

VERANTWORTUNGSVOLLE MARKETINGSTRATEGIE

Südzucker Division Zucker

In der Südzucker Division Zucker bekennen wir uns zu verantwortungsvollen Marketingpraktiken, mit denen wir unserer Verpflichtung gegenüber Verbrauchern, Geschäftspartnern und der Gesellschaft gerecht werden. Als Unternehmen, das sowohl im B2B- als auch B2C-Sektor tätig ist, wissen wir um unseren Einfluss und die damit einhergehende Verantwortung, insbesondere im Zusammenhang mit der Bewerbung von Zuckerprodukten. Diese Leitlinie erläutert unsere Verpflichtung zu ethischem Marketing, wobei der Schwerpunkt auf dem Schutz der Privatsphäre, dem Datenschutz, der Nachhaltigkeit und den besonders sorgfältigen Abwägungen im Hinblick auf an Kinder gerichtete Werbung liegt. Bei Südzucker unterstützen und fördern wir eine ausgewogene Ernährung und sind uns bewusst, welche Rolle Zucker im Alltag spielt. Daher richten wir unsere Marketingaktivitäten auf den Kundennutzen und Transparenz aus.

Ehrlichkeit und Integrität: Alle Marketingmaterialien (einschließlich Verpackungen) stellen unsere Produkte korrekt dar und vermeiden irreführende Werbeaussagen, z. B. über gesundheitliche Vorteile. Wir verpflichten uns zu Transparenz in unserer Kommunikation und gewährleisten, dass Verbraucher und Geschäftspartner fundierte Entscheidungen treffen können. Angesichts der umfangreichen Informationen, die heute über digitale Kanäle zur Verfügung stehen, wollen wir alle Menschen in die Lage versetzen, auf der Grundlage der von uns bereitgestellten Informationen sachkundige Entscheidungen zu treffen.

Vielfalt und Inklusion: Wir bekennen uns zu einem inklusiven Marketing- und Kommunikationsansatz, der bestimmte Mitglieder der Gesellschaft nicht aktiv und absichtlich ausschließt. Wir stellen sicher, dass Marketingaktivitäten der Südzucker Division Zucker grundsätzlich nicht diskriminierend oder verletzend sind. Wir verpflichten uns, Vielfalt zu achten und ein deutliches Zeichen gegen jede Form von Diskriminierung insbesondere aufgrund des Geschlechts, Alters, der Religion, Nationalität, sexuellen Orientierung oder des gesellschaftlichen Hintergrunds zu setzen.

Einhaltung von Regelungen: Unsere Marketingstrategien und -maßnahmen entsprechen den einschlägigen gesetzlichen Vorschriften, einschließlich der Regelungen für Werbung, Datenschutz und Verbraucherrechte. Im Rahmen dieser Verpflichtung stellen wir zudem sicher, dass alle unsere Marketingaktivitäten den Werberichtlinien entsprechen

Südzucker AG · PO Box 10 28 55 · 68028 Mannheim · Maximilianstraße 10 · 68165 Mannheim · Phone +49 621 421-0
Deutsche Bank AG, Mannheim · BIC: DEUTDE33 · IBAN: DE12 6707 0010 0040 9623 00 · USt.-IdNr.: DE143837220

Supervisory board chairman: Dr. Stefan Streng · Executive board: Dr. Niels Pörksen (Vorsitzender), Stephan Büttner, Hans-Peter Gai, Thomas Kölbl, Dr. Stephan Meeder

Corporate headquarters: Mannheim · Registration court: Magistrates Court Mannheim, HRB 0042

Together as Südzucker Sugar Division, we exploit the full potential of new beet solutions.



