



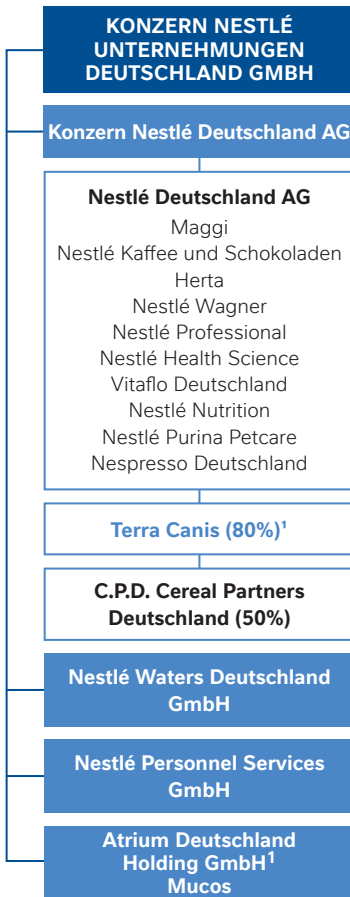
Nestlé Good food, Good life



Nestlé Deutschland in der Gesellschaft
Beiträge zur Gemeinsamen Wertschöpfung
und zu unseren sozialen Verpflichtungen

Nestlé.
Lebensqualität verbessern
und zu einer gesünderen
Zukunft beitragen.
2019

Nestlé in Deutschland im Überblick



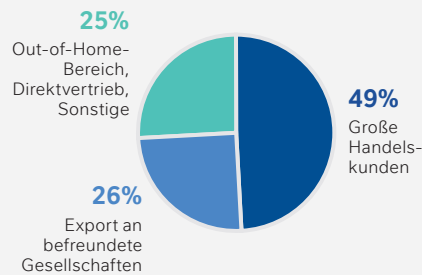
1 Nicht Bestandteil des Qualitätsprogramms und dieses Berichts

Die Nestlé Unternehmungen Deutschland GmbH ist die Finanzholding des Unternehmens Nestlé in Deutschland.

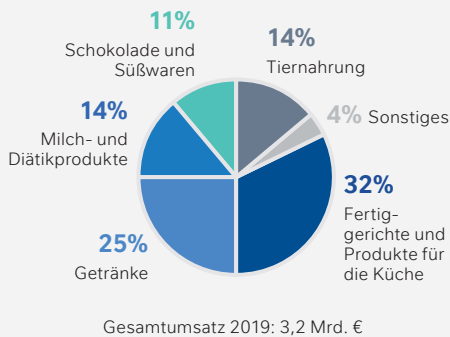
Unternehmensführung:

Die Führungsstruktur von Nestlé in Deutschland folgt der Rechtsform (Konzern Nestlé Deutschland AG) und der operativen Aufstellung als Landesgesellschaft der Nestlé S.A. Die erweiterte Geschäftsleitung NiM Board setzt sich zusammen aus dem Vorstand (Vorstandsvorsitzender, Vorstände Technik, Human Resources, Geschäfts- und Unternehmensentwicklung und Finanzen), den Vertretern der zentralen Funktionen Supply Chain, Vertrieb, Legal, Kommunikation und Corporate Marketing sowie den Geschäftsführern der Produktgesellschaften.

KUNDEN



UMSATZ



Prozentangaben und Umsatz gerundet

STANDORTE



Vorstandsvorsitzender:
Marc-Aurel Boersch

Veränderungen während des Berichtszeitraums:

In 2019 wurden die Aktivitäten von Mucos in Deutschland integriert. Mit Wirkung zum 02.10.2019 wurde das Hautpflegegeschäft und damit auch das Werk in Soest von Nestlé veräußert. Darüber hinaus fanden keine Änderungen in der Struktur des Unternehmens statt, die sich grundsätzlich auf das hier berichtete Programm auswirken.

Mitarbeiter: 9.220 Beschäftigte, davon: 291 leitende Angestellte und Topmanager, 247 Auszubildende, 5.730 in gewerblich-technischen Funktionen und Angestellte der Produktionsstandorte.

Großinvestitionen 2019:

Erweiterung des Trockenbereichs im Werk Osthofen. Ersatzinvestitionen für die Smarties-Produktion im Werk Hamburg und die Nudelproduktion im Werk Lüdinghausen. Kapazitätserweiterungen am Produktionsstandort für Tiefkühlpizza in Nonnweiler. Investitionen in die Herstellung flüssiger Babynahrung in Biessenhofen.

Marken: mehr als 50 Marken und 5.200 verschiedene Produkte; Leitmarken: Maggi, Thomy, Buitoni, Nescafé, Nesquik, Caro, Xpress, KitKat, Smarties, After Eight, Herta, Wagner, Nespresso, Felix, Gourmet, Beneful, BEBA, Wobenzym, Optifast, Garden Gourmet, Vittel, Perrier, Cini Minis, Clusters.

Produktion: 425.684 Tonnen

Standorte: 14 Werke:

Berlin, Biessenhofen, Conow, Euskirchen, Hamburg, Herten, Lüdinghausen, München/ Petershausen, Neuss, Nonnweiler, Osthofen, Schwerin, Singen, Soest (bis September 2019).

Sieben Verwaltungen: Frankfurt am Main (Zentrale), Düsseldorf, Herten, Braunhausen, Euskirchen, München, Unterhachingen.

Märkte: Rund 74 Prozent des Umsatzes von Nestlé in Deutschland entfallen auf den deutschen Markt. Annähernd 26 Prozent des Umsatzes entfallen auf Märkte der Europäischen Union sowie Zentraleuropas. Einzelne Produkte werden global vertrieben, vor allem Säuglingsnahrung in Asien und Lateinamerika.

Höhepunkte 2019

Dialog

250.000

Aufrufe von „Frag Nestlé“

90

Vertreter von NGOs, Wissenschaft und Politik bei Stakeholderworkshop

Für Einzelne und Familien

96%

aller Kinderprodukte erfüllen die Nährwertvorgaben der Nestlé Nutritional Foundation

68 Millionen

Kontakte über Nestlé for Healthier Kids

184 Millionen

Menschen Gesamtreichweite mit dem Nestlé Ernährungsstudio

Für unsere Gemeinschaften

79%

Kaffee nach 4C-Standard

100%

Kakao aus dem *Nestlé Cocoa Plan*

100%

zertifiziertes Palmöl, davon 100% nach RSPO segregated und 98% aus transparenten Lieferketten bis in den Anbau

75%

verantwortungsvoll beschafftes Gemüse für *Maggi* und *Wagner*

352

Lieferantenaudits bei Nestlé Deutschland nach SMETA oder EcoVadis

100%

der Standorte zertifiziert nach OHSAS 18001 und CARE-Audits

Für unseren Planeten

-42,3%

Veränderung des spezifischen Wasserverbrauchs (kumuliert seit 2010)

-5,1%

Veränderung des spezifischen Energieverbrauchs pro Tonne Produkt (gegenüber Vorjahr)

97%

der Verpackungen sind recyclingfähig oder wiederverwendbar

-67,7%

Veränderung des spezifischen CO₂-Ausstoßes (kumuliert seit 2010)

100%

der Standorte zertifiziert nach ISO 14001 und ISO 50001

Vorwort des Vorstandsvorsitzenden von Nestlé Deutschland

Inhalt

-
- 4 Vorwort des
Vorstandsvorsitzenden von
Nestlé Deutschland

 - 5 Gemeinsame Wertschöpfung –
Umsetzung bei Nestlé in
Deutschland

 - 6 Nestlé. Lebensqualität verbessen
und zu einer gesünderen
Zukunft beitragen.

 - 8 Transformation ganzheitlich
denken: nachhaltige Ernährungs-
systeme als Chance für
Nestlé Deutschland

 - 10 Für Einzelne und Familien
Ein gesünderes und glücklicheres
Leben ermöglichen

 - 12 Für unsere Gemeinschaften
Florierende, widerstandsfähige
Gemeinschaften fördern

 - 14 Für unseren Planeten
Natürliche Ressourcen
und die Umwelt erhalten

 - 16 Einbindung unserer
Anspruchsgruppen

 - 18 Dialog mit Stakeholdern in
Deutschland

 - 22 Ziele und Fortschritte von
Nestlé Deutschland

 - 26 Ausgewählte Kennzahlen
-

Der Zusammenhalt in der Gesellschaft und insbesondere auch die wirtschaftliche Stabilität scheinen in diesen Zeiten wichtiger denn je zu sein. Fest steht für mich aber auch, dass sich Nestlé – und die gesamte Ernährungsbranche – weiter wandeln muss: Wir müssen als Lebensmittelwirtschaft Gesundheitsaspekte der Ernährung noch stärker in den Vordergrund stellen und einen Weg finden, den Schutz unserer Umwelt besser und konsequenter zu berücksichtigen. Gleichzeitig müssen wir uns den sozialen Herausforderungen unserer Branche stellen – in Deutschland ebenso wie in den Regionen, aus denen viele unserer Rohstoffe stammen.

Die COVID-19-Krise hat den Wert unserer Lebensmittel für die Menschen wieder stärker in den Vordergrund gerückt – und gleichzeitig gezeigt, wie anfällig unsere Gesellschaft für Störungen in den etablierten Prozessen ist. Ich sehe dies als Ansporn für uns als Unternehmen, widerstandsfähiger, ökologischer, aber auch nahbarer und menschlicher zu werden. Die Krise darf jedenfalls keine Ausrede dafür sein, so weiterzumachen wie bisher und wichtige Anliegen wie den Schutz von Klima und Biodiversität oder gesündere Ernährung zu vertagen.

Wir als Nestlé möchten mit gutem Beispiel vorangehen und werden unbeirrt auch weiterhin an diesen existenziellen Themen arbeiten – wenn es irgendwie geht, noch schneller und noch entschlossener als vor der Krise. Und wir müssen noch stärker Gesicht und Haltung zeigen – auch zu kontroversen Themen.

Mit etwas Stolz präsentieren wir heute unseren Nachhaltigkeitsbericht, der die Fortschritte unserer Arbeit deutlich macht. Er zeigt aber auch, dass wir noch längst nicht am Ziel sind. Denn wir haben uns viel vorgenommen: im Bereich Ernährung die Überarbeitung und bessere Kennzeichnung unserer Produkte. Außerdem wollen wir unseren ökologischen Fußabdruck verkleinern, von den Verpackungen unserer Produkte bis zur

Klimaneutralität. Die konsequente Wahrung von Menschenrechten in unseren Lieferketten ist uns ebenso wichtig wie unsere Rolle als „guter Nachbar“ in Deutschland.

Daher gehen wir bei Nestlé diesen Weg konsequent weiter: mit einem klaren Fokus auf eine gesündere Ernährung, einen rücksichtsvolleren Umgang mit der Natur und mit einem klaren Bekenntnis zu unserer sozialen Verantwortung.



Ihr Marc-Aurel Boersch

Gemeinsame Wertschöpfung – Umsetzung bei Nestlé in Deutschland

Gemeinsame Wertschöpfung ist das Grundprinzip unseres geschäftlichen Handelns. Wir sind überzeugt, dass Nestlé nur dann langfristig Erfolg haben kann, wenn wir einen Mehrwert für unsere Verbraucher, die Gesellschaft und unsere Aktionäre schaffen. Unsere Aktivitäten und Produkte sollen nicht nur zum Erfolg von Nestlé beitragen, sondern auch einen positiven Beitrag für die Gesellschaft leisten.

