt die Einheitlichkeit unseres Sortiments in allen Märkten gewährleistet; regional- und länderspezifische Varianten werden vermieden.



# Strategische Märkte



Umsatz April 2022



# Loacker Café

Café und Markengeschäft unter einem Dach



Im Loacker Café lässt sich die ganze Loacker Welt unter einem Dach erleben. Im Café gibt es köstliche Kaffee- und Herzwaffelspezialitäten, tolle Frühstücksangebote und leckere Eiskreationen. Viele der Gerichte und Getränke werden dabei mit den bekannten Loacker-Cremen kombiniert, die sich auch in den Waffeln wiederfinden. Neben den Softwaffeln zeichnet das Café vor allem die

eigene Kaffeemischung sowie das selbst hergestellte Speiseeis aus. Im Markengeschäft finden sich die über 200 Loacker-Waffel- und Schokoladeprodukte sowie exklusive Geschenks-, Fan- und Sonderartikel. Somit ermöglicht der Loacker Store die Vielfalt der Waffeln in all ihren Facetten zu erleben und garantiert ein Erlebnis für Groß und Klein.



# Loacker als Partner

Vertriebspartner für internationale Marken in Italien

Südtirol liegt im Herzen Europas. Seine Lage in Norditalien, an der Grenze zu Österreich und der Schweiz, macht das Land zu einem Bindeglied zwischen dem italienischen und dem deutschen Sprachraum. Die Mehrsprachigkeit der Bewohner (64% der Südtiroler sind deutscher Muttersprache, 26% italienischer Muttersprache, ca. 5% gehören der ladinischen Minderheit an) sowie die geografische Lage tragen dazu bei, dass Südtirol sich für internationale Unternehmen als idealer Standort in Italien erweist. Loacker betätigt sich aufgrund dieser Voraussetzungen auch als Vertriebspartner der internationalen Marken Twinings, Ovomaltine, Pema, Darbo und Lorenz in Italien; Diese Vertriebspartnerschaften schaffen Synergien und ermöglichen eine effiziente Nutzung bestehender Ressourcen, beispielsweise im Vertriebs- und Transportwesen.





# Produktionsstandorte

Ein naturnahes Umfeld war und ist entscheidendes Kriterium für die Auswahl unserer Produktionsstandorte: eine hohe Wasser- und Luftqualität sowie ein trockenes, kühles Klima sind unter anderem wichtige Fundamente für unsere Produktqualität. Der Schutz der Umwelt steht für uns im Vordergrund: Die Produktionswerke sollen möglichst geringe negative Auswirkungen auf das Umfeld haben. Dies erreichen wir unter anderem durch die Nutzung von regenerativen Energien und die Verwendung von Energie-Rückgewinnungssystemen.

## Stammwerk in Unterinn (Südtirol, Italien)

1974 entstand in Unterinn am Ritten auf zirka 1.000 Höhenmetern oberhalb von Bozen das Locker Stammwerk mit Produktionsgebäude, das im Laufe der Jahre erweitert wurde. Der Standort liegt, völlig untypisch, entfernt von einem Industriezentrum. Ausschlaggebendes Kriterium für die Standortwahl waren das hochwertige Quellwasser, das hier zur Verfügung steht, sowie die hohe Luftqualität am Berg. Neben der Produktionsabteilung sind in Unterinn das interne Entwi-

cklungs- und Innovationszentrum sowie der Verwaltungshauptsitz angesiedelt.

Im Produktionswerk Unterinn erfolgt die Herstellung der Waffel- und Schokoladespezialitäten, wobei die Produktionsabläufe auf breites Sortiment und Flexibilität ausgerichtet sind. Zudem werden hier Halbfabrikate wie Haselnuss- und Kokospaste hergestellt.



## Bozen (Südtirol, Italien)

Im Standort Bozen werden alle Geschenkspackungen sowie Marketing- und Werbemittel hergestellt.

## Heinfels (Osttirol, Österreich)

1999 wurde ein zweiter Locker Produktionsstandort in Heinfels in Osttirol (Österreich) auf über 1.000 Höhenmetern in Betrieb genommen. Hier erfolgt die Herstellung der Waffelprodukte, wobei die Produktionsabläufe auf hohe Menge und Leistung ausgerichtet sind. Am Standort Heinfels befinden sich zudem die Locker Genusswelt samt Mitmachkonditorei und ein Locker Store.



