
Kurzbericht zur
Gemeinsamen
Wertschöpfung
2009



Nestlé

Good Food, Good Life



Leistungs- überblick 2009

Nestlé hat eine Reihe von Leistungsindikatoren entwickelt, die eine gezielte Messung und Darstellung der Gemeinsamen Wertschöpfung, Nachhaltigkeit und Compliance ermöglichen. Die folgende Zusammenfassung ist Teil unserer Fortschrittsberichte über die Umsetzung der Grundsätze des Global Compact der Vereinten Nationen. Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die Leistungsindikatoren auf das am 31. Dezember 2009 endende Berichtsjahr.

☺ **Siehe www.nestle.com/csv/kpis**

Leistungsindikatoren für die Gemeinsame Wertschöpfung	GRI	2008	2009
Wirtschaftlich			
Gesamtumsatz der Gruppe (in Mio. CHF)	•	109908	107618
Reingewinn (in Mio. CHF)	•	18039	10428
Ernährung			
Umsatz Nestlé Nutrition (in Mio. CHF)		10375	9963
Produkte, die die Kriterien der Nutritional Foundation erfüllen oder übertreffen (in % des Gesamtumsatzes) ^(a)		67	71
Infolge ernährungs- oder gesundheitsspezifischer Überlegungen überarbeitete Produkte ^(b)		6254	7252
Zahl der Produkte mit gesteigertem Gehalt an nährstoffreichen Ingredienzien oder wichtigen Nährstoffen ^(b)		3068	3878
Zahl der Produkte mit gesenktem Gehalt an Natrium, Zucker, Transfettsäuren, Fett oder künstlichen Farbstoffen ^(b)		3186	3374
Zahl der im Rahmen des 60/40+-Programms analysierten und verbesserten oder bestätigten Produkte (Umsatz in Mrd. CHF)		13,6	16,8
Produkte mit Branded Active Benefits (Umsatzvolumen, in Mio. CHF)		5072	5045
Produkte mit <i>Nestlé Ernährungskompass</i> (in % des weltweiten Umsatzes) ^(c)	•	98	98
Produkte in der EU mit Angabe des Richtwerts für die Tageszufuhr auf der Packungsvorderseite (in % des Umsatzes) ^(d)	•	88	91
Nestlé-Fernsehwerbung für Kinder unter 6 Jahren, die den Richtlinien für verantwortungsbewusstes Marketing entspricht (in %)	•	n/a	99,9
Verstösse von Nestlé bei der Vermarktung von Säuglingsnahrung, die Handlungsbedarf ergaben ^(e)	•		6
Mitarbeitende in der Vermarktung von Säuglingsanfangsnahrung in Entwicklungsländern, die über den WHO-Kodex geschult wurden (in % des Personalbestands)		n/a	100
Bestandseinheiten von Popularly Positioned Products			3950
Popularly Positioned Products (Gesamtumsatzvolumen, in Mio. CHF)		8300	8770
Wasser und ökologische Nachhaltigkeit			
Materialien			
Gesamt-Rohstoffverbrauch (in Mio. Tonnen)	•	21,43	21,18
Abfallstoffe und Nebenprodukte (in kg pro Tonne Produkt)	•	36,9	41,5
Nebenprodukte zur Wiederverwendung oder Verwertung (in % des Gesamt-Materialverbrauchs)	•	5,2	6,4
Abfall zur Entsorgung (in % des Gesamt-Materialverbrauchs)	•	1,9	1,7
Energie			
Direkter Energieverbrauch (in Petajoule)	•	86,9	85,2
Direkter Energieverbrauch (in Gigajoule pro Tonne Produkt)	•	2,12	2,07
Indirekter Energieverbrauch (in Petajoule)	•	65,3	65,1
Verbrauch der Standorte aus erneuerbaren Energien (in % des Gesamtverbrauchs)	•	12,6	12,2
Treibhausgase			
Direkter Treibhausgasausstoss (in Mio. Tonnen CO ₂ eq)	•	4,1	3,98
Direkter Treibhausgasausstoss (in kg CO ₂ eq pro Tonne Produkt)	•	100,0	96,6
Indirekter Treibhausgasausstoss (in Mio. Tonnen CO ₂)	•	3,00	3,00
Indirekter Treibhausgasausstoss (in kg CO ₂ pro Tonne Produkt)	•	73,1	72,8

	GRI	2008	2009
Wasser			
Gesamtwasserentnahme (in Mio. m ³)	•	147	143
Wasserentnahme (in m ³ pro Tonne Produkt)	•	3,59	3,47
Gesamtabwasser (in Mio. m ³)	•	96,1	91,3
Abwasserqualität (durchschnittlicher CSB in mg/l)	•	95	91
Sicherheits-, Gesundheits- und Umwelt-Governance			
Nach ISO 14001 und/oder OHSAS 18001 zertifizierte Standorte (Anzahl Zertifizierungen)		455	807
Verpackung			
Verpackungsmaterialien gesamt (in Mio. Tonnen)	•	4,00	4,17
Reduktion Verpackungsgewicht (in Tonnen)		n/a	58995
Reduktion Verpackungsgewicht (pro l Produkt) – Nestlé Waters, über fünf Jahre (in %)		20,0	21,8
Ländliche Entwicklung			
Bauern, die durch Kompetenzaufbauprogramme geschult wurden		158837	165553
Von SAIN-Programmen abgedeckte Märkte		32	35
Von SAIN-Programmen abgedeckte Direktbeschaffungsmärkte (in %)		71	77
Wasserprojekte im Rahmen von SAIN		3	10
Lieferanten			
Lieferanten, bei denen Lebensmittelsicherheit, -qualität und -verarbeitung geprüft wurden		3417	3864
Lieferanten, die den Lieferantenkodex von Nestlé erhalten haben		165000	165497
Lieferanten, die den Lieferantenkodex von Nestlé akzeptieren		120000	165497
Unsere Mitarbeitenden			
Personalbestand (Gesamtzahl der Mitarbeitenden)		282887	278165
Schlüsselpositionen im Unternehmen	•	970	1319
Mitarbeitende mit dem Potenzial, Schlüsselpositionen zu übernehmen		3919	3922
CARE-Befunde in den Bereichen Business Integrity und HR		n/a	500
Davon: geringfügig		n/a	425
schwerwiegend		n/a	75
kritisch		n/a	0
Verletzungsbedingte Arbeitsausfälle bei Mitarbeitenden und Vertragspartnern (pro Mio. Arbeitsstunden)		2,8	2,0
Gesamtunfallrate bei Mitarbeitenden und Vertragspartnern (pro Mio. Arbeitsstunden)	•	6,1	5,1
Todesfälle bei Mitarbeitenden und Vertragspartnern	•	13	4
Zahl der Mitarbeitenden in Entwicklungsländern, die formelle theoretische Schulungen erhalten	•	83928	93146
Von Frauen bekleidete Führungspositionen (in %)	•	25	27
Einheimische Mitglieder lokaler Managementkomitees in Entwicklungsländern (in %)	•	42	42

• KPI entspricht vollständig einem GRI-G3-Indikator.

• KPI entspricht zum Teil einem GRI-G3-Indikator.

(a) Umfang der Überprüfung 2009: 66% des gesamten Umsatzvolumens im Bereich Nahrungsmittel und Getränke.

(b) Basis: Berichte von rund 75% der weltweiten Produktentwicklungsteams.

(c) Ausgenommen: Heimtiernahrung und *Dreyer's*.

(d) Ausgenommen: normale Kaffee-, Tee- oder Wasserprodukte, Produkte für Nestlé Professional, Geschenkschokolade, Heimtiernahrung und Nestlé Nutrition.

(e) Basierend auf internen und externen Prüfungen.

Dies ist ein Kurzbericht. Unseren vollständigen Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung finden Sie unter www.nestle.com/csv

Inhalt

- 1 Geleitwort des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats
- 2 Über unsere Berichterstattung
- 3 Gemeinsame Wertschöpfung im Überblick
- 4 Schwerpunkte unseres Engagements
- 6 Ernährung
- 10 Wasser und ökologische Nachhaltigkeit
- 16 Ländliche Entwicklung
- 20 Unsere Mitarbeitenden
- 24 Unterstützung globaler Grundsätze und Ziele

Deckblatt: Bauern wie Nadège Akissi Kouakou (links) in Gagnoa, Côte d'Ivoire, erhalten über den Kakao-Plan ertragsstarke Kakaosetzlinge sowie technische Unterstützung durch den Agronomen Kam-Rigne Laossi.

Gegenüber, links: Der Präsident von Nestlé, Peter Brabeck-Letmathe, mit Sechstklässlern der Seoul Soorak-Volksschule in der Republik Korea bei einer Unterrichtsstunde zum Thema Ernährung; diese ist Teil des «Healthy Kids»-Programms.

Gegenüber, rechts: Paul Bulcke, Delegierter des Verwaltungsrats von Nestlé, besichtigt beim Besuch eines Marktes in Ghana einen Maggi-Stand.

Beiliegende Berichte



Jahresbericht 2009



Bericht zur Corporate Governance 2009,
Finanzielle Berichterstattung 2009

© Die mit diesem Symbol gekennzeichneten Zahlen im Text dieses Dokuments sind Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators – KPIs). Sie sind in der KPI-Tabelle in der Umschlag-Innenklappe zusammengefasst.

Bei den kursiv gedruckten Marken handelt es sich um eingetragene Warenzeichen von Gesellschaften der Nestlé-Gruppe.

Geleitwort des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats



In den letzten zwei Jahren hat Nestlé mit ihren Anspruchsgruppen an einer besseren Definition gearbeitet, wie die Wirtschaft die Bedürfnisse der Gesellschaft erfüllen kann. Der Fokus lag auf unserer Rolle für die globale Entwicklung. Im April 2009 organisierten wir mit der UNO in New York das erste Forum für Gemeinsame Wertschöpfung. Eingeladen waren Vertreter wichtiger Organisationen und ein neuer Expertenbeirat für Gemeinsame Wertschöpfung. In der Folge hat sich unser Ansatz von dem der *sozialen Unternehmensverantwortung* zu dem Konzept der *Gemeinsamen Wertschöpfung* weiterentwickelt.

Grundlage ist die Erkenntnis, dass langfristiger Erfolg nur möglich ist, wenn die Bedürfnisse unserer wichtigsten Anspruchsgruppen erfüllt werden – d.h. die unserer Aktionäre und der Menschen in den Ländern, in denen wir aktiv sind.

Jedes Unternehmen, das langfristig denkt und nach soliden Unternehmensgrundsätzen handelt, schafft Mehrwert für die Gesellschaft und die Aktionäre – sei es durch Arbeitsplätze, die Erwirtschaftung von Steuern zur Finanzierung öffentlicher Dienstleistungen oder seine Geschäftstätigkeit im Allgemeinen.

Gemeinsame Wertschöpfung geht jedoch einen Schritt weiter. Unternehmen identifizieren gezielt Fokusbereiche, in denen eine starke Überschneidung zwischen Aktionärs- und gesellschaftlichen Interessen besteht und die Wertschöpfung für beide

Seiten optimiert werden kann. Anhand dieser Erkenntnisse investieren sie dann Ressourcen in die Bereiche mit dem höchsten Wertschöpfungspotenzial und bemühen sich um eine Zusammenarbeit mit relevanten Anspruchsgruppen der Gesellschaft.

Eine Analyse der Wertschöpfungskette von Nestlé hat drei Bereiche ergeben, in denen das Potenzial für eine gemeinsame Wertoptimierung mit der Gesellschaft am grössten ist: Wasser, ländliche Entwicklung und Ernährung. Diese Aktivitäten bilden den Kern unserer Geschäftsstrategie und unserer Arbeit. Wir unterhalten in diesen drei Bereichen gemeinsame Programme mit über 100 Organisationen weltweit:

- **Wasser:** Quantität und Qualität der Ressource Wasser sind entscheidend für das Leben, für unsere Produktionsprozesse und die Gemeinschaften.
- **Ländliche Entwicklung:** Das Wohl von Bauern, ländlichen Gemeinschaften, Arbeitern, kleinen Firmen und Lieferanten ist entscheidend für unsere Möglichkeit, auch in Zukunft unsere Geschäftstätigkeit fortzusetzen.