Drei Schwerpunktfelder für Nestlé Deutschland

Wir wollen die Lebensqualität verbessern und zu einer gesünderen Zukunft beitragen. Als Nestlé Deutschland leisten wir schon einen Beitrag hierzu und werden noch intensiver an drei zentralen Schwerpunktfeldern arbeiten: einer gesünderen Ernährung, einem rücksichtsvolleren Umgang mit der Natur und einem klaren Bekenntnis zu unserer sozialen Verantwortung. So schaffen wir einen Mehrwert für die Menschen, die unsere Produkte essen und trinken, für die Gemeinschaften, von denen wir unsere Rohstoffe beziehen, und für die Umwelt.

Dabei konzentrieren wir uns mit unseren Aktivitäten auf die Bereiche, in denen wir einen echten Unterschied machen können. Zum einen wollen wir die Rezepturen unserer Produkte verbessern – sowohl im Hinblick auf ihre Nährwertzusammensetzung als auch auf ihre ökologischen Auswirkungen. Ein

wichtiger Treiber ist dabei die Nutri-Score-Kennzeichnung, die wir systematisch in Deutschland einführen werden. Mit der Initiative *Nestlé for Healthier Kids* unterstützen wir Familien mit Kindern mit Informationen rund um einen gesunden Lebensstil. Außerdem setzen wir insbesondere bei Produkten für Kinder auf eine verantwortungsvolle Kommunikation.

Der Schutz der Natur erfordert noch größere Veränderungen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette als bisher. Elementare Bausteine sind Maßnahmen zum Schutz des Klimas, der biologischen Vielfalt und des Wassers. Vor allem die Senkung unseres Treibhausgasausstoßes erfordert ein ganzheitliches Vorgehen (siehe S. 8–9). In unserem Produktportfolio spiegeln sich diese Ziele in der vermehrten Einführung pflanzenbasierter Produkte wider. Und auch die Verpackungen unserer Produkte wollen wir weiter verbessern – mit einem noch stärkeren Fokus auf die Schließung des Stoffkreislaufs sowie wiederverwendbare Verpackungen und innovative Verpackungssysteme.

Um unserer sozialen Verantwortung gerecht zu werden, fördern wir weiter den Zugang zu Wasser- und Sanitärversorgung in unseren globalen Wertschöpfungsketten und setzen uns für Menschenrechte, bessere Arbeitsstandards und gegen Kinderarbeit ein. Nicht nur in unseren Wertschöpfungsketten, sondern ausdrücklich auch hier vor Ort in Deutschland sehen wir uns als Teil der lokalen Gemeinschaften und wollen ein guter Partner sein. Hierzu zählt auch die Förderung der Vielfalt unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In diesem Report wollen wir darüber informieren, wo wir bei unseren Zielen und Prioritäten stehen (siehe S. 22–25).



Verantwortung für unsere Umwelt: Anlässlich des World Cleanup Day 2019 haben über 350 Nestlé Mitarbeiter rund um unseren Standort in Frankfurt ca. eine halbe Tonne Abfall gesammelt.

Nestlé. Lebensqualität verbessern und zu einer gesünderen Zukunft beitragen.

Getreu unserem Unternehmenssinn verfolgen wir ehrgeizige globale Ziele in drei Schwerpunktbereichen: Einzelne und Familien, Gemeinschaften und unser Planet. Sie stehen im Einklang mit den UN-Zielen für Nachhaltige Entwicklung, die sie unterstützen. Unsere Arbeit berührt täglich das Leben von Milliarden Menschen – von den Bauern, die unsere Rohstoffe erzeugen, bis zu den Konsumenten, die unsere Produkte genießen. Wir sind bestrebt, das Naturkapital zu schützen, von dem wir abhängig sind.

Für Einzelne und Familien

Ein gesünderes und glücklicheres Leben ermöglichen



Bis 2030 wollen wir 50 Millionen Kindern ein gesünderes Leben ermöglichen

Schmackhaftere und gesündere Alternativen anbieten	Menschen inspirieren, ein gesünderes Leben zu führen	Ernährungswissen aufbauen, teilen und anwenden
<ul style="list-style-type: none"> ●○○ Einführung von mehr nährstoffreichen Nahrungsmitteln und Getränken v. a. für Schwangere, junge Mütter, Säuglinge und Kinder ●○○ Weitere Senkung des Gehalts an Zucker, Natrium und gesättigten Fettsäuren ●○○ Steigerung des Gehalts an Gemüse, ballaststoffreichem Getreide, Hülsenfrüchten, Nüssen und Saaten ●○○ Vereinfachung der Zutatenlisten und Entfernung von künstlichen Farbstoffen ●○○ Bekämpfung von Unterernährung durch Mikronährstoffanreicherung 	<ul style="list-style-type: none"> ●○○ Angabe und Erklärung des Nährwerts auf Verpackungen, im Handel und im Internet ●○○ Portionsangaben auf unseren Produkten ●○○ Verstärkung unserer Marketinganstrengungen für gesundes Kochen, gesunde Ernährung und einen gesunden Lebensstil ●○○ Befähigung von Eltern, Betreuern und Lehrern, gesundes Verhalten von Kindern zu fördern ●○○ Förderung und Schutz des Stillens durch Umsetzung einer branchenführenden Richtlinie zur verantwortungsbewussten Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten ●●● Anregen der Menschen zum Genuss von Wasser für ein gesünderes Leben ●○○ Partnerschaften zur gemeinsamen Förderung eines gesunden Ernährungsumfelds 	<ul style="list-style-type: none"> ●○○ Aufbau und Verbreitung von Ernährungswissen von den ersten 1.000 Lebenstagen bis ins gesunde Alter ●○○ Aufbau biomedizinischen Wissens für die Entwicklung gesundheitsfördernder Produkte, personalisierter Ernährung und digitaler Lösungen

Status unserer Verpflichtungen

- Neu
- Wird umgesetzt
- Erreicht



Für unsere Gemeinschaften

Flourierende, widerstandsfähige Gemeinschaften fördern



Bis 2030 wollen wir aktiv zur Verbesserung der Lebensbedingungen von 30 Millionen Menschen in Gemeinschaften beitragen, die in einer direkten Beziehung zu unserer Geschäftstätigkeit stehen

Ländliche Entwicklung fördern und die Lebensbedingungen im ländlichen Raum verbessern

- Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Situation der uns beliefernden Bauern
- Verbesserung der Nahrungsmittelverfügbarkeit und -vielfalt für die uns beliefernden Bauern
- Verantwortungsbewusste Beschaffung in unserer Versorgungskette und Tierschutz
- Kontinuierliche Verbesserung unserer Versorgungskette für Rohkaffee
- Ausweitung des *Nestlé Cocoa Plan* bei Kakaobauern

Menschenrechte in unseren Geschäftsaktivitäten respektieren und fördern

- Prüfung und Förderung der Menschenrechtsverträglichkeit unserer Aktivitäten
- Verbesserung des Auskommens von Arbeitern und Kinderschutz in unserer landwirtschaftlichen Versorgungskette
- Förderung einer unternehmensweiten Integritätskultur
- Wirksame Beschwerdemechanismen für Mitarbeitende und Anspruchsgruppen

Menschenwürdige Arbeitsplätze und Vielfalt fördern

- Einführung der *Nestlé needs YOUth*-Initiative in allen unseren Betrieben
- Ausgewogeneres Geschlechterverhältnis unserer Mitarbeitenden und Förderung von Frauen entlang der Wertschöpfungskette
- Förderung gesunder Arbeitsbedingungen und der Gesundheit unserer Mitarbeitenden

Für unseren Planeten

Natürliche Ressourcen und die Umwelt erhalten



Bis 2030 streben wir null Umweltbelastung in unseren Betrieben an

Sorge für das Wasser tragen

- Verbesserung der Wassereffizienz und -nachhaltigkeit unserer Betriebe
- Engagement für eine effektive Wasserregulierung und einen verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser
- Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, allen voran in der Landwirtschaft
- Sensibilisierung für einen ressourcenschonenden Umgang mit Wasser und verbesserter Zugang zu Wasser und Sanitärversorgung in unserer Wertschöpfungskette

Gegen den Klimawandel handeln

- Vorreiterrolle im Umgang mit dem Klimawandel
- Förderung von Transparenz und proaktivem, langfristigem Engagement in der Klimapolitik

Die Umwelt schützen

- Verbesserung der Umweltbilanz unserer Verpackungen
- Reduzierung von Nahrungsmittelverlusten und -verschwendung sowie Abfall
- Aussagekräftige und akkurate Umweltinformation und Dialog
- Erhalt von Naturkapital



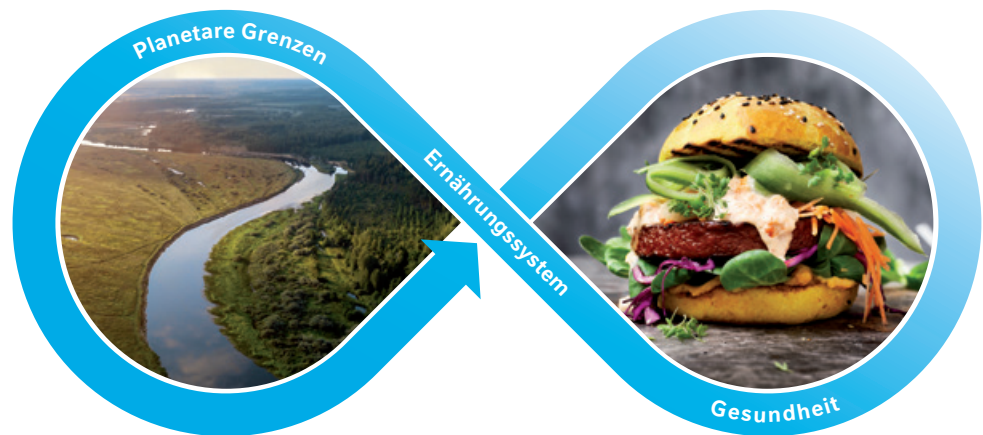
Transformation ganzheitlich denken: nachhaltige Ernährungssysteme als Chance für Nestlé Deutschland

Immer mehr Experten fordern eine radikale Transformation weltweiter Ernährungssysteme, um diese nachhaltiger zu gestalten und die SDGs sowie die Ziele des Pariser Klimaabkommens erreichen zu können. Fest steht: Wie Lebensmittel angebaut und verarbeitet werden und was wir essen, beeinflusst unseren Planeten und unsere Gesundheit gleichermaßen.

Nachhaltige Ernährungssysteme umfassen zahlreiche, oftmals eng miteinander verzahnte Facetten. Die Bandbreite reicht dabei u.a. von guten landwirtschaftlichen Praktiken über die Verteilsysteme von Lebensmitteln und die Vermeidung von Lebensmittelverlusten bis hin zu einer ausgewogenen Ernährungsweise. Es gibt also Synergien. So hat etwa der vermehrte Verzehr von pflanzlichem Eiweiß sowohl positive Auswirkungen auf die CO₂-Bilanz der Produkte als auch auf die Einhaltung von Ernährungsempfehlungen. Es gibt aber auch Zielkonflikte, für die noch Lösungen gefunden werden müssen.

Als Lebensmittelhersteller möchten wir einen Beitrag zur Gestaltung nachhaltiger Ernährungssysteme leisten und haben uns entsprechende Ziele gesteckt.