## Milchderivatewerk „Dolomites Milk GmbH“ in Vintl (Südtirol/Italien)

Seit November 2019 wird Milch und Molke aus dem Alpenraum zu Pulver verarbeitet, das Locker für die Herstellung seiner Produkte verwendet. Die Zusammenarbeit mit Brimi, einer Südtiroler Milchgenossenschaft, ermöglicht die Nutzung von Synergien.



## Migliorina und Collelungo (Toskana, Italien)

In Migliorina und Collelungo sind zwei landwirtschaftliche Betriebe für den Eigenanbau von Haselnüssen in Betrieb. Die gesamte Anbaufläche beträgt 270 Hektar.





# Die Marke Loacker weiterentwickeln

## Unternehmensführung und Politik

Die Marke Loacker ist das wertvollste Gut der Unternehmensgruppe Loacker. Sie ermöglicht uns, eine breite Kundschaft langfristig zu binden, unsere Produkte erfolgreich am Markt zu platzieren, gesundes Wachstum zu erzielen und unsere Marktführerschaft zu sichern. Richtig geführt ist die Marke Loacker der Garant für nachhaltige Ertragskraft. Unsere kontinuierliche Aufgabe sehen wir darin, den Erfolg aus der Vergangenheit fortzuführen, im Sinne der Marke Loacker zu entscheiden und zu handeln und somit diese tagtäglich zu stärken. Im Jahr 2006 setzte die Unternehmensleitung einen Brand Management Prozess in Gang, der die dafür erforderlichen Instrumente bereitstellt. Sämtliche Unternehmens- und Markenführungsinstrumente wurden dabei in eine zwingende Ordnungsstruktur integriert.

### Mission

**Wir bereiten Menschen weltweit Freude mit leicht bekömmlichem, natürlichem Genuss.**

Jeder Mensch, der mit der Marke in Kontakt tritt, soll die bestmögliche Loacker Erfahrung erleben: Für eine internationale Marke setzt dieser Ansatz eine globale Perspektive voraus. Die Marke Loacker schafft eine universelle Bindung, die für zukünftige Generationen überall auf der Welt erhalten werden soll.

Ganz egal ob es sich um einen älteren Herrn, eine junge Frau oder ein Kind handelt: sie alle sollen den Unterschied spüren, wenn sie den natürlichen, freundlichen, leidenschaftlichen und authentischen Loacker Moment erleben.

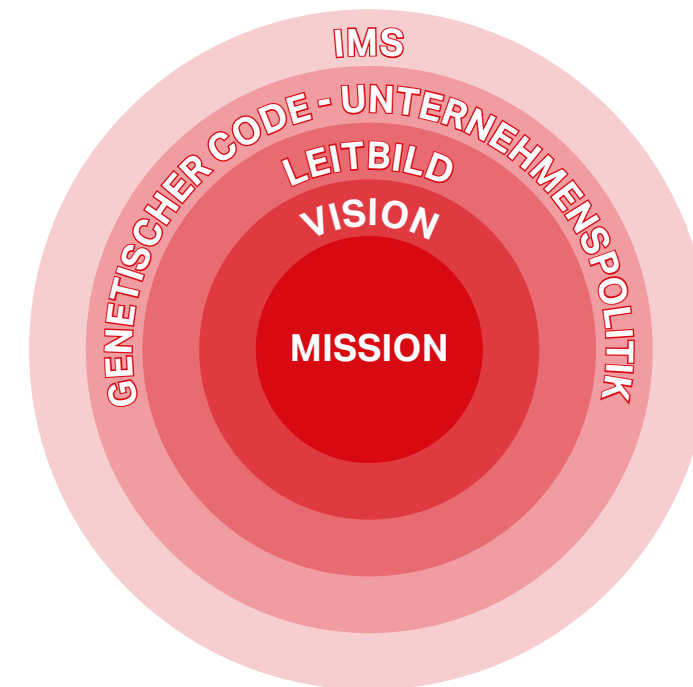
### Vision

**Die Marke Loacker soll Menschen auf der ganzen Welt ansprechen und berühren.**

Unsere Markengeschäfte und Café-Konditoreien begeistern unsere Kunden und Gäste mit einem herausragenden Erlebnis, welches sie gerne wiederholen.

Die Nähe zum Konsumenten und die Auseinandersetzung mit seinen Bedürfnissen sind für uns Antrieb und Motivation für ständige Innovation und Diversifikation.

