



NACHHALTIGKEITSBERICHT HIGHLIGHTS 2025



INHALTSÜBERSICHT

VORWORT	3
NATURE'S PRIDE: DER PARTNER FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM	4
UNSER SORGE FÜR MENSCH UND NATUR	6
HIGHLIGHTS 2025	9
• Verantwortung für Menschen	11
• Verbesserung der Arbeitsbedingungen	12
• Zufriedene und stolze Mitarbeiter	13
Nature's Pride Foundation	14
Verantwortung für Natur	15
• Verantwortungsvolle Wasserbewirtschaftung in unseren Anbaugebieten	16
• Erhaltung und Wiederherstellung der Biodiversität	18
• Reduzierung unserer Emissionen	19
ERGEBNISSE 2025 - ZUSAMMENFASSUNG	21



VORWORT

Nature's Pride wurde mit einer ausgeprägten Hands-on-Mentalität und der Überzeugung gegründet, dass Zusammenarbeit entscheidend für den Erfolg ist. Die Überzeugung, dass echter Erfolg nur durch Zusammenarbeit entsteht, prägt unser Handeln bis heute. Gemeinsam mit Erzeugern, Kunden und Partnern entlang unserer gesamten Lieferkette setzen wir uns dafür ein, neue Maßstäbe zu entwickeln – für den Schutz von Mensch und Natur.

Ich glaube fest daran: Wenn Menschen aus innerem Antrieb handeln, den Mut haben, neue Wege zu gehen, und andere begeistern, sich ihnen anzuschließen, entsteht echte Veränderung. Aus diesem Anspruch heraus haben wir im Jahr 2025 unsere Vision, Mission und Strategie neu definiert. Unser Ziel: Zusammenarbeit und Zukunftsfähigkeit noch enger miteinander zu verbinden. Unsere Mission bringt es auf den Punkt: ‚Der Partner für nachhaltiges Wachstum‘. Für uns bedeutet das, Wachstum ganzheitlich zu denken – sozial, ökologisch und wirtschaftlich. Nicht mit Blick auf kurzfristige Erfolge, sondern auf dauerhafte Wirkung. So übernehmen wir Verantwortung für unsere Branche und gestalten aktiv eine lebenswerte Zukunft – heute und für kommende Generationen.

Gemeinsam mit unseren Partnern haben wir im Jahr 2025 wichtige Fortschritte in den zentralen Handlungsfeldern unserer

Nachhaltigkeitsstrategie erzielt: soziales Wohlergehen, Wassermanagement, Biodiversität und Klimaschutz. Ein Meilenstein: Seit 2025 ist unser gesamtes Produktvolumen sozial zertifiziert. Bereits 2006 haben wir eigene Standards für soziales Wohlergehen entwickelt – zu einer Zeit, in der es noch kaum vergleichbare Vorgaben gab. Dass heute 100 % unseres Volumens zertifiziert sind, zeigt, was konsequentes, langfristiges Engagement bewirken kann. In Ländern wie Peru, Chile und Spanien treiben wir gemeinsam kollektive Initiativen voran, um den Wasserverbrauch in unseren Anbaugebieten nachhaltig ins Gleichgewicht zu bringen. Darüber hinaus haben wir einen umfassenden Prozess zur Bewertung von Naturauswirkungen initiiert. Wir analysierten mehr als 250 Produkt-Land-Kombinationen hinsichtlich ihrer Auswirkungen und Risiken in den Bereichen Wasser, Biodiversität und Klima. Für die wichtigsten 15 Kombinationen führten wir vertiefende Analysen durch. Diese Erkenntnisse helfen uns, fundierte Entscheidungen zu treffen und unsere Nachhaltigkeitsstrategie gezielt weiterzuentwickeln.

Mein besonderer Dank gilt all unseren Partnern. Die erzielten Ergebnisse sind nicht nur ein gemeinsamer Erfolg – sie sind der beste Beweis dafür, dass wir zusammen echte Veränderung möglich machen.



Adrielle Dankier
CEO Nature's Pride



NATURE'S PRIDE

DER PARTNER FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM

Bei Nature's Pride möchten wir, dass jeder Obst und Gemüse genießen kann, nicht nur heute, sondern auch in Zukunft.

Um dies zu erreichen, glauben wir an die Kraft der Zusammenarbeit. Deshalb arbeiten wir eng mit engagierten Erzeugern und Kunden zusammen, die unsere Werte teilen. Wir verstehen uns als verbindendes Glied innerhalb der Lieferkette: Wir teilen Wissen, übernehmen Verantwortung und streben voraus. Mit unserer langjährigen Expertise in Bezug auf Qualität, Fürsorge für Mensch und Natur, sowie einer klaren Kategorievision verstärken wir unsere gemeinsame Wirkung. Gemeinsam bauen wir eine Lieferkette, die heute inspiriert und morgen weiter wächst. Ein zukunftsorientierter Ansatz, der sowohl Partnern als auch Konsumenten Vertrauen gibt: Vertrauen darauf, dass unsere Produkte gesund, geschmackvoll und fair produziert sind.

So schaffen wir nachhaltiges Wachstum, damit jeder weiterhin Obst und Gemüse genießen kann.

Darauf sind wir seit mehr als 25 Jahren sehr stolz



Im Jahr 2025 haben wir unsere Vision, Mission und Strategie neu ausgerichtet. Damit unterstreichen wir unseren Anspruch, Vorreiter in unserer Branche zu sein und als zukunftsorientierter Partner Verantwortung zu übernehmen. Wir entscheiden uns bewusst für ein Wachstum, das über den Moment hinausgeht – ein Wachstum, das langfristig Mehrwert schafft.

Unsere Vision:

GEMEINSAM SORGEN WIR DAFÜR, DASS JEDER OBST UND GEMÜSE GENIEßEN KANN - HEUTE UND MORGEN.

Unser Ziel ist klar: Wir möchten allen Menschen den Zugang zu frischem Obst und Gemüse ermöglichen – jetzt und in Zukunft. Dafür bauen wir an einer Lieferkette, die Chancen schafft und

Mehrwert für alle Beteiligten bietet. Dieses Ziel erreichen wir nur gemeinsam.

Unsere Mission:

DER PARTNER FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM

Wir sind der Partner für nachhaltiges Wachstum. Wir stehen für nachhaltiges Wachstum – sozial, ökologisch und wirtschaftlich. Jeden Tag arbeiten wir daran, die Lieferkette effizienter, gerechter und zukunftssicher zu gestalten. Nicht mit Blick auf kurzfristige Erfolge, sondern mit dem Anspruch, dauerhaft Wirkung zu erzielen. So übernehmen wir Verantwortung und gestalten gemeinsam eine nachhaltige Zukunft.