Deren konkrete Ausgestaltung ist komplex, auch für uns als Unternehmen. Die enge Verzahnung der verschiedenen Themen stellt uns einerseits vor neue Herausforderungen, ist aber gleichzeitig auch ein Zugewinn: Wo wir uns früher eher einzeln mit verschiedenen Themen auseinandergesetzt haben, arbeiten wir heute mit unseren Experten der verschiedenen Bereiche viel stärker zusammen.



Unser globales Klima-Commitment

Besonders deutlich treten die Zusammenhänge nachhaltiger Ernährungssysteme in Bezug auf den Klimawandel hervor. Dessen Auswirkungen zeigen sich bereits heute in extremen Wetterereignissen und einer beeinträchtigten Ressourcenverfügbarkeit. Nestlé, als Hersteller von Lebensmitteln, treffen diese Veränderungen dabei in besonderer Weise: vom Anbau unserer Rohstoffe bis hin zu unseren Konsumenten sind alle Bereiche unseres Geschäfts hiervon betroffen.

Nur gemeinsam werden wir es schaffen, den mit den Folgen des Klimawandels verbundenen Herausforderungen zu begegnen. Deshalb haben wir uns im vergangenen Jahr global dazu verpflichtet, unsere Netto-Treibhausgasemissionen bis 2050 auf null zu senken. Bereits bis 2030 wollen wir unsere Emissionen um die Hälfte reduzieren. Dies steht im Einklang mit dem 1,5°-C-Ziel des Pariser Klimaabkommens. Neben unseren eigenen Prozessen schließt das Commitment auch unsere gesamte vorgelagerte Wertschöpfungskette sowie wichtige nachgelagerte Prozesse wie den Produkttransport und die Entsorgung unserer Verpackungen ein (Scope 3).

Nachhaltiges Wassermanagement und Biodiversität

Im Sommer 2019 diskutierte Nestlé Deutschland gemeinsam mit der Bodensee-Stiftung mit Milch- und Schweinelandwirten über Klimaresilienz und Wasserverschmutzung. Den Dialog aller Beteiligten wollen wir auch zukünftig fortsetzen, um auf dieser Grundlage gemeinsame Lieferketten-Projekte zu entwickeln.

Der Austausch und die Weiterentwicklung von gemeinsamen Aktivitäten gehören auch zu den Aufgaben der Brancheninitiative für Biodiversität, die 15 Akteure aus dem Lebensmittelsektor – darunter auch Nestlé Deutschland – auf ihren offiziellen Start im Jahr 2020 vorbereiten. Ziel ist die Erarbeitung eines Basis-Sets von Biodiversitätskriterien, das von der Lebensmittelbranche anerkannt und umgesetzt werden kann.



Pflanzenbasierte Produkte

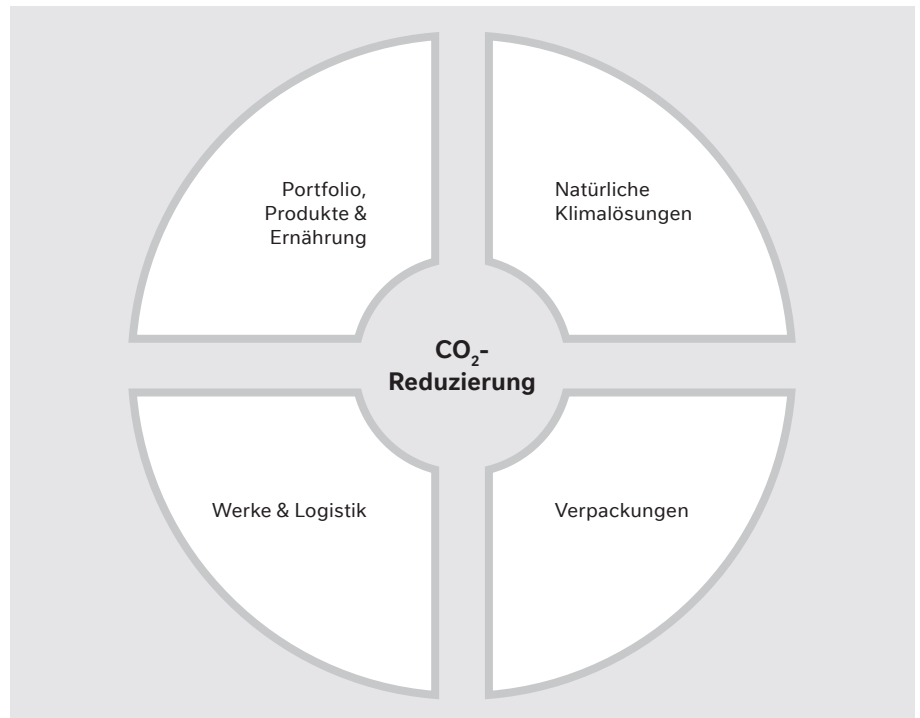
Innerhalb der Lebensmittelproduktion sind es vor allem die tierischen Rohstoffe, die die Hauptverursacher der Treibhausgase sind. Ein Großteil dieser Emissionen kann durch die Umstellung auf pflanzenbasierte Produkte reduziert werden. Deshalb nehmen weitere pflanzenbasierte Produkte mit besserer Umweltbilanz einen wichtigen Platz in unserer Strategie zur Verringerung unseres Treibhausgasausstoßes ein. Mit der Ausweitung des *Garden Gourmet* Portfolios in 2019 haben wir einen wichtigen Schritt in diese Richtung unternommen.

Senkung unseres Treibhausgasausstoßes

In Deutschland entstehen über 70% unserer CO₂-Emissionen entlang unserer vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette. Das ehrgeizige Ziel, unseren Ausstoß an Treibhausgasen bis zum Jahr 2050 auf null zu senken, beinhaltet daher neben den Emissionen aus unserer Produktion ausdrücklich auch solche, die etwa beim Anbau der Rohstoffe, beim Transport oder durch unsere Verpackungen entstehen. Als Nestlé Deutschland haben wir in 2019 untersucht, wo genau die CO₂-Emissionen unserer Produkte entstehen. Auf dieser Grundlage werden wir in den kommenden Jahren gemeinsam mit unseren Marken konkrete Reduktionspläne erarbeiten, die definieren, wo und wie wir unsere CO₂-Emissionen reduzieren werden. Dabei nehmen wir insbesondere vier Kernbereiche in den Fokus: natürliche Klimalösungen entlang unserer Lieferketten, Verpackungen, Werke und Logistik sowie die Zusammensetzung unserer Produkte und unseres Portfolios.

 [Online mehr erfahren](#)

Vier zentrale Fokusfelder zur CO₂-Reduktion von Nestlé Deutschland



Ein gesünderes und glücklicheres Leben ermöglichen

In 2019 haben wir uns für Nutri-Score als Nährwertkennzeichnungssystem auf der Verpackungsvorderseite ausgesprochen und dessen Umsetzung vorbereitet. Wir haben die Überarbeitung von Produktrezepturen weiter vorangetrieben und mit vielfältigen Angeboten im Kontext von *Nestlé for Healthier Kids* Familien bei der Umsetzung einer ausgewogenen Ernährung und eines aktiven Lebensstils unterstützt.



Nestlé for Healthier Kids

Im Rahmen der Initiative *Nestlé for Healthier Kids* möchten wir Kinder und ihre Familien auf ihrem Weg zu einer ausgewogenen Ernährung unterstützen. Die Kombination aus Information und Interaktion hilft Familien, mögliche Fragestellungen im Zusammenhang mit einem gesunden Lebensstil von Kindern anzugehen. In 2019 haben wir neue Inhalte entwickelt – z.B. zu den Themen „Bunt essen“, „Ein Tag mit der ganzen Familie“ und „Picky Eater“ – und online im Nestlé Ernährungsstudio sowie auf Social-Media-Kanälen zur Verfügung gestellt. Außerdem haben wir bei Events wie dem International Chefs Day, dem *Nestlé for Healthier Kids* Familienfest und den *Maggi* Kinderkochkursen mit mehr als 450 Kindern gekocht. Insgesamt haben wir mit unseren Aktivitäten im Jahr 2019 eine Gesamtreichweite von ca. 68 Millionen erzielt. Besonders gefragt waren 2019 unsere Infografiken zu Themen wie „Trinken für Kids“, „Ausgewogenes Naschen“ oder „Bewegung im Kinderalltag“. Auch die *Nestlé for Healthier Kids* Arbeitsblätter zu Themen wie „Reise der Nährstoffe“, „Grundlagen der Ernährung“ und „Herkunft der Lebensmittel“ wurden gerne und oft heruntergeladen.

Auf einen Blick

68 Millionen Kontakte über *Nestlé for Healthier Kids*

490 Millionen zusätzlich produzierte Portionen Gemüse seit 2016

184 Millionen Menschen Gesamtreichweite mit dem Nestlé Ernährungsstudio



Nutri-Score: Original Wagner Steinofen Pizzen machen den Anfang

Um unseren Verbrauchern die bestmögliche Orientierung auf Lebensmittelverpackungen zu bieten, haben wir uns bei Nestlé bereits im Juni 2019 für Nutri-Score als europaweite Nährwertkennzeichnung für Lebensmittel und Getränke ausgesprochen. Nutri-Score ist ein farbcodiertes System, das Produkte nach ihrem Ernährungsprofil mit einer Skala von A (günstigere Wahl) bis E (weniger günstige Wahl) kategorisiert. Nestlé wird den Nutri-Score über einen Zeitraum von zwei Jahren hinweg bei Marken einführen, die vollständig zum Unternehmen gehören sowie bei Frühstücksprodukten des Joint Ventures „Cereal Partners Worldwide“. In 2019 haben wir bereits umfangreiche Informationen zu Nutri-Score auf unseren Websites zur Verfügung gestellt und mit Hochdruck die Umsetzung auf den Produkten vorbereitet.

In Deutschland ist die erste Produktrange mit Nutri-Score die *Original Wagner Steinofen Pizza*. Seit Ende Februar 2020 tragen sie den Nutri-Score. Zwei Pizzen sind mit „A“ bewertet, acht mit „B“ und weitere acht mit „C“.



Umsetzung startet auch bei Cereal Partners Deutschland

Auch die ersten Produkte von Cereal Partners Deutschland stehen inzwischen mit dem Nutri-Score im Regal. Nesquik Knusperfrühstück erhält ein „B“, Cini Minis ein „C“.

Reformulierung mit zusätzlicher Dynamik durch Nutri-Score

Seit über zehn Jahren beschäftigen wir uns intensiv mit der Überarbeitung unserer Rezepturen. Wir überarbeiten gezielt Produkte, die in Bezug auf den Gehalt von Zucker, Salz und gesättigten Fettsäuren unsere größten Herausforderungen darstellen. Darüber hinaus erhöhen wir auch den Anteil positiver Inhaltsstoffe wie Gemüse, Getreide, Nüsse und Hülsenfrüchte. Außerdem verzichten wir nach Möglichkeit auf den Zusatzstoff Glutamat, künstliche Aromen und Farbstoffe. Seit 2014 gibt es konkrete globale Ziele für die Reformulierung. Auch in Deutschland beschäftigen wir uns mit der Überarbeitung von Produkten und tragen so zur Erreichung der weltweiten Ziele bei.

Die Einführung von Nutri-Score treibt unsere Reformulierungsaktivitäten zusätzlich an. So ist die Produktrange *Original Wagner Steinofen Pizza* vor Einführung des Nutri-Scores komplett überarbeitet worden. Im Durchschnitt haben wir beispielsweise ca. 4% Salz reduziert.