Dabei übernehmen wir Verantwortung für Mensch und Natur in der gesamten Wertschöpfungskette.



### Genetischer Code

Der Genetische Code der Marke Loacker ist das Erfolgsmuster der Marke. Er umfasst alle Bausteine, die das Unternehmen zum Erfolg geführt haben und bildet diese in einer stringenten Ordnung nach Ursache und Wirkung ab. Daraus wurde auch die Positionierung der Marke abgeleitet. Aufgrund seiner langfristigen Gültigkeit ist der Genetische Code der Maßstab für alle aktuellen und zukünftigen Handlungen.

### Markenverfassung

Um die Inhalte des Genetischen Codes jedem Mitarbeiter für seinen spezifischen Aufgabenbereich zugänglich zu machen, wurde dieser um die Markenverfassung erweitert und in Paragraphen pro Leistungsbereich bzw. Abteilung übersetzt.

Die Markenverfassung ist Handlungsanleitung für den Umgang mit der Marke bei allen Geschäftsprozessen. Sie garantiert

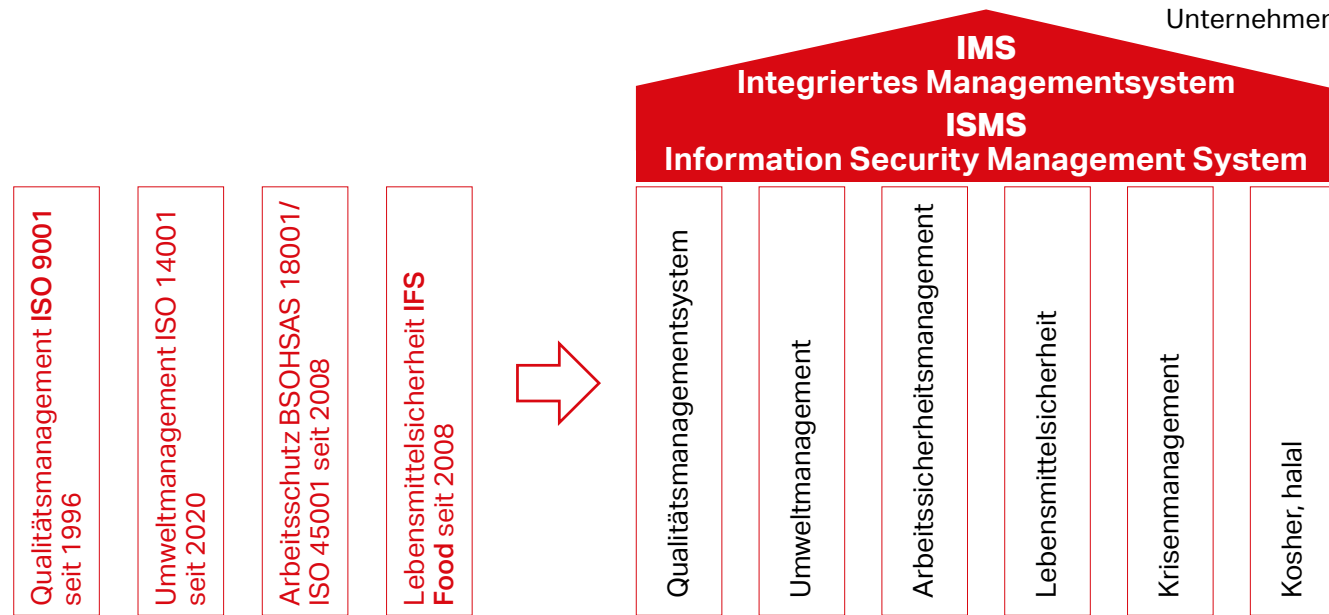
eine selbständige Weiterentwicklung der Marke Loacker. Zu verstehen ist sie als Handlungsanleitung für das Tagesgeschäft mit der Marke Loacker bei allen Geschäftsprozessen. Damit stehen allen Mitarbeitern Regeln und Orientierungshilfen zur Verfügung, um den gemeinsamen Erfolg zu steuern. Die Markenverfassung ist für alle Mitarbeiter verbindlich und gilt für sämtliche Bereiche des Unternehmens weltweit. Das Regelwerk bietet dabei genügend Gestaltungsfreiraum zur Entfaltung von Kreativität und Eigeninitiative.