- **Nutrition:** Nahrungsmittel und Ernährung sind die Grundlage guter Gesundheit und unseres Geschäfts, d.h. der Existenzgrund für unser Unternehmen.

Diese Bereiche sind existenziell für das Ziel von Nestlé, «als Weltmarktführer für Nutrition, Gesundheit und Wellness anerkannt zu sein und das Vertrauen aller Anspruchsgruppen zu genießen».

Gemeinsame Wertschöpfung ist eine Option für alle Unternehmen. Wir haben uns dafür entschieden, das Konzept der Gemeinsamen Wertschöpfung umzusetzen. Dies ist aber kein geschütztes Konzept – auch andere Unternehmen können es für sich übernehmen. Wir sind uns bewusst, dass wir noch viel lernen müssen. Dieser Bericht dokumentiert unseren Fortschritt bei der konzernweiten Umsetzung der Gemeinsamen Wertschöpfung. Wir laden Sie ein, uns Ihre Gedanken zu diesem Bericht mitzuteilen – Ihre konstruktiven Rückmeldungen helfen uns, dazuzulernen.

A blue ink signature of Peter Brabeck-Letmathe.

Peter Brabeck-Letmathe
Präsident des Verwaltungsrats

A blue ink signature of Paul Bulcke.

Paul Bulcke
Delegierter des Verwaltungsrats

Über unsere Berichterstattung

Unternehmensprofil

Nestlé ist das weltweit führende Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness. Es wurde 1866 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Vevey in der Schweiz.

CHF 107 618 Millionen Gesamtumsatz der Gruppe

CHF 10 428 Millionen Reingewinn

278 165 Mitarbeitende weltweit

3,4 Millionen Menschen in Entwicklungsländern in der Nestlé-Wertschöpfungskette

449 Fabriken

100+ Länder mit Niederlassungen des Unternehmens

28 Forschungs- und Entwicklungszentren

Die Entwicklung

unserer Berichterstattung

Unser Ziel ist es, darüber zu berichten, wie Nestlé die Gesellschaft langfristig beeinflusst und wie dieser Einfluss mit dem Aufbau eines langfristig erfolgreichen Geschäfts zusammenhängt. Seit wir 1995 erstmals unseren *Bericht Nestlé und die Umwelt* vorlegten, haben wir regelmässig Berichte zu Umweltfragen veröffentlicht (siehe www.nestle.com/csv/downloads).

Seit 2001 berichten wir über Themen, die sich um die ländliche Entwicklung und die Bauern, die Mitarbeitenden sowie die soziale und wirtschaftliche Entwicklung in Lateinamerika und Afrika drehen.

Im Jahr 2007 erschien der erste weltweite *Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung*. Damals haben wir uns das Ziel gesetzt, alle zwei Jahre einen solchen Bericht herauszugeben und die Qualität der Berichterstattung mit Hilfe der verfügbaren Daten kontinuierlich zu steigern. In den Jahren dazwischen legen wir vertiefende Berichte aus einem unserer drei Schwerpunktbereiche vor: Ernährung, Wasser und ländliche Entwicklung. Zu diesen Schwerpunktberichten zählen der *Nestlé-Bericht zum Wassermanagement* von 2006 und der Bericht *Ernährungsbedürfnisse und hochwertige Ernährung* von 2008.

Seitdem entwickeln wir die Gemeinsame Wertschöpfung und die Berichterstattung über unsere Fortschritte stetig weiter. In unserem neuesten vollständigen Bericht – online abrufbar unter www.nestle.com/csv – haben wir unsere faktenbasierte Berichterstattung ausgedehnt. Dieses Mal liegt der Blick insbesondere auf Fortschritten bei wichtigen Leistungsindikatoren sowie auf den Massnahmen, die wir gegen Herausforderungen wie Mangelernährung und Fettleibigkeit ergriffen haben.

Unser Ziel ist es, darüber zu berichten, wie Nestlé mit ihrer Tätigkeit gleichzeitig dauerhaften Mehrwert für die Gesellschaft und ihre Aktionäre schafft.

Unsere erweiterte Kommunikation

Der vorliegende Kurzbericht sowie die Fallstudien, Audioinhalte, Videos und Downloads zu unserem umfassenden Online-Bericht begleiten unseren *Jahresbericht 2009*, in dem wir unsere unternehmerische und finanzielle Performance darstellen. Gemeinsam sind sie ein integraler Bestandteil unserer umfassenden Kommunikation über Gemeinsame Wertschöpfung. Im Juni 2009 haben wir ausserdem www.creatingsharedvalue.org aufgeschaltet, eine neue Online-Community-Plattform.

Künftige Berichterstattung

Unser Ziel ist es, unsere externen Berichte an Good-Practice-Leitlinien auszurichten. Die Berichterstattung von Nestlé soll sich künftig noch stärker an den G3-Leitlinien und den Zusatz für den nahrungsmittelverarbeitenden Sektor der Global Reporting Initiative (GRI) orientieren. Dieser soll im Jahr 2010 veröffentlicht werden, wobei wir an seiner Entwicklung beteiligt sind.

Grenzen und Geltungsbereich

Die Informationen in unserem neuesten Online-Bericht und im vorliegenden Kurzbericht decken, wenn nicht anders angegeben, die weltweiten Aktivitäten von Nestlé im Jahr bis zum 31. Dezember 2009 ab und wurden von unabhängiger dritter Seite extern geprüft. Die Angaben beziehen sich auf die hundertprozentigen Tochtergesellschaften und Konzerngesellschaften von Nestlé. Joint Ventures und Lieferanten sind, wenn nicht ausdrücklich genannt, ausgenommen. Die Umweltdaten beziehen sich ausschliesslich auf die Fabriken, die Daten zur Gesundheit und Sicherheit hingegen auf alle 278 165 Mitarbeitenden von Nestlé sowie dem Äquivalent von rund 25 000 Vertragspartnern.

Gemeinsame Wertschöpfung im Überblick

Höhepunkte 2009

7252 Produkte wurden infolge ernährungs- oder gesundheits-spezifischer Überlegungen überarbeitet

71% – Produkte, die die Kriterien der Nutritional Foundation erfüllen oder übertreffen (in % des Gesamtumsatzes)

59% Rückgang der Wasserentnahme pro Tonne Produkt seit 2000

48% Rückgang der Treibhausgas-emissionen pro Tonne Produkt seit 2000

12,2% – Anteil erneuerbarer Energien am Verbrauch der Standorte

165 553 Bauern und Lieferanten wurden durch Kompetenz-aufbauprogramme geschult

27% – von Frauen bekleidete Führungspositionen

Als Grundlage für eine verantwortungsvolle Geschäftstätigkeit und langfristigen wirtschaftlichen Erfolg hält Nestlé es für unerlässlich, ihre Geschäfte so zu führen, dass sie den höchsten Standards unternehmerischen Handelns und ökologischer Nachhaltigkeit genügen. Dazu gehört *Compliance* – d.h. die Einhaltung nationaler Gesetze, einschlägiger Konventionen und auch unserer eigenen Anforderungen, die oft über das rechtlich Vorgeschriebene hinausgehen. Niedergeschrieben sind sie in unseren *Nestlé-Unternehmensgrundsätzen* und anderen Leitlinien, über deren Einhaltung unser CARE-Programm und unsere internen Konzernauditoren wachen.

Ein weiterer Grundpfeiler unseres unternehmerischen Handelns ist die *Nachhaltigkeit*. Gemäss der Definition der Brundtland-Kommission bedeutet nachhaltige Entwicklung für Nestlé eine «Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne die natürlichen Lebensgrundlagen zukünftiger Generationen aufs Spiel zu setzen».

Wir sind jedoch der Überzeugung, dass wir nur dann ein rentables Geschäft für unsere Aktionäre aufbauen können, wenn wir über *Compliance* und Nachhaltigkeit hinausgehen und eine dritte Ebene erreichen: den Aufbau von dauerhaftem Mehrwert für die Gesellschaft und die Aktionäre gleichermaßen. Und genau das verstehen wir unter *Gemeinsamer Wertschöpfung*:

- unsere Kerngeschäftsstrategien und unsere operativen Tätigkeiten dafür einzusetzen, Mehrwert für unsere Aktionäre zu schaffen;

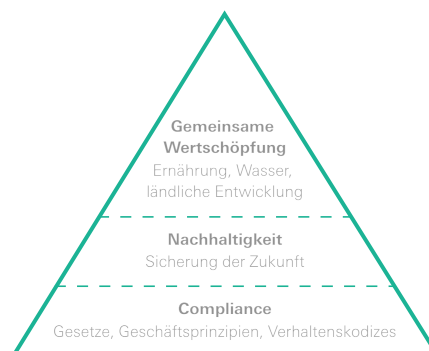


Zusammen mit Benjamin Baretzki und Juan Diego Román von Nespresso prüft Mario López Rodríguez von der Rainforest Alliance (links) die Qualität der Kaffeeernte in Huehuetenango, Guatemala.

- den Konsumenten und der Öffentlichkeit zu dienen, indem wir ihnen nahrhafte Produkte anbieten, die gleichzeitig gut schmecken und ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden fördern;
- uns dafür einzusetzen, die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebensbedingungen der Menschen und Gemeinschaften entlang unserer ganzen Wertschöpfungskette zu verbessern – von den Bauern, die uns mit Rohstoffen beliefern, über die Gemeinschaften an den Standorten unserer Werke bis hin zu unseren Lieferanten und Handelspartnern.

Gemeinsame Wertschöpfung und die Wertschöpfungskette

Am Centre for International Business der Leeds University Business School ist ein konzeptueller Referenzrahmen entwickelt worden, um den Netto-Gesamteinfluss eines Unternehmens auf seine Anspruchsgruppen zu erfassen. Dieses Modell ist bereits auf unsere Wertschöpfungskette angewandt worden, um die Auswirkungen einiger unserer Aktivitäten in vollem Umfang zu erfassen, zum Beispiel der Plattform *Nespresso Ecolaboration* für nachhaltige Innovationen oder der Milchdistrikt-Initiativen in Pakistan. Mehr darüber erfahren Sie unter www.nestle.com/csv/casestudies.



Schwerpunkte unseres Engagements

Nestlé verpflichtet sich zu einer offenen Berichterstattung über ihre Leistungen. Dabei geht Nestlé auf alle Bereiche ein, die aktuell oder potenziell erheblichen Einfluss auf das Unternehmen haben. Dazu gehören Bereiche, die für die Anspruchsgruppen von besonderem Interesse sind und über die wir ein gewisses Mass an Kontrolle haben.

Wir haben Ernährung, Wasser und ländliche Entwicklung als die wichtigsten globalen Herausforderungen für die Gesellschaft identifiziert, die für unser Geschäft von Relevanz sind. Zugleich sind diese Themen von zentraler Bedeutung, wenn es darum geht, Wettbewerbsvorteile und den Shareholder Value auszubauen und die Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen.

Um die Themen zu priorisieren, die für das Unternehmen und seine Anspruchsgruppen von grösster Bedeutung sind, haben wir im Jahr 2008 mit SustainAbility zusammengearbeitet, einem unabhängigen Beratungsunternehmen für unternehmerische Verantwortung und nachhaltige Entwicklung. Im Jahr 2009 haben wir SustainAbility auf der Grundlage der Rückmeldungen von Investoren, zivilgesellschaftlichen Gruppen, Medien und Nestlé-Führungskräften beauftragt, diese Priorisierung zu überprüfen.

Die Liste der wichtigsten Herausforderungen hat sich zwar nicht verändert, doch das externe Interesse ist bei allen Punkten gestiegen, wobei Ernährung, Gesundheit und Wellness sowie Marketing und Kommunikation insbesondere für Investoren an Bedeu-

tung gewonnen haben. Ebenso ist deutlich geworden, dass parallel zur Wasserfrage der Klimawandel zu einer zentralen Priorität über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg geworden ist. Mehr über die Methodik von SustainAbility erfahren Sie in unserem vollständigen Bericht unter www.nestle.com/csv/materialissues.