Flourierende, widerstands- fähige Gemein- schaften fördern

Nestlé möchte einen positiven Beitrag für die Gemeinschaft leisten – global wie lokal. Wir arbeiten mit Bauern und Lieferanten weltweit zusammen, um deren Gemeinschaften zu stärken. Wir engagieren uns für die Gleichstellung der Geschlechter, die Achtung der Menschenrechte und schaffen Beschäftigungsmöglichkeiten für junge Menschen. Aber wir möchten auch ein guter Nachbar sein, ein Partner für die Gemeinschaften, in denen unsere Standorte liegen und in denen unsere Mitarbeiter und ihre Familien leben.

Auf einen Blick

2.660 Beschäftigungsmöglichkeiten für Jugendliche und junge Erwachsene

100% Kakao aus dem *Nestlé Cocoa Plan* bezogen

900 Krankenhäuser während der Corona-Pandemie unterstützt



Unser Umgang mit der COVID-19-Pandemie

Als Lebensmittelhersteller kommt uns während der Corona-Pandemie eine besondere Rolle zu. Wir sind verantwortlich für die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln. Daher ist die Aufrechterhaltung unseres Geschäftsbetriebs von großer Bedeutung. Die Sicherheit unserer Mitarbeiter steht für uns dabei an erster Stelle. Daher haben wir frühzeitig mit Maßnahmen wie verstärkten Hygienerichtlinien, der Beschränkung von Geschäftsreisen und flexiblem Arbeiten reagiert.

Unsere Geschäftspartner unterstützen wir im Rahmen eines globalen Hilfspakets in Höhe von CHF 500 Mio. In Deutschland erleichtern unsere Out-of-Home-Marken dem Gastronomiebereich mit kostenlosen Produkten und verlängerten Zahlungsfristen die Wiedereröffnung.

Um Danke für ihren Einsatz zu sagen, haben wir rund 900 Krankenhäuser mit insgesamt 9.000 Produktpaketen unterstützt. Einen gesellschaftlichen Beitrag möchten wir darüber hinaus durch Produktspenden an Tafeln sowie das Zurverfügungstellen von Mahlzeiten für Tiertafeln leisten. Außerdem haben wir Spenden unserer Mitarbeiter an den Corona-Nothilfefonds des Deutschen Roten Kreuzes verdoppelt und unterstützen das DRK zusätzlich mit Ausstattung und Know-how im Bereich IT und Digitalisierung.

 [Online mehr erfahren](#)



Führungskultur im Wandel

2019 wurden mehrere Impulse zur Weiterentwicklung der Führungskultur von Nestlé Deutschland angestoßen. Beispielsweise wurde ein aus jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bestehendes Gremium ins Leben gerufen, das eigene Themenschwerpunkte setzt und mit Mitgliedern des erweiterten Unternehmensvorstands diskutiert. Daneben beschäftigt sich eine funktionsübergreifende Arbeitsgruppe mit der Förderung einer innovativen und digitalen Haltung – mit weniger Kontrolle und mehr Vertrauen, Agilität und geteilter Verantwortung.

Nescafé Plan in Kolumbien: Kaffee-Setzlinge gegen Klimawandel

Im November 2019 reiste eine Delegation von Nestlé Deutschland, zusammen mit einer Vertreterin des Experten- und NGO-Beirats, nach Kolumbien. Ziel der Reise war es, die Umsetzung des *Nescafé Plan* in der Region Risaralda kennenzulernen und Impulse für eine Weiterentwicklung des Programms zu gewinnen. Im Fokus der Reise standen neben der Rolle von Frauen der Umgang mit Wasser im Kaffeeanbau und Maßnahmen zum Schutz vor den Folgen des Klimawandels. Mit krankheitsresistenten Setzlingen und Schulungen unterstützen *Nescafé* und die Föderation der Kaffeebauern in Kolumbien, FNC, Kleinbauern und ihre Genossenschaften.

 [Online mehr erfahren](#)



Im Dialog: Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten

Nestlé unterstützt ausdrücklich eine gesetzliche Regelung zur Wahrnehmung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten, die auf den UN-Leitsätzen für Wirtschaft und Menschenrechte basiert. Nestlé Deutschland hat sich auch der „Initiative Lieferkettengesetz“ angeschlossen, einem Zusammenschluss von Organisationen der Zivilgesellschaft und Unternehmen, die eine gesetzliche Regelung fordert.

Nestlé folgt weltweit den Vorgaben der UN-Leitlinien und hat bereits Human Rights Due Diligence Prozesse und eine entsprechende Berichterstattung etabliert. Durch eine gesetzliche Regelung erwarten wir eine breitere Umsetzung von ökologischen und menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten und entsprechend mehr Wirkung in unseren vorgelagerten Lieferketten.

 [Online mehr erfahren](#)

Umsetzung des Nestlé Cocoa Plan in Côte d'Ivoire

Carmen Borsche und David Klöckner-Molitor aus dem Leitungsteam des Süßwarenbereichs von Nestlé Deutschland machten sich im November 2019 in Côte d'Ivoire ein eigenes Bild von der Umsetzung des *Nestlé Cocoa Plan*. Die gewonnene Erkenntnis: Das Programm setzt mit guten landwirtschaftlichen Praktiken, der Stärkung von Frauen, der Einkommensdiversifizierung, der Zahlung von Zuschlägen, dem Child Labor Monitoring and Remediation System und umfassenden Bildungsprogrammen auf effektive Hebel zur langfristigen Verbesserung der Lebensqualität vor Ort. Durch unsere Größe können wir also viel bewegen. Doch die Herausforderungen können wir nicht isoliert bewältigen. Um nachhaltige Veränderungen erfolgreich und flächendeckend umzusetzen, bedarf es eines engen Zusammenspiels aller Akteure vor Ort.



Natürliche Ressourcen und die Umwelt erhalten

Wir wollen im Sinne einer nachhaltigeren Gesellschaft ein nachhaltigeres Unternehmen sein. Wir wollen Biodiversität und natürliche Ressourcen schützen und andere zu verantwortungsbewusstem Handeln motivieren. Wir streben null Umweltbelastung in unseren Betrieben an. Wir verpflichten uns dazu, nachhaltig bewirtschaftete erneuerbare Ressourcen zu nutzen, unsere betriebliche Effizienz zu verbessern, keinen Abfall zur Entsorgung zu produzieren und unser Wassermanagement kontinuierlich weiter zu verbessern

Auf einen Blick

97%

Anteil des recyclingfähigen oder wiederverwendbaren Verpackungsmaterials

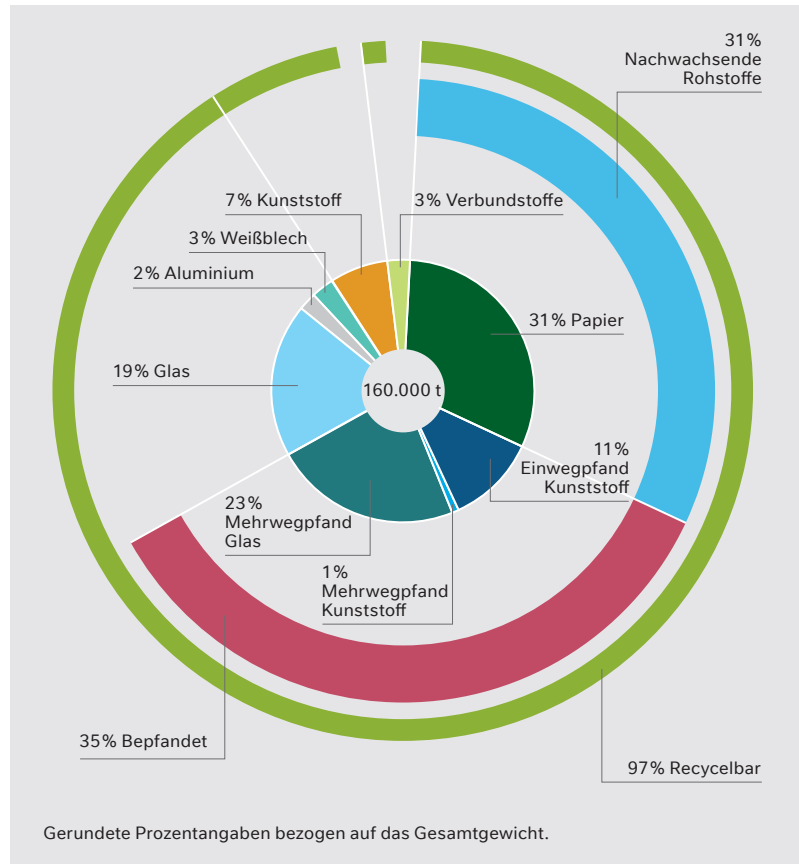
67,7%

Reduktion der Treibhausgasemissionen seit 2010

98%

Palmöl aus transparenten Lieferketten bis in den Anbau

2019 von Nestlé Deutschland eingesetzte Verpackungen



Wandel unserer Verpackungen

In 2019 waren über 97% der Verpackungen recyclingfähig oder wiederverwendbar. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Anteil an Verpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen erhöht. Außerdem haben wir den Großteil unserer Schrumpffolien-Umverpackungen auf einen Recyclinganteil von 50% umgestellt.



Umweltfreundlicher Zwiebelanbau

In Frankreich arbeitet Nestlé im Rahmen seines Programms für die verantwortungsvolle Beschaffung von Gemüse eng mit dem Zwiebellieferanten Sodeleg zusammen. 2019 haben wir innovative Ansätze für eine effiziente und umweltfreundliche Pflanzenproduktion co-finanziert. Unter anderem wurden dabei – auf den ersten Blick unscheinbare – Spezialgeräte zur Überwachung von Wetterbedingungen und Feuchtigkeit installiert, die auf diese Weise den Fungizideinsatz verringern. Außerdem wurden Maßnahmen zum Schutz und zur Förderung einheimischer Insektenpopulationen wie die Errichtung von Blühstreifen, Baumreihen und Bienenstöcken durchgeführt.



Energieeffiziente Nudeltrocknung in Lüdinghausen

Das Maggi Werk Lüdinghausen ist seit 1980 die Heimat der lebensmitteltechnologisch anspruchsvollen 5-Minuten Terrine. Insbesondere der Trocknungsprozess der enthaltenen Nudeln ist aufwendig und energieintensiv. 2019 wurde die Linie zur Nudelherstellung erneuert. Dabei sollten neben Hygiene und Sicherheit auch Energieeffizienz und Ressourcenschonung optimal ausfallen. In der neuen Trocknungsanlage durchlaufen die Nudeln deshalb eine Kaskade von Temperatur- und Feuchtezonen. So kann gegenüber der Altanlage durch Wärme- und Feuchte-Rückgewinnung Energie in erheblichem Maße eingespart werden: jährlich 3.800 MWh – genug, um ca. 800 Haushalte zu heizen.

Verpackungsforschung und -innovationen

Im September 2019 haben wir die Arbeit unserer Verpackungsexperten in einem weltweit einzigartigen Verpackungsinstitut in Lausanne gebündelt. Dort wird an neuartigen Verpackungen und Alternativen zu kunststoffbasierten Verpackungsmaterialien geforscht.

Ein echter Meilenstein ist dabei der 2019 lancierte YES! Riegel. Erstmals konnten Süßwarenriegel mit einer Hochgeschwindigkeits-Schlauchbeutel-Maschine in recyclingfähiges Papier verpackt werden.

Dies fand durch Verpackungspreise wie den „Packaging Europe Readers' Award“ internationale Anerkennung. Ein weiteres Beispiel ist die Neueinführung von Nesquik All Natural, welches ebenfalls mit einem recyclingfähigen Papier umhüllt ist.