### Funktionale Strategien und Integriertes Managementsystem

Loacker arbeitet in einem sich ständig verändernden Umfeld. Aufgrund der fortschreitenden Internationalisierung und der Ausweitung auf neue Geschäftsfelder wuchs das Unternehmen in den letzten Jahren in hohem Ausmaß. Dies bedarf einer darauf abgestimmten Organisations- und Mitarbeiterentwicklung,

einer vernetzten Steuerung und Integration aller Bereiche in die gesamte Unternehmensgruppe.

2011 wurden sämtliche Führungsinstrumente in einem integrierten Managementsystem (IMS) gebündelt. Das IMS unterstützt die ganzheitliche Unternehmensführung, nutzt Synergien und vermeidet Überschneidungen oder widersprüchliche Regelungen. Die Unternehmensgruppe wurde 2013 in einer Makroorganisation neu ausgerichtet und durch das neue Ressort Kultur-, Organisations- und Mitarbeiterentwicklung ergänzt.



**Funktionale Strategien und ihre Managementsysteme/instrumente**

**Qualitäts- und Lebensmittelsicherheitspolitik/ Kundenanforderungen**

IFS Food **HALAL** **HACCP** **Bio-Siegel**  
 Qualitätsmanagement **Kosher**  
**ISO 9001**

**Umweltpolitik**

**Umweltmanagement**  
**ISO 14001**

**Verantwortungsvolle Unternehmensführung (CSR)**

**Sedex/SMETA**  
**UN Global Compact**

**Arbeitssicherheitspolitik**

**Arbeitssicherheitsmanagement**  
**ISO 45001**

**Markenpolitik** Brand Book

**MARKEN - ARCHITEKTUR**  
**Sortimentsarchitektur**

**Risikomanagementpolitik**

**Risiko**management

**Marketingpolitik**

Produkt/Sortiment  
**VERKAUF/DISTRIBUTION**  
 Preis/Kondition **Werbung/Verkaufsförderung**  
**Merchandising**

**Innovationspolitik**

**Innovations**management

**Finanzpolitik**

**Finanz**management

**Personalpolitik**

**Bedarf-** und Einsatzplanung  
**ZIELABLEITUNG**  
 Führungskräfte-Entwicklung  
**Rekrutierung und Einführung**  
 Anreiz-Beitrags-Systeme  
 Mitarbeiter-entwicklung

**Krisenmanagementpolitik**

**Krisenmanage-**mentsystem

# Leitbild der Unternehmensgruppe Loacker

Im Leitbild der Unternehmensgruppe sind die zentralen gemeinsamen Auffassungen beschrieben.

**Leicht bekömmlicher, natürlicher Genuss**

Der Mittelpunkt unseres unternehmerischen Handelns liegt darin, unseren Konsumenten leicht bekömmlichen, natürlichen Genuss zu bieten. Oberste Zielsetzung unseres unternehmerischen Handelns ist es, die Marke Loacker im Kopf und Herzen unserer Konsumenten weltweit als Synonym für einzigartige Qualität und leicht bekömmlichen, natürlichen Genuss zu verankern. Die Kernleistungen der Marke selbstständig weiterzuentwickeln und den Kundennutzen nachhaltig zu stärken, ist unsere kontinuierliche Herausforderung.

**Höchster Qualitätsanspruch**

Um die Position als führender internationaler Markenartikelhersteller zu erreichen und zu festigen, ist unser Denken und Handeln geprägt von höchstem Qualitätsanspruch. Daher ist es unverzichtbar, unsere Produkte und Leistungen ständig den Anforderungen unserer internen und externen Kunden entsprechend zu verbessern.

Jeder Mitarbeiter ist gefordert, aus innerer Grundeinstellung gemäß seiner Verantwortung sich selbst weiterzuentwickeln sowie sein Arbeitsumfeld und seine Prozesse kundenorientiert zu optimieren.

**Ökologische Verantwortung**

Wir sehen es als unsere Pflicht und täglich wiederkehrende Herausforderung in unserem unternehmerischen Handeln, die Natur zu erhalten und unsere ökologische Verantwortung bewusst wahrzunehmen. Dies resultiert aus unserer tiefen Überzeugung, dass ökologisches Verhalten und unternehmerisches Handeln sich langfristig nutzbringend ergänzen.