UNSERE SORGE FÜR MENSCH UND NATUR

Seit unserer Gründung im Jahr 2001 ist die Verantwortung für Mensch und Natur ein zentraler Bestandteil unseres Handelns. Deshalb setzen wir auf branchenweite, lieferkettenübergreifende Zusammenarbeit sowie auf unabhängige Überprüfungen. So treiben wir Verbesserungen in den Bereichen soziales Wohlergehen, Wasser, Biodiversität und Klima aktiv voran. Als Vorreiter unserer Branche verstehen wir es als unsere Aufgabe, die Messlatte für Nachhaltigkeit immer wieder neu zu definieren und kontinuierlich anzuheben.

Im Jahr 2024 haben wir unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie für die kommenden fünf Jahre vorgestellt. Mit ihr bauen wir auf den bereits erzielten Fortschritten auf. Ein zentraler Ausgangspunkt war eine umfassende Due-Diligence-Prüfung. In diesem Prozess haben wir die Risiken und Auswirkungen unserer eigenen Aktivitäten sowie der unserer Partner in der Lieferkette systematisch untersucht. Diese tiefgehenden Einblicke ermöglichen es uns, gezielt Prioritäten zu setzen und wirkungsvolle Entscheidungen für die Zukunft zu treffen. Bevor wir unsere Strategie finalisiert haben, haben wir den Dialog mit ausgewählten Erzeugern, Lieferanten, Kunden und NGOs gesucht. Ihr kritisches Feedback hat uns geholfen, unsere Ansätze weiter zu schärfen und sicherzustellen, dass unsere Strategie nicht nur ambitioniert ist, sondern auch messbare Wirkung entfaltet.

MENSCH



Menschliches Wohlergehen

Kontinuierliche Verbesserung der Arbeitsbedingungen und des Zugangs zu Wasser, Sanitäreinrichtungen und Hygiene in Zusammenarbeit mit unseren Züchtern

NATUR



Wasser

Verantwortungsvolle Wasserbewirtschaftung in unseren Anbaugebieten



Biodiversität

Erhalt der Biodiversität in unseren Anbaugebieten



Klima

Reduktion der absoluten Scope-1-, Scope-2-, Scope-3-Emissionen sowie der Emissionen im Forst-, Land- & Agrarsektor (FLAG) im Einklang mit dem 1,5 °C-Ziel

Unsere Sorge für Mensch und Natur Strategie 2028 umfasst vier zentrale Schwerpunkte:

1. Verbesserung des Wohlbefindens der Menschen
2. Verantwortungsvolles Wassermanagement in unseren Anbaubereichen
3. Erhaltung und Wiederherstellung der Biodiversität
4. Reduzierung der Treibhausgasemissionen in den Kategorien Scope 1, 2, 3 sowie im Forst-, Land- & Agrarsektor (FLAG) entsprechend dem Pariser Klimaabkommen

Bereits etablierte Themen wie die Reduzierung von Lebensmittelverlusten und nachhaltige Verpackungen sind integraler Bestandteil dieser Strategie und im vierten Schwerpunkt verankert. Für alle Bereiche haben wir einen klaren Fahrplan mit ambitionierten Zielen bis 2028 entwickelt.

AKTUALISIERUNG DER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Im Jahr 2025 hat das Europäische Parlament beschlossen, die Anforderungen der Richtlinien CSRD und CSDDD anzupassen. Künftig gelten diese nur noch für Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitenden und einem Umsatz von über 450 Millionen Euro. Da diese Vorgaben somit nicht mehr auf Nature's Pride zutreffen, haben wir im Jahr 2025 ausgewählte Ziele unserer Nachhaltigkeitsstrategie überprüft und angepasst. Die angestrebte Wirkung unserer Ziele bleibt unverändert. Gleichzeitig legen wir künftig einen stärkeren Fokus auf konkrete Maßnahmen vor Ort statt auf formale Berichterstattung. So entfällt beispielsweise das bisherige CSRD-Ziel, wonach alle Partnerlieferanten einen eigenen Due-Diligence-Bericht erstellen müssen. Stattdessen setzen wir auf direkten Austausch und Zusammenarbeit, um gemeinsam Fortschritte im Schutz von Mensch und Natur zu erzielen. Auch im Bereich Biodiversität gehen wir einen Schritt weiter. Unser Ansatz basiert nun auf einer differenzierten Analyse von Risiken und Auswirkungen, die speziell auf unsere Lieferkette und die jeweiligen Standorte zugeschnitten ist. Diese Weiterentwicklungen fließen im Jahr 2026 in eine umfassende Zwischenbewertung unserer Strategie ein.





Nature's
Pride

acp

acp

CP CERRO PRIETO

HIGHLIGHTS

2025

Auch im Jahr 2025 haben wir wichtige Fortschritte erzielt. In diesem Bericht stellen wir ausgewählte Highlights vor. Gemeinsam mit unseren Partnern haben wir wirkungsvolle Ergebnisse erreicht, auf die wir sehr stolz sind.

ERZEUGER UND KUNDEN VERBINDEN – ZUSAMMENARBEIT STÄRKEN

Wir sind überzeugt: Wenn Erzeuger und Kunden direkt miteinander in Kontakt treten, entsteht mehr Verständnis, mehr Vertrauen und eine stärkere Zusammenarbeit. Im Jahr 2025 besuchten wir gemeinsam mit Rema 1000 Norwegen, Rema 1000 Dänemark und Bama Sourcing unsere Partner Agrokasa, einen Erzeuger von Avocados und Heidelbeeren, sowie Agrícola Cerro Prieto (ACP), einen Erzeuger von Avocados und grünem Spargel in Peru. Vor Ort konnten unsere Kunden hautnah erleben, wie viel Engagement, Fachwissen und Sorgfalt in der Erzeugung hochwertiger Produkte stecken. Sie erhielten wertvolle Einblicke in die Maßnahmen zur Sicherstellung der Produktqualität sowie in Initiativen rund um Wassermanagement, CO₂-Reduktion und faire Arbeitsbedingungen. Gleichzeitig bekamen unsere Erzeuger ein besseres Verständnis für die Anforderungen des Marktes und die Erwartungen der Verbraucher – direkt aus der Perspektive von Rema 1000. Der Austausch war für alle Beteiligten inspirierend und hat einmal mehr gezeigt, wie wertvoll direkte Begegnungen sind.