Folgende Bereiche wurden vor diesem Hintergrund in unseren Berichten als Prioritäten identifiziert:

- Anwendung von Wissenschaft und Technologie zur Herstellung von ernährungswissenschaftlich hochwertigeren Produkten, und verantwortungsvolle Konsumentenkommunikation über Ernährung, Gesundheit und Wellness (Seite 6–9);
- Gestaltung der Betriebsabläufe mit Rücksicht auf die Umwelt, insbesondere im Hinblick auf die Verfügbarkeit und freie Zugänglichkeit von Wasser und die Auswirkungen des Klimawandels (Seite 10–15);
- unser Ansatz für landwirtschaftliche Beschaffung und die Weiterentwicklung von Lieferanten (Seite 16–19);
- unser Handeln als verantwortungsvoller Arbeitgeber (Seite 20–23).

Im Rahmen unserer Verpflichtung zu einer stärker faktenbasierten Berichterstattung haben wir in Zusammenarbeit mit SustainAbility eine Reihe strategi-

scher Leistungsindikatoren entwickelt. Diese sind in der Umschlag-Innenklappe im Überblick aufgeführt und werden im Bericht herausgehoben und unter www.nestle.com/csv/kpis ausführlicher dargestellt.

Einbeziehung von Anspruchsgruppen

Gemeinsam mit dem Büro für Partnerschaften der Vereinten Nationen und der Schweizer Mission bei den Vereinten Nationen hielt Nestlé im April 2009 in New York ihr erstes Forum für Gemeinsame Wertschöpfung ab. Führende Experten sprachen hier über Regeländerungen auf globaler und nationaler Ebene, über Chancen für Fortschritte und die Rolle der Privatwirtschaft. Das Forum wurde via Webcast live übertragen, sodass die Nestlé-Gesellschaften auf der ganzen Welt eingebunden werden konnten. Etliche Nestlé-Gesellschaften führten das New Yorker Forum anschliessend auf nationaler Ebene durch. Eine Aufzeichnung der Übertragung kann unter www.creatingsharedvalue.org abgerufen werden.

Michael Porter von der Harvard Business School spricht als Experte im neuen Beirat für Gemeinsame Wertschöpfung von Nestlé auf dem Forum für Gemeinsame Wertschöpfung in New York.



Im April und Dezember 2009 kam der neu gegründete *Beirat für Gemeinsame Wertschöpfung* zusammen, um Nestlé darin zu beraten, wie wir durch unser Kerngeschäft positive Auswirkungen auf die Gesellschaft erzielen können. Das Gremium aus international anerkannten Experten wurde zur direkten Beratung des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats von Nestlé eingesetzt. Der Beirat trifft sich zweimal jährlich, um das Konzept der Gemeinsamen Wertschöpfung weiterzuentwickeln, die Wertschöpfungskette von Nestlé zu analysieren und mögliche Massnahmen vorzuschlagen. Ferner unterstützt er die Durchführung des jährlichen Forums und die Vergabe des neuen Nestlé-Preises für Gemeinsame Wertschöpfung. Eine Liste seiner Mitglieder finden Sie online unter www.nestle.com/csv/advisoryboard.

Im Jahr 2009 haben wir Vertreter externer Anspruchsgruppen eingeladen, uns Rückmeldung zu unserer CSV-Strategie zu geben. Mehr als 50 Experten aus unterschiedlichsten sozialen und ökologischen Einflussbereichen haben dazu an den von AccountAbility ausgerichteten Treffen in Genf, Washington und Kuala Lumpur teilgenommen. Bei den Diskussionen kristallisierten sich mehrere zentrale Themen heraus, darunter die Förderung gesunder Lebensgewohnheiten, Menschenrechte und nachhaltige Produktion in der Wertschöpfungskette, Klimawandel und Wassermanagement sowie Engagement in Gemeinschaften und ländliche Entwicklung. Darüber hinaus wurde hervorgehoben, wie wichtig Compliance und die Einbeziehung örtlicher Behörden sowie die Erfassung verlässlicher Einflussdaten entlang der Wertschöpfungskette sind. Mehr darüber erfahren Sie im Internet unter www.nestle.com/csv/engagement.

Nestlé arbeitet ausserdem über Partnerschaften, Policy-Foren, Management-Veranstaltungen und branchenweite Referenzrahmen daran, Erkenntnisse auszutauschen, Best Practices zu ermitteln und die Handlungskraft zu stärken. Einige Beispiele:

- eine globale Partnerschaft mit der *Internationalen Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften* (IFRC), die sich für die Versorgung mit Trinkwasser und sanitären Anlagen einsetzt;
- die *Internationale Kakaoinitiative*, eine Partnerschaft zwischen der Kakaoindustrie, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Gewerkschaften, um inakzeptable Kinderarbeit im Kakaoanbau abzuschaffen;
- die *International Food and Beverage Alliance*, ein Zusammenschluss aus neun der weltweit grössten Nahrungsmittel- und Getränkehersteller, die mit der Weltgesundheitsorganisation zusammenarbeiten, um deren globale Strategie für Ernährung, Bewegung und Gesundheit umzusetzen;
- der *European Food Sustainable Consumption and Production Round Table*, welcher das Ziel verfolgt, dass die gesamte Nahrungsmittelbranche in Europa eine zentrale Rolle auf dem Weg zu Nachhaltigkeit in Konsum und Produktion in Europa spielt. Wir haben in diesem Gremium gemeinsam mit der Europäischen Kommission den Vorsitz;
- die *Sustainable Agriculture Initiative* (SAI), eine branchenweite Kooperation in der Nahrungsmittelindustrie, die die Entwicklung und Einführung international akzeptierter Grundsätze und Standards für eine nachhaltige Landwirtschaft fördert.

Governance für Gemeinsame Wertschöpfung

Da Gemeinsame Wertschöpfung in unserer Strategie und unseren Geschäftsabläufen fest verankert ist, liegt die Verantwortung für ihre Überwachung und Verwaltung in den Händen des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats sowie bei den weiteren Mitgliedern des geschäftsführenden Verwaltungsrats.

Unter dem Vorsitz von Paul Bulcke, dem Delegierten des Verwaltungsrats, wacht der neu gegründete, vierteljährlich tagende Rat für die einheitliche Umsetzung der Gemeinsamen Wert-

schöpfung auf Konzernebene über die strategische Implementierung und Koordinierung der Gemeinsamen Wertschöpfung über alle Geschäftsbereiche von Nestlé hinweg.

Grundsätze und Regeln

Den generellen Referenzrahmen unserer Gruppe bilden nach wie vor die *Nestlé-Unternehmensgrundsätze*, die unserem Umgang mit allen relevanten Anspruchsgruppen zu Grunde liegen, sowie die *Nestlé Management- und Führungsprinzipien* und der *Nestlé Code of Business Conduct*. Sie spiegeln die zehn Grundsätze des UN Global Compact zu den Themen Menschenrechte, Arbeit, Umwelt und Korruption sowie weitere relevante internationale Normen wider (siehe Seite 24).

Compliance

Über unsere Prüfungsstandards wenden wir auf unsere gesamte Geschäftstätigkeit streng und konsequent ein breites Spektrum von globalen Regeln und Grundsätzen an, die unter www.nestle.com/csv/downloads heruntergeladen werden können:

- Compliance hinsichtlich des Umgangs mit Mitarbeitenden, unternehmerischer Integrität, Sicherheit, Gesundheit und ökologischer Nachhaltigkeit wird im Rahmen des CARE-Programms von internen wie externen Auditoren überprüft;
- die Produktionsstandorte werden nach ISO 14001 und OHSAS 18001 zertifiziert;
- Marketingaktivitäten für Säuglingsnahrung werden von unabhängiger Seite geprüft.

Ernährung

Als weltweit führendes Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness sind wir der Überzeugung, dass die Zukunft unseres Unternehmens darin besteht, Menschen zu helfen, sich besser zu ernähren. Dabei wollen wir das gesamte Spektrum von Ernährungsproblemen abdecken – vom Vitamin- und Mineralienmangel bis hin zur

Fettleibigkeit. Diese globalen Herausforderungen beeinflussen unser Ziel, allen Schichten der Gesellschaft geeignete Ernährungslösungen zu bieten. Eine besonders wichtige Aufgabe ist hierbei, die Bedürfnisse der Menschen am Fusse der Einkommenspyramide zu befriedigen.

Unsere Ziele

Unsere in über 140 Jahren gewachsene strategische Ausrichtung auf Nutrition, Gesundheit und Wellness stützt sich auf unsere Einschätzung, dass Ernährungsbewusstsein und das Streben nach mehr Gesundheit und Wellness künftig vermehrt die Entscheidungen der Konsumenten beeinflussen werden. In unserem Bestreben, schmackhafte, nährstoffreiche und umweltschonende Nahrungsmittel und Getränke zu produzieren setzen wir wissenschaftlich fundierte Lösungen ein. Dadurch wollen wir die Lebens-

qualität der Menschen durch Nahrungsmittel und Ernährung verbessern und so Gesundheit und Wohlbefinden steigern – auch bei Menschen mit besonderen Ernährungsbedürfnissen und solchen am Fusse der Einkommenspyramide, für die wir Produkte mit hohem Nährwert zu niedrigen Preisen anbieten. Ebenso ist es unser Ziel, durch klare, verantwortungsvolle Kommunikation das Bewusstsein, den Wissensstand und das Verständnis der Konsumenten zu erweitern.

Unsere Aktivitäten

Wir investieren in die kontinuierliche Verbesserung der Nährwertprofile unserer Produkte sowie in unser Rezeptdatenbank-Management, um genauere Nährwertanalysen und Nachverfolgbarkeit zu gewährleisten. Wir reduzieren den Gehalt der Produkte an ernährungspolitisch unerwünschten Inhaltsstoffen bei unverändertem Geschmack. Wir verwenden nährstoffreichere Zutaten und vorteilhafte Mikronährstoffe, machen adäquate Portionsangaben und stellen Konsumenten mit niedrigeren Einkommen

hochwertige, nährstoffreiche, bezahlbare Nahrungsmittel zur Verfügung. Wir achten darauf, dass wir Säuglingsnahrung verantwortungsvoll vermarkten und halten uns dabei in Entwicklungsländern an den Kodex der Weltgesundheitsorganisation, und wir bewerben gesündere Produkte für Kinder. Darüber hinaus haben wir Verfahrensanweisungen und Freigabeprozesse für Werbeaussagen zu Nährwerten, Gesundheits- und Wellnessnutzen sowie Umwelt und Nachhaltigkeit eingeführt.

Unser Erfolg

Wir überarbeiten weiterhin infolge ernährungs- oder gesundheitspezifischer Überlegungen unsere Produkte, verbessern ihren Geschmack und investieren in Nährwertangaben auf den Verpackungen. Wir haben die Mitarbeiterschulungen in Ernährungslehre

ausgeweitet und die Ausbildung von Mitarbeitenden in der Vermarktung von Säuglingsnahrung verbessert. Zudem haben wir den Umsatz mit unseren «Popularly Positioned Products» für Konsumenten mit niedrigen Einkommen erhöht.



Wertschöpfung für Nestlé

«Ich leite ein Ernährungsprogramm für die Mütter dieser Vorschule. Wir sorgen für die Nährstoffversorgung der Konsumenten mit Produkten wie *Nespray Everyday*, das mit Vitamin A angereichert ist und für geringverdienende Familien gedacht ist. Wir wollen ihre Kenntnisse über Ernährung ausbauen und die zwei häufigsten Defizite in Sri Lanka angehen: Eisen- und Vitamin-A-Mangel.»

Nadeesha Chandrasekera,
Consumer Services
Manager, Nestlé Sri Lanka

Wertschöpfung für die Gemeinschaft

«Ich bin sehr glücklich, dass ich an diesem Ernährungsprogramm teilnehmen konnte, das heute in der Vorschule meiner Tochter durchgeführt wurde. Die Informationen, die wir über Ernährung im Allgemeinen und ihren Einfluss auf unsere heranwachsenden Familienmitglieder erhalten haben, sind äusserst wichtig. Wir alle können davon profitieren, dass Nestlé uns hier im Rahmen dieses Programms gezeigt hat, wie wir unsere Kinder gesund ernähren können. So konnte ich in der Schule meiner Tochter selber auch etwas lernen.»

Vasanthi Pathiraja (mit ihrer Tochter Vasitha)

Unser weltweites Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk

Die Produkte von Nestlé gehen aus dem weltweit grössten privatwirtschaftlichen F&E-Netzwerk für Nahrungsmittel hervor, das 28 Forschungs-, Technologie- und Produktentwicklungszentren* mit über 5000 Mitarbeitenden* umfasst. Herzstück des Netzwerks ist das Nestlé-Forschungszentrum. Im Jahr 2009 haben wir CHF 2 Milliarden in F&E investiert und das Abidjan Research & Development Centre in Abidjan, Côte d'Ivoire, sowie das «Chocolate Centre of Excellence» in Broc, Schweiz, eröffnet.