**Wertvolle Mitarbeiter**

Unsere Mitarbeiter sind entscheidend für die positive Entwicklung unseres Unternehmens. Fähigkeiten und Erfahrungsschatz, Einsatz und Engagement, Begeisterung und Leidenschaft sind die Voraussetzung, um den hohen Anforderungen, die wir und andere an uns stellen, gerecht zu werden. Wir fordern und fördern fachliche und persönliche Weiterentwicklung und sind bestrebt, ein Umfeld zu schaffen, in dem die Mitarbeiter sich entfalten und wachsen können, Sinn finden, Verantwortung übernehmen und damit Höchstleistungen erbringen können.

**Innovation und Technologievorsprung**

Durch intensive Forschung und Entwicklung, Weiterentwicklung unserer technologischen Kompetenzen und Innovation stärken wir konsequent unsere Position in den Kernmärkten Waffeln und Premium-Feingebäck und erschließen angrenzende Marktsegmente unter Wahrung unseres hohen Qualitätsanspruches sowie höchstmöglicher Synergien.

**Einzigkeit**

Beste, natürliche Rohstoffe, hochwertige Rezepturen sowie schonende Verarbeitung mit modernster Fertigungstechnologie sind seit Generationen der Garant für die einzigartige Qualität unserer Produkte. Ein intaktes natürliches Umfeld ist entscheidendes Kriterium für die Auswahl unserer Produktionsstandorte: Wasser, Luft und Klima der Berge sind wichtige Fundamente unserer Qualität.

**Fairness und langfristige Zusammenarbeit**

Unser Auftreten nach außen ist gekennzeichnet durch ein faires Wettbewerbsverhalten, solide und langfristige Geschäftsbeziehungen zu Kunden und Lieferanten und gute Zusammenarbeit mit den öffentlichen Institutionen.



Als international orientiertes Unternehmen arbeiten wir mit Menschen verschiedener Kulturen und Sprachen innerhalb und außerhalb des Unternehmens zusammen. Die Denkweise des Anderen zu verstehen und zu respektieren, sich offen und ehrlich zu begegnen und einen wertschätzenden Umgang zu pflegen, sehen wir als Basis für gemeinsames Wachstum und gewinnbringende, langfristige Zusammenarbeit.

### Unabhängigkeit

Gesundes Wachstum, Risikostreuung, Rentabilität und überwiegende Eigenfinanzierung garantieren unsere finanzielle Stabilität und langfristige Unabhängigkeit als Familienunternehmen. Wir wollen stets selbst über die Weiterentwicklung unseres Unternehmens entscheiden.

### Der Schlern

Blickt man vom Stammwerk in Unterinn auf die gegenüberliegende Bergseite, fällt einem sofort der Schlern ins Auge – ein sagenumwobenes Bergmassiv der Dolomiten. Der Berg steht für Tradition, Natürlichkeit und Ehrlichkeit, und Loacker steht mit seinen Produkten für diese Grundsätze.

Der Schlern ist daher sinnbildlich auf jeder Loacker-Produktpackung abgebildet.



# Über diesen Nachhaltigkeitsbericht

Dies ist die vierte, aktualisierte Ausgabe des Loacker-Nachhaltigkeitsberichts. Die darin enthaltenen Informationen beziehen sich auf alle der Unternehmensgruppe Loacker zugehörigen Tochterunternehmen und Niederlassungen; der Berichtszeitraum und ein Großteil der Kennzahlen umfassen die Jahre 2009-2021.

Wir orientierten uns an den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) als weltweit anerkannte Basis für Vergleichbarkeit und Transparenz. Zugrunde liegen dabei die GRI G4-Leitlinien, die ab 2016 verbindlich sind. Das Redaktionsteam konzentrierte sich auf die für das Unternehmen wesentlichen Inhalte und Leistungsindikatoren: Zur Bewertung der Wesentlichkeit wurden sowohl die Managementrelevanz für das Unternehmen als auch die uns bekannten Stakeholder-Erwartungen berücksichtigt. Eine Ausweitung der Kennzahlenstruktur zur Überprüfung und Steuerung der Nachhaltigkeitsleistung sind geplant. Der Bericht ist in Übereinstimmung mit der sogenannten Core Option (Kernoption). Darüber hinaus berichten wir zu weiteren Indikatoren und Themen, die einen starken Bezug zu den Nachhaltigkeitsschwerpunkten von Loacker haben. Der Loacker Nachhaltigkeitsbericht wird in einem zweijährigen Zyklus aktualisiert.

Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichten Lesbarkeit die männliche Form verwendet wurde.