WISSENSAUSTAUSCH MIT (INTER)NATIONALEN REGIERUNGSORGANISATIONEN

Um die großen Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit zu bewältigen, braucht es eine enge Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Politik. Im vergangenen Jahr durften wir im Rahmen des LVVN-Attaché-Netzwerks Landwirtschaftsexperten aus niederländischen Botschaften weltweit bei uns begrüßen. Ziel war es, unsere Erfahrungen in der nachhaltigen Zusammenarbeit entlang der Lieferkette zu teilen. In einer interaktiven Session mit Fachleuten des Ministeriums für Landwirtschaft, Fischerei, Ernährungssicherheit und Natur haben wir zudem beleuchtet, wie eng Landwirtschaft, Wasser und Biodiversität miteinander verbunden sind. Ein weiterer Höhepunkt war der Besuch einer hochrangigen Delegation aus Südafrika und Mosambik im Jahr 2025. Diese wurde vom Landwirtschaftsminister Mosambiks sowie dem stellvertretenden Generaldirektor für wirtschaftliche Entwicklung Südafrikas geleitet. Im Rahmen des Besuchs präsentierten wir unser Unternehmen, gaben Einblicke in unsere Arbeitsweise und diskutierten gemeinsam mit dem GroentenFruit Huis aktuelle Markttrends im Obst- und Gemüsektor.



VERANTWORTUNG FÜR MENSCHEN

Das Wohlergehen aller Beteiligten entlang unserer Wertschöpfungskette ist für uns von zentraler Bedeutung. Gemeinsam mit unseren Partnern setzen wir uns dafür ein, faire, sichere und würdige Arbeitsbedingungen für alle zu schaffen. Dabei handeln wir nach dem Prinzip der Gleichberechtigung – auf Grundlage partnerschaftlicher und respektvoller Beziehungen zu unseren Mitarbeitenden und Partnern. Für uns gilt: Jeder Mensch ist gleich, jeder zählt und jeder ist wichtig – innerhalb unserer Organisation ebenso wie entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette.



WOHLERGEHEN DER MENSCHEN

Verbesserung der Arbeitsbedingungen

Zehntausende Menschen weltweit bauen unser Obst und Gemüse an, ernten und verpacken es. Wir wählen die Produzenten aus, die dem Wohlergehen ihrer Arbeitnehmer Priorität einräumen. Gemeinsam entwickeln wir Arbeitsbedingungen kontinuierlich weiter – durch intensiven Austausch, persönliche Besuche und unabhängige Audits.

100 % SOZIAL ZERTIFIZIERTE ERZEUGER

Die Anwendung anerkannter Standards und Zertifizierungen sowie unabhängige Audits sind für uns zentrale Instrumente, um Arbeitsbedingungen in unserer Lieferkette zu überprüfen, transparent zu machen und weiterzuentwickeln. Bereits seit 2011 verlangen wir von unseren Erzeugern die Durchführung unabhängiger Sozialaudits. Ein wichtiger Meilenstein: Seit 2025 sind alle unsere Erzeuger nach anerkannten Standards aus dem [SIFAV Basket of Social Standards](#) zertifiziert. Damit ist unser gesamtes Produktvolumen sozial zertifiziert.

VERBESSERUNG DER WASH-EINRICHTUNGEN

WASH steht für den Zugang zu Wasser, Sanitärversorgung und Hygiene. Für uns ist WASH ein wirkungsvoller Hebel, um das Wohlergehen der Menschen in unserer Wertschöpfungskette nachhaltig zu stärken. Wir nutzen WASH gezielt, um Arbeitsbedingungen zu verbessern und das Thema Wohlergehen strukturell in der Zusammenarbeit mit unseren Partnern zu verankern. Im Jahr 2025 haben wir gemeinsam mit unserem peruanischen Erzeuger Agrícola Cerro Prieto (ACP) ein WASH-Projekt umgesetzt. Ausgangspunkt war eine Bewertung der bestehenden

WASH-Einrichtungen durch Hidrika, ein auf WASH spezialisiertes lokales Beratungsunternehmen. Die Analyse zeigte, dass die WASH-Strukturen bei ACP bereits gut organisiert und funktionsfähig sind. Gleichzeitig wurden konkrete Optimierungspotenziale identifiziert, etwa bei der Reparatur und regelmäßigen Wartung von Türschlössern in Sanitäranlagen sowie bei der Stärkung von Bewusstsein, Verhalten und Engagement der Mitarbeitenden. Auf Basis dieser Erkenntnisse setzte ACP verschiedene praktische Verbesserungsmaßnahmen um. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf der Einbindung der Mitarbeitenden: Gemeinsam entwickelten wir ein WASH-Botschafterprogramm, in dem 30 geschulte Mitarbeitende von ACP eine aktive Rolle übernehmen. Sie stehen ihren Kolleginnen und Kollegen als Ansprechpartner zur Seite und tragen dazu bei, das Thema im Arbeitsalltag zu verankern.

Die gewonnenen Erkenntnisse teilen wir aktiv mit weiteren Partnern. Unsere wichtigsten Erfahrungen haben wir in

einer [Fallstudie zusammengefasst, die auf unserer Website verfügbar ist.](#)



ZUFRIEDENE UND STOLZE MITARBEITER

Rund 450 Menschen arbeiten an unserem Standort in Maasdijk – Menschen, die mit Engagement, Fachwissen und Leidenschaft täglich Mehrwert schaffen. Sie bringen ihr Können mit Freude und Stolz ein – und genau das macht den Unterschied. Unser Anspruch ist klar: Alle Mitarbeitenden sollen sich gesehen, gehört und wertgeschätzt fühlen – und ihre Arbeit mit Freude und Stolz ausüben. Zweimal jährlich holen wir im Rahmen unserer Befragung ‚Your Voice Pulse‘ Feedback dazu ein, wie unsere Mitarbeitenden ihre Arbeit bei Nature’s Pride erleben. Dabei betrachten wir unter anderem Zufriedenheit, Engagement und Identifikation mit dem Unternehmen. Die Ergebnisse sprechen für sich: Seit Jahren liegen wir über dem Benchmark vergleichbarer Unternehmen in den Niederlanden. Auch die jüngste Erhebung aus dem Jahr 2025 bestätigt dieses Bild mit sehr guten Ergebnissen. Für die Aussagen ‚Ich bin mit Nature’s Pride als Arbeitgeber zufrieden‘ und ‚Ich bin stolz auf Nature’s Pride als Unternehmen‘ erreichten wir jeweils einen Durchschnittswert von 8,1 – deutlich über den Vergleichswerten von 7,2 und 7,4. Diese Ergebnisse zeigen: Unsere Kultur wirkt. Sie bestärken uns darin, unseren Weg als mitarbeiterorientierte Organisation konsequent weiterzugehen. Wir werden die Ergebnisse von ‚Your Voice Pulse‘ weiterhin gezielt nutzen – sowohl, um unsere Stärken zu sichern, als auch, um Bereiche mit Verbesserungspotenzial weiterzuentwickeln.