Um sicherzustellen, dass unsere F&E-Planung den Anforderungen der Nachhaltigkeit Rechnung trägt, wurde im Oktober 2009 ein neuer Rat für Nachhaltigkeit in F&E vom Verwaltungsrat eingesetzt.

Nestlé Ernährungsrat

Zur Unterstützung der Ernährungsstrategie von Nestlé trifft sich die Nestlé-Geschäftsleitung regelmässig mit einem Rat aus international anerkannten Ernährungsexperten unter dem Vorsitz von Werner Bauer, Generaldirektor, um wichtige Ernährungsthemen zu erörtern, die für die Geschäftsinteressen von Nestlé relevant sind.

Gesunde Ernährung muss erste Wahl werden

Eine gesunde Ernährung muss schmecken, damit man sie einhält – darum arbeiten wir beständig daran, den Geschmack der Konsumenten noch besser zu treffen und unsere Produkte zu überarbeiten und zu verbessern. Im Jahr 2009 wurden Produkte im Wert von CHF 16,8 Milliarden im Rahmen unseres «60/40+» Programms[®] getestet, bei dem Geschmackspräferenzen der Konsumenten gegebenenfalls mit einem ernährungswissenschaftlichen «Plus» kombiniert werden. Entsprechend unseren Konzernleitlinien wurden 7252 Produkte erneuert oder neu formuliert[®], indem der Gehalt ernährungspolitisch bedenklicher Zutaten

*Nahrungsmittel und Getränke

wie Transfettsäuren, Salz, Zucker und gesättigte Fettsäuren gesenkt bzw. der Gehalt an Zutaten, die als gesundheitsförderlich gelten, wie Vollkorn, Gemüse oder Calcium, erhöht wurde. Darüber hinaus arbeiten wir an der Entwicklung eines Rezeptmanagementsystems, mit dem ein breites Spektrum an ernährungswissenschaftlichen und gesundheitlichen Parametern weltweit nachverfolgt werden kann. Mit der Datenbank werden die Schwierigkeiten überwunden, die es gegenwärtig erschweren, Daten zur Reduktion von Transfettsäuren, Salz, Zucker und gesättigten Fettsäuren in den Nestlé-Märkten in aller Welt zu erheben.

Im Jahr 2009 wurden zudem Produkte anhand eines speziellen Bewertungsverfahrens, des Nestlé Nutritional Profiling Systems, analysiert. Dabei handelt es sich um eine anspruchsvolle Prüfmethode, die auf Empfehlungen von Spezialisten für das öffentliche Gesundheitswesen, darunter die Weltgesundheitsorganisation (WHO) und das US-amerikanische Institute of Medicine, beruht. 71% erfüllten oder übertrafen die gestellten Anforderungen[®] und somit die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation. Darüber hinaus erzielten wir einen Umsatz von CHF 5 Milliarden mit Produkten mit Branded Active Benefits (Inhaltsstoffe mit wissenschaftlich erwiesenem Gesundheitsnutzen).



Im Rahmen des «Nutrir»-Programms von Nestlé Brasilien wurden seit 1999 1,2 Millionen Kinder aus einkommensschwachen Familien mithilfe von Spielen, Puppen und Kochaktivitäten an eine gesunde Ernährung herangeführt.

Anreicherung mit Mikronährstoffen

Unsere jeweils lokal angepassten «Popularly Positioned Products» (PPPs) versorgen einkommensschwache Menschen mit bezahlbaren, nährstoffreichen Produkten in angemessener Portionsgrösse. Da viele Konsumenten mit wichtigen Mikronährstoffen wie Eisen, Iod, Vitamin A und Zink unterversorgt sind, reichern wir Milliarden Portionen Nestlé-Produkte mit diesen Stoffen an. Viele dieser Produkte sind gleichzeitig PPPs, zum Beispiel Maggi-Produkte mit erhöhtem Iodgehalt (Brühen, Gewürze, Nudeln), von denen wir im Jahr 2009 über 90 Milliarden nährstoffangereicherte Portionen abgesetzt haben. Nestlé investiert zudem CHF 12 Millionen pro Jahr in direkte F&E-Aktivitäten für Trocken- und Flüssigmilchprodukte. Dieses Know-how wird dafür genutzt, die lokale Bevölkerung in Schwellenländern mit bezahlbaren Milchprodukten zu versorgen, die mit den vor Ort jeweils benötigten Mikronährstoffen angereichert sind. Unsere Palette niedrigpreisiger Milchprodukte war Ende 2009 in über 60 Ländern erhältlich.

Mangelernährung im Alter

Im Oktober 2009 wurde das neue Mini-Nutritional Assessment Short Form vollständig validiert. Dabei handelt es sich um einen einfach zu verwendenden Screening-Test von Nestlé Nutrition, mit dem bestehende oder drohende Mangelernährung bei älteren Menschen gezielt festgestellt werden kann. Nestlé Nutrition bietet auch Produkte an, die speziell die Nährstoffe enthalten, die in der Ernährung älterer Menschen häufig fehlen. Diese Produkte fördern die Gesundheit von Knochen und Gelenken, die Muskelkraft und den Genesungsprozess nach Krankheiten und steigern so die Lebensqualität.

Konsumenteninformation

Um den Konsumenten einen Leitfaden für angemessene Portionsgrössen und eine ausgewogene Ernährung an die Hand zu geben, wurde der *Nestlé Ernährungskompass* für Produktverpackungen entwickelt. Er hilft den



Nespray, unsere angereicherte, preiswerte Milch für Schulkinder, schafft auf Sri Lanka Arbeitsplätze in örtlichen Fabriken und verwendet Milch von Bauern aus der Region.

Konsumenten mit Nährwerttabellen, gesunden Ess- und Trinktipps sowie weiterführenden Links, fundierte Entscheidungen zu treffen. Im Dezember 2009 machten die mit dem *Nestlé Ernährungscompass* versehenen Produkte 98% unseres europaweiten Gesamtumsatzes aus[®]. 91% unseres weltweiten Produktsortiments sind auf freiwilliger Basis mit einem Richtwert für die Tageszufuhr gekennzeichnet.

Werbung und Marketing mit Verantwortung

Die *Kommunikationsgrundsätze* von Nestlé untersagen Werbung und Marketingaktivitäten, die sich an Kinder unter 6 Jahren richten, und schränken Werbung für Kinder zwischen 6 und 12 Jahren auf diejenigen Produkte ein, die die strengen Kriterien der Nutritional Foundation erfüllen. Nestlé hat sich ausserdem allen (d.h. bisher acht) nationalen und regionalen, freiwilligen, unabhängig überwachten Initiativen zu verantwortungsvoller Nahrungsmittel- und Getränkewerbung für Kinder angeschlossen.

Unsere *Unternehmensgrundsätze* schreiben darüber hinaus die strikte

Einhaltung des Kodex für die Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten in Entwicklungsländern vor. Die umfassenden bei Nestlé geltenden Vorschriften zur Implementierung dieses Kodex der Weltgesundheitsorganisation (WHO), die unabhängige externe Beaufsichtigung, die hohen Strafen auf Verstösse gegen den Kodex sowie das globale Ombudsmann-System für den Kodex erhielten von unabhängigen, auf soziale Anlagethemen spezialisierten Analysten hohe Bewertungen sowie positive Rückmeldungen von nationalen Regierungen im Anschluss an Compliance-Prüfungen. Im Jahr 2009 erhielten 100% der in diesem Bereich tätigen Mitarbeitenden in Schwellenländern WHO-Kodex-Schulungen[®]. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.nestlebabymilk.com.

Aufklärung und Beteiligung

In Ergänzung zu den laufenden, von Nestlé gesponserten Ernährungs- bzw. Bewegungsprogrammen, an denen aktuell 10 Millionen Kinder im Schulalter teilnehmen, wurde das Nestlé Healthy Kids Global Programme ins Leben gerufen. Nestlé plant, bis Ende 2011 in allen Ländern Healthy Kids einzuführen, in denen das Unternehmen eine Präsenz hat. Neue Projekte

im Jahr 2009 waren beispielsweise ein Ernährungserziehungsprogramm für 13- bis 17-jährige Mädchen in ländlichen Dorfschulen in Indien, das in Partnerschaft mit der Punjab Agricultural University durchgeführt wird, sowie ein Ernährungserziehungsprogramm für 7- bis 10-jährige Kinder in Taiwan, das in Partnerschaft mit der John Tung Foundation umgesetzt wird.

Marken- und Konsumentenkommunikation

Alle Unternehmensbereiche sind aufgefordert, den Aspekt der Nachhaltigkeit in ihre Geschäftsstrategien und Konsumentenkommunikation einzubinden. Einige Marken haben mit der Umsetzung bereits begonnen, beispielsweise *Häagen-Dazs* durch Unterstützung der Honigbienenforschung, *Nespresso* mit der Ecolaboration-Plattform oder *Nescafé* mit einer Nachhaltigkeits-Website.

Gemeinsame Wertschöpfung

Wertschöpfung für Nestlé

Besseres Verständnis von Ernährungs- und Gesundheitsfragen zum Beispiel durch kundenspezifische Erkenntnisse; fruchtbare Kooperation mit verschiedenen Anspruchsgruppen; stärkere Kundenbindung; dauerhaft höhere Wachstumsraten, Marktanteile und Rentabilität.

Wertschöpfung für die Gemeinschaft

Besserer Zugang zu sicheren, hochwertigen, nachhaltig produzierten, nährstoffreichen Lebensmitteln, die verantwortungsvoll vermarktet werden; bessere Kenntnisse über Ernährung und gesundes Leben; mehr Kenntnisse über Nestlé-Produkte im Rahmen einer gesunden, schmackhaften Ernährung.

🌐 www.nestle.com/csv/consumer

Wasser und ökologische Nachhaltigkeit

Bevölkerungswachstum, zunehmender Wohlstand und bestimmte Lebensstilmuster reizen die Grenzen dessen aus, was unser Planet verkraften kann. Wir sind überzeugt, dass es in den kommenden Jahren zu einer schweren Wasserkrise kommen wird, welche die Nahrungsmittelsicherheit beeinträchtigen wird. Die Nahrungsmittelkette beeinflusst mit Landwirtschaft, Herstellung und Konsum die Qualität und Menge des uns zur Verfügung stehenden Wassers. Sie trägt zudem zum Kli-

mawandel und zum Verbrauch von Energieressourcen bei und hat Folgen für die Biodiversität sowie die Boden- und Luftqualität – und ist selber von diesen ökologischen Faktoren abhängig. Schon heute wirken sich die Verfügbarkeit und der Zugang zu Frischwasser auf unsere Aktivitäten und die unserer Lieferanten aus. Auch die Folgen des Klimawandels werden wir noch in den nächsten Jahrzehnten in unseren Fabriken zu spüren bekommen.

Unsere Ziele

Unser Ziel ist die Herstellung schmackhafter und nahrhafter Lebensmittel und Getränke, welche die Umwelt möglichst wenig belasten. Wir sind permanent bemüht, unsere betriebliche Effizienz und unsere Umweltleistungen zu verbessern. Ausgehend von Produktlebenszyklen bewerten wir

die Auswirkungen unserer Produktionsabläufe und Prozesse, wie auch die der gesamten Wertschöpfungskette, um zu einer besseren Zukunft und zur Gemeinsamen Wertschöpfung für Nestlé und die Gesellschaft beizutragen.

Unsere Aktivitäten

2009 haben wir CHF 220 Millionen in Programme und Initiativen für ökologische Nachhaltigkeit investiert. Wir identifizieren und implementieren weiterhin Projekte, um unseren Wasserverbrauch, unseren Verbrauch an nicht erneuerbaren Energien und anderen natürlichen Ressourcen, unsere Treibhausgasemissionen (THG) und unsere

Abfälle zu reduzieren und die Umweltbilanz unserer Verpackungen zu verbessern. Wir unterstützen zudem die Lieferanten in unserer Versorgungskette bei der Einführung nachhaltigerer Verfahren und fördern dabei unter anderem den verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser.