### Kontakt:

**Hans-Peter Dejakum,**  
info@loacker.com

**Unternehmenssprecher und  
Mitglied der Unternehmensleitung**

# GRI-Index

## Allgemeine Standardangaben

<b>Strategie und Analyse</b>	
G4-1 Vorwort der Geschäftsführung	S. 6
G4-2 Auswirkungen, Chancen und Risiken	Nachhaltigkeit im Unternehmen, S. 11
<b>Organisationsprofil</b>	
G4-3 Namen des Unternehmens	Unternehmen, S. 64
G4-4 Marken, Produkte und Dienstleistungen	Unternehmen, S. 72ff
G4-5 Hauptsitz	Unternehmen, S. 74
G4-6 Standorte	Unternehmen, S. 74
G4-7 Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	Unternehmen, S. 66
G4-8 Absatzmärkte	Unternehmen, S. 68
G4-9 Größe der Organisation	Unternehmen, S. 66, Mitarbeiter, S. 54
G4-10 Gesamtbelegschaft	Mitarbeiter, S. 54
G4-11 Mitarbeiter mit Kollektivvereinbarung	Für alle Mitarbeiter der Unternehmensgruppe gelten die nationalen Kollektivvereinbarungen.
G4-12 Lieferkette der Organisation	Produktqualität mit Verantwortung, S. 22ff
G4-13 signifikante Veränderungen der Größe, Struktur, Eigentumsverhältnisse der Organisation im Berichtszeitraum	Unternehmen, S. 87
G4-14 Umsetzung des Vorsorgeprinzips	Unternehmen, S. 78
G4-15 Teilnahme an Chartas, Prinzipien, Initiativen	keine Angabe
G4-16 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessensvertretungen	Nachhaltigkeit im Unternehmen, S. 19
<b>Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen</b>	
G4-17 Berücksichtigte Unternehmen	Unternehmen, S. 66
G4-18 Festlegung der Berichtsinhalte	Nachhaltigkeit im Unternehmen, S. 16ff
G4-19 wesentliche Aspekte	Nachhaltigkeit im Unternehmen, S. 17
G4-20 Abgrenzung der wesentlichen Aspekte innerhalb des Unternehmens	Nachhaltigkeit im Unternehmen, S. 12ff
G4-21 Abgrenzung der wesentlichen Aspekte außerhalb des Unternehmens	Nachhaltigkeit im Unternehmen, S. 12ff
G4-22 Neudarstellung in der Berichterstattung	nicht relevant, da dies der erste Loacker Nachhaltigkeitsbericht in vierter Fassung ist
G4-23 Änderungen im Umfang der Aspekte	nicht relevant, da dies der erste Loacker Nachhaltigkeitsbericht in vierter Fassung ist
<b>Einbindung von Stakeholdern</b>	
G4-24 eingebundene Stakeholder	Nachhaltigkeit im Unternehmen, S. 18
G4-25 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	Nachhaltigkeit im Unternehmen, S. 18
G4-26 Einbindung der Stakeholder	Nachhaltigkeit im Unternehmen, S. 18

G4-27 Themen und Anliegen der Stakeholder	Nachhaltigkeit im Unternehmen, S. 17
<b>Berichtsprofil</b>	
G4-28 Berichtszeitraum	S. 83
G4-29 Datum des vorherigen Berichtes	S. 83
G4-30 Berichtszyklus	S. 83
G4-31 Kontaktstelle	S. 83
G4-32 Option zu GRI-Index	in Übereinstimmung - Kern
G4-33 Externe Prüfung	keine externe Prüfung
<b>Unternehmensführung</b>	
G4-34 Führungsstruktur, Kontrollorgane und CSR	Unternehmen, S. 78ff
G4-35 bis G4-55 Rolle und Zuständigkeiten des höchsten Kontrollorgans, Struktur der Unternehmensführung, Vergütungen	nicht Inhalt der gewählten GRI-Option
<b>Ethik und Integrität</b>	
G4-56 Interne Leitbilder, Grundsätze, Verhaltensstandards	Unternehmen, S. 79
G4-57 Interne und externe Verfahren	nicht Inhalt der gewählten GRI-Option
G4-58 Verfahren für die Meldung	nicht Inhalt der gewählten GRI-Option