Schutz des Regenwaldes durch Satellitenüberwachung

Gemeinsam mit der Earthworm Foundation und Airbus nutzen wir Starling, ein satellitenbasiertes Instrument, zur Überwachung von Palmöl-Anbaugeländen. Starling erstellt hochauflösende Bilder großer Waldflächen. Auf diesen Bildern werden selbst kleine Veränderungen im Baumbestand dargestellt, über die uns das System informiert. So erkennen wir Rodungen innerhalb unserer Lieferketten zeitnah und können gemeinsam mit unseren Lieferanten angepasste Maßnahmen ergreifen. Dadurch hat Starling benötigte Reaktionszeiten erheblich verkürzt und die Art und Weise, wie wir Entwaldungsrisiken managen, maßgeblich verändert.

 [Online mehr erfahren](#)

Einbindung unserer Anspruchsgruppen

Zum globalen Netzwerk unserer Anspruchsgruppen zählen Investoren, multilaterale Organisationen, Regierungen, NGOs, die Wissenschaft, lokale Gemeinschaften, Lieferanten, Konsumenten und Geschäftskunden. In Deutschland führt Nestlé jährlich eine Befragung der lokalen Stakeholder sowie einen Stakeholderworkshop durch, erarbeitet gemeinsam mit dem Experten- und NGO-Beirat Lösungsansätze für Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit und bezieht Verbraucheranliegen mithilfe des Verbraucherrats in den Dialog ein. Gelegenheit zum Austausch bieten außerdem auch weitere Gespräche mit Anspruchsgruppen und unsere Präsenz bei extern organisierten Veranstaltungen.

Unser Ranking in führenden Indizes

Auch wenn wir nicht vorrangig nach Preisen und Anerkennungen streben, sind wir stolz auf die Würdigung unserer Nachhaltigkeitsbemühungen und -erfolge durch weltweit führende Indizes und Ratingagenturen.



Nestlé wird seit 2011 im **FTSE4Good** Responsible Investment Index geführt



Platz 1 im globalen **Access to Nutrition Index (ATNI)** 2018 unter 22 internationalen Nahrungsmittel- und Getränkekonzernen.



Nestlé wurde 2019 von **MSCI ESG Research** aufgrund ihrer Leistung in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Governance (ESG) als AA eingestuft.



Nestlé konnte ihre Spitzenposition in Kategorien wie Gesundheit und Ernährung, Umwelt- und Managementstrategie, Verpackungen und Wasserrisiken beibehalten.



Nestlé ist weiterhin auf der Climate-A-Liste von **CDP** vertreten.

Engagement in Multi-Stakeholder-Initiativen

Vertreter von Nestlé Deutschland engagieren sich auch im Rahmen von Multi-Stakeholder-Initiativen und Dialogforen für mehr Nachhaltigkeit. Zu den wichtigsten Initiativen und Plattformen gehören:

<p>Die PREVENT Abfall Allianz des Ministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), die den Aufbau von Recycling-Infrastrukturen unterstützt. Wir engagieren uns u.a. an der Schnittstelle zu internationalen Projekten von Nestlé.</p>	<p>Im Rahmen der Initiative Nachhaltige Agrarlieferketten (INA) des BMZ haben Scouting-Missionen und Gespräche mit Nestlé Vertretern in Zielländern der Initiative stattgefunden. INA verfolgt einen Landscape-Ansatz, um Farmer-Einkommen und Waldschutz zu verbessern.</p>	
<p>Nestlé hat im Forum Nachhaltiger Kakao Erfahrungen aus der Arbeit im <i>Nestlé Cocoa Plan</i> eingebracht und sich an der Weiterentwicklung der Forumsziele beteiligt. Nestlé trägt auch mit finanziellen Mitteln und Partnern vor Ort zum Programm Pro-Planteurs bei.</p>	<p>Nestlé Deutschland ist Mitglied der Brancheninitiative Biodiversität, die u.a. von Global Nature Funds initiiert wurde. Ziel ist die Entwicklung und Umsetzung von Standards für mehr Biodiversität, insbesondere in den Lieferketten der Lebensmittelbranche.</p>	
<p>Vertreter von Nestlé Deutschland haben an der Gründung eines internationalen Round Table für Carnauba Wachs mitgewirkt, der insbesondere Missstände in der Lieferkette des Palmwachses in Brasilien angehen will.</p>	<p>Nestlé ist Mitglied des Deutschen Global Compact Netzwerks und hat sich bei Peer Learning Groups und Veranstaltungen eingebracht, u.a. mit einem Workshop zu Wasser im Rahmen des Mitgliederkongresses.</p>	

Relevanzanalyse (2018 durchgeführt)

Alle zwei Jahre führen wir global eine unabhängige Relevanzanalyse durch, um zu ermitteln, welche Themen für uns und unsere Anspruchsgruppen besonders wichtig sind.



Ergebnisse der Stakeholderbefragung von Nestlé Deutschland

Im November 2019 nahmen 104 Personen an unserer jährlichen Stakeholderbefragung teil. Die externen Anspruchsgruppen setzten sich dabei aus Politik, Zivilgesellschaft, Wissenschaft, Verbänden, Handel, Herstellern und Lieferanten zusammen. Im Rahmen der Erhebung priorisierten die Umfrageteilnehmer die aus ihrer Sicht wichtigsten Handlungsfelder für Nestlé (siehe Abbildung rechts) und gaben konstruktive Impulse für unsere Nachhaltigkeitsstrategie. Im Vergleich zum Vorjahr ist das Engagement gegen den Klimawandel in der Prioritätenrangliste um einen Platz vorgerückt und wird somit als relevantestes Handlungsfeld angesehen. Diese Einschätzung deckt sich mit unserer neuen Verpflichtung, in der gesamten Lieferkette bis 2050 die Treibhausgase auf netto null zu reduzieren. Neu unter den zehn wichtigsten Handlungsfeldern ist das Thema Tierwohl. Besonders viele Impulse gab es zum Thema Verpackungen, die wir aufnehmen und in unsere Arbeit mit einfließen lassen.

1	Klimawandel	CO ₂ -Reduktion, Erneuerbare Energien, Schutz vor Folgen des Klimawandels
2	Schutz natürlicher Ressourcen	Biodiversität, Schutz von Wäldern, Naturschutz
3	Schutz der Menschenrechte	Audits und Due Diligence, „Human Rights Impact Assessments“
4	Lebensmittel- & Produktsicherheit	Vermeidung von Fremdkörpern und Kontamination, Sicherheit der Produkte
5	Wassermanagement	Bewässerung i. d. Landwirtschaft, Wasser in unseren Werken, Zertifizierung von Werken und Lieferketten
6	Ressourceneffizienz	Food Waste und Recycling
7	Verantwortungsvolle Beschaffung und Rückverfolgbarkeit	Zusammenarbeit mit unabhängigen Partnern zur Schaffung von Transparenz
8	Tierwohl	Einhaltung von Tierwohl-Standards
9	Ernährungssicherheit	Nahrungsmittelverfügbarkeit und Ernährungsvielfalt, Bekämpfung der Ernährungsunsicherheit
10	Geschäftsethik	Nulltoleranz gegenüber Bestechung und Korruption

Dialog mit Stakeholdern in Deutschland



Wasser: im Dialog mit Millennials

Nestlé und Wasser – ein Thema, das viel Gesprächsstoff liefert. Und genau das wollten wir: reden. 2019 haben wir aktiv den Dialog mit der besonders kritischen Zielgruppe der Millennials gesucht.

So haben wir uns im Rahmen eines interdisziplinären Projekts in den Bereichen Wirtschaftsethik, Geowissenschaften und Kommunikation an der Goethe-Universität Frankfurt engagiert. Dabei haben Studenten am Fallbeispiel von Nestlé die Wasser-Situationen und Zielkonflikte in verschiedenen Ländern erörtert und öffentlich vor rund 400 Teilnehmern präsentiert.

Im Dialog zum Thema Wasser waren wir auch auf den TEDx-Konferenzen in Berlin und Frankfurt. Darüber hinaus haben wir 2019 erstmalig das „Water Summit“ – eine eigene Dialogveranstaltung unter Beteiligung u.a. von Viva con Agua, Global Nature Fund, dm-drogerie markt und der Verbraucherinitiative – ausgerichtet.

Deutsche Umwelthilfe bei Nestlé Waters Deutschland

Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) hat 2019 das Thema Kunststoffverpackungen als einen ihrer Kampagnenschwerpunkte gewählt. In diesem Rahmen wurde eine *Vittel*-Einwegpfandflasche mit einem Negativpreis angegriffen.

Der Einsatz zivilgesellschaftlicher Organisationen ist wichtig und richtig – und mehr Nachhaltigkeit ein Anliegen, das wir mit der DUH teilen. Deshalb luden wir den DUH-Botschafter Hannes Jaenicke zum Dialog ein. Im Gepäck hatte er eine Petition gegen die „Plastikflut bei Nestlé“ – unsere Gesprächsgrundlage.

Es folgte ein konstruktiver Austausch, geprägt von Respekt und Interesse. Auch wenn wir nicht in allen Fragen einen gemeinsamen Nenner finden konnten, sind wir uns doch in einem wesentlichen Punkt einig: Verpackungen dürfen nicht in der Umwelt landen, und wir als globales Unternehmen können maßgeblich zu Verbesserungen beitragen.





Verpackungsprojekt „The Mission – Waste Be Circular“

Im Herbst 2019 hat sich Nestlé Deutschland am Projekt „The Mission – Waste Be Circular“ der Frankfurter Werte-Stiftung beteiligt. Dabei entwickelten Studierende innovative Ansätze zur Vermeidung von Kunststoffabfällen. Vier Teams hatten drei Monate Zeit, um aus ihren Ideen konkrete Prototypen zu entwickeln. Unterstützung erhielten sie dabei von Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Nestlé hat das Projekt unter anderem mit der Weitergabe von Know-how, Marktforschungsstudien und Experteninterviews gefördert.

Auch nach Ablauf des Projekts unterstützt Nestlé Deutschland zwei der Teams aktiv weiter: zum einen „Recyda“, eine Datenbank länderspezifischer Recyclingmöglichkeiten einzelner Verpackungskomponenten, zum anderen „Circulation“ (Team s. Bild links), ein skalierbares Mehrwegsystem für Lebensmittelverpackungen.

Internationale Grüne Woche 2020

„Beim Klima geht's um die Wurst“ – das nahmen wir bei der diesjährigen Grünen Woche in Berlin wörtlich und stellten die neue vegane *Sensational Bratwurst* von *Garden Gourmet* vor. Diese weist eine bessere Umwelt- und Nährwertbilanz auf: Minus 80% bei der Landnutzung, 90% weniger Wasser und 90% weniger CO₂ kann eine Soja-Wurst im Vergleich zu einer Schweinebratwurst für sich verbuchen. Zudem enthält sie 50% weniger Fett, 14 Gramm pflanzliches Protein, kein Cholesterin und ist eine Ballaststoffquelle.

Neben dem Klimaschutz wurden Recycling und Nährwertkennzeichnung als wichtige Handlungsfelder thematisiert. Standbesucher konnten diese Themen spielerisch erleben und so z.B. Lebensmitteln per Gestensteuerung den richtigen Nutri-Score zuordnen. Der Dialog mit den Messebesuchern wurde auch bei Kochveranstaltungen am Gemeinschaftsstand der Lebensmittelindustrie gesucht. Dort wirkte u.a. Elke Wiczorek, Mitglied des Experten- und NGO-Beirats von Nestlé Deutschland, mit und vermittelte nützliches Wissen im Bereich klimafreundliches Kochen.