Unser Erfolg

Wir haben unseren Wasserverbrauch und unsere CO₂-Bilanz weiter verbessert und unseren Energieverbrauch durch Massnahmen zur Verbesserung der betrieblichen Effizienz und den zunehmenden Einsatz erneuerbarer

Energien reduziert. Wir haben den Anteil an Abfällen, der in Deponien entsorgt oder ohne Energierückgewinnung verbrannt wird, weiter reduziert. Die Verringerung von Verpackungsgewicht hat für uns weiterhin Priorität.

A photograph of two men sitting in a tomato field. The man on the left is wearing a white short-sleeved shirt and light-colored trousers, smiling at the camera. The man on the right is wearing a light blue Lacoste polo shirt and blue trousers, also smiling. They are surrounded by rows of tomato plants with many ripe red tomatoes. The background shows a clear blue sky and a line of trees in the distance.

Wertschöpfung für Nestlé

«Indem wir unsere Lieferanten beim wassersparenden Anbau von Tomaten unterstützen, stellen wir eine langfristige, nachhaltige Versorgung sicher und tragen so zur Wertschöpfung für die Bauern, die Umwelt und unser Unternehmen bei. Die CIO war für uns ein idealer Partner bei diesem Projekt, da sie wie wir das Ziel verfolgt, mit weniger mehr zu produzieren.»

Benjamin Ware, Beschaffungsspezialist, Nestlé

Wertschöpfung für die Gemeinschaft

«Die Tomatenproduzenten von CIO investieren seit vielen Jahren mit Überzeugung in die Nachhaltigkeit und Qualität der Produkte und den Schutz der Umwelt. Die Überwachung der Bodenfeuchtigkeit im Wurzelbereich mittels solarbetriebener Technik zur Bewässerungssteuerung ist nur ein Beispiel dafür. Wir freuen uns, dass wir in Nestlé einen Partner gefunden haben, der diesen Ansatz gleichfalls unterstützt.»

Alessandro Piva, Leiter Agrarservices, Consorzio Interregionale Ortofrutticoli (CIO)



Wassermanagement

Wasser hat für uns unter den Umweltthemen die höchste Priorität und der ressourcenschonende Umgang mit Wasser ist ein Schwerpunkt der Gemeinsamen Wertschöpfung.

2009 haben wir in einem Gemeinschaftsprojekt mit McKinsey und weiteren Partnern das Thema Wasserverwendung untersucht und einen umfassenden, sachgerechten Ansatz entwickelt, der helfen soll, Wasserverwendung zu vermeiden. Die Ergebnisse des Projekts sind in der Publikation *Charting our water future: Economic frameworks to inform decision making* zusammengefasst. Wir gehören zu den Gründungsmitgliedern des «UN Global Compact CEO Water Mandate» und sind als solches bestrebt, zur Etablierung von Best Practices für nachhaltiges Wassermanagement in der Privatwirtschaft beizutragen. Ferner berichten wir in unserem

UNGC-Wasser-Fortschrittsbericht über die sechs wichtigsten Punkte dieser Initiative (s. Seite 24). Weitere Informationen finden Sie in unserem vollständigen Online-Bericht unter www.nestle.com/csv/water.

Im Rahmen unserer Water Resources Review (Wasserressourcen-Prüfung) überwachen und verwalten wir lokale Wasserkriterien wie Quantität und Qualität und die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen. Die Prüfung wird derzeit auf rund 65 Standorte von Nestlé Waters angewandt und nun auf unsere Nahrungsmittelfabriken ausgeweitet. In Verbindung mit einem strikten Wassermanagement hat dies dazu beigetragen, dass wir 2009 unsere Wasserentnahme um 3,2% auf 143 Millionen Kubikmeter Wasser[®] bzw. 3,47 Kubikmeter pro Tonne Produkt[®] senken konnten. Dies entspricht einem Rückgang um 33% gegenüber dem Jahr 2000 bei gleichzeitiger Steigerung

Durch die Partnerschaft von Nestlé mit dem International Water Management Institute kann der Wasserverbrauch in der landwirtschaftlichen Versorgungskette in Punjab, Indien, überwacht werden.

unseres Produktionsvolumens um 63%. Unser Ziel ist es nun, unsere Wassereffizienz über die nächsten fünf Jahre noch einmal um 10–15% zu verbessern.

Das Wasser, das wir in unseren Fabriken zum Waschen von Rohstoffen, zum Kochen und zum Reinigen verwendeten, wird anschliessend in Abwasseranfertigungsanlagen geklärt. Damit nur gereinigtes Wasser zurück in die Umwelt gelangt, arbeiten wir vorzugsweise mit den kommunalen Kläranlagen. Ist die Leistung dieser Anlagen unzureichend, investieren wir in eigene Anlagen vor Ort (davon gibt es derzeit 292). Dabei bereinigen wir das Abwasser unserer Fabriken um 97% der organischen Verunreinigungen,

bevor wir es in die Umwelt zurückleiten. 2009 verursachten wir 91,3 Millionen Kubikmeter Abwasser[®] bzw. gut 5% weniger als 2008.

Nachhaltiges Wassermanagement ist für die Existenz unserer Lieferanten unerlässlich. Wir unterstützen sie deshalb gezielt mit Partnerschaften zum Management ihrer Wassereinzugsgebiete. Hierzu gehört beispielsweise unsere Zusammenarbeit mit den lokalen Interessenvertretern in Henniez, Schweiz, wo seit 1905 Wasser entnommen und abgefüllt wird.

Wir engagieren uns zunehmend in Gemeinschaftsprogrammen. In Kambodscha beispielsweise hat Nestlé Skandinavien gemeinsam mit dem kambodschanischen und dem dänischen Roten Kreuz der lokalen Bevölkerung beim Bau von Trinkwasserbrunnen geholfen und Hygieneaufklärung betrieben. In Côte d'Ivoire haben wir gemeinsam mit der Internationalen Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften (IFRC) und dem Roten Kreuz vor Ort Tiefbrunnenpumpen instand gesetzt und sanitäre Anlagen für bis zu 50 000 Menschen gebaut.

Bessere Tomaten mit weniger Wasser

Nestlé Italien hat in der Region von Parma in zehn Tomatenplantagen ein auf drei Jahre ausgelegtes Pilotprojekt gestartet, das die Produktion maximieren und Ernteerträge und Wasserverbrauch optimieren soll. Indem mit solarbetriebener Technik die Feuchtigkeit des Bodens im Wurzelbereich überwacht wurde, gelang es, den Wasserverbrauch zu optimieren, die Erträge beinahe zu verdoppeln, den Zuckergehalt der Tomaten zu steigern und den Wasserverbrauch auf fast die Hälfte zu reduzieren.

Anhaltende Verbesserung

Der Rat für betriebliche Nachhaltigkeit (Operations Sustainability Council) von Nestlé kommt seit 2007 monatlich unter dem Vorsitz des Generaldirektors für Operations zusammen, um laufend zu prüfen, wie unsere Nachhaltigkeit



Frauen in Aboisso, Côte d'Ivoire, beim Händewaschen in einem Sanitärhäuschen, das im Rahmen unserer Partnerschaft mit dem IFRC und dem Roten Kreuz vor Ort zur Verbesserung der sanitären Lage und Hygiene aufgestellt wurde.

durch effizientere operative Abläufe und die Minimierung von Umweltauswirkungen weiter verbessert werden kann. Nestlé ist ausserdem strategischer Partner des University of Cambridge Programme for Sustainability Leadership. Diese Initiative hilft Vertretern aus Wirtschaft, Regierungskreisen und der Zivilgesellschaft mit Seminaren, Arbeitsgruppen und anderen Programmen, wichtige globale Fragen wie den Klimawandel, den Verlust der Biodiversität und die Verknappung der Ressourcen zu verstehen und Lösungsansätze dafür zu entwickeln.

Operationelle Exzellenz

Ziel der Nestlé Continuous Excellence-Initiative (s. Seite 22) ist es, unsere operationelle Exzellenz und damit unsere Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Unser Programm zur Zertifizierung unserer Produktionsstandorte nach Standards für Umweltmanagement (ISO 14001) sowie Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz (OHSAS 18001) ist ein wichtiger Schritt auf diesem Weg. Bis heute haben wir 807 solcher Zertifizierungen erhalten[®]. Eine weitere Massnahme ist die Bewertung von Produktlebenszyklen (Life Cycle Assessments – LCA), um die Umweltauswirkungen unserer wichtigsten Produktkategorien in der Wertschöpfungskette zu messen und zu reduzieren. Die Ergebnisse helfen uns, die Nachhaltigkeit unserer Produkte weiter zu verbessern (s. Seite 9). Ein Beispiel für eine solche Bewertung

(Nescafé) finden Sie in unserem vollständigen Online-Bericht unter www.nestle.com/csv/LCA.

Klimawandel

Nestlé möchte führend sein bei der Reduzierung der Treibhausgasemissionen ihrer Fabriken und ihrer Lieferantenkette und wenn es darum geht, Konsumenten zu helfen, ihrerseits zum Umweltschutz beizutragen. Wir sind bestrebt, Produkte herzustellen, welche die Umwelt möglichst wenig belasten, auch im Vergleich zu Alternativen wie zuhause zubereiteten Mahlzeiten.

Als Unternehmen mit einer soliden ökologischen Erfolgsbilanz, das bestrebt ist, seine Umweltleistungen weiter zu verbessern, unterstützen wir strenge und faire Standards zur Eindämmung von Treibhausgasemissionen und zum Verbrauch von natürlichen Ressourcen, da diese den ressourcenschonendsten Unternehmen und Wertschöpfungsketten zugute kommen.

Dank unserer Anstrengungen konnten wir unsere Treibhausgasemissionen um 3,1% auf 3,98 Tonnen CO₂e[®] (Kohlendioxidäquivalent) bzw. 96,6 kg CO₂e[®] pro Tonne Produkt reduzieren. Dies entspricht einer Reduktion um 48% pro Tonne Produkt über die letzten zehn Jahre. Unsere indirekten CO₂-Emissionen aus zugekaufter Energie blieben mit 3 Millionen Tonnen gegenüber 2008 unverändert.

Wir unterstützen breit gefasste Lösungsansätze, helfen unseren Lieferanten mit der SAI-Plattform, ihre Umweltleistung zu verbessern, und berichten im Rahmen des «Carbon



Die Abwasseraufbereitungsanlage unserer Fabrik in Bugalagrande in Kolumbien, eine unserer 292 Anlagen dieser Art weltweit.

Disclosure Project (CDP)» über unsere Strategie und unsere Ergebnisse. Wir unterstützen zudem die Initiative der «Prince of Wales' Corporate Leaders Group on Climate Change» zur Festlegung einer globalen Emissionsobergrenze und langfristiger Pläne zur Reduzierung von CO₂-Emissionen.

Transport und Vertrieb

Unser Projekt «Grüne Flotte», das 2009 mit dem zweiten Preis des International Green Fleet Award ausgezeichnet wurde, hat durch Lieferantenrationalisierung, neue Ausschreibungsverfahren und Fahrertrainings den CO₂-Ausstoss unserer Fahrzeugflotte und unserer Nutzfahrzeuge in Europa seit 2007 um 17% gesenkt. Daher starten wir nun ähnliche, auf die lokalen Gegebenheiten angepasste Initiativen in Nordamerika, Mexiko, Brasilien und der Region Asien-Pazifik.

Um unsere Umweltbilanz weiter zu verbessern, setzt Nestlé Waters wo immer möglich auf alternative Transportmöglichkeiten. In Frankreich und Belgien gelangten 2008 50% unserer Flaschen per Bahn oder im «intermodalen» (kombinierten) Ladungsverkehr ans Ziel. Damit wurden 60 000 Lkw-Ladungen und 12 Millionen Liter Kraftstoff eingespart und die verkehrsbedingten Treibhausgasemissionen gesenkt.

Verbesserung unserer Energieeffizienz

Durch Initiativen zur Senkung des Energieverbrauchs an unseren Produktionsstandorten einerseits und Veränderungen unseres Produktmix andererseits haben wir 2009 unseren Energieverbrauch um 2% auf 85,2 PJ[®] bzw. 2,07 GJ pro Tonne Produkt[®] gesenkt. Der indirekte Energieverbrauch in Form der Menge an zugekaufter Energie sank 2009 auf 65,1 PJ. Unser Ziel ist es, unsere Energieeffizienz in allen wichtigen Produktkategorien bis 2015 durch zusätzliche Massnahmen noch einmal um mindestens weitere 5% zu verbessern.