## Spezifische Standardangaben

<b>ÖKONOMIE</b>	
<b>Wirtschaftliche Leistung</b>	
G4-EC1 erwirtschafteter Wert	Unternehmen, S. 6
G4-EC2 Folgen des Klimawandels	Derzeit keine wesentlichen Risiken oder Chancen
G4-EC3 Deckung des Pensionsplans	nicht thematisiert
G4-EC4 öffentliche Subventionen	keine Angabe
<b>Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen</b>	
G4-EC7 Auswirkungen von Investitionen	Gesellschaft, S. 60
G4-EC8 Beispiele für Auswirkungen	Gesellschaft, S. 60
<b>Beschaffung</b>	
G4-EC9 Anteil lokaler Lieferanten	Produktqualität mit Verantwortung, S. 27
<b>ÖKOLOGIE</b>	
<b>Materialien</b>	
G4-EN1 Eingesetzte Materialien	Produktqualität S. 22ff, Umweltschutz, S. 35
G4-EN2 Anteil Sekundärrohstoffe	Produktqualität mit Verantwortung S. 22
<b>Energie</b>	
G4-EN3 Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 39
G4-EN4 Energieverbrauch außerhalb des Unternehmens	nicht erhoben



G4-EN5 Energieintensität	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 39ff
G4-EN6 Verringerung des Energieverbrauchs	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 39ff
G4-EN7 Senkung des Energiebedarfs	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 39ff
<b>Wasser</b>	
G4-EN Wasserentnahme	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 40
G4-EN9 Beeinträchtigte Wasserquellen	nicht relevant, da keine Beeinträchtigung
G4-EN 10 Anteil aufbereitetes Wasser	keine Angabe
<b>Biodiversität</b>	
G4-EN11- EN14 Standorte in oder an Schutzgebieten, Auswirkungen auf die Biodiversität, geschützte Lebensräume und Arten	Kein Standort befindet sich in einem Schutzgebiet bzw. in direkter Nachbarschaft davon
<b>Emissionen</b>	
G4-EN15 Direkte THG-Emissionen	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 39
G4-EN16 Indirekte THG-Emissionen	keine Angabe
G4-EN18 Intensität der THG-Emissionen	220 kg CO <sub>2</sub> / produzierte Tonne
G4-EN19 Reduktion der THG-Emissionen	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 39
G4-EN120 Emissionen ozonabbauender Stoffe	Der Indikator ist aufgrund der geringen Entstehung von Emissionen nicht relevant.
G4-EN21 Stickoxide, Schwefeloxide und andere signifikante Luftemissionen	Der Indikator ist aufgrund der geringen Entstehung von Emissionen nicht relevant.
<b>Abwasser und Abfall</b>	
G4-EN22 Gesamtvolumen Abwasser	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 40
G4-EN23 Gesamtgewicht Abfall	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 40
G4-EN 24 Anzahl und Umfang der Umweltschäden	keine Vorfälle zu verzeichnen
G4-EN25 Gesamtgewicht gefährlichen Abfalls	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 40
G4-EN26 Schutz von Gewässern	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 40
<b>Produkte und Dienstleistungen</b>	
G4-EN27 Verringerung ökologischer Auswirkungen	Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen, S. 39
G4-EN28 zurückgenommene Produkte und Verpackungen	nicht berichtet
<b>Compliance</b>	
G4-EN29 Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften	Es sind im Berichtszeitraum keine Bußgelder zu verzeichnen

<b>Transport</b>	
G4-EN30 ökologische Auswirkungen durch den Transport	noch nicht erhoben
<b>Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte</b>	
G4-EN32 Anteil überprüfter neuer Lieferanten	Produktqualität mit Verantwortung, S. 30
G4-EN33 Überprüfung Lieferkette	Produktqualität mit Verantwortung, S. 30
<b>Beschwerdeverfahren hinsichtlich ökologischer Aspekte</b>	
G4-En34 Anzahl Beschwerden	keine Beschwerden im Berichtszeitraum zu verzeichnen
GESELLSCHAFT	
Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung	
<b>Beschäftigung</b>	
G4-LA1 Gesamtanzahl neue Mitarbeiter und Personalfuktuation	Mitarbeiter, S. 55
G4-LA2 Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigte erhalten	Es werden keine Unterschiede zwischen Vollzeit- und Teilzeitkräften gemacht.
G4-LA3 Rückkehrtrate an den Arbeitsplatz nach Elternzeit	Mitarbeiter, S. 56
<b>Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Verhältnis</b>	
G4-LA4 Mindestmitteilungsfristen	nicht relevant
<b>Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</b>	
G4-LA5 Formelle Mitarbeitersausschüsse	Dienststelle für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
G4-LA6 Anzahl und Art von Unfällen	keine Angaben
G4-LA7 Erkrankungsgefährdung	keine Angaben
G4-LA8 Einbezug Gewerkschaften	keine Angaben
<b>Aus- und Weiterbildung</b>	
G4-LA9 Umfang Aus- und Weiterbildung	Mitarbeiter, S. 52
G4-LA10 Weiterbildungsprogramme	Mitarbeiter, S. 52
G4-LA11 Mitarbeiterbeurteilung	Mitarbeiter, S. 52
<b>Vielfalt und Chancengleichheit</b>	
G4-LA12 Geschlecht, Altersgruppen, Minderheiten	Mitarbeiter, S. 54
<b>Männer und Frauen</b>	
G4-LA13 Geschlechterspezifische Unterschiede in der Entlohnung	Daten zur Entlohnung werden nicht veröffentlicht
<b>Bewertung Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken</b>	
G4-LA14 Anteil überprüfter neuer Lieferanten	Es wurden keine Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken überprüft
G4-LA15 Erhobene tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen in der Lieferkette	Nicht erhoben