Werbung und Kinder: Kinder sind keine Zielgruppe für unsere Marketingaktivitäten. Unsere Produkte, Dienstleistungen, Werbematerialien und Marketingkommunikation zielen nicht darauf ab, den Verbrauch durch Kinder zu fördern. Wir überwachen und überprüfen unsere Marketingstrategien aktiv, um die Einhaltung dieser Leitlinie sicherzustellen. Wir verpflichten uns, in unserer Kommunikation jederzeit hohe ethische Standards aufrechtzuerhalten. In dem Wissen um den bedeutenden Einfluss von Influencern auf ihre Zielgruppen verpflichten wir uns, bei der Arbeit mit Influencern unsere Grundsätze für verantwortungsvolles Marketing einzuhalten. Zu diesem Zweck wählen wir Influencer sorgfältig aus, insbesondere im Hinblick auf eine verantwortungsvolle Produktwerbung gegenüber ihren Zielgruppen.

Verantwortung für die Umwelt: Unsere Marketingpraktiken spiegeln unser Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zur Verringerung unserer Umweltauswirkungen wider. Wir nehmen unsere Verantwortung für eine korrekte, transparente, vollständige und verständliche Marketingkommunikation über Nachhaltigkeit ernst. Wenn wir die Umweltauswirkungen von Produkten oder Maßnahmen in unsere Marketingaktivitäten einbeziehen, stellen wir sicher, dass wir wahrheitsgetreu, verständlich und transparent kommunizieren, ohne unsere Zielgruppe irreführen.

Verpflichtung zum Schutz der Privatsphäre und zum Datenschutz: Wir verpflichten uns zum Schutz der Privatsphäre unserer Verbraucher, Kunden und Geschäftspartner sowie zum Schutz ihrer personenbezogenen Daten. Wir behandeln diese Daten jederzeit vertraulich und mit der gebotenen Sorgfalt. Daher treffen wir alle notwendigen Vorkehrungen, um sicherzustellen, dass die Verarbeitung und Nutzung der unserem Unternehmen überlassenen personenbezogenen Daten transparent, zweckgebunden, nachvollziehbar, sorgfältig und unter Beachtung der geltenden gesetzlichen Datenschutzbestimmungen erfolgt. Wir wenden strenge Sicherheitsmaßnahmen an, um personenbezogene Daten vor unberechtigtem Zugriff und Verlust zu schützen. Der Schutz der personenbezogenen Daten unserer Verbraucher, Kunden und Geschäftspartner hat bei all unseren Marketingaktivitäten höchste Priorität und ist unabdingbare Voraussetzung für die integrale Ausübung unserer Geschäftstätigkeit.

IT- und Datensicherheit im digitalen Marketing: Durch die Integration von fortgeschrittenen Sicherheitsprotokollen und kontinuierlicher Überwachung schützen wir die Daten unserer Kunden und bewahren so ihr Vertrauen. Wir verpflichten uns uneingeschränkt zur Cybersicherheit und passen uns fortlaufend an neueste Sicherheitsstandards und Technologien zum Schutz sensibler Daten in unseren digitalen Marketinginitiativen an.

Anwendbarkeit und Verpflichtung zur Einhaltung dieser Grundsätze: Diese Grundsätze für verantwortungsvolles Marketing gelten für alle Marketingaktivitäten ungeachtet des Kanals, Landes, Themas oder der Zielgruppe und werden von lokalen Marken- und Marketingmanagern und dem zuständigen Führungspersonal überwacht. Unterstützende Partner wie Marketing- und Medienagenturen, Influencer etc. sind ebenfalls zur Einhaltung dieser Grundsätze verpflichtet.

Südzucker AG · PO Box 10 28 55 · 68028 Mannheim · Maximilianstraße 10 · 68165 Mannheim · Phone +49 621 421-0
Deutsche Bank AG, Mannheim · BIC: DEUTDE33 · IBAN: DE12 6707 0010 0040 9623 00 · USt.-IdNr.: DE143837220

Supervisory board chairman: Dr. Stefan Streng · Executive board: Dr. Niels Pörksen (Vorsitzender), Stephan Büttner, Hans-Peter Gai, Thomas Kölbl, Dr. Stephan Meeder

Corporate headquarters: Mannheim · Registration court: Magistrates Court Mannheim, HRB 0042

Together as **Südzucker Sugar Division**, we exploit the full potential of new beet solutions.