Die ReSource-Flaschen von Nestlé Waters bestehen zu 25% aus rezykliertem PET. In Kalifornien werden sie im Rahmen einer gemeinsamen Initiative mit Whole Foods and Waste Management verkauft, gesammelt und rezykliert.

Energiesparanlagen

Im Juni 2009 wurde die Abfüllanlage von *Nestlé Pure Life* in Breinigsville, Pennsylvania, als erster Nestlé-Standort vom US Green Building Council nach dem Standard Gold LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) zertifiziert. Heute entsprechen bereits neun Standorte von Nestlé Waters Nordamerika dem LEED-Standard, der fortan für alle weiteren Bauvorhaben gilt.



Die Fabrik von Nestlé Purina PetCare in Denver hat ihre Energieeffizienz verbessert und deckt nun auch 1% ihres Energiebedarfs über eine eigene Solaranlage.

Erneuerbare Energien

Wir prüfen permanent Möglichkeiten, verstärkt erneuerbare Energien einzusetzen, um unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen zu verringern. Der Anteil erneuerbarer Energien am Gesamtenergieverbrauch unserer Standorte beträgt 12,2%[®]. Energieprojekte sollen dazu beitragen, dass dieser Anteil weiter steigt. In Solon, Ohio, USA, beispielsweise wird das Methan einer Mülldeponie gesammelt und als erneuerbare Energiequelle genutzt. Und Nestlé Frankreich hat in Challerange eine Holz-Kesselanlage installiert, deren Betrieb die CO₂-Emissionen des Standortes um 95% senken und über zehn Jahre schätzungsweise EUR 9 Millionen einsparen wird.

Energieverbrauch und erneuerbare Energien

Die Fabrik von Nestlé Purina PetCare in Denver hat ihren Energieverbrauch in den letzten fünf Jahren um 12,4% pro Tonne Produkt gesenkt. Dies wurde durch eine energieeffizientere Kesselanlage, Energiesparbeleuchtung und verbesserte Druckluft- und Dampfsysteme ermöglicht. Dank eines erfolgreichen Pilotprojekts verfügt die Anlage heute über die grösste private Solaranlage von Colorado, die 1% des Energiebedarfs der Fabrik erzeugt. Derzeit prüfen wir die Machbarkeit von Solaranlagen an weiteren Standorten von Purina in Arizona und Kalifornien. Nestlé Italien hat in zwei seiner Anlagen Photovoltaikmodule installiert.

Abfall und Rückgewinnung

Unser Ziel ist es, keinen Abfall mehr zu produzieren und unvermeidbare Nebenprodukte vollständig der Rückgewinnung zuzuführen. Dank Nestlé Continuous Excellence konnten unsere Fabriken 2009 ihre Abfallproduktion um 11,4% senken und das Recycling bzw. die Rückgewinnung von Nebenprodukten um 23,5% steigern.

Verpackungsoptimierung

Verpackungen schützen Nahrungsmittel beim Transport und der Lagerung, im Handel und zuhause und sorgen



Jorge Eliecer Rojas, Bürgermeister von Bugalagrande, Kolumbien, beim Treffen mit Miguel Ángel Figueroa, dem Leiter unserer Fabrik, die 13% ihres Energiebedarfs aus Kaffeesatz deckt.

dafür, dass weniger Abfall entsteht. Sowohl unter finanziellen wie unter ökologischen Gesichtspunkten nutzen sie mehr als sie kosten. Verpackungen sind unabdingbar, um Nahrungsmittel zu schützen und frisch zu halten und den Konsumenten beim Einkauf über Nährstoffgehalt und Portionierung zu informieren.

Nestlé verfolgt einen integrierten Ansatz, um das Gewicht und die Menge ihres Verpackungsmaterials zu reduzieren, indem das Unternehmen Recyclingmaterial und nachhaltig bewirtschaftete erneuerbare Ressourcen nutzt und Initiativen zum Recycling oder zur Energierückgewinnung aus gebrauchten Verpackungen unterstützt. Auf diese Weise sparten wir

2009 59 000 Tonnen Verpackungsmaterialgewicht[®] – und dies, obwohl die Gesamtverpackungsmenge aufgrund gestiegener Verkäufe und eines höheren Produktionsvolumens um 4%[®] zunahm. In den USA beispielsweise konnten durch die umweltfreundliche Eco-Shape Leichtflasche von Nestlé Waters 195 Millionen Pfund Kunstharze eingespart und Emissionen im Umfang von 356 000 Millionen Tonnen CO₂eq vermieden werden.

Recycling von Kunststoffflaschen

Wir beteiligen uns an einer Reihe von Sammelsystemen und unterstützen die Sensibilisierung der Konsumenten für das Recycling von Kunststoffflaschen. Beispiele hierfür sind:

- Nestlé Waters China startete am Weltwassertag im März eine landesweite Sensibilisierungskampagne;
- *Acqua Nestlé Vera* beteiligte sich an der Organisation einer Aufklärungs-

tour zum Recycling von Kunststoffflaschen durch 27 Städte auf Sizilien;

- Nestlé Pakistan finanzierte eine Studie über den Verbleib gebrauchter Flaschen in drei grösseren Städten.

Gemeinsame Wertschöpfung

Wertschöpfung für Nestlé

Kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung; produktive Fabriken; geringere Risiken und Kosten; langfristige Verfügbarkeit von Rohstoffen und Wasser; nachhaltiges, profitables Wachstum.

Wertschöpfung für die Gemeinschaft

Verschärfung der Umweltstandards; Beschäftigungschancen vor Ort; höhere Einkommen und ein besserer Lebensstandard.

www.nestle.com/csv/environment

Ländliche Entwicklung

Mehr als ein Drittel der Weltbevölkerung ist in der Landwirtschaft tätig und drei Viertel der Ärmsten in der Welt leben in ländlichen Gebieten. Nestlé kauft jährlich Rohstoffe für ungefähr CHF 20,4 Milliarden und arbeitet direkt mit rund 540 000 Bauern zusammen, um ihnen zu helfen, die Produktivität zu steigern, die Umwelt zu schützen und die Armut zu überwinden. Etwa 3,4 Millionen Menschen in Entwicklungsländern verdienen ihren Lebensunterhalt in unserer Versorgungskette.

Damit können wir die wirtschaftliche und ökologische Entwicklung und den Lebensstandard langfristig positiv beeinflussen und mitunter ganzen Regionen helfen, ihre landwirtschaftliche Produktivität und ihre Wirtschaftsleistung zu verbessern. Bei der Beschaffung von Rohstoffen versuchen wir, den Klimaeffekt so gering wie möglich zu halten und soziale Probleme wie Kinderarbeit in ländlichen Regionen zu bekämpfen.

Unsere Ziele

Das Wohl der Gemeinschaften, die uns Agrarrohstoffe und lokale Arbeitskräfte liefern, entscheidet massgeblich über unseren Geschäftserfolg und den Mehrwert für unsere Aktionäre. Wir versuchen, durch ländliche Entwicklung, lokale Beschäftigung, die Anregung zu nachhaltigen Produktionsme-

thoden sowie die direkte Beschaffung bei kleinen Lieferanten und Zwischenhändlern nicht nur die Verfügbarkeit und Qualität unserer Rohstoffe sicherzustellen, sondern auch die lokale Wirtschaft und die Lebensstandards der ländlichen Bevölkerung langfristig positiv zu beeinflussen.

Unsere Aktivitäten

2009 boten wir 165 553 Direktlieferanten technische Unterstützung, Wissenstransfer und Mikrokredite in einem Volumen von CHF 48 Millionen und stellten mit dem Lieferantenkodex von Nestlé sicher, dass sie verantwortungsbewusst und nachhaltig wirtschaften. Gemäss unserem Grundsatz zur ländlichen Entwicklung verarbeiten wir Rohstoffe wann immer möglich im Her-

kunftsland. Rund die Hälfte unserer 449 Produktionsstandorte befindet sich daher heute in Entwicklungsländern, allen voran in ländlichen Regionen, und diese beschäftigen direkt mehr als 200 000 Mitarbeitende. Durch die aktive Beteiligung an Gemeinschaftsinitiativen tragen wir zudem zur Verbreitung von Best Practices bei.

Unser Erfolg

Im Laufe des Jahres setzten wir unsere Anstrengungen zur Lieferantenentwicklung und zur Schulung von Bauern fort und entwickelten weitere Initiativen für nachhaltige Landwirtschaft. Gleichzeitig verbreiteten wir unseren Verhaltenskodex für Lieferanten weiter und prüften seine Einhaltung. Wir

konsolidierten unsere Unterstützung der Kakaowirtschaft im Rahmen des Cocoa Plan, verpflichteten uns zur Investition von CHF 460 Millionen in die wissenschaftliche Forschung und Entwicklung von Kaffee- und Kakaopflanzen in den nächsten zehn Jahren und arbeiteten eine Palmöl-Richtlinie aus.



Wertschöpfung für die Gemeinschaft

«Als ich noch nicht dem Programm angehörte, war alles schwieriger. Heute scheint mir die Zukunft für mich und meine Familie viel positiver. Das liegt daran, dass *Nespresso* uns berät und einen höheren Preis für unseren Kaffee bezahlt. Kaffee ist heute für mich, für die Gemeinschaft, in der ich lebe, und für mein Land eine wertvolle Ressource.»

Leticia Monzón de Herrera,
Kaffeebäuerin

Wertschöpfung für Nestlé

«Die Kaffeeproduzenten beteiligen sich am *Nespresso* AAA Programm, weil der qualitätsgebundene Preis sie dazu anregt, ihre Pflanzungen zu modernisieren, aber auch, weil wir hier vor Ort sind, um ihr soziales und ökologisches Umfeld zu verbessern und damit ihren Familien und Gemeinschaften eine bessere Zukunft bieten.»

Juan Diego Román,
Nespresso AAA Programm-
Manager Zentralamerika

Lieferantenbeziehungen

Unsere 165 497 Lieferanten wurden zu 100% über den 2008 eingeführten *Lieferantenkodex* von Nestlé informiert. Darüber hinaus wurde der Kodex vor Ort in 82,3% Sammelstellen und Ankaufstationen ausgehängt. In Polen, der Türkei und Westafrika wurde auf Veranstaltungen für unsere Lieferanten um Verständnis für unsere Anforderungen im Zusammenhang mit unserer unternehmerischen Verantwortung geworben. Sämtliche Lieferanten wurden von unserem internen Kontrollsystem geprüft, um Risikokandidaten aufzuspüren. In einem Pilotprojekt führten Lieferanten eine Selbstbewertung per Fragebogen durch und wurden zudem extern beurteilt. Dieses Vorgehen soll 2010 auf eine grössere Lieferantenbasis ausgedehnt werden.

Unsere unternehmenseigene Initiative für nachhaltige Landwirtschaft erfasst heute 35 Märkte[®] und 77% unserer 39 Direktbeschaffungsmärkte[®]. 2009 wurden im Rahmen der Initiative zehn Projekte zum Thema Wasser durchgeführt[®].



Das Lieferantenentwicklungsprogramm von Nestlé in Indien hat unsere Abhängigkeit von teuren Importen verringert. Über 70 neue lokale Lieferanten erfüllen bereits unsere Anforderungen.



Das Nestlé-Entwicklungsprogramm für Milchbäuerinnen in Punjab, Indien, vermittelt einen effizienten Wassereinsatz und andere Anbaupraktiken.

Lieferantenentwicklung

Wir helfen unseren Lieferanten vor Ort, unsere Standards zu erfüllen, ihre Kosteneffizienz zu verbessern und Importe und Abfall zu vermeiden. In Indien beispielsweise ermöglichten wir Einsparungen in Höhe von CHF 5 Millionen, beendeten die Einfuhr von zwölf Rohstoffen und konnten seit 2005 70 neue Lieferanten gewinnen. Hierzu gehören kleine Lieferanten wie KCL, die im November 2008 begannen, Cornflakes für unsere Zerealienpalette für Kleinkinder herzustellen, nachdem wir wiederholt Qualitätsprobleme mit unserem asiatischen Lieferanten hatten. Das Programm wurde seitdem auf Bangladesch, Brasilien, Indonesien, den Iran, Malaysia, Russland und Südafrika ausgeweitet.