NATURE'S PRIDE FOUNDATION



Die Nature's Pride Foundation steht für konkrete Lösungen und neue Ideen, um die Herausforderungen unserer Branche aktiv anzugehen. Mit unseren Projekten fördern wir ein gesundes Lebensumfeld und tragen dazu bei, Lebensqualität nachhaltig zu verbessern. Unser Ziel ist es, das Wohlergehen von Menschen und Gemeinschaften in den Herkunftsländern unserer Produkte spürbar zu stärken.

ANLAGE VON WALDGÄRTEN

Seit 2022 engagiert sich die Nature's Pride Foundation für die Anlage von Waldgärten an öffentlichen Schulen in Peru. Ziel der Initiative ist es, den Zugang zu gesunden Lebensmitteln zu verbessern, das Bewusstsein für gesunde Ernährung zu stärken und den Schutz der Natur in den Unterricht zu integrieren. Dabei arbeiten wir eng mit Analpes (einer lokalen NGO), staatlichen Einrichtungen sowie zwei unserer Erzeuger zusammen: ACP, Erzeuger von Avocados und grünem Spargel, und Hortifrut, Erzeuger von Beeren. Ein besonderer Fokus liegt auf der Schulung von Lehrkräften und Eltern, damit sie die Waldgärten nachhaltig in den Unterricht einbinden und möglichst viele Schülerinnen und Schüler erreichen können. Unsere langfristige Vision ist es,

ein nachhaltiges Lebensumfeld zu schaffen, in dem Kinder und Jugendliche praxisnah etwas über gesunde Ernährung und Natur lernen und Schulen gemeinsam mit der lokalen Gemeinschaft eine grüne Lernumgebung gestalten. Damit trägt die Initiative zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen bei, insbesondere zu ‚Kein Hunger‘ und ‚Hochwertige Bildung‘.



Kennzahlen Programm Waldgärten 2025

- Im Jahr 2025 wurde das Programm ‚Waldgärten‘ von 6 auf 11 Schulen ausgeweitet. Die Initiative umfasst nun 11 Bildungseinrichtungen: 3 in Zusammenarbeit mit Hortifrut in Chao und 3 mit ACP in Chepén, eine Mischung aus Kindergärten, Grundschulen und weiterführenden Schulen. Insgesamt profitieren mehr als 5.800 Schülerinnen und Schüler von dem Programm.
- Im Jahr 2025 hat Analpes 42 Lehrkräfte, 334 Schüler und 108 Eltern in den Bereichen Bodenvorbereitung, Aussaat und Bepflanzung sowie im Verständnis des Ökosystems eines Waldgartens geschult.
- An den 11 Schulen wurden im Jahr 2025 insgesamt 1.212 m² Gartenfläche angelegt oder bepflanzt. Die erste Ernte wird im Jahr 2026 erwartet.
- Eine Umfrage Ende 2025 zeigte, dass das Vertrauen der Lehrkräfte in die eigenständige Bewirtschaftung der Gärten derzeit zwischen 40 % und 60 % liegt. Aus diesem Grund werden die technische Unterstützung und die Schulungsmaßnahmen in der ersten Hälfte des Jahres 2026 fortgesetzt.

SPENDE AN DIE TAFEL

Neben unserem Engagement in den Herkunftsländern möchten wir auch in unserem direkten Umfeld einen Beitrag zu einem gesunden Lebensstil leisten. Im Jahr 2025 hat die Nature's Pride Foundation daher die Organisation ‚Groente & Fruit Brigade‘ unterstützt. Dank dieser Spende konnte ein neuer Kühl-Lkw angeschafft werden, der die Abholung und Verteilung von frischem Obst und Gemüse an bedürftige Familien in den Niederlanden ermöglicht. Der Lkw ist in den Regionen Haaglanden und Rotterdam im Einsatz. Wir sind stolz auf die Zusammenarbeit mit einer so wichtigen und anerkannten Organisation wie der Tafel.

VERANTWORTUNG FÜR NATUR

Die Natur schenkt uns jeden Tag die Grundlage für frisches Obst und Gemüse. Sie zu schützen, ist für uns nicht nur eine Aufgabe, sondern eine Verantwortung. Deshalb engagieren wir uns aktiv für einen bewussten Umgang mit Wasser, für den Schutz und die Wiederherstellung der Biodiversität sowie für die konsequente Reduzierung unserer Emissionen. Gemeinsam mit unseren Partnern – von Erzeugern über Kunden bis hin zu Organisationen und Behörden – arbeiten wir daran, unsere Lieferkette nachhaltiger zu gestalten und die natürlichen Ressourcen langfristig zu bewahren.



Verantwortungsvolles Wassermanagement in unseren Anbaugeländen

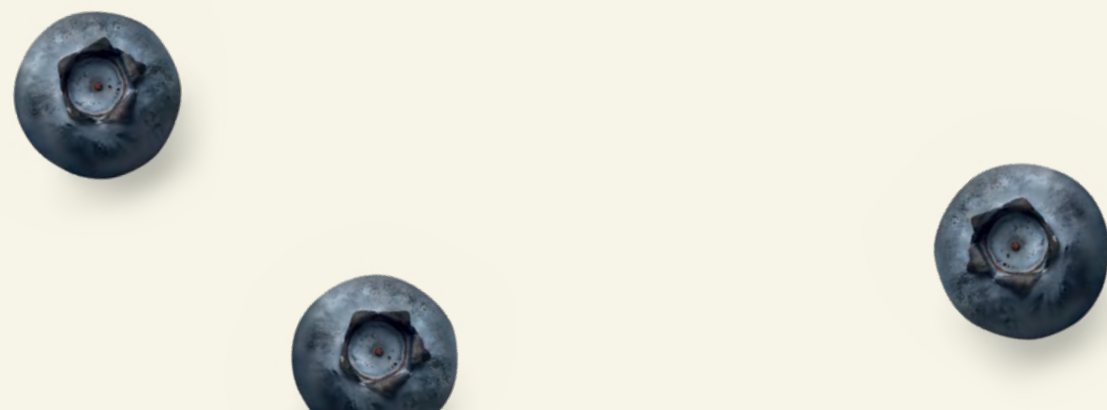
Für den Anbau unserer Produkte ist Wasser unverzichtbar. Durch unsere Lieferketten sind wir unmittelbar mit der Wassersituation in den Herkunftsländern verbunden. In wichtigen Anbaugeländen für den europäischen Markt beobachten wir eine zunehmende Verschlechterung des Wasserhaushalts: Der Wasserverbrauch übersteigt dort zunehmend die verfügbaren Ressourcen. Dies führt zu wachsender Wasserknappheit. Seit 2018 ist Nature's Pride Initiator und treibende Kraft in der Zusammenarbeit mit öffentlichen und privaten Partnern, um eine verantwortungsvolle Wassernutzung entlang unserer Wertschöpfungskette sowie in prioritären Einzugsgebieten zu fördern. Dabei haben wir unser Wissen kontinuierlich vertieft und unseren Ansatz konsequent weiterentwickelt.

