



Kurzprofil des Sustainable Hidden Champions: FRoSTA AG

Weltmarktführer im Bereich Herstellung und Vertrieb von Tiefkühlkost



Reinheitsgebot der Produkte, dadurch gesteigerte Lebensqualität sowie bessere körperliche Gesundheit



Frosta treibt die Verwendung von recyclebaren Papier- und Kunststoffverpackungen kontinuierlich voran



Reduktion von Emissionen während der Produktion sowie Prozess- und Anlagenoptimierung

Sie haben Fragen? Kontaktieren Sie uns gerne unter nachhaltigkeit@avesco.de

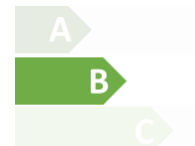
Datum der letzten Aktualisierung: 14.01.2021

Datengrundlage für die avesco Nachhaltigkeitsbewertung sind hauptsächlich die Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte des analysierten Unternehmens sowie das Protokoll des Gesprächs mit dem Unternehmen. Auf konkrete Quellen- und Seitenangaben wird hiermit verzichtet.

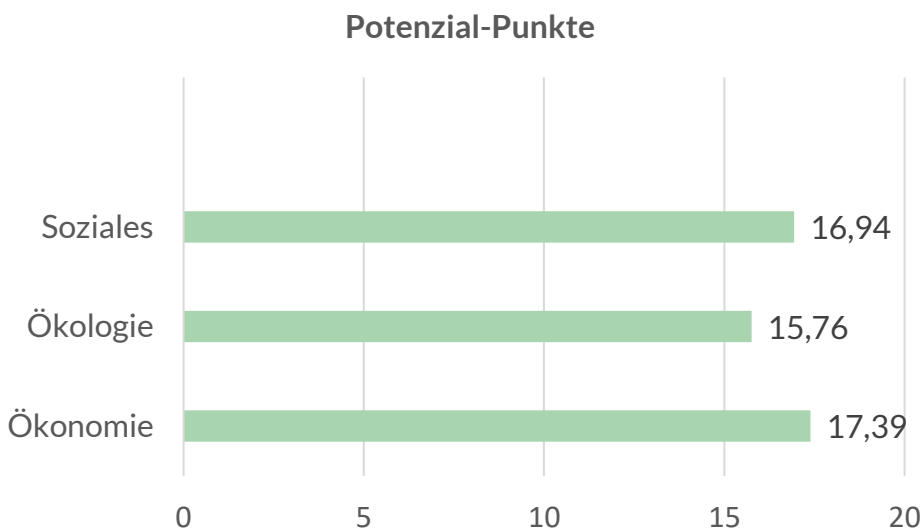




Nachhaltigkeitsklasse:



avesco Nachhaltigkeitsbewertung:



Die FRoSTA AG im Überblick

Unternehmenssitz	Bremerhaven
Überblick über Produkte und Dienstleistungen	Herstellung und Vertrieb von Tiefkühlkost (Gemüse, Fisch, Kräuter, Obst, Fertiggerichte)
Mitglied in wesentlichen Indizes	DAX
Umsatz und Entwicklung in Relation zum Vorjahr in % (zum 30.03.2020)	523 Mio. € (+ 2,7 %)
Anteile der Geschäftsbereiche am Umsatz in %	FRoSTA 269,5 Mio. € (+ 10,2 %) COPACK 253,4 Mio. € (- 5,1 %)
Anzahl MitarbeiterInnen (zum 30.03.2020)	1.796 (Ende 2019)
Länder/Regionen der Unternehmensaktivität	Deutschland, Italien, Polen, Ungarn, Tschechien, Russland, Rumänien, Frankreich, USA
Link zur Website	https://www.frosta-ag.com/

¹ Im gesamten Dokument wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern eine gendergerechte Sprache angewandt. Sind Institutionen oder Unternehmen gemeint, wird lediglich das entsprechende grammatische Geschlecht verwendet.

Was macht das Unternehmen zum Hidden Champion?