Beschaffungsprofil

Fast 40% unserer Gesamtausgaben für Rohstoffe entfielen auf die Beschaffung der drei Hauptrohstoffe Milch, Kaffee und Kakao.

Milch

Gemessen am Verkaufswert ist Nestlé das weltweit grösste Milchunterneh-

men. Wir kaufen in über 30 Ländern mehr als 12 Millionen Tonnen Frischmilch an. 5 Millionen Tonnen davon kaufen wir direkt bei den Erzeugern, die auf diese Weise einen besseren Zugang zum Markt und einen fairen Preis erhalten und uns im Gegenzug regelmässig mit hochwertiger Milch versorgen. Wir unterstützen die landwirtschaftlichen Gemeinschaften mit Vorrichtungen zum Sammeln, Lagern und für den Transport, mit Ausbildung und Qualitätsüberwachungssystemen, mit Mikrokrediten und Beschäftigungschancen in unseren Fabriken.

In Kenia und Uganda liefern Milchbauernkooperativen mit grossen Kühlanlagen die Milch zur Weiterverarbeitung. Nach einer Ortsbegehung im Mai 2009 empfahl Nestlé die Einführung kleinerer Kühlanlagen, um den Betrieb eines Kühlzentrums schon ab einer kleineren Anzahl von Bauern rentabel zu machen und durch kürzere Transportwege von der Melk- zur Sammelstation die Qualität der Milch zu verbessern. Zudem werden beim Einsatz kleinerer Kühlanlagen der Einsatz von Pumpen und Reinigungsgeräten und der Transport durch Drittunternehmen hinfällig.

Kaffee

2009 kaufte Nestlé 780 000 Tonnen Rohkaffee. Über 93 700 Tonnen davon wurden direkt bei den Bauern und kleinen Zwischenhändlern in Vietnam, Thailand, China, Indonesien, den Philippinen, Côte d'Ivoire und Mexiko angekauft. Damit sind wir der grösste Direkteinkäufer weltweit.

Wir bieten den Bauern zudem kostenlose technische Unterstützung, die ihnen hilft, die Qualität ihrer Erträge zu steigern, was wiederum unsere Versorgung sichert. Im Laufe der vergangenen zehn Jahre waren wir an der Schulung von 100 000 Kakao- und Kaffeebauern beteiligt. Ausserdem wollen wir bis 2020 CHF 350 Millionen in die wissenschaftliche Kaffeepflanzenforschung investieren. Weitere Informationen zu dieser Strategie erhalten die Konsumenten über unsere Website www.nescafe.com/sustainability.



Auf einer Versuchsfarm von Nestlé in Ecuador begutachten die Agronomen Eduardo Eusebio Pérez Chuez und Luisa Marillac Trujillo Kakaopflanzen aus unserem F&E-Zentrum in Tours, Frankreich.

Kakao

Der Cocoa Plan von Nestlé ist darauf ausgerichtet, Abhilfe für die wichtigsten Probleme der Kakaobauern, ihrer Familien und Gemeinschaften zu schaffen, um die Zukunftsaussichten in der Kakaowirtschaft zu verbessern. Ziel ist es, den Kakaoanbau zu professionalisieren. Die Massnahmen erstrecken sich auf folgende vier Bereiche: Hilfe für die Kakaobauern, Know-how im Umgang mit den Pflanzen, die Lieferkette und bessere soziale Bedingungen.

Wir werden in den nächsten zehn Jahren CHF 110 Millionen in die Kakaowirtschaft investieren, angefangen bei Ecuador, Venezuela und Côte

d'Ivoire. Nestlé will durch die enge Zusammenarbeit mit den Agrarkooperativen, die Bezahlung von Premiumpreisen für höherwertigen Kakao, die Investition in die Zukunft der Bauern durch Schulungen und die Bereitstellung hochwertiger Setzlinge die Voraussetzungen schaffen, um die Produktivität der Bauern und ihre Einkommen substantiell zu verbessern.

In den letzten 15 Jahren hat Nestlé den Anbauländern 17 Millionen ertragsstarker, krankheitsresistenter Kaffee- und Kakaosetzlinge geliefert. Weitere 38 Millionen sollen in den nächsten zehn Jahren folgen. Unser neues F&E-Zentrum in Abidjan, Côte d'Ivoire, soll ab 2012 jährlich 1 Million ertragsstarke Kakaobäume bereitstellen. Gemeinsam mit der Internationalen Kakao-Initiative (ICI), UTZ Certified und Fairtrade bemühen wir uns darum, Zugang zu Ausbildung, Arbeitsgesetze und Umweltmanagement zu

verbessern. Und in Zusammenarbeit mit der Internationalen Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften (IFRC) finanzieren wir ein Programm zur Versorgung von Schulen mit Trinkwasser und sanitären Anlagen.

Palmöl

Angesichts unserer Bedenken hinsichtlich der Zerstörung von Regenwald und Torfmooren durch Palmölpflanzungen sind wir 2009 dem «Round Table on Sustainable Palm Oil» (RSPO) beigetreten, haben begonnen, zertifiziertes, nachhaltiges Palmöl anzukaufen und uns dazu verpflichtet, unseren Verbrauch an Palmöl bis 2015 vollständig auf zertifiziertes, nachhaltiges Palmöl umzustellen.

Gemeinsame Wertschöpfung

Wertschöpfung für Nestlé

Sichere dauerhafte Beschaffung hochwertiger Rohstoffe; geringere Beschaffungskosten; Konsumentenpräferenz für unsere Produkte; profitables Wachstum.

Wertschöpfung für die Gemeinschaft

Ausbildung und technische Unterstützung; höhere Erträge, hochwertigere Ernten; gestiegene Einkommen; Chancen für Beschäftigung und wirtschaftliche Entwicklung; Sensibilisierung der Konsumenten für die Sicherheit und Qualität unserer Produkte.

www.nestle.com/csv/agriculture

Unsere Mitarbeitenden

Dank des Engagements und Einsatzes unserer Mitarbeitenden tragen wir Tag für Tag massgeblich dazu bei, das Leben zahlreicher Konsumenten in aller Welt zu verbessern. Nestlé vereint unter dem Dach ihrer starken Unternehmenskultur über 278 165 Mitarbeitende[®] aus mehr als 100 Nationen. Über ein Drittel (33,9%) unserer Belegschaft ist in Europa ansässig,

38% in Nord-, Mittel- und Südamerika und 28,1% in Asien, Ozeanien und Afrika. Während der weltweiten Finanzkrise haben wir alles daran gesetzt, unsere Fokussierung auf Nachhaltigkeit und Stabilität aufrecht zu erhalten und sicherzustellen, dass wir personell optimal für die gegenwärtigen und künftigen Herausforderungen gewappnet sind.

Unsere Ziele

Es ist für uns unabdingbar, dass wir Mitarbeitende gewinnen und binden, die unsere Werte und Grundsätze teilen. Wir wollen ausdrücklich dafür sorgen, dass jeder Mitarbeitende die Möglichkeiten und die Unterstützung erhält, die er benötigt, um sein Potenzial voll auszuschöpfen – dies in einem sicheren und fairen Arbeitsumfeld, das

geprägt ist von einer Kultur des Zuhörens, der Wertschätzung und der Gleichstellung. Wir verbessern die Berufschancen unserer Mitarbeitenden durch langfristige Investitionen in Schulungen und berufliche Weiterbildung und sichern Nestlé dadurch die qualifizierte Belegschaft, die wir brauchen.

Unsere Aktivitäten

Indem wir die Grundsätze von Nestlé einhalten und das Umweltmanagement sowie die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz laufend verbessern, unterstützen wir die Entwicklung von Nestlé als globales und von Vielfalt geprägtes Unternehmen. Ausgehend von unserer ethischen und verantwortungsbewussten Arbeitskultur treffen wir Massnahmen, um das Engagement, die Gesundheit und das Wohl-

ergehen unserer Mitarbeitenden zu fördern und unsere Sicherheitskultur zu verbessern. Auf der Grundlage dieser Kultur bemühen wir uns auch, qualifizierte Mitarbeitende anzuziehen, Nachfolgeplanung zu betreiben, Schulungen durchzuführen und auf allen Ebenen Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten anzubieten, um uns auf künftige Geschäftsbedürfnisse vorzubereiten.

Unser Erfolg

Trotz der weltweiten Finanzkrise hat Nestlé keine Arbeitsplätze abgebaut. Vielmehr haben wir unseren Mitarbeitenden auch weiterhin umfassende Schulungs-, Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten geboten. Unsere Leistungen im Bereich Sicherheit und Gesundheitsschutz haben sich weiter

verbessert. Die Zahl der verletzungsbedingten Arbeitsausfälle und die Gesamtunfallrate gingen weiter zurück. Das Verhältnis von Mitarbeitenden, Management und Gewerkschaften ist in der Regel gut. Treten jedoch einmal Probleme auf, setzen wir uns konsequent dafür ein, sie zu lösen.

Wertschöpfung für Nestlé

«Ich möchte bei Nestlé Karriere machen. Da ist es ermutigend zu sehen, dass die Unternehmensführung Vielfalt und vor allem ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis fördert. Es ist gut zu wissen, dass es Förderprogramme gibt und dass ich meinen Mentor um Rat fragen kann.»

Kaori Murata, Mitarbeitende von Nestlé Japan

Wertschöpfung für die Gemeinschaft

«Ich bin davon überzeugt, dass leistungsstarke Unternehmen ein Umfeld brauchen, in dem jeder Mitarbeitende seine Einzigartigkeit einbringen kann und wo die Fähigkeiten des Einzelnen voll entwickelt und eingesetzt werden. Als Leiterin der «Women & Leadership»-Taskforce Sorge ich gezielt für ein Umfeld, in dem Frauen, die derzeit bei Nestlé Japan noch in der Minderheit sind, Flexibilität, langfristige Perspektiven und Anerkennung finden.»

Kaori Hanks, Führungskraft und Leiterin der «Women & Leadership»-Taskforce, Nestlé Japan

Das Nestlé Continuous Excellence Programm

Das Nestlé Continuous Excellence Programm (NCE) steigert unternehmensweit unsere operative Exzellenz und fördert eine «Keine Störungen und kein Abfall»-Mentalität in unserer Wertschöpfungskette. Es unterstützt die Verbreitung von Best Practices in den Bereichen Produktion, Unternehmensführung, Personalentwicklung, Nachfolgeplanung und Leistungsmanagement. Zudem hat es die Integration von nunmehr hunderten betrieblicher Standards in unseren Fabriken (s. Seite 12) vorangetrieben. Diese wiederum verbessern unsere Sicherheitskultur und unsere Produktivität und verringern unseren Abfall, ungeplante Arbeitsunterbrechungen, Qualitätsmängel und Kundenreklamationen.

Compliance-Prüfung

Unser unabhängiges Audit-Programm CARE prüft die Einhaltung von Nestlé-Unternehmensgrundsätzen und lokalen Gesetzen in vier Bereichen: Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, Arbeitsgesetze, Unternehmensführung und Umwelt. Seit 2005 wurden mehr als 950 unabhängige Prüfungen durchgeführt, 435 allein im Jahr 2009. Unser Ziel ist es, CARE bis Ende 2010 auf alle Mitarbeitenden und Standorte auszuweiten.

Gesundheit und Sicherheit managen

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz gehören zu den Grundpfeilern der Unternehmenskultur und Grundsätze von Nestlé. Sie spiegeln unsere Über-



Pablo Devoto, Country Manager von Nestlé in Argentinien, beim Treffen mit Mitarbeitenden in der El Talar Fabrik in Buenos Aires.



Programme zur Stärkung der Eigeninitiative von Mitarbeitenden wie in unserer Fabrik in Nanjangud in Indien tragen dazu bei, Gesundheit und Wohl unserer Mitarbeitenden zu fördern und bessere Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten zu schaffen.

zeugung wider, dass «Sicherheit nicht verhandelbar» und «jeder Unfall ein Unfall zu viel» ist. Durch die Einbindung der Geschäftsleitung sowie der Mitarbeitenden an allen Standorten konnte unsere Leistung auf dem Gebiet der Sicherheit im Laufe des Jahres weiter verbessert werden, wie der Rückgang der Rate der verletzungsbedingten Arbeitsausfälle von Mitarbeitenden und Vertragspartnern um 29% auf 2,0 verletzungsbedingte Arbeitsausfälle pro Million Arbeitsstunden[®] belegt. 190 Fabriken meldeten im Jahresverlauf keinerlei verletzungsbedingte Arbeitsausfälle. Die Gesamtunfallrate verbesserte sich auf 5,1 Unfälle pro Million Arbeitsstunden unserer Mitarbeitenden und Vertragspartner[®]. Dennoch bleibt es weiterhin unser Ziel, eine Unfallrate von null zu erreichen.