STÄRKUNG DES BEWUSSTSEINS FÜR VERANTWORTUNGSVOLLE WASSERBEWIRTSCHAFTUNG IN ANBAUGELÄNDEN

Im Jahr 2025 haben wir gemeinsam mit Branchenpartnern den Dialog mit der niederländischen Regierung gesucht und das Thema ‚Ohne Wasser kein Handel‘ in den Mittelpunkt gestellt. Unsere Botschaft war klar: Eine nachhaltige Wasserbewirtschaftung in den Herkunftsländern ist entscheidend – nicht nur für die Zukunft des internationalen Obst- und Gemüsehandels, sondern auch für die Ernährungssicherheit in Europa. Gleichzeitig haben wir gezeigt, wie wir als Branche Verantwortung übernehmen: durch enge Zusammenarbeit mit unseren Erzeugern und durch die Förderung kollektiver Maßnahmen – ein Ansatz, den wir seit Jahren erfolgreich verfolgen.

KOLLEKTIVE MAßNAHMEN FÜR WASSER UND BIODIVERSITÄT IN CHILE, PERU UND SPANIEN

Wasseraudits bilden einen wichtigen Ausgangspunkt, um eine gesetzeskonforme und verantwortungsvolle Wassernutzung entlang unserer Wertschöpfungskette sicherzustellen. Im Jahr 2025 wurden 79,6 % unseres Volumens an Schwerpunktprodukten bei strategischen Erzeugern auditiert. In Regionen mit hohem Wasserrisiko lag dieser Anteil bei 77 %. Diese Mengen entsprechen dem Branchenstandard ([SIFAV Basket of Water Standards](#)). Unser Ansatz für verantwortungsbewusstes Wassermanagement geht über einzelne Audits hinaus: Wir fördern aktiv eine branchenweite und lieferkettenübergreifende Zusammenarbeit für einen verantwortungsvollen Umgang mit Wasser. Diesen Ansatz bezeichnen wir als kollektives Handeln. Aktuell arbeiten wir gemeinsam mit einem breiten Netzwerk von Partnern in drei zentralen Anbauregionen in Peru, Chile und Spanien. Nature's Pride nimmt dabei eine aktive Vorreiterrolle ein und fördert die Zusammenarbeit zwischen Erzeugern, Importeuren, Behörden und weiteren relevanten Interessengruppen. Auch unsere Kunden schließen sich zunehmend diesen Initiativen an.



Aconcagua-Tal, Chile

Das Aconcagua-Tal gehört zu den wichtigsten Anbauregionen für Avocados und andere Obstsorten in Chile. Nach einer umfassenden Analyse der Wassersituation und der relevanten Akteure haben wir gemeinsam mit lokalen Erzeugern das Aconcagua Network aufgebaut. Ziel ist es, Verantwortung zu bündeln und gemeinsam Lösungen zu entwickeln. Parallel dazu haben wir Beziehungen zu lokalen Behörden aufgebaut und internationale Einkäufer eingebunden, um die Zusammenarbeit entlang der gesamten Lieferkette zu stärken. Diese Kooperation ist unter dem Namen [Aconcagua Partnership](#) bekannt.

Im Rahmen der Aconcagua Partnership arbeiten Erzeuger, Einkäufer und Behörden Hand in Hand, um das Gleichgewicht zwischen Wasserangebot und -nachfrage wiederherzustellen. Wir begleiten und stärken diese Zusammenarbeit aktiv. Im Jahr 2025 wurde im Rahmen der Partnerschaft eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie initiiert. Neben der verantwortungsvollen Wasserbewirtschaftung umfasst sie auch den Schutz der Biodiversität sowie die langfristige Sicherung der Obstproduktion im Tal.

Ica, Peru

Die Region Ica ist ein wichtiges Anbaugebiet, unter anderem für Avocados, grünen Spargel und Heidelbeeren. Ziel unserer gemeinsamen Aktivitäten ist es, das Wassereinzugsgebiet widerstandsfähiger zu machen und die Wassernutzung zwischen Ökosystemen, Gemeinschaften, Landwirtschaft und weiteren wirtschaftlichen Aktivitäten auszubalancieren. Nature's Pride engagiert sich aktiv in der Steuerung dieser Maßnahmen, unter anderem durch die Mitarbeit im ‚Grupo Impulsor‘, dem Lenkungsgremium der Initiative, in dem verschiedene

Interessengruppen vertreten sind. Im Jahr 2025 haben wir gemeinsam mit lokalen Gemeinschaften im hochgelegenen Teil des Einzugsgebiets – auf rund 4.000 Metern über dem Meeresspiegel – Maßnahmen zur Bewirtschaftung von Versickerungsgräben und zur Wiederherstellung der lokalen Vegetation umgesetzt. Diese Maßnahmen helfen, Wasser im System zu halten, Grundwasserreserven zu stärken und Erosion zu verhindern. Gleichzeitig unterstützen wir die lokale Bevölkerung durch Schulungen von technischen Partnern, etwa zur Verbesserung der Qualität von Alpaka-Wolle. So stärken wir nicht nur die Umwelt, sondern auch die wirtschaftliche Grundlage der Menschen – eine wichtige Voraussetzung für langfristigen Naturschutz.

Doñana-Huelva, Spanien

Die Region Doñana-Huelva ist ein bedeutendes Anbaugebiet für Beeren. Die 2024 gegründete gemeinsame Aktionsplattform vereint mittlerweile mehr als 60 Organisationen. Im Jahr 2025 entwickelte dieses Netzwerk in Zusammenarbeit mit dem WWF Spanien eine Scorecard zur besseren Überwachung der Wasser- und Landnutzung in der Region. Auditoren sowie technisches Personal der Erzeuger wurden entsprechend geschult.

Darüber hinaus wurde der ökologische Korridor ‚Cañada‘ wiederhergestellt – ein Naturstreifen entlang eines Flusses, der Naturgebiete miteinander verbindet und wertvollen Lebensraum für Flora und Fauna bietet. In Zusammenarbeit mit der Bewässerungsgemeinschaft, lokalen Behörden und Schulen wurden Abfälle entfernt, Flussabschnitte renaturiert und neue Ufervegetation angepflanzt. Ein Mehrjahresplan stellt die kontinuierliche Pflege und Überwachung des Gebiets sicher.