Der Nestlé Stakeholderworkshop 2019: zuhören, lernen und gemeinsame Lösungsansätze

Der jährliche Stakeholderworkshop ist für uns ein zentrales Format gelebten kritisch-dialogischen Austauschs, bei dem die gemeinsame Weiterentwicklung von Themen mit den Teilnehmern im Vordergrund steht. Auch 2019 sind uns von den rund 90 Teilnehmern wieder viele wichtige Inspirationen und Handlungsansätze mit auf den Weg gegeben worden, die uns Anstöße geben, unsere Ziele und Maßnahmen kritisch zu überprüfen. Im Fokus der Diskussionen standen dabei insbesondere Spannungsfelder in den Bereichen Zucker, Wasser und Verpackungen.

Im Workshopmodul „Zucker – geliebt, versteckt, verteuflert?“ wurde deutlich, dass Bildung die notwendige Grundlage ist, um Menschen auch tatsächlich zu erreichen – beispielsweise auch in Bezug auf die Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln. Als Beitrag zu einer thematischen Versachlichung wurde Nestlé ermutigt, selbstkritisch mit Fehlern umzugehen und mit konkreten Best-Practice-Beispielen Engagement zu beweisen.

Die Teilnehmer des Workshops um die „Kontroverse Wasser“ hoben hervor, dass das klare Ziel von Aktivitäten in diesem Bereich „beyond Bottled Water“ gehen muss, um physische Risiken zu bewältigen. Im Zentrum sollte demnach die Befähigung lokaler Akteure stehen, das Management von Wassereinzugsgebieten selbstbestimmt zu übernehmen, wozu ein Systemwandel der gesamten Branche erforderlich sei.

In der offenen Diskussion zum Thema „Plastik, Verpackungen und Recycling“ führte insbesondere der Austausch zu Mehrwegsystemen und innovativen Verpackungsmodellen zu klaren Handlungsempfehlungen: So gelte es für Nestlé, das Potenzial solcher Systeme auszuloten und offene Fragen wie zu Ökobilanzen und Produktschutz in der Praxis zu klären.



Neuausrichtung des Verbraucherrats von Nestlé Deutschland

Der Verbraucherrat bekommt frischen Wind durch zehn neue Räte, die Ende 2019 gewählt wurden. Der Bewerbungsauftrag ging an die Teilnehmer des Water Summit und über verschiedene Social-Media-Kanäle an eine breitere Öffentlichkeit. Im Fokus standen die besonders kritischen Millennials. Die neuen Mitglieder haben durch hohes Engagement, eine anspruchsvolle Erwartungshaltung an uns und eine starke Motivation überzeugt. Somit ist der Verbraucherrat mit 18 Mitgliedern wieder komplett. Im April sollte die erste von zwei Jahressitzungen im Nestlé Wagner Werk stattfinden. Aufgrund der coronabedingten Einschränkungen war das nicht möglich, sodass wir nun im Juni unsere erste Digitalkonferenz haben werden.

Vielfältige Beiratsarbeit

Seit dem Jahr 2013 begleitet ein Experten- und NGO-Beirat die Arbeit von Nestlé Deutschland. Beiratssprecher Georg Abel über die Aktivitäten.

Der NGO- und Expertenbeirat agiert als richtungweisender Impulsgeber und gestaltet das Nachhaltigkeitsprogramm von Nestlé Deutschland langfristig mit. Nach über 20 Sitzungen formulierte der Beirat Ende 2018 seine Vorstellungen für die zukünftige Arbeit und sprach sich für die Intensivierung der gemeinsamen Arbeit durch die Beschränkung auf wenige Schwerpunktthemen aus. Vereinbart wurden die Themen Plastik und Verpackungen, Ernährungsbildung, Wasser sowie Biodiversität. Zusätzlich wird seitdem ein die Beiratssitzungen begleitendes „Patenmodell“ einzelner Beiratsmitglieder umgesetzt. Ein gemeinsamer Austausch über Fortschritte, aber auch über kritische Aspekte, soll zur Qualität der anspruchsvollen Veränderungsprozesse beitragen. Die Ziele werden in „Strategiepapieren“ festgehalten und durch Ergebnisse ergänzt. Darüber hinaus beteiligten sich die Beiräte im Jahr 2019 auch bei Anlässen wie Vorlesungen, Mitarbeiterversammlung, Stakeholderkonferenz und -reisen.



Der NGO- und Expertenbeirat von Nestlé Deutschland (v. l. n. r.)
Prof. Dr. Peter Stehle (Ernährungsphysiologe an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn), Georg Abel (Bundesgeschäftsführer der VERBRAUCHER INITIATIVE), Dr. Christiane Hellar (stellvertretende Leiterin der Hamburger Stiftung für Wirtschaftsethik), Marion Hammerl (ehrenamtliche Präsidentin des Global Nature Fund), Dr. Florian Antony (Öko-Institut), Elke Wieczorek (Präsidentin des DHB – Netzwerk Haushalt), PD Dr. med. Thomas Ellrott (Leiter des Instituts für Ernährungspsychologie an der Georg-August Universität Göttingen)



Stakeholderreise zum Nestlé Research Center in Lausanne



Dr. Florian Antony

Ende November 2019 ergab sich für mich die Gelegenheit, an einer Stakeholderreise zum Nestlé Research Center (NRC) in Lausanne, Schweiz teilzunehmen. In seiner Begrüßung ging Marco Settembri (Head of Zone EMENA) auf die von Nestlé in jüngerer Zeit eingegangenen Commitments ein (u.a. Deforestation, Climate Change, Recyclability) und betonte, dass

Nestlé für sich selbst die Notwendigkeit sieht, nicht nur Teil des Problems, sondern auch Teil der Lösung zu werden – ja, sogar den Anspruch verfolgt, diese Lösungsfindung ganz wesentlich mit anzuführen. Die umfassende Umsetzung der Commitments sowie der konsequente Beitrag zur Lösung und Minderung von Problemen, die auch von Nestlé verursacht werden, sind grundsätzlich begrüßenswerte Ziele. An deren Erreichung wird sich Nestlé in den kommenden Jahren messen lassen müssen.

Der Besuch des NRC fokussierte auf zwei inhaltliche Schwerpunkte. Zum einen die bei Nestlé laufende Forschung zum Thema Fleischersatzprodukte bzw. eher allgemein zu pflanzenbasierter Ernährung. Zum anderen die Besichtigung des neu gegründeten Packaging Institute und den dort verfolgten Ansätzen zur Optimierung der Verpackung von Nestlé Produkten (u.a. Mehrwegsysteme, Recyclingfähigkeit, Bioabbaubarkeit).

Nach meinem Eindruck verfügt Nestlé mit dem NRC und dem seit Kurzem neu dort angesiedelten Packaging Institute über eine breit aufgestellte Forschungs- und Entwicklungsinfrastruktur zur Fortentwicklung der eigenen Produkte bzw. deren Verpackung. Aus meiner Sicht wäre es wünschenswert, wenn dieses Potenzial nicht nur Nestlé helfen, sondern zugleich auch den größtmöglichen gesellschaftlichen Nutzen stiften würde.

Ziele und Fortschritte von Nestlé Deutschland



Dr. Annette Neubert
Leiterin Nutrition, Health & Wellness
Nestlé Deutschland

Ernährung

Der Fortschrittsbericht ist jedes Jahr ein willkommener Anlass, Revue passieren zu lassen, was wir in Bezug auf unsere Aktivitäten im Bereich „gesunde Ernährung“ erreicht haben bzw. wo wir noch einen Zahn zulegen möchten.

In 2019 haben wir mit Hochdruck am Ausbau der Initiative *Nestlé for Healthier Kids* gearbeitet. Dabei wurden neue Inhalte entwickelt und auf verschiedenen Kanälen gespielt. Wir haben aber auch in direktem Kontakt mit den Familien und Kindern das vielleicht auf den ersten Blick für Kinder langweilige Thema „ausgewogene Ernährung“ anfassbar und erlebbar gemacht.

Die gezielte Überarbeitung unserer Produkte verfolgen wir schon seit vielen Jahren. Dabei geht es zum einen darum, den Gehalt von Zucker, Salz und gesättigten Fettsäuren schrittweise zu reduzieren und zum anderen, den Gehalt an positiven Inhaltsstoffen wie Gemüse oder Vollkorngetreide in unseren Produkten zu erhöhen. Auch wenn wir hier schon viel erreicht haben, wissen wir, dass es noch viel zu tun gibt. Dabei hilft uns auch die Einführung von Nutri-Score – ein großer Ansporn, unsere Produkte weiter zu verbessern.

Auch das Thema „Nachhaltige Ernährung“ treibt uns um und wird uns in Zukunft immer mehr beschäftigen. Schön, dass wir dadurch mit den Kollegen noch enger zusammenarbeiten, um alle Aspekte der Ernährung der Zukunft im Blick zu haben!



Anke Stübing
Leiterin Corporate Social Responsibility
Nestlé Deutschland

Responsible Sourcing

Wir schützen die Umwelt in unseren Wertschöpfungsketten und darüber hinaus. Nach diesem Grundsatz haben wir unsere Projekte bei Rohstoffen und Verpackungen ausgerichtet. Biodiversität, Schutz der Regenwälder und Zugang zu Wasser waren einige der Schwerpunkte, an denen wir 2019 gearbeitet haben. Ob Schulungen von Landwirten in Spanien und Deutschland, Regenwaldschutz durch ein Satellitenprogramm mit Airbus, der Brunnenbau in Papua-Neuguinea oder die Gründung einer Brancheninitiative für Biodiversität – dies alles hat dazu beigetragen, die Rohstoffe für unsere Produkte nachhaltiger und besser zu machen.

2019 hat sich Nestlé global ein wichtiges Klima-Ziel gesetzt: Bis 2050 wollen wir alle unsere CO₂-Emissionen auf null reduzieren. Das Besondere daran ist, dass wir nicht nur die Emissionen in unseren Werken reduzieren wollen, sondern auch die Emissionen, die beim Ursprung der Zutaten, über unsere Geschäftsreisen, dem Transport bis hin zum Recycling unserer Verpackungen entstehen.

Durch unser Responsible-Sourcing-Programm haben wir eine sehr gute Transparenz über unsere Wertschöpfungsketten und konnten bereits gute Aussagen über den CO₂-Fußabdruck einiger Rohstoffe treffen. Nun sind erste Schritte zu alternativen Rohstoffen und Produkten gewagt worden und erste Projekte mit Lieferanten angestoßen. Hier stehen wir jedoch erst am Anfang des Weges und es gibt noch viel zu tun.



Bernd Büsing
Leiter Corporate Packaging Nestlé Deutschland

Packaging

Bezüglich unserer Verpackungsverpflichtungen sind wir 2019 ein ganzes Stück vorangekommen: Wir haben unser Portfolio analysiert, die Schwachstellen identifiziert und entsprechende Strategien und Maßnahmen in enger Zusammenarbeit mit unseren internen und externen Partnern definiert.

„Einfache“ Maßnahmen wie zum Beispiel die Verbesserung der Sortierbarkeit unserer *Nescafé Dolce Gusto* Kapseln durch die Farbumstellung von schwarz auf braun haben wir bereits Ende 2019 umgesetzt.