<b>Beschwerdeverfahren hinsichtlich Arbeitspraktiken</b>	
G4-LA16 Anzahl Beschwerden	keine Beschwerden
Menschenrechte	
<b>Investitionen</b>	
G4-HR 1 Investitionsvorhaben, die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden	Keine Investitionen in Regionen getätigt, in denen die Menschenrechtslage besorgniserregend ist
G4-HR2 Schulung der Mitarbeiter bezüglich Menschenrechten	keine spezielle Schulung zu Menschenrechten
<b>Gleichbehandlung</b>	
G4-HR3 Vorfälle von Diskriminierung	keine Vorfälle im Bezugsjahr
<b>Beschwerdeverfahren</b>	
G4-HR12 Anzahl Beschwerden in Bezug auf Menschenrechte	keine Beschwerden zu verzeichnen
<b>Gesellschaft</b>	
<b>Lokale Gemeinschaften</b>	
G4-SO1 Einbindung lokaler Gemeinschaften an den Standorten	Gesellschaft, S. 61
G4-SO2 Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf lokale Gemeinschaften	Gesellschaft, S. 61
<b>Korruptionsbekämpfung</b>	
G4-SO3 überprüfte Standorte	Kontinuierliche Kontrollen durch Wirtschaftsprüfer und Finanzcontrolling schließen Korruptionsrisiko aus
G4-SO4 Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	Keine Schulung
G4-SO5 Korruptionsfälle	Keine Vorfälle im Unternehmen
<b>Wettbewerbswidriges Verhalten</b>	
G4-SO7 Anzahl Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten bzw. Kartell- und Monopolbildung	Keine Verfahren zu verzeichnen
<b>Compliance</b>	
G4-SO8 Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	Keine Sanktionen zu verzeichnen
<b>Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen</b>	
G4-SO9 Anteil überprüfter neuer Lieferanten	Keine Auswertungen
G4-SO10 Lieferkette	Keine Auswertungen
Produktverantwortung	
<b>Kundengesundheit und –sicherheit</b>	
G4-PR1 Gesundheits- und Sicherheitskontrollen	Produktqualität mit Verantwortung, S. 22
G4-PR2 Anzahl von Vorfällen	2 Fälle von nicht korrekter Auslobung
<b>Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen</b>	
G4-PR3 Produktkennzeichnungspflichten	Einhaltung aller nationalen und internationalen Gesetze

G4-PR4 Anzahl von Vorfällen/Sanktionen	keine Sanktionen
G4-PR5 Umfragen Kundenzufriedenheit	Produktqualität mit Verantwortung, S. 22
<b>Werbung/Marketing</b>	
G4-PR6 Verkauf verbotener/umstrittener Produkte	Keine Vorfälle zu verzeichnen
G4-PR7 Nichteinhaltung von Vorschriften	Keine Vorfälle zu verzeichnen
<b>Schutz der Privatsphäre des Kunden</b>	
G4-PR8 Anzahl Beschwerden	Keine Beschwerden zu verzeichnen
<b>Compliance</b>	
G4-PR9 Anzahl und Höhe Bußgelder	Keine Bußgelder zu verzeichnen



# Che bontà!

Pure goodness! ピュアな美味しさ!  
자연에서 온 순수한 맛!! منبع الخير!!  
¡Qué bueno! Natürlich gut!  
לואקר זה טעים, לואקר זה מדהים!  
Komadić dobrote! Saveur pure!