Auch im Bereich Wissensaustausch und zukunftsorientierte

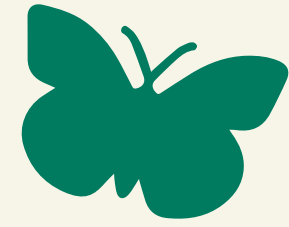
Landwirtschaft wurden 2025 Fortschritte erzielt. In Kooperation mit der niederländischen Botschaft in Spanien führte die Wageningen University & Research Studien zur regenerativen Landwirtschaft im Beerensektor durch. Nature's Pride unterstützte diese Forschung und nahm an einem anschließenden Workshop teil, in dem Erzeuger, NGOs und Importeure gemeinsam praktikable und wirtschaftlich tragfähige Maßnahmen erarbeiteten.

Weitere Informationen zu unseren Wasserinitiativen in Chile, Peru und Spanien [sind auf unserer Website verfügbar](#).

Fallstudie der Netherlands Food Partnership

Gemeinsam können wir mehr erreichen als allein. Deshalb teilen wir unsere Erfahrungen aktiv. Im Jahr 2025 veröffentlichten wir gemeinsam mit der Netherlands Food Partnership den Anwendungsfall ‚[Markets Help Restore Watersheds](#)‘. Er ist Teil einer [Sammlung von 10 Praxisbeispielen](#), die zeigen, wie Biodiversität und Ernährungssysteme erfolgreich zusammenwirken können. Unser Anwendungsfall zeigt, wie wir gemeinsam mit Landwirten, lokalen Gemeinschaften, Universitäten und Behörden an der Wiederherstellung von Wassereinzugsgebieten und am Schutz der Biodiversität in wichtigen Produktionsregionen in Chile, Peru und Spanien arbeiten.

BIODIVERSITÄT



Erhaltung und Wiederherstellung der Biodiversität

Menschliche Aktivitäten verändern Ökosysteme weltweit. Der Schutz und die Wiederherstellung der Biodiversität sind daher entscheidend, um auch in Zukunft eine stabile Versorgung mit Obst und Gemüse zu gewährleisten. Die Bedeutung dieses Themas wurde durch die zuvor durchgeführten Due-Diligence-Prüfungen bestätigt. Entsprechend ist Biodiversität ein zentraler Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie bis 2028.



START DES PROZESSES ZUR BEWERTUNG VON NATURAUSWIRKUNGEN

Der zunehmende Druck auf natürliche Systeme führt weltweit zu Wasserknappheit, Bodendegradation, Verlust der Biodiversität und extremeren Wetterbedingungen. Diese Entwicklungen wirken sich direkt auf die landwirtschaftliche Produktion und damit auch auf die Verfügbarkeit von Obst und Gemüse aus. Um naturbezogene Risiken und Chancen systematisch zu identifizieren und die größten Hebel für positive Veränderungen zu bestimmen, wurde im Jahr 2025 gemeinsam mit Erzeugern und weiteren Partnern ein Prozess zur Bewertung von Naturauswirkungen gestartet. In diesem Projekt analysierten wir mehr als 250 Produkt-Land-Kombinationen hinsichtlich ihrer Auswirkungen und Risiken in den Bereichen Wasser, Biodiversität und Klima. Für die wichtigsten 15 Kombinationen führten wir vertiefende Analysen durch. Ergänzend untersuchten wir 3 zentrale Anbaugelände in detaillierten Fallstudien und führten Interviews mit lokalen Stakeholdern. Auf Basis dieser Erkenntnisse entwickelten wir einen strategischen Rahmen für unsere Naturpolitik, der Risiken reduziert und Chancen für positive Umweltwirkungen gezielt stärkt. Die Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung einer kontinuierlichen Zusammenarbeit mit strategischen Partnern, insbesondere in den Bereichen verantwortungsvolles Wassermanagement, Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität sowie Reduktion von CO₂-Emissionen.

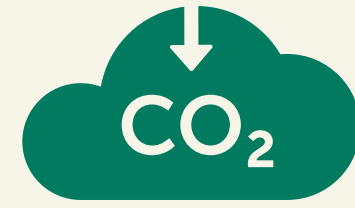
Die zentralen Erkenntnisse wurden in einem kompakten Bericht zusammengefasst.

TEILNAHME AM EUROPEAN BUSINESS & NATURE SUMMIT

Eine nachhaltigere Gestaltung der Lebensmittelkette erfordert Zusammenarbeit. Deshalb engagiert sich Nature's Pride aktiv in Netzwerken und Dialogen auf nationaler und internationaler Ebene. Im Oktober 2025 nahm CEO Adriëlle Dankier an der Plenarsitzung des European Business & Nature Summit teil. Der jährlich stattfindende Gipfel ist ein zentrales Forum der Europäischen Kommission, das darauf abzielt, Unternehmen für naturpositive Ansätze zu mobilisieren. Vertreterinnen und Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft kamen zusammen, um gemeinsame Lösungen zu diskutieren. In ihrer Rede betonte Adriëlle Dankier den Ansatz von Nature's Pride: „In einem wettbewerbsorientierten Markt kann es verlockend sein, kurzfristige Gewinne zu priorisieren. Doch echte Resilienz entsteht durch langfristiges Denken: durch starke Partnerschaften, faire Vergütung der Erzeuger und den respektvollen Umgang mit den Ökosystemen, von denen wir abhängig sind. Das bedeutet auch, Verantwortung zu übernehmen – gerade dann, wenn es schwierig wird. Unsere Analyse hat gezeigt, wo wir den größten

Unterschied machen können. Wasser ist dabei ein zentraler Ausgangspunkt. Vor allem aber hat sie eines deutlich gemacht: Fortschritt entsteht nur gemeinsam – entlang der gesamten Kette, vom Erzeuger bis zur Landschaft.“





Reduzierung unserer Emissionen

Der Klimaschutz ist seit vielen Jahren fest in unserer Nachhaltigkeitsstrategie verankert. Seit 2017 wird daran gearbeitet, den CO₂-Ausstoß konsequent zu senken – sowohl in den eigenen Prozessen als auch entlang der gesamten Lieferkette. Der jährliche CO₂-Fußabdruck dient dabei als zentrale Grundlage, um Fortschritte sichtbar zu machen und gezielt Maßnahmen einzuleiten.