Herausforderungen haben wir im Bereich der hocheffizienten Verpackungsfolien, die heute aufgrund des mehrlagigen Aufbaus und Materialkombinationen nicht recyclingfähig sind. Aber auch hier haben wir Lösungsansätze erarbeitet und befinden uns aktuell in der Validierungsphase. Stolz sind wir vor allem auf den Launch unserer papierbasierten *YES!* und *Nesquik ALL NATURAL* Verpackungen, die sich als gute Alternative zu Kunststofffolien für weniger sensible Lebensmittel erwiesen haben.

Bei PET kommen wir mit der Erhöhung des Rezyklateinsatzes gut voran, bei den Polyolefinen (PE und PP) haben wir Herausforderungen bezüglich der Lebensmittelsicherheit, sodass wir uns zunächst auf den Einsatz für Sekundärverpackungen wie Schrumpffolien fokussieren. Zusammenfassend fühlen wir uns für die Erreichung unserer Verpflichtungen gut gerüstet und werden dies in den kommenden Jahren auch an deutlich steigenden Zahlen bezüglich der Recyclingfähigkeit sehen.

Unsere Verpflichtung	Ziele	Erreicht bis	Maßnahmen und Status
Bessere Ernährungsbildung für Endverbraucher	Kontinuierlicher Ausbau von Angeboten zur Ernährungsbildung und Verbraucherinformation	2020 (kontinuierlich)	Umsetzung in Deutschland: kontinuierlicher Ausbau von Angeboten zur Ernährungsbildung und Verbraucherinformation, u.a. durch das Nestlé Ernährungsstudio, Kochkurse, wachsende Social-Media-Kommunikation und gezielte Kooperationen/Events im B2B-Sektor
Bessere Ernährungsbildung für Großverbraucher	Workshops und Seminare für professionelle Verwender über neueste Trends, Kochtechniken, Food Waste, betriebswirtschaftliches Know-how etc.	2020	Ernährungsbildung beim Kunden vor Ort und im Service Center Frankfurt mit Workshops (ca. 500 Personen/Jahr).
Überarbeitung unserer Produkte	Erhöhung des Anteils der Produkte, die den Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation entsprechen	kontinuierlich	2019: stabile Rate
	Weitere Reduzierung von Zucker, Natrium und gesättigten Fettsäuren (bei Produkten, die nicht den Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation entsprechen)	2020	Beispiele für Fortschritte: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wagner Steinofen</i> Range: durchschnittliche Salzreduktion um 4,4% (überarbeitet 2019; im Markt seit 2020) • <i>Maggi Asia Noodle</i> Range: durchschnittliche Reduktion von gesättigten Fettsäuren um 86%
	Optimierung der Rezepturen beispielsweise durch Erhöhung des Anteils an Gemüse, Nüssen und Vollkorn	2020	Diverse Neueinführungen mit erhöhtem Anteil von positiven Inhaltsstoffen, wie z.B. <i>YES!</i> , <i>Kernige Rustipani</i> , <i>Garden Gourmet Pizzen</i> , <i>Lion 2go</i> , <i>Lion Wild</i>
	Geschmack und Verbraucherpräferenz: Durchführung von Geschmackspräferenztests bei relevanten Produkten (z.B. Innovationen, strategisch wichtige Produkte)	kontinuierlich	2016–2018: 37% der relevanten Produkte (bezogen auf den Umsatz) sind dem 60/40-Geschmackspräferenztest unterzogen worden. 69% (umsatzbezogen) der getesteten Produkte wurden im Vergleich zum Hauptwettbewerber bevorzugt
	Vereinfachung der Zutatenlisten und Entfernung von künstlichen Farbstoffen	2020	In Deutschland sind 100% des Portfolios frei von künstlichen Farbstoffen. Bei der Reformulierung sowie bei neuen Produkten wird verstärkt auf einfache und verständliche Zutatenlisten geachtet (z.B. <i>YES!</i> , <i>Garden Gourmet</i> , <i>Ernst Wagners „Original“</i> , <i>Maggi Herzensküche</i> , <i>Maggi 5-Minuten Terrine</i>)
	Umsetzung der Initiative <i>Nestlé for Healthier Kids</i>	kontinuierlich	Unter dem Dach „Creating Family Memories“: <ul style="list-style-type: none"> • Social-Media-Kampagnen, Kooperationen (u.a. Eltern.de), Events und WhatsApp-Strecke Reichweite 2019: ca. 68 Millionen • Kochkurse mit 450 Kindern durchgeführt
	Reduktion von deklarationspflichtigen Zusatzstoffen und Allergenen in Großverbraucherprodukten	2020	2019: umgesetzt für 82% der Produkte im Bereich Lebensmittel und Getränke der <i>Nestlé Professional</i>
Bereitstellung von relevanten Informationen für Verbraucher	Nährwertinformationen auf den Verpackungen, am Point-of-Sale und online anwenden und erklären	2020	Umsetzung in Deutschland: <ul style="list-style-type: none"> • Informationen zu Referenzmengen auf allen relevanten Produkten seit 2016 • Implementierung von Referenzmengen-Hinweisen auf der Produktvorderseite auf fast 100% des Portfolios • Seit 2019 proaktive Umsetzung und Treiber in Deutschland für die Einführung von Nutri-Score (erste Produkte im Handel seit Q1/2020)
	Bereitstellung von Informationen über empfohlene Portionsgrößen unserer Produkte	2020	Umsetzung in Deutschland 2019: 91% der Produkte für Kinder und Familien mit Portion Guidance
Kommunikation gegenüber Kindern	Keine Marketing-Kommunikation gegenüber Kindern unter sechs Jahren. Gegenüber Kindern zwischen sechs und zwölf Jahren dürfen nur solche Produkte beworben werden, die vorgegebene Nährwertkriterien erfüllen	kontinuierlich	Zusätzlich zu den internen Nestlé-Richtlinien zur Kommunikation gegenüber Kindern haben wir uns auf europäischer Ebene zu einem verantwortungsbewussten Marketing gegenüber Kindern verpflichtet. Grundlage hierfür ist der EU Pledge, der einheitliche Standards für die Unternehmen festlegt.

Für unsere Gemeinschaften

Unsere Verpflichtung	Ziele	Erreicht bis	Maßnahmen und Status
Förderung von Beschäftigung	<i>YOUth Employment Initiative</i> : 2.800 Direkteinstellungen, Praktikanten, Auszubildende und Trainees sowie Erweiterung der „Readiness for Work“-Aktivitäten und der <i>Alliance for YOUth</i>	2020	Seit 2017 insgesamt 2.400 Beschäftigungsmöglichkeiten generiert und 260 „Readiness for Work“-Aktivitäten durchgeführt
Förderung von Diversity	Ausgewogeneres Geschlechterverhältnis unserer Mitarbeitenden (global mindestens 40% Frauen in Führungspositionen)	kontinuierlich	<ul style="list-style-type: none"> ● Nestlé Deutschland 2019: 27,9% ● Nestlé Female Circle am Weltfrauentag: Podiumsdiskussion zum Thema: „Was fördert die Gender Balance? Was brauchen wir bei der Nestlé?“ Anschließender Workshop mit den 50 Teilnehmerinnen
Umsetzung von Menschenrechten und besseren Lebensbedingungen in unseren Lieferketten	Ausweitung des WASH-Programms in der Lieferkette für Palmöl aus Papua-Neuguinea	2020	Seit 2018: 28 Brunnen gebaut und damit ca. 7.000 Menschen erreicht
	Umsetzung des <i>Nescafé Plan</i>	kontinuierlich	Alle Werke, die den deutschen Markt beliefern, beziehen mindestens 70% des Kaffees über den <i>Nescafé Plan</i>
	Umsetzung des <i>Nestlé Cocoa Plan</i>	kontinuierlich	100% des im Jahr 2019 in Deutschland eingesetzten Kakao stammen aus dem <i>Nestlé Cocoa Plan</i> und sind UTZ-zertifiziert
Unterstützung gesunder Lebensweisen	Unterstützung der Deutschen Sporthilfe e.V.	2020	Seit sechs Jahren Unterstützer 2019: Zuwendung von 50.000 €
Beachtung von Tierwohlaspekten in unseren vorgelagerten Lieferketten	Alle Nestlé-Lebensmittel in Europa, die Masthühner als Zutat verwenden, entsprechen der Europäischen Masthuhn-Initiative	2026	2019: Kooperation mit Geflügellieferanten, um den Übergang zu diesem Standard einzuleiten
	Verbesserung von Tierschutzstandards weltweit durch unternehmensübergreifende Kooperationen	kontinuierlich	Global: Gründungsmitglied der Global Coalition for Animal Welfare (GCAW)
Ausbau von Programmen zum freiwilligen Mitarbeiterengagement	Freistellung von Mitarbeitern für die Flüchtlingshilfe an drei Tagen pro Jahr	kontinuierlich	Angebot weiterhin gültig. 2019 wurde im Rahmen des World Cleanup Days zusätzlich eine Müllsammelaktion im Umfeld des Nestlé-Hauses in Frankfurt durchgeführt

Unsere Verpflichtung	Ziele	Erreicht bis	Maßnahmen und Status
Verantwortungsvoller Einkauf der strategisch wichtigen Rohstoffe	Übergreifend: Sicherung eines verantwortungsbewussten Einkaufs („Responsible Sourcing“) für alle beschafften Güter und Dienstleistungen	kontinuierlich	2019: Kommunikation des Responsible Sourcing Standard (RSS) gegenüber allen Lieferanten
	Einhaltung unserer Umwelt- und Sozialstandards bei unseren direkten Lieferanten	kontinuierlich	Fortsetzung und weiterer Ausbau der Überprüfung von direkten Lieferanten durch SMETA-Audits und EcoVadis-Assessments
	Transparente Lieferketten und Compliance mit den Responsible Sourcing Programmen für alle strategisch wichtigen Rohstoffe	2020	<ul style="list-style-type: none"> ● Durchführung von Projekten zum Schutz von Naturkapital, verantwortungsvollem Umgang mit Wasser und Bewältigung der Folgen des Klimawandels im Anbau von Rohstoffen ● Umsetzung und Ausweitung des Responsible Sourcing Programms für die vorgelagerte Lieferkette von fünfzehn Risikomaterialien
	Vermeidung von Entwaldung für den Anbau von Palmöl	kontinuierlich	100% verantwortungsvoll beschafftes Palmöl in Deutschland 2019
	Der von <i>Nestlé Wagner</i> bezogene Fisch wird verantwortungsvoll beschafft	2020	2019: Steigerung um 7% von 28% auf 35%