Natürliche Inhaltsstoffe, Frosta-Reinheitsgebot und Transparenz: Als Herausstellungsmerkmal Frostas gilt die Herstellung qualitativ hochwertiger Tiefkühlkost, die aus ausgewählten Zutaten aus möglichst nachhaltiger Quelle (z.B. MSC-zertifizierter Fisch) stammt, hochwertig in ihren Qualitätsansprüchen ist und möglichst schonend behandelt produziert wird. Dabei gilt das Reinheitsgebot der Marke Frosta als Garantie dafür, dass keine Aromen oder Zusatzstoffe verwendet werden. Inhaltsstoffe und deren Ursprung sind auf den Produktverpackungen/online via Link transparent dargestellt.

Weltmarktführer: Frosta gilt als Weltmarktführer im Bereich Tiefkühlfertiggerichte. Das Unternehmen produziert Tiefkühlkost, wie Gemüse, Kräuter, Fisch und Fertiggerichte zum Vertrieb in Supermärkten und Discountern (Markengeschäft). Zusätzlich forciert Frosta mit seinem Handels- und Industriemarkengeschäft die strategische Beratung zur Sortimentsplanung und die Produktion von Tiefkühlgerichten nach Kundenvorgaben.

Nachhaltige Produktlebenszyklen: Das Unternehmen verfolgt das Ziel, möglichst nachhaltig zu produzieren. Entscheidend dabei sind Energieeinsparungen, welche durch effiziente Maschinen und Anlagen sowie deren Auslastung und Optimierung durch Wärmerückgewinnung, Nutzung erneuerbarer Energie, durch effiziente Lieferketten und die Reduktion von Emissionen durch Geschäftsreisen entstehen. Weiterhin werden Verpackungen so designt, dass sie eine höhere Recyclingfähigkeit haben, komfortabler in der Anwendung sind und Produkte haltbarer machen. Hier wird konstant an Innovationen gearbeitet.



avesco Nachhaltigkeitsbewertung:

Ökonomie



Starke Marktposition: Als Marktführer für Tiefkühlgerichte und starker Handelspartner zahlreicher großer Supermarkt- und Discountgeschäfte besitzt Frosta eine starke Marktposition. Kooperationen der beiden Geschäftsbereiche Frosta-Marke und Copack-Handelsmarke schaffen Synergieeffekte.

Steigende Nachfrage nach gesunden Lebensmitteln: Insbesondere seit den letzten Jahren nimmt auch das Interesse der Endkonsumenten nach qualitativeren und gesünderen sowie nachhaltigeren Lebensmitteln zu. Frosta zeichnet sich durch eine gute Kundenreputation aus, die Transparenz und das Reinheitsgebot tragen wahrscheinlich stark dazu bei.

Vorwärtsintegration und Rohstoffsicherung: Mittels Eigenanbau von Gemüse und Kräutern sowie durch Vertragspartnerschaften mit Bauern (insgesamt ca. 30 % der Rohstoffe), sichert sich das Unternehmen vor Rohstoffengpässen recht gut ab. Für Rohstoffe gibt es mehr als einen Lieferanten.

Ökologie



Energiemanagement: Frosta verfügt über eine ISO 50001 - Energiemanagement-Zertifizierung aller Fabriken. Energieeffizienzen in der Produktion und innerhalb der MitarbeiterInnenmobilität sowie der Bezug erneuerbarer Energie tragen zu verbessertem Energiemanagement bei.

Recyclingfähigkeit: Frosta verwendet tiefkühlbare Papier- statt Plastikverpackungen. Diese glänzen durch Materialeffizienz und Recyclingfreundlichkeit. Innovative Produktdesigns wie Papierverpackungen mit Klickverschluss tragen zur längeren Haltbarkeit der Produkte und Produktqualität bei.

Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: Mit Vertragsbauern und -bäuerinnen werden Aufzuchtbedingungen der Tiere wie Besatzdichte oder Futter sowie Pestizidgebrauch festgelegt. Das Futter darf keine Farbstoffe enthalten und der Feldanbau muss ohne Pflanzenschutzmittel erfolgen. Seit 2011 werden ausschließlich nach MSC zertifizierte Fisch- bzw. Meeresprodukte bezogen, seit 2016 auch ausschließlich nach ASC zertifizierte Schrimps. 45 % der Rohstoffe kommen aus Deutschland, 30 % werden eigens und unter Erfüllung strenger Nachhaltigkeitskriterien angebaut.

Soziales



Positiver gesellschaftlicher Impact: Durch die Lieferung von Foodservice-Produkten an Kitas und Schulen, Seniorenheime oder Krankenhäuser generiert Frosta hier mit seinen gesunden und qualitativen Produkten positiven Impact. Positiven Impact hat das Unternehmen auch auf seine Kunden durch den Vertrieb gesunder und qualitativ hochwertiger Produkte als Tiefkühlgerichte und Tiefkühlprodukte im Supermarkt. Tiefkühlgerichte haben den gesellschaftlichen Mehrwert von Zeitersparnis und gesteigertem Wohlstand / Wohlbefinden im Vergleich zum eigenen Zubereiten oder Kauf von Obst, Gemüse, Kräutern und vor allem Speisen. Qualität und Produktsicherheit sind hoch. Fabriken werden nach IFS- und BRC-Standard zertifiziert und haben Audits mit hohem Niveau abgeschlossen, um dies zu gewährleisten. Frosta fördert lokale Projekte im In- und Ausland in Nähe zum Produktionsstandort.

Nachhaltigkeit in der Lieferkette: Frosta verpflichtet sich und seine Lieferanten dazu, die grundlegenden Prinzipien der Menschenrechte, der fairen Arbeitsbedingungen, des Umweltschutzes und des Kampfes gegen die Korruption zu unterstützen und anzuwenden. Dies wird durch den Code of Conduct festgelegt und durch zahlreiche Sozialaudits überprüft. Bis 2022 sollen alle Lieferanten dementsprechend auditiert sein. Die Qualitätskontrollen im Sinne des Reinheitsgebots der Rohstoffe sind sehr streng und umfassend.

Kritische Punkte & Risiken

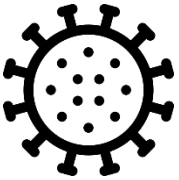
Ökonomie



Beschaffungsrisiken: Die Versorgung mit Gemüse und anderen Rohstoffen unterliegt Witterungseinflüssen, was Schwankungen der Warenverfügbarkeit und Lieferung zur Folge haben kann. Somit kann es zu Lieferantenabhängigkeiten und Preisschwankungen kommen, welche mitunter nicht immer zeitnah an Kunden abgegeben werden. Preisvereinbarungen mit Kunden sollen die Risiken hieraus minimieren.

Produktsicherheitsrisiken: Trotz Auditierung der Zulieferer und Qualitätskontrollen bei Bezug der Waren (Eingangskontrollen), kann keine 100 %-ige Sicherheit gewährleistet werden, dass Produkte vollkommen rein sind, da es sich um Stichproben handelt und Spuren der Verunreinigung immer geringer werden. Es gab bereits einige wenige Fälle von Verunreinigungen innerhalb der letzten Jahre (2020: Verunreinigungen in Form von Pestizidrückständen und erhöhtem Nitratgehalt in Blattspinat). Frosta steuert durch vermehrten Eigenanbau und stärkere Qualitätskontrollen gegen.

Corona- Check



Lockdown und das Schließen von öffentlichen Einrichtungen und Restaurants sowie das verstärkte Arbeiten im Home Office hat zu Auftragsverlust im Bereich Foodservice geführt (-32,9 %), allerdings die Nachfrage im Einzelhandel (Markengeschäft und Heimservice) enorm steigen lassen: 27,1 % im Markengeschäft und 34,2 % im Heimdienstgeschäft im 1. HJ 2020. So sind noch über 11 % Umsatzsteigerungen im 1. HJ 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erzielt worden. Frosta profitiert somit von der Krise. Beim Rohstoffbezugs hat Frosta keine negativen Folgen durch die Krise zu spüren bekommen.