CO₂-REDUKTION

Seit 2018 erfolgt die Berichterstattung über den CO₂-Fußabdruck nach internationalen Standards, darunter das Greenhouse Gas Protocol. Im Jahr 2022 wurde das Klimaschutzengagement auf die gesamte Wertschöpfungskette ausgeweitet, einschließlich Scope 3 und FLAG. Die entsprechenden Ziele wurden durch die Science Based Targets Initiative (SBTi) validiert. Im Jahr 2025 wurden wesentliche Anpassungen an der Methodik vorgenommen und neue Datenquellen integriert. Dadurch sind Jahresvergleiche nur eingeschränkt möglich. Die Ergebnisse für 2025 sowie wesentliche Abweichungen werden in der Tabelle am Ende dieses Berichts erläutert.

Scope 1 (direkte Emissionen) & 2 (indirekte Emissionen)

Die Ziele für Scope 1 und 2 bis 2028 sind nahezu erreicht. Die Reduktion der direkten Emissionen (Scope 1) wurde unter anderem durch den vollständigen Verzicht auf Erdgas, die Elektrifizierung des Fuhrparks und die Verringerung von Kältemittelverlusten erzielt. Auch die indirekten Emissionen (Scope 2) konnten durch einen geringeren Energieverbrauch und die Optimierung der Energieversorgung reduziert werden.

Scope 3 (Emissionen in der Lieferkette)

Die Scope 3-Emissionen machen den größten Anteil der Gesamtemissionen aus. Sie stehen vor allem im Zusammenhang mit dem Transport der Produkte, umfassen jedoch auch Emissionen aus Landwirtschaft und Landnutzung, die separat unter FLAG ausgewiesen werden (siehe unten). Das Ziel für Scope 3 (ohne FLAG) bis 2028 beträgt -29 %. Im Jahr 2025 liegen die berichteten Scope 3-Emissionen über dem Vorjahreswert. Dies ist auf ein gestiegenes Produktvolumen sowie auf verbesserte Datengrundlagen und genauere Berechnungsmethoden zurückzuführen. Die Emissionen pro Kilogramm Produkt sind jedoch nicht gestiegen. Die Zusammenarbeit mit Partnern zur strukturellen Reduktion der Emissionen wird fortgeführt. Im Jahr 2026 wird die verbesserte Methodik auf den Referenzwert von 2022 angewendet, um Fortschritte künftig präziser messen zu können.





FLAG (Landnutzung und Landwirtschaft)

Als Unternehmen in der Lebensmittelkette entsteht ein wesentlicher Teil der Klimaauswirkungen in der Landnutzung und Landwirtschaft. Daher wurde zusätzlich zu den Scope-Zielen ein eigenes FLAG-Ziel definiert (-18,1 % bis 2028), das ebenfalls durch die SBTi validiert wurde. Auch im FLAG-Bereich liegen die Emissionen im Jahr 2025 über dem Vorjahreswert. Gründe hierfür sind sowohl Mengenentwicklungen als auch methodische Anpassungen und verbesserte Datenquellen. Die Reduktion von Emissionen in der Landwirtschaft ist ein langfristiger Prozess. Sie erfordert strukturelle Veränderungen und ist von externen Faktoren abhängig, wie etwa der Verfügbarkeit emissionsfreier Technologien. Durch kontinuierliche Datenverbesserung, Pilotprojekte und enge Zusammenarbeit mit Partnern wird schrittweise an einer Reduktion der Klimaauswirkungen gearbeitet. Eine Übersicht der Ergebnisse für 2025 ist in der Tabelle am Ende dieses Berichts dargestellt.

KLIMASCHUTZMAßNAHMEN MIT ERZEUGERN

Gemeinsam mit den Erzeugern ACP (Peru) und ZZ2 (Südafrika) wird aktiv daran gearbeitet, den CO₂-Fußabdruck im Bereich FLAG zu reduzieren. Ziel ist es, nicht nur bei diesen Erzeugern konkrete Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen, sondern auch einen skalierbaren Ansatz zu entwickeln, der auf weitere Erzeuger übertragen werden kann. Im Jahr 2025 wurde dieser Ansatz in Peru und Südafrika weiter ausgebaut. Ein Feldbesuch in Peru diente dazu, die Zusammenarbeit zu vertiefen. Im Rahmen eines Workshops wurden gemeinsam mit dem Management von ACP realistische Maßnahmen zur Reduktion der CO₂-Emissionen erarbeitet. Die gewonnenen Erkenntnisse werden in Fallstudien dokumentiert, deren Veröffentlichung für 2026 geplant ist.

WENIGER PLASTIK, KARTON UND CO₂ DURCH NACHHALTIGERE VERPACKUNGEN

Wir entwickeln kontinuierlich neue, nachhaltigere Verpackungslösungen für unsere Produkte, um unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Bis 2025 konnten die Abmessungen der Kartonverpackungen von 40x30x11 cm auf 40x30x10,5 cm reduziert werden. Dadurch werden jährlich rund 180.000 kg Karton eingespart und die CO₂-Emissionen um 120 Tonnen gesenkt. Für Kumquats in den Größen 150 g und 250 g wurde die Verpackung von einer Kombination aus Papierschale, Folie und zwei Etiketten auf eine Lösung mit Folie und reduziertem Kartoneinsatz umgestellt. Dies führt zu einer jährlichen Einsparung von 46 % bzw. 50 % CO₂-Emissionen sowie zu einer Reduktion von 800 kg bzw. 1.200 kg Verpackungsabfall. Darüber hinaus wurden in enger Zusammenarbeit mit dem strategischen Partner Salling Group

neue Kartonverpackungen für 3er- und 6er-Packungen Avocados entwickelt. Dadurch können jährlich 34.846 kg Kunststoff eingespart werden. Diese Verpackungsoptimierungen sind das Ergebnis einer intensiven bereichsübergreifenden Zusammenarbeit im Rahmen eines strategischen Wachstumsplans, in dem Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle spielt.







Weitere Informationen zur Verpackungspolitik sind auf [unserer Website](#) verfügbar.

WEITERE EINFÜHRUNG DES AVOCADO-SCANNERS

Im Jahr 2024 wurde gemeinsam mit dem norwegischen Partner BAMA ein Pilotprojekt mit dem Avocado-Scanner von OneThird bei Meny in Norwegen gestartet. Die Technologie hilft Verbrauchern dabei, reife Avocados gezielt auszuwählen – und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung. Damit schafft der Scanner einen Mehrwert für Einzelhandel und Verbraucher. Zudem liefert der Scanner wertvolle Daten, die zur Optimierung der Lieferkette und zur Verbesserung der Produktqualität beitragen. Nach einem erfolgreichen Pilotprojekt mit BAMA wurde der Scanner im Jahr 2025 dauerhaft implementiert. Darüber hinaus wurden weitere Pilotprojekte in Dänemark gestartet, unter anderem bei Bilka (Salling Group) und Meny (Dagrofa). Ziel ist es, den Einsatz der Technologie weiter auszubauen, die Kundenzufriedenheit zu steigern und Lebensmittelverluste weiter zu reduzieren.



ERGEBNISSE 2025 - ZUSAMMENFASSUNG

ZIELE 2028	SDG	ERGEBNISSE 2025
MENSCHLICHES WOHLERGEHEN <ul style="list-style-type: none"> Jährliche Sozialaudits für 100 % des Produktvolumens Erreichung der WASH-Ziele am Arbeitsplatz sowie Unterstützung in den Gemeinschaften 		<ul style="list-style-type: none"> 100 % des Produktvolumens wurden erfolgreich geprüft und erfüllt den Branchenstandard (SIFAV Basket of Social Standards) Das WASH-Projekt entwickelt sich planmäßig. Gemeinsam mit dem Erzeugern ACP wurden konkrete Verbesserungen umgesetzt und 30 Mitarbeitende zu WASH-Botschaftern ausgebildet.
WASSER UND BIODIVERSITÄT <ul style="list-style-type: none"> Jährliche Auditierung für 100 % der Fokusprodukte Auditierung für 100 % der Fokusprodukte in Risikogebieten Kollektive Maßnahmen in Schwerpunktregionen in Chile, Peru und Spanien Festlegung konkreter Naturschutzziele in Schwerpunktregionen 	 	<ul style="list-style-type: none"> 2025 wurden 79,6 % des Volumens an Fokusprodukten von strategischen Erzeugern aus allen Ländern sowie 77 % des Volumens in Regionen mit hohem Wasserrisiko erfolgreich auf verantwortungsvollen Wasserverbrauch auditiert In Peru wurde die erste dreijährige Phase der gemeinsamen Maßnahmen abgeschlossen; die bisherigen Ergebnisse wurden in einem Fortschrittsbericht und einer Arbeitssitzung mit mehreren Interessengruppen zusammengefasst. In Chile wurde die Aconcagua Partnership offiziell gestartet. Internationale Einkäufer, Behörden und Erzeuger (über das Aconcagua Network,) sind Teil dieser Initiative. Im Rahmen des Prozess zur Bewertung von Naturauswirkungen haben wir Chancen und Risiken in 250 Produkt-Land-Kombinationen bewertet. Für drei Anbauggebiete wurden vertiefende Fallstudien durchgeführt, einschließlich Interviews mit lokalen Interessengruppen.
KLIMA <ul style="list-style-type: none"> 35 % absolute Reduzierung der Treibhausgasemissionen in Scope 1 & 2 29 % absolute Reduzierung der Treibhausgasemissionen in Scope 3 18 % absolute Reduzierung der FLAG-Emissionen 100 % der Schwerpunktprodukte in Risikogebieten entwaldungsfrei Vollständig elektrifizierte Fahrzeugflotte (2026) 		<ul style="list-style-type: none"> Fußabdruck Scope 1 & 2: 105 Tonnen CO₂-Äquivalent (Basisjahr 2022: 418 Tonnen*) Fußabdruck Scope 3 (ohne FLAG): 79.950 Tonnen CO₂-Äquivalent (Basisjahr 2022: 102.000 Tonnen*) Fußabdruck FLAG: 165.419 Tonnen CO₂-Äquivalent (Basisjahr 2022: 211.000 Tonnen*) Anforderungen für eine entwaldungsfreie Lieferkette sind in der Lieferantenvereinbarung verankert. 95 % der Fahrzeugflotte sind elektrisch
NACHHALTIGE VERPACKUNGEN <ul style="list-style-type: none"> 100 % recycelbare und wiederverwendbare Verpackungsmaterialien (2025) 80 % aller Verpackungen aus einem Material (Monoverpackungen) 35 % weniger Kunststoffverbrauch (gegenüber 2022) Von Nature's Pride verpackte EAT ME-Verpackungen 		<ul style="list-style-type: none"> 99,1 % recycelbare oder wiederverwendbare Verpackungsmaterialien 100 % sind (noch) nicht realisierbar, da bestimmte Materialien für die Produkthandhabung erforderlich bleiben, darunter Kupferklammern für Netze 84,2 % aller Verpackungen aus einem Material (Monoverpackungen) 39,4 % weniger Kunststoffverbrauch (gegenüber 2022)
ALLGEMEINES <ul style="list-style-type: none"> Auswahl und Skalierung wirksamer Lösungen für Mensch und Natur aus der Zusammenarbeit mit der niederländischen Regierung und Erzeugern 		<ul style="list-style-type: none"> Fortschritte in den Bereichen WASH, kollektive Maßnahmen und dem Prozess zur Bewertung von Naturauswirkungen wurden aktiv mit anderen Unternehmen geteilt, um so unsere Wirkung zu vergrößern

* Klima: Einordnung der CO₂-Reduktionsziele

In den Jahren 2022 bis 2025 haben wir unsere Methodik zur Berechnung des CO₂-Fußabdrucks deutlich weiterentwickelt. Dabei haben wir unter anderem:

- Annahmen durch fundierte Primärdaten ersetzt
- Emissionsfaktoren aktualisiert
- Kategorien geschärft und klarer abgegrenzt
- Transportdaten umfassend verbessert und erweitert

Insbesondere für Scope 3 (ohne FLAG) hat dies zu einer deutlich höheren Datenqualität geführt. Veränderungen in den ausgewiesenen Emissionen sind daher auch methodisch bedingt und lassen sich unter anderem zurückführen auf:

- die Anpassung früherer Annahmen zu Emissionen aus eingekauften Gütern, Abfallströmen und Pendlerverkehr
- präzisere und vollständigere Transportdaten
- aktualisierte Emissionsfaktoren

Auch im FLAG-Bereich haben wir unseren Ansatz weiter ausgebaut.

Im Mittelpunkt steht dabei:

- eine bessere Quantifizierung der Effekte regenerativer Landwirtschaft auf Kohlenstoff, Biodiversität und Wasser
- ein tieferes Verständnis regionaler Unterschiede zwischen Ländern und Erzeugern
- die Erprobung innovativer Maßnahmen wie Biokohle und verbesserte Bodenpflege
- der Aufbau einer robusten Methodik zur Erfassung landbezogener Emissionen & Kohlenstoffsinken

Im Jahr 2026 werden wir diese weiterentwickelte Methodik nutzen, um unseren Referenzwert (Basisjahr 2022) neu zu berechnen. So schaffen wir eine noch verlässlichere Grundlage, um unsere Fortschritte in Richtung der Klimaziele 2028 transparent zu messen und gezielte Maßnahmen entlang der gesamten Lieferkette umzusetzen.



Nature's Pride