Unsere Verpflichtung	Ziele	Erreicht bis	Maßnahmen und Status
Erhalt und Förderung von Biodiversität in der Lieferkette sowie mit Lieferanten und Dienstleistern	Fortsetzung des globalen Programms für die nachhaltige Beschaffung von Gemüse-Rohstoffen wie Tomaten, Paprika, Karotten, Spinat, Zwiebeln, Petersilie	2020	Umsetzung von regionalen Projekten mit dem Schwerpunkt Biodiversität mit Tomatenlieferanten in Italien und Spanien, Zwiebellieferanten in Frankreich und Lieferanten für Karotten und Petersilie in Deutschland
	Standortbezogene Biodiversitätsmaßnahmen	2019	<ul style="list-style-type: none"> Fortführung eines Projekts mit dem Logistikdienstleister Ansoorge Ansiedelung von Wanderfalken auf dem Dach eines Hochregallagers durch den Logistikdienstleister Geodis
Umsetzung der Initiative <i>Caring for Water</i> in Deutschland	Wasserrisiken in den landwirtschaftlichen Lieferketten für Deutschland	2022	In Deutschland: <ul style="list-style-type: none"> Umsetzung von Maßnahmen für ein verbessertes Wassermanagement mit ausgewählten Tomatenlieferanten Durchführung eines Produzenten-Workshops Stakeholdergespräche
	Evaluierung der Wasserrisiken an deutschen Standorten	2018	Kein Standort mit Wasserrisiken in Deutschland
	Wassereinsparung in der Produktion	kontinuierlich	2019: 134.000 m ³ Wassereinsparung und –6,4% spezifischer Wasserverbrauch im Vergleich zum Vorjahr
	Dialog und Transparenz	kontinuierlich	Ausbau von Informationsangeboten und Stakeholderdialogen, u.a.: <ul style="list-style-type: none"> Durchführung eines Water Summit am Standort Frankfurt Initiative Students4Water in Kooperation mit der Goethe-Universität Frankfurt
Verbesserung der Umwelteigenschaften unserer Verpackungen	Alle weltweit eingesetzten Verpackungen sind recycelbar oder wiederverwendbar (globales Ziel)	2025	Aktualisierung der Analyse der in Deutschland verwendeten Verpackungen und Erstellung von Entwicklungs-Roadmaps für alle Produktkategorien
	Erhöhung des Rezyklateinsatzes	2025	Deutschland 2019: <ul style="list-style-type: none"> Umstellung auf Schrumpffolie mit 50% Rezyklateinsatz (rPE) bis Ende 2020 umgesetzt Neueinführung 0,75-l-Flasche Vittel aus 100% rPET Vittel 33 cl/50 cl aus 35% rPET
	Bessere Verbraucherinformation zum Recycling	kontinuierlich	<ul style="list-style-type: none"> Vorbereitung und Validierung der Kommunikation zur Recyclingfähigkeit der <i>Wagner Steinofen Pizza</i> Verpackung mit Launch im Februar 2020 und Roll-out für das gesamte Pizza-Portfolio 2020. Cleanup Day mit 300 Mitarbeitern am Standort Frankfurt durchgeführt
	Beitrag zur Weiterentwicklung der Recycling-Infrastruktur	kontinuierlich	<ul style="list-style-type: none"> Umsetzung des neuen Verpackungsgesetzes
	Alle in Deutschland verwendeten Verpackungen sind recycelbar	2020	Status 2019: 97% des eingesetzten Verpackungsmaterials sind recycelbar oder wiederverwendbar
	Vermeidung von Einweggeschirr und -trinkhalmen aus Kunststoff	kontinuierlich	Umsetzung in Deutschland: kein Einweggeschirr in Kantinen; Umstellung auf Papierhalme ist angestoßen
	Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks	Verringerung der spezifischen Treibhausgasemissionen um 35% im Vergleich zu 2010	2020
	Halbierung der CO ₂ -Emissionen bis 2030 im Vergleich zu 2018 und Senkung auf netto null bis 2050 (globales Ziel)	2030/2050	Deutschland 2019: Ermittlung der Verteilung ausgestoßener Treibhausgase und Ausarbeitung konkreter Handlungsempfehlungen für Reduktionsmaßnahmen
	Verringerung des spezifischen Wasserverbrauchs um 35% im Vergleich zu 2010	2020	2019 gegenüber 2010: –42,33%
	Vermeidung von Lebensmittelabfällen in der Produktion von Nestlé Deutschland	2020	Keine Abfälle zur Entsorgung
Vermeidung von Lebensmittelverlusten	Reduktion von Food Waste in eigenen Kantinen	kontinuierlich	2019: Teilnahme am International Food Waste Awareness Day durch Infotag am Standort Frankfurt

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN

	2017	2018	2019
Gesamtproduktionsvolumen (in Tonnen)	557.277	433.678	425.684
FÜR EINZELNE UND FAMILIEN			
Umsatzanteil der mittels des 60/40-Tests analysierten Produkte der Geschäftsbereiche <i>Maggi, Nestlé Kaffee und Schokoladen sowie Wagner</i> (in %)	38	37 ¹	40 ¹
Umsatzanteil der Kinderprodukte, welche die Nestlé Nutritional Foundation erreichen (in %)	96	96	96
Umsatzanteil der Produkte, welche die Nestlé Nutritional Foundation erreichen (in %)	71	73	65 ^{1 und 2}
GDA (in %)	100	100	100
Portion Guidance auf Kinder- und Familienprodukten	55	96	91 ¹
Nestlé Ernährungsstudio: Zugriffe (in Mio.)	4,7	4,3	5,5
FÜR UNSERE GEMEINSCHAFTEN			
Anteil von (nach 4C-Standard) verifiziertem Kaffee (in %) (bezogen auf das Nescafé Dolce Gusto Werk Schwerin)	N.A. ³	79	79
Anteil von zertifiziertem (UTZ Certified) Kakao aus dem <i>Cocoa Plan</i> am Kakaobedarf des Schokoladenwerks Hamburg (in %)	100	100	100
Anteil von zertifiziertem (RSPO, mind. Green Palm o. Mass Balance) Palmöl (in %)	100	100	100
Davon: segregiertes, nach RSPO zertifiziertes Palmöl (in %)	34,6	32	100
Davon: Mass Balance, nach RSPO zertifiziertes Palmöl (in %)	0	0	0
Davon: Aus transparenten Lieferketten bis in den Anbau (in %)	65,4	68	98
Fisch: Anteil von zertifiziertem (MSC oder ASC) Fisch (in %) für <i>Wagner</i>	31,8	28	35
Milch: Anteil von (nach Nestlé Standard) zertifizierter Milch (in %)	40	52	61
Gemüse: Anteil von (nach Nestlé Standard) zertifiziertem Gemüse für <i>Maggi</i> und <i>Wagner</i>	69	75	75
Totale Anzahl der von Nestlé Deutschland auf die Einhaltung des Nestlé Supplier Code überprüften Lieferanten (SMETA oder Ecovadis, kumulierte Zahl der Lieferanten mit gültigem Audit)	270	305	352
... (in %) des lokalen Spend/Volumens	54	72	87
Personalbestand (Gesamtzahl der Mitarbeiter)			
Mitarbeiterfluktuation (in %)	10.247	9.660	9.220
Frauen in Führungspositionen (in %)	3,8	4,9	5,2
Nach OHSAS 18001 und CARE-Audits zertifizierte Standorte in % aller Produktionsstandorte und eigenen Distributionszentren	30,8	30,6	29,8
Anteil der Investitionen der Pensionskasse in nachhaltige Unternehmen (in %)	100	100	100
	75	75	75
FÜR UNSEREN PLANETEN^{1 und 4}			
Energie- und Ressourceneffizienz in der Produktion			
Wasser (Gesamtwasserentnahme in Mio. m ³)	2,6	1,96	1,90
Spezifischer Wasserverbrauch (in m ³ pro Tonne Produkt)	5,24	4,56	4,47
Entwicklung des spezifischen Wasserverbrauchs kumuliert (in %)	-39,2	-40,93	-42,33
Entwicklung des spezifischen Wasserverbrauchs gegenüber Vorjahr (in %)	-5,11	-2,96	-1,96
Eingesparte Wassermenge der Nestlé Werke gegenüber Vorjahr (in m ³)	36.782	190.939	56.962
Energie (Gesamtenergieaufwand in Terajoule)	2.320	1.672	1.572
Spezifischer Energieverbrauch (in Gigajoule pro Tonne Produkt)	4,16	3,89	3,69
Entwicklung des spezifischen Energieverbrauchs kumuliert (in %)	-14,0	-5,8	-8
Entwicklung des spezifischen Energieverbrauchs gegenüber Vorjahr (in %)	-7,67	1,2	-5,07
Anteil des Strombezugs aus erneuerbaren Quellen (in %)	41,1	35,9	41,4
Treibhausgas (Klimaemissionen direkt in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	72.441	53.003	49.712
Klimaemissionen indirekt (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	6.466	4.392	4.326
Spezifische Klimaemissionen (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente pro Tonne Produkt)	0,2	0,12	0,117
Entwicklung des CO ₂ -Ausstoßes kumuliert (in %)	-58,9	-66,64	-67,7
Entwicklung des spezifischen CO ₂ -Ausstoßes gegenüber Vorjahr (in %)	-57,28	2,27	-2,68
Logistik			
Spez. Klimaemissionen Lagerung (in Tonnen CO ₂ pro Tonne Produkt)	0,005	0,002	0,003
Spez. Klimaemissionen Logistik (in Tonnen CO ₂ pro Tonne Produkt)	0,046	0,046	0,047
Klimaschutz in der Produktion			
Energiebezogene CO ₂ -Emissionen direkt und indirekt (in Tonnen)	89.601	57.395	54.038
Abwasseraufbereitung und -einleitung			
Gesamte Abwassereinleitung in die Umwelt (in 1.000 m ³)	2.894	1.643	1.657

¹ Die Werte sind aufgrund von Veränderungen in Werksstruktur bzw. Berichtsrahmen nur eingeschränkt mit den Vorjahren vergleichbar.

² Auf Basis der Bezugsgröße der Vorjahre stabil.

³ Nicht mit dem Vorjahr vergleichbar (Schließung Kaffeewerk Mainz). Aufgrund von Liefer- und Qualitätsproblemen in einzelnen Lieferregionen konnte nicht der gesamte Kaffee nach 4C-Standard bezogen werden.

⁴ Kumulierte Werte beziehen sich auf das Basisjahr 2010.

Impressum

Herausgeber

Nestlé Deutschland AG
Lyoner Straße 23
60523 Frankfurt am Main
www.nestle.de

Verantwortlich



Manuel Schuh, Public Affairs
E-Mail: manuel.schuh1@de.nestle.com
Telefon: 069 / 66 71 25 44



Achim Drewes, Leiter Public Affairs
E-Mail: achim.drewes@de.nestle.com
Telefon: 069 / 66 71 27 57



Anke Stübing, Leiterin Corporate Social
Responsibility Nestlé Deutschland AG
E-Mail: anke.stuebing@de.nestle.com
Telefon: 069 / 66 71 40 04

Hinweis zur Berichtsform

Der vorliegende Bericht ergänzt die internationale Berichterstattung, welche nach den Leitlinien der internationalen Global Reporting Initiative (GRI) verfasst wurde. Einsehbar unter: <https://www.nestle.com/csv/downloads>
Die Kennzahlen in diesem Bericht wurden, soweit verfügbar, in Anlehnung an die Leitlinien der internationalen Global Reporting Initiative (GRI) erhoben. Weitere Details zu den Fortschritten der Nestlé Deutschland unter www.nestle.de/verantwortung

Fotografie

Titelbild: Auftritt von Nestlé
Deutschland bei der Internationalen
Grünen Woche 2020.

„Stakeholderreise zum Nestlé
Research Center in Lausanne“ (S. 21):
Dr. Florian Antony

Alle übrigen Bildrechte: Nestlé

Konzept und Redaktion

Nestlé Deutschland, Public Affairs
und .lichtl Ethics & Brands

Visuelles Konzept und Gestaltung

.lichtl Ethics & Brands

Druck

Adare International Ltd.

Papier

Dieser Bericht ist auf Lessebo
Smooth White gedruckt, Papier aus
vorbildlich bewirtschafteten Wäldern
sowie anderen kontrollierten Quellen
stammend und FSC-zertifiziert
(Forest Stewardship Council®).



Bei den im Bericht erwähnten
(kursiv gedruckten) Marken
handelt es sich um eingetragene
Warenzeichen von Gesellschaften
der Nestlé Gruppe.

© Juni 2020, Nestlé Gruppe
Deutschland AG, Public Affairs