In vielen Ländern, in denen wir tätig sind, haben wir Fahrsicherheitstrainings eingeführt, die wir derzeit auf unsere Vertragspartner in Ländern wie Brasilien und Pakistan ausweiten. Trotz unserer anhaltenden Bemühungen waren 2009 zu unserem grössten Bedauern vier durch Arbeitsunfälle verursachte Todesfälle[®] zu beklagen. Zwei Personen kamen bei Verkehrsunfällen ausserhalb unserer Standorte ums Leben. Diese Vorfälle stellen weiterhin eine grosse Herausforderung dar, zumal sie sich unserer direkten Kontrolle entziehen.

Arbeitsverhältnisse

Die Mitarbeiterverhältnisse bei Nestlé unterliegen den Unternehmens-

grundsätzen und der Personalpolitik von Nestlé sowie den nationalen Gesetzen, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) und den Grundsätzen des UN Global Compact zu den Menschen- und Arbeitsrechten (mehr dazu umseitig und unter unserer Website www.nestle.com/csv/globalprinciples).

Nachdem wir in einzelnen Bereichen weiteres Verbesserungspotenzial erkannt haben, haben wir in mehreren Ländern Good Practices zur Verbesserung der Arbeitsverhältnisse eingeführt. Auf den Philippinen beispielsweise führen wir gemeinsame Sitzungen zu den IAO-Konventionen für HR-Manager und Gewerkschaftsführer durch. In Kolumbien werden sämtliche Mitarbeitende in den Unternehmensgrundsätzen von Nestlé geschult und in Europa treffen sich die Manager regelmässig mit den lokalen Gewerkschaften und Vertretern der Internationalen Gewerkschaft der Lebensmittelbranche, um arbeitsrelevante Fragen zu besprechen. In diesem Sinne wurde ein neues, unternehmenseigenes Team eingerichtet, dessen Aufgabe es ist, den Mitarbeitenden die Unternehmensgrundsätze von Nestlé nahezubringen, ihre Einhaltung mit Hilfe von CARE sicherzustellen, unsere Arbeitsplatzpolitik und -systeme zu prüfen und 2010 eine neue Richtlinie zur Regelung der Arbeitsverhältnisse einzuführen.

Betriebliche Wellness

Über 95% aller operativen Gesellschaften von Nestlé haben betriebliche Wellness-Programme aufgelegt oder sind dabei, diese auszuarbeiten. Ihr Umfang ist unterschiedlich, in der Regel umfassen sie jedoch Ernährungsinformationen, Fitness-Center und die kostenlose Versorgung mit abgefülltem Wasser. Fast alle Standorte (96%) verfügen über Gesundheitspräventionsprogramme, die Impfungen, Blutzucker- und Lipidprofilkontrollen beinhalten.

Geschlechterverhältnis

Eine weltweite Initiative zur Förderung eines ausgewogenen Geschlechterverhältnisses soll sicherstellen, dass



Mitarbeitende der Fabrik von Nestlé in Kurunagala auf Sri Lanka lernen in einem Gesundheits- und Sicherheitstraining das richtige Anlegen von Sicherheitsgeschirr.

wir den Wettbewerbsvorteil unserer kulturellen Vielfalt optimal nutzen. Ein erster Schwerpunkt bestand darin, unsere Führungsteams mit dem Hintergrundwissen und den Best Practices auszustatten, die für das Erreichen eines ausgewogeneren Geschlechterverhältnisses unabdingbar sind. Auch wichtige Personalprozesse wurden in diesem Kontext überprüft. In sämtlichen Ländern werden entsprechende, lokal angepasste Aktionspläne eingeführt. Nestlé Japan beispielsweise hat einen Workshop zur Sensibilisierung für ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis durchgeführt, an dem 250 Personen teilnahmen, darunter das gesamte lokale Management. Darüber hinaus wurden drei Taskforces (je eine für: Verkauf,

Fabriken, Frauen und Führungspositionen) eingerichtet.

Schulung, Ausbildung und Mentoring

Um den Mitarbeitenden von Nestlé optimales Arbeiten zu ermöglichen, bieten wir ein breites Spektrum an berufsbegleitenden Weiterbildungsmöglichkeiten, E-Learning-Programmen und Gruppenunterricht an. 2009 nahmen 93 146 Mitarbeitende in Entwicklungsländern an formellen theoretischen Schulungen teil[®], 42 931 davon wurden im Rahmen des «NQ-Ernährungstraining»-Programms (NQ, Nutrition Quotient) unterrichtet. Weitere 2350 Mitarbeitende aus aller Welt besuchten 2009 mindestens einen der 85 Kurse unseres «Rive-Reine International Training and Conference Centre» in der Schweiz.

Unternehmensweit wurden mehrere Mentoren-Programme ins Leben

gerufen, darunter das «Corporate Mentoring Programme». Sie unterstützen die berufliche Weiterentwicklung von über 100 hochrangigen Führungskräften, denen 18 Monate lang einer unserer Top Leader zur Seite gestellt wird. Ähnliche Initiativen auf Länderebene sind das «MentorNes»-Programm von Nestlé Spanien und «Mentoring@Nestlé», ein im April 2009 von Nestlé Ozeanien eingeführtes Pilotprogramm. Nestlé Nutrition führte im September 2008 ein eigenes Mentoren-Programm ein.

Gemeinsame Wertschöpfung

Wertschöpfung für Nestlé

Qualifizierte und motivierte Mitarbeitende; bessere Performance; bessere Geschäftsergebnisse; nachhaltiges Wachstum.

Wertschöpfung für die Gemeinschaft

Beschäftigungschancen; Potenzial für einen besseren Lebensstandard; Möglichkeiten zur individuellen Weiterbildung; höhere Sicherheitsstandards am Arbeitsplatz.

www.nestle.com/csv/people

Unterstützung globaler Grundsätze und Ziele

Die Grundsätze des Global Compact der Vereinten Nationen

Die Unternehmensgrundsätze von Nestlé bestimmen unsere Beziehungen gegenüber allen wichtigen Anspruchsgruppen. Sie spiegeln die grundlegenden Werte Fairness, Ehrlichkeit und Respekt gegenüber Menschen und Umwelt bei allen unseren Geschäftsaktivitäten wider und beinhalten die zehn Grundsätze des Global Compact der Vereinten Nationen (UNGC) zu den Menschen- und Arbeitsrechten, zum Umweltschutz und zur Korruption. 2009 trat Nestlé ausserdem der GCLead bei, einer Plattform für Branchenführer, der unter anderem eine

ausgewählte Gruppe führender Unternehmen angehört, die UN Global Compact «Champions» sind. Obwohl dieser Bericht nicht spezifisch auf unsere Fortschritte bei der Umsetzung der UNGC-Grundsätze eingeht, enthält er zahlreiche Beispiele für Aktivitäten, die unsere Einhaltung und Unterstützung dieser Prinzipien widerspiegeln, wie z.B.:

CEO Water Mandate

Im Oktober 2008 führte das UN Global Compact-Büro eine Transparenzrichtlinie für das 2007 ins Leben gerufene CEO Water Mandate ein. Dessen Ziel ist es, mit Best Practices zum nachhaltigen Wassermanagement in der Privatwirtschaft beizutragen. 2009 wurde das Mandat um weitere Themen wie Menschenrechte, Engagement für «Public Policy» und Wasserberichterstattung ergänzt und ein offizieller Wasser-Fortschrittsbericht eingeführt. Als Gründungsmitglied des Mandats unterstützt Nestlé diesen Ansatz und strukturiert ihren Wasserbericht entsprechend den sechs wichtigsten Punkten des Mandats (weitere Informationen finden Sie in unserem vollständigen Online-Bericht unter www.nestle.com/csv/water).

Millenniumsentwicklungsziele der Vereinten Nationen

Wir unterstützen die Millenniumsentwicklungsziele der Vereinten Nationen, die wir als höchst wichtige Ziele erachten. Sie können durch Partnerschaften, die sich lokales Know-how und Fähigkeiten zunutze machen, positive, nachhaltige Veränderungen herbeiführen.

Analyse im Hinblick auf die Menschenrechte

Seit Oktober 2008 arbeitet Nestlé mit dem «Danish Institute for Human Rights (DIHR)» zusammen, das Nestlé bei Menschenrechtsfragen in ihren Unternehmensgrundsätzen beraten hat. 2009 befassten sich das DIHR und Nestlé vor dem Hintergrund der Deklaration «Protect, Respect, Remedy» von John Ruggie, Sonderberichterstatter des UN-Generalsekretärs für Menschenrechte und Unternehmen, mit der Verantwortung, den Risiken und Möglichkeiten des Unternehmens in puncto Menschenrechtsfragen. Im November 2009 schloss Nestlé eine umfassende Analyse ihrer Unternehmensgrundsätze und -systeme im Hinblick auf die Menschenrechte in acht Funktionsbereichen ab, die nun diskutiert wird.

Die Grundsätze des Global Compact der Vereinten Nationen	Beispiele für Aktivitäten von Nestlé 2009
Menschenrechte	Der Cocoa Plan (S. 19)
Arbeitsrechte	Geschlechterverhältnis (S. 22)
Umwelt	Wasserressourcen-Prüfung (S. 12); Teilnahme am «Carbon Disclosure Project (CDP)» (S. 14)
Korruptionsbekämpfung	Ausweitung des CARE-Programms auf die Unternehmensführung (S. 5, 22)
Die Millenniumsentwicklungsziele der Vereinten Nationen	Beispiele für Aktivitäten von Nestlé 2009
1. Armut und Hunger	Effekt der Wertschöpfungskette im Milchsektor, Pakistan (S. 3); der Cocoa Plan (S. 19)
2. Grundschulausbildung für Kinder weltweit	«Healthy Kids»-Programm (S. 9)
3. Gleichstellung der Geschlechter und Ermächtigung der Frauen	Entwicklungsprogramm für Frauen im Milchsektor in Indien (S. 18)
4. Kindersterblichkeit	Anreicherung mit Mikronährstoffen (S. 8)
5. Gesundheit von Müttern	Anreicherung mit Mikronährstoffen (S. 8)
6. Kampf gegen HIV/AIDS, Malaria und andere Krankheiten	Sensibilisierung im Rahmen des «Sustainable Tree Crops»-Programms (online)
7. Umweltschutz	Ecolaboration (S. 3, 9); erneuerbare Energien (S. 14); Recycling von Kunststoffflaschen (S. 15)
8. Globale Partnerschaften	Beirat für Gemeinsame Wertschöpfung (S. 4); Unterstützung des IFRC (S. 13, 19); Unterstützung der Internationalen Kakao-Initiative, UTZ Certified, Fairtrade und RSPO (S. 19)

© März 2010, Nestlé AG, Public Affairs

Nestlé AG
Avenue Nestlé 55
1800 Vevey
Schweiz
www.nestle.com/csv

Das vorliegende Dokument ist eine Übersetzung. Im Zweifelsfall oder bei unterschiedlicher Auslegung ist der englische Wortlaut massgebend.

Konzept und Redaktion

Nestlé AG, Public Affairs,
mit Flag Communication
und SustainAbility

Visuelles Konzept und Gestaltung

Nestec Ltd., Corporate Identity & Design,
mit Esterson Associates

Fotografie

Nana Kofi Acquah,
Markus Bühler-Rasom,
Sam Faulkner/NB Pictures,
Nicolas Goldberg/Panos Pictures,
Charlie Gray,
Harmen Hoogland/Nestec,
Bella Muccari,
Eric Rechsteiner/Panos Pictures,
Sergio Santorio,
Thomas Schuppisser

Druck

UD Print (Schweiz)

Papier

Dieser Bericht ist auf Arctic the Volume gedruckt, einem Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft und anderen kontrollierten, vom Forest Stewardship Council (FSC) zertifizierten Quellen.



No. 01-09-986498 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership

