

# Nestlé in der Gesellschaft

Gemeinsame Wertschöpfung und unsere sozialen Verpflichtungen 2016



Nestlé

15 Years

of Good Food, Good Life



# Inhalt

- 
- |           |  |           |   |
|-----------|--|-----------|---|
| <b>2</b>  | <b>Geleitwort des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats</b>  | <b>27</b> | <b>Wasser</b><br>Unsere Verpflichtung zum verantwortungsbewussten Umgang mit dieser kostbaren Ressource   |
| <b>4</b>  | <b>Unser positiver Beitrag zur Gesellschaft</b>  | <b>32</b> | <b>Ökologische Nachhaltigkeit</b><br>Wie wir die Umweltbilanz unserer Produkte verbessern wollen          |
| <b>6</b>  | <b>Ein neues Kapitel der Gemeinsamen Wertschöpfung</b>   | <b>37</b> | <b>Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance</b><br>Wie wir florierende Gemeinschaften fördern |
| <b>7</b>  | <b>Warum sich Gemeinsame Wertschöpfung auch für Investoren auszahlt</b>  | <b>44</b> | <b>Themen von besonderer Relevanz</b>   |
| <b>8</b>  | <b>Unser Beitrag zur globalen Agenda</b>   | <b>46</b> | <b>Einbindung unserer Anspruchsgruppen</b>  |
| <b>10</b> | <b>Unsere sozialen Verpflichtungen</b>   |           |   |
| <b>12</b> | <b>Nutrition, Gesundheit und Wellness</b><br>Wie unser Schwerpunkt Ernährung dazu beiträgt, die Lebensqualität zu verbessern |           |   |
| <b>23</b> | <b>Ländliche Entwicklung</b><br>Wie wir Bauern und lokale Gemeinschaften unterstützen  |           |   |
- 

## Ergänzende Berichte



Lagebericht 2016



Bericht zur Corporate Governance 2016  
Vergütungsbericht 2016  
Finanzielle Berichterstattung 2016

## Titelseite

Über unsere Sortimente an angereicherten Nahrungsmitteln und Getränken, wie *Nido Fortigrow*, können wir einen positiven Beitrag zur Gesundheit von Kindern und Familien leisten, deren Bedarf besonders hoch ist.



# Leistungsüberblick

Die Leistungsindikatoren von Nestlé ermöglichen eine gezielte Messung und Berichterstattung über unsere Gemeinsame Wertschöpfung, Nachhaltigkeit und Compliance. Der folgende Leistungsüberblick ist Teil unseres Fortschrittsberichts über die Umsetzung der Grundsätze des Global Compact der Vereinten Nationen. Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die Leistungsindikatoren auf das am 31. Dezember 2016 endende Berichtsjahr. Der Transparenz für unsere Anspruchsgruppen halber setzen wir in der folgenden Tabelle die

GRI-Indikatoren in Bezug zu unseren Verpflichtungen und KPIs. Die Angaben in der GRI-Spalte verweisen auf den jeweiligen Indikator aus den G4-Richtlinien der Global Reporting Initiative. Die Darstellung der Ergebnisse entspricht den G4-Richtlinien und -Indikatoren der GRI. Der Fokus liegt dabei auf Themen von besonderer Relevanz, die wir im Zuge des regelmässigen Austauschs mit unseren Anspruchsgruppen ermitteln und die unsere öffentlichen Verpflichtungen prägen. **Siehe [www.nestle.com/csv/performance/kpi-summary](http://www.nestle.com/csv/performance/kpi-summary)**

Leistungsindikatoren für Nestlé in der Gesellschaft und für die Gemeinsame Wertschöpfung	GRI	2015	2016	Seite
<b>Wirtschaftlich</b>				
Gesamtumsatz der Gruppe (in Mio. CHF) <sup>(a)</sup>	G4-EC1	88 785	89 469	k. A.
Reingewinn (in Mio. CHF) <sup>(b)</sup>	G4-EC1	9 066	8 531	k. A.
<b>Ernährung</b>				
Produkte, welche die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation erfüllen oder übertreffen (in % des Gesamtumsatzes) <sup>(c)</sup>	G4-EC1	81,6	83,7	13
Infolge ernährungs- oder gesundheitspezifischer Überlegungen überarbeitete Produkte <sup>(d)</sup>	G4-FP7	8 041	8 856	13
Zahl der Produkte mit gesteigertem Gehalt an nährstoffreichen Ingredienzen oder wichtigen Nährstoffen <sup>(d)</sup>	G4-FP7	4 643	4 095	13, 14
Zahl der Produkte mit gesenktem Gehalt an Natrium, Zucker, Transfetten, Fett, Kalorien oder künstlichen Farbstoffen <sup>(d)</sup>	G4-FP6	5 471	5 777	13, 16
Zahl der im Rahmen des 60/40+-Programms analysierten und verbesserten oder bestätigten Produkte (Umsatz in Mio. CHF) <sup>(e)</sup>	G4-PR1	33 657	34 426	13
Produkte mit markengeschützten aktiven Ingredienzen (Umsatz in Mio. CHF)	G4-FP7	6 193	6 174	13, 14
Produkte mit <i>Nestlé Ernährungskompass</i> (in % des weltweiten Umsatzes) <sup>(f)</sup>	G4-PR3	92,8	96,4	19
Produkte mit Angabe des Richtwerts für die Tageszufuhr auf der Packungsvorderseite (in % des Umsatzes) <sup>(g)</sup>	G4-PR3	89,2	92,3	19
Produkte mit spezifischen Portionsangaben (Umsatz in Mio. CHF)	G4-PR3	35 562	45 333	20
Bestandseinheiten von Popularly Positioned Products	G4-EC1	4 845	4 845	13
Popularly Positioned Products (Umsatz in Mio. CHF)	G4-EC1	11 599	12 341	13
Nestlé-Fernsehwerbung für Kinder unter 12 Jahren, die den Richtlinien für verantwortungsbewusstes Marketing entspricht (in %)	G4-PR7	97	98,7	17
Verstösse gegen den <i>Nestlé-Verhaltenskodex für die Umsetzung des Internationalen Kodex der WHO für die Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten</i> <sup>(h)</sup>	G4-PR7	36	19	16
Mitarbeitende in der Vermarktung von Säuglingsanfangsnahrung in «Hochrisiko-Ländern», die zum WHO-Kodex geschult wurden (in % des Personalbestands) <sup>(i)</sup>	G4-PR6	100	100	16
<b>Ländliche Entwicklung</b>				
Bauern, die durch Kompetenzaufbauprogramme geschult wurden		400 000	363 000	24
Von SAIN-Programmen ( <i>Sustainable Agriculture Initiative Nestlé</i> ) abgedeckte Märkte		52	53	24, 31
Von SAIN-Programmen abgedeckte Direktbeschaffungsmärkte (in %)		97	97	24, 31
Anteil des eingekauften Volumens, das dem <i>Nestlé-Lieferantenkodex</i> vollumfänglich entspricht <sup>(n)</sup>	G4-FP1	82	61	25
<b>Wasser</b> <sup>(i)</sup>				
Gesamtwasserentnahme (in Mio. m <sup>3</sup> )	G4-EN8	141	138	28
Gesamtwasserentnahme (in m <sup>3</sup> pro Tonne Produkt)	G4-EN8	2,57	2,48	28
<b>Ökologische Nachhaltigkeit</b>				
<b>Produktionsvolumen</b>				
Gesamtproduktionsvolumen (in Mio. Tonnen)		54,6	55,8	k. A.
<b>Materialien</b>				
Rohstoffverbrauch (in Mio. Tonnen)	G4-EN1	24,7	24,9	k. A.
Verpackungsmaterialien (in Mio. Tonnen)	G4-EN1	5,3	5	35
Verringerung des Verpackungsvolumens an der Quelle (eingesparte Kilotonnen)		58,2	22,5	35
<b>Energie</b>				
Gesamter Energieverbrauch innerhalb der Organisation (in Petajoule)		93,8	92,9	33
Gesamter Energieverbrauch innerhalb der Organisation (in Gigajoule pro Tonne Produkt)		1,72	1,67	33
Gesamter Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen innerhalb der Organisation (in % des Gesamtverbrauchs)	G4-EN3	15,4	16,9	33, 34

## Leistungsindikatoren für Nestlé in der Gesellschaft und für die Gemeinsame Wertschöpfung

	GRI	2015	2016	Seite
Total direkter Energieverbrauch (in Petajoule)	G4-EN3	63,8	63,2	33
Total direkter Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen (in % des Totals direkter Energieverbrauch)	G4-EN3	11,8	12,1	33
Total indirekter Energieverbrauch (in Petajoule)	G4-EN4	80,9	78,4	33
<b>Biodiversität</b>				
Gesamtfläche der Produktionsstandorte in Schutzgebieten (Hektar)	G4-EN11	18,8	18,8	36
<b>Emissionen, Abwasser und Abfall</b>				
Direkter Treibhausgasausstoss (in Mio. Tonnen CO <sub>2</sub> eq)	G4-EN15	3,7	3,6	33
Direkter Treibhausgasausstoss (in kg CO <sub>2</sub> eq pro Tonne Produkt)	G4-EN15	68	65	33
Indirekter Treibhausgasausstoss (in Mio. Tonnen CO <sub>2</sub> eq)	G4-EN16	3,7	3,5	33
Indirekter Treibhausgasausstoss (in kg CO <sub>2</sub> eq pro Tonne Produkt)	G4-EN16	69	62	33
Gesamtabwasser (in Mio. m <sup>3</sup> )	G4-EN22	80,5	78,1	30
Gesamtabwasser (in m <sup>3</sup> pro Tonne Produkt)	G4-EN22	1,49	1,4	30
Durchschnittliche Abwasserqualität (CSB in mg/l)	G4-EN22	70	72	30
Nebenprodukte (in kg pro Tonne Produkt)	G4-EN23	29,3	29,7	34
Abfall zur Entsorgung (in kg pro Tonne Produkt)	G4-EN23	3	1,9	34
<b>Governance für ökologische Nachhaltigkeit</b>				
Nach ISO 14001 zertifizierte Standorte (in % aller Produktionsstandorte)		92	94	k. A.

## Menschenrechte und Compliance

Gesamtzahl bedeutender Produktrückrufe oder Verstösse gegen die Compliance	G4-PR2	6	10	k. A.
Zahl der durchgeführten Menschenrechtsverträglichkeitsprüfungen	G4-HR9	2	1	38
Zahl der zu Menschenrechten geschulten Mitarbeitenden		11 242	10 967	38

## Unsere Mitarbeitenden

Personalbestand (Gesamtzahl der Mitarbeitenden) <sup>(a)</sup>		335 213	328 221	k. A.
Gesamtzahl der Neueinstellungen (in %) <sup>(k)</sup>	G4-LA1	11,1	11,1	k. A.
Gesamtzahl ausgeschiedener Mitarbeitender (in %) <sup>(k)</sup>	G4-LA1	12,5	12,4	k. A.
CARE-Befunde in den Bereichen Business Integrity und HR <sup>(l)</sup>		12	7	39
Davon: geringfügig		12	7	39
schwerwiegend		0	0	39
kritisch		0	0	39
Verletzungs- und erkrankungsbedingte Arbeitsausfälle (pro Mio. Arbeitsstunden) (Mitarbeitende, Vertragspartner auf Nestlé-Gelände und Besucher auf Nestlé-Gelände) <sup>(i)</sup>	G4-LA6	2,05	1,93	40
Gesamtzahl meldungspflichtiger Unfälle und Erkrankungen (pro Mio. Arbeitsstunden) (Mitarbeitende, Vertragspartner auf Nestlé-Gelände und Besucher auf Nestlé-Gelände) <sup>(i)</sup>	G4-LA6	3,42	3,13	40
Gesamtzahl der Todesfälle (Mitarbeitende, Vertragspartner auf Nestlé-Gelände und Besucher auf Nestlé-Gelände) <sup>(i)</sup>	G4-LA6	10	4	40
Durchschnittliche Zahl von jährlichen Schulungsstunden pro Mitarbeitenden und Kategorie <sup>(m)</sup>	G4-LA9	31,6	38,8	43
Frauenanteil in Führungspositionen (in %) <sup>(k)</sup>	G4-LA12	34	35,4	40
Einheimische Mitglieder lokaler Betriebsleitungen in Entwicklungsländern (in %) <sup>(k)</sup>	G4-EC6	63,3	73,3	k. A.

(a) Ohne Joint Ventures.

(b) Einschliesslich des Anteils von Nestlé am Nettoergebnis von Joint Ventures.

(c) Nestlé insgesamt (Nahrungsmittel und Getränke ohne CPW, NHSc, Pharma, *Nespresso* und Geschäftsbereiche, die nicht Teil der GLOBE-Berichterstattung sind). % der Produkte, welche die Kriterien des NNPS erfüllen, in Relation zur Gesamtmenge der geprüften Produkte.

(d) Basierend auf den Angaben von ca. 78% unserer Fabriken. Ein Produkt kann gleichzeitig weniger von einer Ingredienz und mehr von einer anderen enthalten.

(e) Beim 60/40+-Programm werden Nestlé-Produkte von einem Konsumentenpanel getestet; die Befragten müssen das Nestlé-Erzeugnis dem Wettbewerbsprodukt vorziehen. Bei

unveränderten Parametern sind diese Bewertungsergebnisse maximal drei Jahre gültig.

(f) Ausgenommen: Produkte für Heimtiere, Gerber Life, Nestlé Health Care Nutrition, Wyeth Nutrition, andere Nestlé Health Science Geschäftsbereiche und Produkte von Nestlé Waters, die nicht als Nestlé-Produkte vermarktet werden.

(g) Umfasst alle Nahrungsmittel und Getränke und Nestlé Waters ohne natürliches Wasser. Ohne Joint Ventures, Nestlé Nutrition, Wyeth, Nestlé Health Science und kategorie-/länderspezifische Ausnahmen.

(h) Zahl der Nestlé angelasteten Fälle basierend auf den internen Prüfungen der unternehmenseigenen Auditoren und den externen Prüfungen durch Bureau Veritas. Gesamtzahl der Verstösse vorbehaltlich der Prüfung der Erkennt-

nisse noch laufender Untersuchungen. Unsere jährliche Compliance-Berichterstattung ist auf der Homepage von Nestlé einsehbar.

(i) Wir richten uns nach den FTSE-4Good-Kriterien zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten, laut denen Staaten mit Mortalitätsraten für unter Fünfjährige von über zehn pro 1000 oder mit akuter Mangelernährung bei über 2% der unter Fünfjährigen als «Hochrisiko-Länder» gelten. Alle anderen Staaten gelten als «Niedrigrisiko-Länder».

(j) Einschliesslich Joint Ventures.

(k) Umfasst Mitarbeitende, die im HR-System erfasst sind (ca. 84% aller Mitarbeitenden).

(l) Unser weltweites externes Auditprogramm CARE wird von drei externen Firmen durchgeführt. Es wird geprüft, ob alle Mitarbeitenden und

alle konzerneigenen oder von uns betriebenen Standorte lokale Vorschriften, die Nestlé-Unternehmensgrundsätze und unseren *Code of Business Conduct* erfüllen. Die Prüfungen finden alle drei Jahre statt.

(m) Die Anzahl der Schulungsstunden basiert nur auf den im Learning Management System (LMS) erfassten Daten. Die Anzahl ist höher bei Berücksichtigung der manuell erfassten Schulungsstunden; dies war 2015 zum Zeitpunkt der Einführung des LMS der Fall. Die Angabe der Schulungsstunden pro Mitarbeitenden umfasst 100% aller Mitarbeitenden im System.

(n) Die Prüfungen der Lieferanten erster Stufe umfassten 2015 ausschliesslich direkte Ausgangsstoffe. 2016 umfassten sie ausserdem Dienstleistungen und indirektes Ausgangsmaterial. Das Ziel betrug 50%.

© März 2017, Nestlé AG, Public Affairs

Nestlé AG  
Avenue Nestlé 55  
CH-1800 Vevey  
Schweiz  
[www.nestle.com/csv](http://www.nestle.com/csv)

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

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

**Konzept und Redaktion**

Nestlé AG, Public Affairs, mit Flag Communication und SustainAbility

**Visuelles Konzept und Gestaltung**

Nestec AG, Corporate Identity & Design, mit Gavillet & Cie

**Fotografie**

Wang Chengxuan, Stewart Cohen, Deco Cury, Harmen Hoogland, Ivan Kashinsky, Remo Nägeli, Thierry Nangbo, Qilai Shen, Aude Sirvain, Sergio Urday, Alicia Vera, Daryl Visscher, Daniele Volpe, Stefan Wildhirt

**Illustrationen**

Helge Hjorth Bentsen

**Produktion**

brain'print GmbH (Schweiz)

**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).

# Unsere sozialen Verpflichtungen

Die 42 Verpflichtungen aus dem Bericht *Nestlé in der Gesellschaft* helfen uns, unsere gemeinsamen Anstrengungen auf konkrete Ziele auszurichten.

Die Beispiele zur Rechten veranschaulichen, was wir in den verschiedenen Schwerpunktbereichen der Gemeinsamen Wertschöpfung erreicht haben.

	<b>Nutrition, Gesundheit und Wellness</b> <b>8856</b> Wir haben 8856 Produkte infolge ernährungs- oder gesundheits-spezifischer Überlegungen überarbeitet	<b>207 Milliarden</b> Wir haben 207 Milliarden mit Mikro-nährstoffen angereicherte Nahrungs-mittel- und Getränkeportionen geliefert
	<b>Ländliche Entwicklung</b> <b>129 Millionen</b> Wir haben seit 2010 insgesamt 129 Millionen Kaffeesetzlinge an Bauern verteilt (Ziel bis 2020: 200 Millionen)	<b>363 000</b> Zahl der Bauern, die durch Kompetenz-aufbauprogramme geschult wurden
	<b>Wasser</b> <b>25%</b> Wir haben die Wasserentnahme pro Tonne Produkt seit 2010 um 25% gesenkt	<b>3,7 Millionen m<sup>3</sup></b> Wir haben durch 516 Wasser-sparprojekte 3,7 Millionen m <sup>3</sup> Wasser gespart
	<b>Ökologische Nachhaltigkeit</b> <b>39%</b> Insgesamt haben wir unsere Emissionen pro Tonne Produkt seit 2006 um 39% gesenkt	<b>182</b> 182 Fabriken (39%) produzieren keinerlei Abfall zur Entsorgung
	<b>Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance</b> <b>15 666</b> Wir haben 15 666 Frauen unternehmerische Fertigkeiten gelehrt	<b>9573</b> Wir haben 9573 Mitarbeitende in den FTSE4Good-Problemländern zu Menschenrechten geschult

# Geleitwort des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats

Das Jahr 2016 wurde von zwei wichtigen Meilensteinen geprägt.

Zum einen begingen wir das 150-jährige Jubiläum von Nestlé. Seit den Anfängen unseres Unternehmens und der Erfindung des Kindermehls durch Henri Nestlé haben wir im Sinn, Lebensqualität zu verbessern und zu einer gesünderen Zukunft beizutragen.

Nestlé berührt Tag für Tag das Leben von Milliarden von Menschen in aller Welt: Dazu gehören nicht nur unsere Mitarbeitenden und die Bauern, die unsere Rohstoffe erzeugen, sondern auch die Familien, die unsere Produkte geniessen, sowie die Gemeinschaften, in denen wir leben und arbeiten; aber auch die Natur, von der wir alle abhängig sind. Getreu unseren Werten, die in Respekt verankert sind, wollen wir gemeinsam mit unseren Partnern Mehrwert schaffen und damit einen Beitrag zum Wohl der Gesellschaft sowie zum langfristigen Erfolg unseres Unternehmens leisten.

Wir freuen uns, Ihnen den diesjährigen Bericht *Nestlé in der Gesellschaft 2016 – Gemeinsame Wertschöpfung* vorlegen zu dürfen. Darin berichten wir über unseren Fortschritt und legen dar, wie wir getreu dem Sinn von Nestlé, unseren übergeordneten Zielen und unseren 42 öffentlichen Verpflichtungen zum Wohl der Gesellschaft beitragen.

Wir setzen unsere Schwerpunkte der Gemeinsamen Wertschöpfung dort, wo sich die Interessen von Nestlé und der Gesellschaft am stärksten decken und wo wir die grösste Wertschöpfung erzielen und am meisten bewirken können: Ernährung – wir haben unsere Verpflichtungen weiterentwickelt, vor allem bei Ernährungsprodukten für Säuglinge und Kinder, um Menschen ein gesünderes und glücklicheres Leben zu ermöglichen; ländliche Entwicklung – wir wollen florierende, widerstandsfähige Gemeinschaften fördern und zu einem besseren Auskommen für unsere Partner beitragen; und Wasser – ein Thema, das für die Zukunft unseres Planeten und die Ernährungssicherheit entscheidend ist. Durch verschärfte Verpflichtungen in den Bereichen Wasser und ökologische Nachhaltigkeit wollen wir uns im Interesse künftiger Generationen noch stärker für den Erhalt der natürlichen Ressourcen einsetzen.

Unterstützt wird dieses Bestreben durch ein solides Konzept in den Bereichen Compliance, Menschenrechte und Mitarbeitende. Wir respektieren und fördern die Menschenrechte, faire Beschäftigung und Vielfalt. Die hohe Jugendarbeitslosigkeit gibt weltweit Anlass zur Sorge. Wir setzen daher die Ausweitung unserer *Global Youth Initiative* fort und laden Akteure aller Branchen zur Mitwirkung ein.

Unser zweiter diesjähriger Meilenstein war der erste Geburtstag der Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDG) der Vereinten Nationen. Sie geben einen klaren Indikatorrahmen vor und würdigen die Rolle der Privatwirtschaft und deren Beitrag im Sinne der Gemeinsamen Wertschöpfung.

Diese 17 Ziele entwerfen für 2030 die Vision einer Welt, die frei ist von Armut, Hunger und Ungleichheit und die unsere natürlichen Ressourcen bewahrt. Wir haben sie daher in unseren Ansatz der Gemeinsamen Wertschöpfung integriert und setzen unsere Schwerpunkte dort, wo wir am meisten erreichen können.

Analog zum Zeitrahmen der SDG haben wir uns bis 2030 eine Reihe übergeordneter Ziele gesetzt, die uns leiten und die Richtung für unsere Verpflichtungen bis 2020 vorgeben (s. S. 10).

Wir engagieren uns für die Ziele für Nachhaltige Entwicklung über unseren Ansatz der Gemeinsamen Wertschöpfung, aber auch über Partnerschaften, Kooperationen und die Einbindung unserer Anspruchsgruppen. Im Rahmen des Consumer Goods Forum tragen wir – durch Resolutionen und Verpflichtungen zu Gesundheit und Wohlbefinden, sozialer Nachhaltigkeit, Klimawandel und ökologischer Nachhaltigkeit – zur Gestaltung der kollektiven globalen Agenda bei.

Wie in den Jahren zuvor bekräftigten wir 2016 als Gründungsmitglied des UN Global Compact LEAD erneut unsere Unterstützung dieser wichtigen Plattform für Corporate Sustainability Leadership und gemeinsames Engagement zugunsten der SDG.

Auch hier liegt der Ausgangspunkt in unseren Unternehmenswerten, die in Respekt verankert sind. Respekt für uns und für andere, für die Vielfalt unserer Welt und für unsere gemeinsame Zukunft. Dabei legen die *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* und unser *Code of Business Conduct* unsere Pflichten fest.

Wie dieser Bericht zeigt, liegt unserem Handeln das Streben nach Transparenz, Verbesserung und Engagement zugrunde. Darüber hinaus leiten uns die Einsichten und die konstruktive Kritik des Creating Shared Value (CSV) Council sowie weiterer Anspruchsgruppen.

Wir regen Investoren dazu an, die Leistung von Unternehmen in finanzieller und sozialer Hinsicht zu beurteilen und zu prüfen, wie die Konzernleitung diese Kriterien in Corporate Governance, Strategie und Betrieb integriert. Im diesjährigen Bericht gehen wir mit einem eigenen Abschnitt für Investoren darauf ein.

Der vorliegende Bericht zeigt auch, dass Gemeinsame Wertschöpfung für uns der richtige Weg ist, um durch unser gesamtes Handeln langfristig für unsere Aktionäre und für die Gesellschaft positive Ergebnisse zu erzielen. Gemeinsame Wertschöpfung ermöglicht uns, gezielt dort anzusetzen, wo wir für unsere Aktionäre wie für die Gesellschaft eine optimale Wertschöpfung erreichen können.

Wir freuen uns auf Ihr Feedback zu unseren Verpflichtungen und zu diesem Bericht.



**Peter Brabeck-Letmathe**  
Präsident



**Paul Bulcke**  
Delegierter des Verwaltungsrats



Nestlé-Präsident Peter Brabeck-Letmathe besucht anlässlich des CSV-Forums in Côte d'Ivoire gemeinsam mit Wan Ling Martello, Generaldirektorin Asien, Ozeanien und Subsahara-Afrika, die Versuchsfarm Zambakro, eine Anlage des F&E-Zentrums von Nestlé in Abidjan.



Nestlé-CEO Paul Bulcke eröffnet in Anwesenheit von Regierungsvertretern, Branchenführern und Kaffeebauern das Nescafé Coffee Center in Pu'er, Yunnan, China.



# Unser positiver Beitrag zur Gesellschaft


Gemeinsame Wertschöpfung ist unser Weg, um durch unser gesamtes Handeln langfristig für Aktionäre und für die Gesellschaft positive Ergebnisse zu erzielen.

Sie ermöglicht uns auf einzigartige Weise, gezielt dort anzusetzen, wo wir für unsere Aktionäre wie für die Gesellschaft eine optimale Wertschöpfung erreichen können.

Vor zehn Jahren haben wir den Ansatz der Gemeinsamen Wertschöpfung eingeführt, um Strategien zu finden, umzusetzen und zu verwalten, die geschäftlichen Nutzen und gesellschaftlichen Beitrag vereinen. Seitdem haben wir erhebliche Fortschritte erzielt. Um uns weiter kontinuierlich zu verbessern, haben wir 2012 eine Reihe öffentlicher Verpflichtungen eingeführt.

Wir leisten in allen unseren Schwerpunktbereichen einen positiven Beitrag zur Gesellschaft. Im Folgenden präsentieren wir einige Höhepunkte unserer öffentlichen Berichterstattung aus den letzten zehn Jahren. Der grundlegende Ansatz hinter der Gemeinsamen Wertschöpfung prägt unser unternehmerisches Handeln jedoch seit 150 Jahren.






Tragende Rolle beim Engagement für mehr Nachhaltigkeit und bei der Zusammenarbeit für die Zukunft




Über 50 Millionen Kinder essen besser und bewegen sich mehr dank der Kinderprogramme von Nestlé



Berufsvorbereitung Hunderttausender junger Menschen durch unsere Jugendinitiativen



Besserer Zugang zu sauberem Wasser und Sanitärversorgung für 513 000 Menschen



Förderung von 2 Millionen Frauen durch Massnahmen zum Kompetenzaufbau

# Ein neues Kapitel der Gemeinsamen Wertschöpfung

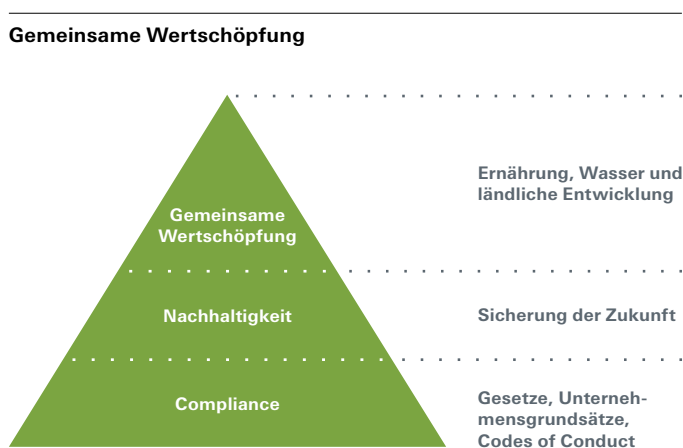
Die Gemeinsame Wertschöpfung wird unser Handeln auch in Zukunft prägen. Sie ist das strategische Werkzeug von Nestlé, um alle von uns getroffenen Massnahmen zu operationalisieren und zu managen, welche die Wertschöpfung für Aktionäre und Gesellschaft sicherstellen. So setzt Nestlé ihren Unternehmenssinn um, die Lebensqualität zu verbessern und zu einer gesünderen Zukunft beizutragen.

Unsere Schwerpunktbereiche stehen im Einklang mit dem Sinn von Nestlé. Einzelne und Familien, Gemeinschaften und die Erde insgesamt – sie alle sind voneinander abhängig. Unsere 42 konkreten Verpflichtungen, die wir überwiegend aktualisiert und auf 2020 ausgerichtet haben, unterstützen unsere Anstrengungen in allen diesen Bereichen. Sie sollen uns ermöglichen, unsere übergeordneten Ziele bis 2030 zu erreichen, zeitgleich mit den Zielen für Nachhaltige Entwicklung (SDG).

In diesem Sinn und mit diesem Zeitplan bauen wir auf unserer bisherigen Gemeinsamen Wertschöpfung auf – getreu unserer Überzeugung, dass wir nur dann langfristig Erfolg haben werden, wenn unser Unternehmen gleichzeitig Mehrwert für seine Aktionäre und für die Gesellschaft generiert. Als positiven Beitrag zur Gesellschaft wollen wir Menschen zu einem gesünderen und glücklicheren Leben verhelfen, florierende, widerstandsfähige Gemeinschaften fördern und uns für den Erhalt der natürlichen Ressourcen, insbesondere Wasser, einsetzen.

Wie unser Unternehmen entwickelt sich auch unser Ansatz der Gemeinsamen Wertschöpfung weiter. Als fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur wird er auch künftig unser Verhalten, unsere Richtlinien und unser Handeln prägen.

Wir werden weiterhin Schwerpunktbereiche ermitteln, in denen wir die Wertschöpfung für Aktionäre und Gesellschaft maximieren können, und transparent über unseren Fortschritt berichten. Dieser Fortschritt lässt sich auch an unserer Platzierung in führenden Indizes ablesen.



# Warum sich Gemeinsame Wertschöpfung auch für Investoren auszahlt

Im Einklang mit ihren *Statuten* ist Nestlé bestrebt, bei der Verfolgung ihres Gesellschaftszwecks nachhaltigen Mehrwert zu generieren. Gemeinsame Wertschöpfung ist damit fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Denn was gut ist für die Aktionäre, sollte nach unserer Überzeugung auch gut für die Gesellschaft sein.

Investoren sind sich zunehmend der Bedeutung immaterieller Vermögenswerte bewusst und wissen: Der Blick in die Bilanzen allein reicht nicht mehr aus. Globale Initiativen wie die UN-Grundsätze für verantwortungsbewusstes Investment und die von Nestlé unterstützte Sustainable Stock Exchanges Initiative fördern zunehmend verantwortliche Investitionen und eine Etablierung des Einbezugs von Kriterien der nachhaltigen Entwicklung.

Da sie die langfristige Gesundheit von Unternehmen fördert, ist die Gemeinsame Wertschöpfung gerade für langfristig orientierte Investoren wichtig. Durch den Fokus auf Aktionäre und Gesellschaft hilft uns unser Ansatz der Gemeinsamen Wertschöpfung, herauszufinden, welche Produkte und Dienstleistungen den Erwartungen der Gesellschaft entsprechen.

So hat die jüngste Analyse ergeben, dass sich überdurchschnittlich auf Nutrition, Gesundheit und Wellness (NGW) ausgerichtete Geschäftsbereiche besser entwickeln. Dazu wurden Produkte verglichen, die im Hinblick auf die Erfüllung unserer Kriterien bezüglich 60/40+ und der *Nutritional Foundation* über- oder unterdurchschnittlich abschneiden.


Unsere zukunftsorientierte Relevanzanalyse (s. S. 44) hilft uns, Konsumententrends, aber auch mögliche rechtliche Anfechtungen vorwegzunehmen. Sie sorgt dafür, dass wir den Erwartungen der Konsumenten betreffend Nachhaltigkeit auch weiterhin gerecht werden. Die aktuelle Matrix zeigt, dass Themen wie Über- und Unterernährung, Wasser und verantwortungsbewusstes Marketing entscheidend sind für die Umsetzung unserer Geschäftsstrategie, während Klimawandel und Menschenrechte unentbehrlich sind für unseren Geschäftserfolg.

Unser Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung gibt Investoren Einblick in unsere Leistungen in verschiedenen Bereichen, informiert alljährlich über unsere Verpflichtungen, Ziele und Fortschritte und veranschaulicht unsere Geschäftstätigkeit allgemein. Weitere Angaben enthält unser ausführlicher Online-Bericht. Er entspricht den Anforderungen der G4-Richtlinien der Global Reporting Initiative und steht unter anderem im Einklang mit dem Berichtsrahmen

der UN-Leitprinzipien. Damit ermöglicht er einen branchenweiten Vergleich unserer Daten.

Auch von führenden Indizes werden diese Daten genutzt, um unsere Leistung und unseren Fortschritt zu bewerten (s. S. 8).

Die Einführung der Ziele für Nachhaltige Entwicklung ermöglicht es Unternehmen und Investoren, gemeinsam massgeblich zur Schaffung einer nachhaltigen Gesellschaft beizutragen. Wir begrüßen Feedback zu diesem Bericht und freuen uns auf den Dialog mit Investoren zu den hier angesprochenen Themen.



Nutzen  
für Investoren

**Weitere Informationen  
zum Nutzen für Investoren  
finden Sie in den jeweiligen  
Schwerpunktbereichen auf den  
Seiten 22, 26, 31, 36 und 43.**



# Unser Beitrag zur globalen Agenda

Unsere Agenda für Gemeinsame Wertschöpfung ist eng auf die Ziele für Nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen bis 2030 abgestimmt. Nachdem sich der Privatsektor an der Ausarbeitung der 17 Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDG) beteiligt hat, steht er nun in der Pflicht, diese Ziele zu erreichen.

Wir haben die SDG in unseren Ansatz der Gemeinsamen Wertschöpfung integriert und anhand unserer Themen von besonderer Relevanz ermittelt, wo wir den höchsten Mehrwert generieren können. Weitere Informationen hierzu enthält unser vollständiger Online-Bericht.

Getreu dem Sinn von Nestlé wollen wir Lebensqualität verbessern und zu einer gesünderen Zukunft beitragen. Wir haben uns drei übergeordnete Ziele gesetzt, mit denen wir auf unsere Ziele bis 2020 hinarbeiten und zum Erreichen der SDG beitragen wollen.

- Wir wollen Menschen ein gesünderes und glücklicheres Leben ermöglichen, indem wir u. a. 50 Millionen Kindern zu einem gesünderen Leben verhelfen.
- Wir wollen florierende, widerstandsfähige Gemeinschaften fördern, indem wir u. a. das Auskommen von 30 Millionen Menschen verbessern, deren Gemeinschaften in einem direkten Bezug zu unserer Geschäftstätigkeit stehen.
- Wir wollen natürliche Ressourcen für künftige Generationen erhalten, indem wir u. a. die Umweltbilanz unserer Betriebe auf null reduzieren.

Grundlage für diese Ziele ist die Erkenntnis, dass wir in einer vernetzten Welt leben, in der wir künftig alle voneinander abhängig sind.

Wir werden unsere gesamte Grösse und Reichweite nutzen, um dieses Vorhaben umzusetzen. Dennoch können die SDG nur dann erreicht werden, wenn sich lokal, national und global effektive und dynamische Partnerschaften dafür einsetzen. Wir stellen uns dieser Verantwortung und richten an Zivilgesellschaft, Regierungen und andere den Appell: Schliessen Sie sich den gemeinsamen Anstrengungen an, damit die SDG erreicht werden können. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit!

## Unser Ranking in führenden Umwelt- und Nachhaltigkeitsindizes 2016



FTSE4Good

- 1.** Wir sind der erste Hersteller von Muttermilchersatzprodukten, der in den FTSE4Good-Index aufgenommen wurde, und halten unsere Position seit fünf Jahren.



- 2.** Im Access to Nutrition Index™ (ATNI) 2016 belegten wir unter 22 internationalen Nahrungsmittel- und Getränkekonzernen Platz 2.



- 1.** Mit insgesamt 92 von 100 Punkten erzielten wir in allen drei Bereichen des Dow Jones Sustainability Index (DJSI) 2016 (Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft) Branchenbestleistungen. Der DJSI ist ein weltweit anerkannter unabhängiger Index, der die Leistung der 2500 grössten Konzerne vergleicht.

- 5.** In der «Change the World»-Liste 2016 des Magazins *Fortune*, einem jährlichen Ranking von 50 Unternehmen, denen es «gut geht, da sie Gutes tun», belegte Nestlé Platz 5.



- A-** Im Oktober 2016 erhielten wir im CDP Water Programme den «Leadership»-Score A-.

- 100A** Im November 2016 erhielten wir im Climate Disclosure Leadership Index der Agentur CDP, welche die ökologische Nachhaltigkeit von Unternehmen bewertet, die Beurteilung 100A.



- 2.** Im «Behind the Brands»-Ranking von Oxfam belegte Nestlé im April 2016 Platz 2.

## Unser Sinn

Lebensqualität verbessern und zu einer gesünderen Zukunft beitragen



## Unsere übergeordneten Ziele

Für Einzelne  
und Familien

Ein gesünderes und glücklicheres  
Leben ermöglichen

Für unsere  
Gemeinschaften

Flourierende, widerstandsfähige  
Gemeinschaften fördern

Für  
den Planeten

Natürliche Ressourcen  
für künftige Generationen erhalten



## Unsere Schwerpunktbereiche der Gemeinsamen Wertschöpfung

Nutrition, Gesundheit  
und Wellness

Ländliche Entwicklung

Unsere Mitarbeitenden,  
Menschenrechte und  
Compliance

Wasser

Ökologische  
Nachhaltigkeit



## Unsere drei übergeordneten Ziele unterstützen die SDG



# Unsere sozialen Verpflichtungen

Wir veröffentlichen unsere Verpflichtungen, um uns an ihnen messen zu lassen, und berichten jährlich über unseren Fortschritt. 2016 haben wir unsere Verpflichtungen umfassend intern überprüft. Wir haben sie – entsprechend unseren übergeordneten Zielen – um neue Verpflichtungen ergänzt, die unser Engagement erweitern und vertiefen. Alle 42 Verpflichtungen stehen in einem direkten Bezug zu unserer Geschäftstätigkeit. Die meisten verfolgen nun Ziele bis 2020.



Seite 12



Seite 23

## Nutrition, Gesundheit und Wellness

Einführung nährstoffreicherer Nahrungsmittel und Getränke v. a. für Schwangere, Mütter und Kinder

Weitere Senkung des Gehalts an Zucker, Natrium und gesättigten Fettsäuren

Steigerung des Gehalts an Gemüse, ballaststoffreichem Getreide, Hülsenfrüchten, Nüssen und Saaten

Bekämpfung von Unterernährung durch Mikronährstoffanreicherung

Vereinfachung der Zutatenlisten und Entfernung von künstlichen Farbstoffen

Förderung und Schutz des Stillens durch Umsetzung einer branchenführenden Richtlinie zur verantwortungsbewussten Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten

Befähigung von Eltern, Betreuern und Lehrern, gesundes Verhalten von Kindern zu fördern

Beschränkung des Marketings gegenüber Kindern auf Produkte, die zu einer vollwertigen Ernährung beitragen

Eintreten für den Konsum von Wasser für eine gesunde Flüssigkeitszufuhr

Verstärkung unserer Marketinganstrengungen für gesundes Kochen, gesunde Ernährung und einen gesunden Lebensstil

Angabe und Erklärung des Nährwerts auf Verpackungen, im Handel und im Internet

Portionsangaben auf unseren Produkten

Partnerschaften zur gemeinsamen Förderung eines gesunden Ernährungsumfelds

Aufbau und Verbreitung von Ernährungswissen von den ersten 1000 Lebenstagen bis ins gesunde Alter

Aufbau biomedizinischen Wissens für die Entwicklung gesundheitsfördernder Produkte, personalisierter Ernährung und digitaler Lösungen

## Ländliche Entwicklung

Erhebung der landwirtschaftlichen Entwicklungsbedürfnisse von Bauern

Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Situation der uns beliefernden Bauern

Verbesserung der Nahrungsmittelverfügbarkeit und -vielfalt der uns beliefernden Bauern

Verantwortungsbewusste Beschaffung in unserer Versorgungskette und Tierschutz

Ausweitung des *Nestlé Cocoa Plan*

Kontinuierliche Verbesserung unserer Versorgungskette für Rohkaffee



Seite 27



Seite 32



Seite 37

## Wasser

Verbesserung der Wassereffizienz und -nachhaltigkeit unserer Betriebe

Engagement für eine bessere Wasserpolitik und einen verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser

Wirksame Aufbereitung unseres Abwassers

Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, allen voran in der Landwirtschaft

Sensibilisierung für einen ressourcenschonenden Umgang mit Wasser und verbesserter Zugang zu Wasser und Sanitärversorgung entlang unserer Wertschöpfungskette

## Ökologische Nachhaltigkeit

Vorreiterrolle im Umgang mit dem Klimawandel

Förderung von Transparenz und proaktivem, langfristigem Engagement in der Klimapolitik

Reduzierung von Nahrungsmittelverlusten und -verschwendung sowie Abfall

Verbesserung der Umweltbilanz unserer Verpackungen

Bewertung und Reduzierung der Umweltauswirkungen unserer Produkte

Aussagekräftige und akkurate Umweltinformation und Dialog

Erhalt von Naturkapital und Wäldern

## Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance

Prüfung und Förderung der Menschenrechtsverträglichkeit unserer Aktivitäten

Verbesserung des Auskommens von Arbeitern und Kinderschutz in unserer landwirtschaftlichen Versorgungskette

Förderung einer unternehmensweiten Integritätskultur

Gewährleistung eines zertifizierten Sicherheits- und Gesundheitsschutz-Managementsystems für alle unsere Mitarbeitenden

Ausgewogeneres Geschlechterverhältnis unserer Mitarbeitenden und Förderung von Frauen entlang der Wertschöpfungskette

Wirksame Beschwerdemechanismen für Mitarbeitende und Anspruchsgruppen

Einführung der *Global Youth Initiative* in allen unseren Betrieben

Schulung zu Unternehmensgrundsätzen, Nutrition und ökologischer Nachhaltigkeit

Förderung gesunder Arbeitsbedingungen und der Gesundheit unserer Mitarbeitenden



## Nutrition, Gesundheit und Wellness

Inspiriert von unserem Gründer Henri Nestlé, geleitet von unseren Werten und mit Ernährung als unserem Kerngeschäft arbeiten wir mit Partnern zusammen, um Einzelnen und Familien Produkte, Dienstleistungen und Wissen bereitzustellen, welche die Lebensqualität verbessern und zu einer gesünderen Zukunft beitragen. So können wir unser Ziel für 2030 erreichen und 50 Millionen Kindern ein gesünderes Leben ermöglichen.



*El Plato más Rico del Perú*  
von Nestlé Peru hilft Eltern und  
Betreuern, für Kinder ausgewogene  
Mahlzeiten in angemessenen  
Portionsgrößen zuzubereiten.

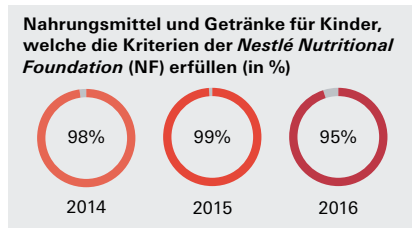


## Einführung nährstoffreicherer Nahrungsmittel und Getränke v. a. für Schwangere, Mütter und Kinder 👶

Gute Ernährung spielt ab der Empfängnis eine grosse Rolle im Leben der Menschen. Daher ist es wichtig, dass Einzelne und Familien über schmackhafte und gesunde Optionen verfügen, dank denen sie mehr Nährstoffe aufnehmen, die in ihrer Nahrung oft fehlen.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir bemühen uns, unsere Nahrungsmittel und Getränke für Kinder ständig zu verbessern. Zu diesem Zweck beurteilen wir sie anhand der Kriterien des Nestlé Nährwertprofilsystems (NNPS), um ihren Status gemäss der *Nutritional Foundation* (NF) zu bestimmen. Ein Nahrungsmittel oder Getränk muss alle Kriterien erfüllen, damit es den NF-Status erreicht und wir es im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung für Konsumenten als angemessen erachten.



Sicherzustellen, dass unsere Produkte sowohl nahrhaft als auch schmackhaft sind, kann eine Herausforderung sein. Dank massgeschneiderter Innovationen, sorgfältiger Überwachung und Aktionsplänen haben Ende 2016 95% unserer Nahrungsmittel und Getränke für Kinder alle Kriterien des NNPS erfüllt und damit den NF-Status erreicht. Dazu zählen auch unsere Popularly Positioned Products (PPP), für die geeignete Portionsgrössen, Verpackungen und Vertriebskanäle verwendet werden, um auch einkommensschwachen Menschen den Konsum hochwertiger, nährstoffreicher Nahrungsmittel und Getränke zu ermöglichen.

### Unser Ziel bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Entwurf und Einführung in Industrie- und Schwellenländern von Nahrungsmitteln und Getränken, die auf die täglichen Ernährungsbedürfnisse und grössten Ernährungslücken von Säuglingen, Kindern bis zu zwölf Jahren sowie Schwangeren und Müttern eingehen.

## Weitere Senkung des Gehalts an Zucker, Natrium und gesättigten Fettsäuren

Die Reduktion von Zucker, Natrium und gesättigten Fettsäuren in unseren Nahrungsmitteln und Getränken und die Entfernung aller Transfette aus teilgehärteten Ölen (PHO) stehen im Mittelpunkt unserer Verpflichtung, gesündere und schmackhaftere Optionen anzubieten. Durch die Verringerung der Konzentration dieser Nährstoffe mittels wissenschaftlich fundierter Renovation beugen wir gesundheitlichen Problemen und nicht übertragbaren Krankheiten vor.

### Unsere Ziele für 2016

- Bis 2016: Weitere Reduktion des Zuckergehalts um 10% in Produkten, die die Kriterien der *Nestlé Nutritional Foundation* (NF) hinsichtlich Zucker nicht erfüllen, um auch bei schwerer veränderbaren Produkten unseres Portfolios kontinuierliche Verbesserungen zu erreichen.
- Bis 2016: Weitere Reduktion des Natriumgehalts um 10% in Produkten, die die NF-Kriterien hinsichtlich Natrium nicht erfüllen, um auch bei schwerer veränderbaren Produkten unseres Portfolios eine allmähliche Natriumreduktion zu erreichen.
- Bis 2016: Weitere Reduktion gesättigter Fettsäuren um 10% in Produkten, die die NF-Kriterien hinsichtlich gesättigter Fettsäuren nicht erfüllen.
- Bis 2016: Entfernung von Transfetten aus PHO aus allen Produkten.

### Unser bisheriger Fortschritt

Bis Ende 2016 haben wir die zugesetzte Zuckermenge um 39 000 Tonnen bzw. 8% reduziert. Unsere diesbezüglichen Bemühungen werden über unsere neue Verpflichtung zur Zuckerrückführung fortgesetzt.



Wir haben auch den Salzgehalt unserer Produkte weiter reduziert, damit die Konsumenten den von der WHO empfohlenen Salzkonsum von bis zu 2 Gramm pro Tag einhalten können. Bis Ende 2016 haben wir den Natriumgehalt in unseren Produkten um 10,5% verringert. Dies entspricht einer

Gesamtreduktion um 2700 Tonnen Salz. Damit haben wir unser Reduktionsziel von 10% übertroffen. Wir werden unsere diesbezüglichen Bemühungen über unsere neue Verpflichtung zur Natriumreduktion jedoch fortsetzen.

Bis Ende 2016 haben wir den Gehalt an gesättigten Fettsäuren um 6,5% bzw. 6200 Tonnen reduziert. Um die gesättigten Fettsäuren in unserem Produktportfolio zu reduzieren, sind neue Technologien, Stabilitätsstudien und Investitionen in Ausrüstung erforderlich. Während wir diese Aktivitäten abschliessen, benötigen wir noch mehr Zeit, um unseren Konsumenten sowohl schmackhaftere als auch gesündere Produkte anzubieten. Daher haben wir die Frist für diese Verpflichtung verlängert.

Mehr als 99,8% der Fette und Öle, die wir ab 1. Januar 2017 in unseren Nahrungsmitteln und Getränken verwenden, enthalten keine Transfette aus PHO.

Unsere neuen Ziele werden uns helfen, den Gehalt an Zucker, Salz und gesättigten Fettsäuren in unseren Produkten bis 2020 weiter zu verringern.

### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Reduktion des zugesetzten Zuckers in unseren Produkten um 5%, damit Einzelne und Familien die weltweiten Empfehlungen einhalten können.
- ⊕ Bis 2020: Reduktion des zugesetzten Natriums in unseren Produkten um 10%, damit Einzelne und Familien die weltweiten Empfehlungen einhalten können.
- ⊕ Bis 2020: Vollständige Erfüllung der 2014 eingegangenen Verpflichtung zur Reduktion der gesättigten Fettsäuren um 10% in allen relevanten Produkten, die die NF-Kriterien hinsichtlich gesättigter Fettsäuren nicht erfüllen.

👤 Zugunsten von Säuglingen und Kindern

- Erreicht
- ⌚ In Arbeit
- Noch nicht erreicht
- ⊕ Neues Ziel

## Steigerung des Gehalts an Gemüse, ballaststoffreichem Getreide, Hülsenfrüchten, Nüssen und Saaten

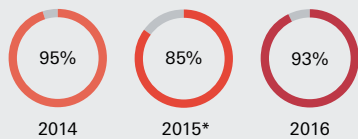
Eine ausgewogene Ernährung enthält Gemüse, Getreide, Hülsenfrüchte, Nüsse und Saaten. Sie sind ausgezeichnete Quellen für Ballaststoffe, Vitamine, Mineralien und andere essenzielle Nährstoffe. Weltweite Studien zur Nahrungsaufnahme zeigen einen Mangel dieser nährstoffreichen Nahrungsmittel in der täglichen Auswahl für Kinder und Erwachsene auf. Wir setzen uns dafür ein, deren Konsum durch unsere Produkte, durch die Förderung von gesundem Kochen sowie durch Nährwertangaben auf der Verpackung und online zu unterstützen.

### Unser bisheriger Fortschritt

Über Cereal Partners Worldwide (CPW), unser Joint Venture mit General Mills, haben wir die Anforderungen an den Vollkornanteil für alle unsere Zerealienmarken für Kinder und Teenager festgelegt. Alle Frühstückszerealien von Nestlé mit dem Vollkornhäkchen enthalten mindestens 8 Gramm Vollkorngetreide pro Portion und tragen zur leichten Erkennung auf dem Regal ein grünes Häkchen.

Wir verpflichten uns, über diese Anforderung hinauszugehen, und stellen sicher, dass unsere Frühstückszerealien für Kinder und Teenager Vollkorngetreide als Hauptzutat enthalten. Seit 2015 wenden wir einen strengeren Standard für die Klassifizierung von Vollkorngetreide als Hauptzutat an. Gemäss diesem Standard haben 93% unserer Zerealien für Kinder und Teenager nun unser Ziel für den Vollkornanteil erreicht.

#### Alle Portionen unserer Frühstückszerealien für Kinder und Teenager enthalten Vollkorngetreide als Hauptzutat (in %)



\* 2015 führten wir ein strengeres Messverfahren für Vollkorngetreide ein.

Die Erhöhung des Vollkornanteils wirkt sich auf vielerlei Weise auf die Zerealien aus: Textur, Geschmack und Haltbarkeit werden verändert. Daher haben wir sorgfältig sichergestellt, dass sich die Anpassungen nicht nachteilig auf die Konsumentenpräferenz auswirken.

Aufbauend auf unserem Ziel für 2015, dass alle Portionen unserer Frühstückszerealien für Kinder und Teenager Vollkorngetreide als Hauptzutat enthalten, werden unsere neuen Ziele für 2020 den weiteren Zusatz von Gemüse, Getreide, Hülsenfrüchten, Kleie, Nüssen und Saaten zu unseren Nahrungsmitteln und Getränken vorantreiben. Dadurch wird auch sichergestellt, dass unsere verzehrfertigen Frühstückszerealien zu einer immer wichtigeren Quelle von Ballaststoffen und essenziellen Nährstoffen werden.

### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Zusatz von mind. 750 Mio. Portionen Gemüse und 300 Mio. Portionen Getreide, Hülsenfrüchte und Kleie sowie von mehr Nüssen und Saaten zu unseren Produkten.
- ⊕ Bis 2020: Neben den verzehrfertigen Zerealien für Kinder und Teenager, in denen Vollkorngetreide jetzt schon die Hauptzutat ist, sollen alle unsere Zerealien Ballaststoffquellen sein und möglichst viele Ballaststoffe durch Vollkorngetreide geliefert werden.

## Bekämpfung von Unterernährung durch Mikronährstoffanreicherung

Etwa 2 Milliarden Menschen – über 30% der Weltbevölkerung – mangelt es an wichtigen Vitaminen und Mineralien, insbesondere den «Big 4»: Eisen, Jod, Vitamin A und Zink. Säuglinge, Kleinkinder und Frauen sind überproportional von Mikronährstoffmangel betroffen. Dies hindert sie daran, ihr Potenzial zu entfalten. Die Folgen können verheerend sein und zu geistiger Beeinträchtigung, schlechter Gesundheit, geringer Produktivität oder sogar zum Tod führen. Selbst geringe bis moderate Mängel können das Wohlergehen und die Entwicklung eines Menschen beeinflussen. Idealerweise sollten diese Nährstoffe durch eine ausgewogene, abwechslungsreiche Ernährung aufgenommen werden. Dies ist vor allem in den Schwellenländern nicht immer möglich. Wir erachten es als unsere Pflicht und sind in der Lage, den Ernährungszustand der gefährdeten Menschen zu verbessern, indem wir den Produkten, die regelmässig von ihnen verzehrt werden, die entsprechenden Mikronährstoffe zusetzen.

Ausserdem können Nutzpflanzen biofortifiziert werden. Dazu werden Pflanzenarten ausgewählt und gezüchtet, die von Natur aus viele Mikronährstoffe enthalten. Auf diese Weise kann die Nährstoffdichte einer hauptsächlich auf Grundnahrungsmitteln beruhenden Ernährung erhöht werden, wovon Menschen profitieren, die keinen Zugang zu angereicherten verarbeiteten Nahrungsmitteln haben.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: 200 Milliarden mit Mikronährstoffen angereicherte Nahrungsmittel- und Getränkeportionen weltweit pro Jahr zur Reduktion des globalen Mikronährstoffmangels, besonders bei Kindern und Frauen im gebärfähigen Alter.

### Unser bisheriger Fortschritt

#### Gesamtzahl der mit Mikronährstoffen angereicherten Portionen von Nahrungsmitteln und Getränken weltweit (in Milliarden)

2016	207
2015	192
2014	183

Wir werden das Mikronährstoffprofil unserer Produkte weiter verbessern und ihre Anreicherung an die Ernährungszustände





und -mängel in bestimmten Märkten anpassen. Die weltweite Beliebtheit und Marktreichweite unseres *Maggi*-Sortiments etwa ermöglicht uns, im grossen Massstab zur Bekämpfung des Mikronährstoffmangels beizutragen. Rund 103 Milliarden Einzelportionen Suppen, Streumischungen, Gewürze und Nudeln von Nestlé wurden 2016 angereichert, davon 59 Milliarden mit Eisen.

Wir reichern zudem Zerealien und Milch an, um anfällige Bevölkerungsgruppen wie Schulkinder und Schwangere zusätzlich mit Nährstoffen zu versorgen. Insgesamt wurden 83,5% der erschwinglichen Popularly Positioned Products (PPP) für Konsumenten mit niedrigeren Einkommen mit mindestens einem der «Big 4»-Mikronährstoffe angereichert.

In Zusammenarbeit mit Agrarforschungsinstituten und im Rahmen des HarvestPlus-Programms versuchen wir zudem, Lieferketten für biofortifizierte Nutzpflanzen zu entwickeln und zu etablieren. In Nigeria mischen wir mit Provitamin A angereicherter Mais mit normalem Mais und haben 2016 mehr als 1000 Tonnen Getreide für unseren markengeschützten Getreidebrei reserviert. Unser F&E-Zentrum in Abidjan, Côte d'Ivoire, untersucht mit Partnern in Madagaskar, der Türkei, Brasilien und Indien neue Möglichkeiten für biofortifizierten Maniok, Weizen, Reis und Mais.

#### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Bereitstellung angereicherter Nahrungsmittel und Getränke für Millionen von Kindern und Familien.
- ⊕ Bis 2020: Einleitung kollektiver Massnahmen zur Reduktion des Mikronährstoffmangels in zehn Ländern.
- ⊕ Bis 2020: Weiterentwicklung der Lieferketten für biofortifizierte Nutzpflanzen und Erweiterung unseres Portfolios angereicherter Produkte.



#### **Outshine: eine gesündere Wahl**

*Outshine*, eine unserer wichtigsten Marken in den USA, ist Vorreiter eines gesünderen Angebots im Speiseeisgeschäft. Nestlé USA blickt auf eine 10-jährige Entwicklungsphase für eine gesündere Rezeptur zurück, die den Geschmack von Fruchteis am Stiel bewahrt. 2016 ist es unseren Speiseeisexperten gelungen, bei unseren meistverkauften acht *Outshine*-Sorten den Anteil echter Früchte um 77% zu erhöhen und den Zuckergehalt um 11% zu reduzieren. Gleichzeitig konnten sie die Konsumentenpräferenz bezüglich Geschmack und Textur aufrecht erhalten (eine schwierige Aufgabe, da die Cremigkeit des Eises mit sinkendem Zuckergehalt abnimmt). Dank einer einfachen Zutatenliste, bei der echte Früchte an erster Stelle stehen, können unsere Konsumenten nun im Bewusstsein, eine gesündere Wahl getroffen zu haben, ein cremiges Eis am Stiel geniessen. 2018 wollen wir den Zuckersatz in unserem *Outshine*-Sortiment weiter reduzieren. Damit bieten wir den Konsumenten bekömmliche und schmackhafte Produkte, die das Beste aus Obst und Gemüse enthalten.



## Vereinfachung der Zutatenlisten und Entfernung von künstlichen Farbstoffen

Neue Generationen von Konsumenten wollen zunehmend wissen, was in den Nahrungsmitteln steckt, die sie kaufen. Aufkommende Gesundheitstrends haben die Forderung nach Transparenz, Authentizität und hochwertigeren Zutaten weiter verstärkt.

### Unser bisheriger Fortschritt

Um die neuen Erwartungen der Konsumenten im Hinblick auf unsere Nahrungsmittel und Getränke zu erfüllen, haben wir unser Portfolio durch einen «Küchenschrank»-Ansatz transformiert. Er ist auf die Verwendung von bekannten natürlichen Zutaten wie Gemüse, Gewürzen, Kräutern und Mehlsorten ausgerichtet. Im Rahmen dieses Ansatzes sollen für unsere Nahrungsmittel und Getränke auch die Zutatenlisten vereinfacht, der Gemüse- und Vollkornanteil erhöht sowie der Salz- und Zuckergehalt reduziert werden.

Wir haben diesen Ansatz durch die beschleunigte Entfernung künstlicher Zusatz-, Aroma- und Farbstoffe und die Bereitstellung transparenter, leicht lesbarer Informationen über deren Verwendung ergänzt.

### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Entfernung aller künstlichen Farbstoffe aus unseren Produkten.
- ⊕ Bis 2020: Fortsetzung der Bemühungen um die Entfernung unbekannter Zutaten.

## Förderung und Schutz des Stillens durch Umsetzung einer branchenführenden Richtlinie zur verantwortungsbewussten Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten ♀

Muttermilch ist die ideale Ernährung für Säuglinge. Daher unterstützen wir die Empfehlung der WHO (den WHO-Kodex), Säuglinge in den ersten sechs Lebensmonaten ausschliesslich zu stillen. Danach sollten Säuglinge bis zum Alter von zwei Jahren und darüber hinaus weiter gestillt und zusätzlich mit geeigneter Ergänzungsnahrung gefüttert werden.

### Unsere Ziele für 2016

- ① Fortlaufend: Sicherstellung, dass das Nutrition-Geschäft von Nestlé stets die Kriterien des FTSE4Good-Index für Muttermilchersatzprodukte erfüllt.
- ① Fortlaufend: Weitere Verstärkung unserer Richtlinien und Verfahren, um hinsichtlich der Umsetzung des WHO-Kodex unsere Position als Branchenführer zu bewahren.
- ① Fortlaufend: Weitere öffentliche Berichterstattung über unsere Fortschritte bei der Umsetzung unserer Richtlinie zum WHO-Kodex.

### Unser bisheriger Fortschritt

Durch unsere globale *Mutterschutzrichtlinie* sind wir noch besser in der Lage, ein günstiges Umfeld für das Stillen zu bieten. Sie beinhaltet das Recht, den Mutterschaftsurlaub auf sechs Monate zu verlängern, und flexible Arbeitsbedingungen. Wir verfügen derzeit über 302 Stillbereiche und werden bis 2018 alle Räumlichkeiten mit mehr als 50 weiblichen Mitarbeitenden mit Stillzimmern ausstatten.

2016 haben wir unter dem Nestlé-Programm *Start Healthy Stay Healthy* in Zusammenarbeit mit öffentlichen und privaten Organisationen 945 Stillzimmer in Indien sowie 1500 in China eröffnet. Ausserdem haben wir eine mobile Locator-App zum Auffinden von Stillzimmern für Mütter entwickelt.

Im Rahmen der Bewegung «Every Woman, Every Child» und der Clinton Global Health Initiative haben wir uns verpflichtet, stillfreundliche Arbeitsumfelder zu unterstützen. Wir ermuntern andere Anspruchsgruppen und Unternehmen, diesem Beispiel zu folgen.

Für Kinder, die nicht wie empfohlen gestillt werden können, ist Säuglingsanfangsnahrung das einzige Muttermilchersatzprodukt, das von der WHO als geeignet anerkannt wird. Wir verpflichten uns zur uneingeschränkten Einhaltung des WHO-Kodex, im Einklang

mit seiner Umsetzung durch nationale Regierungen in aller Welt. In 152 Ländern, in denen das Risiko der Säuglingssterblichkeit und -mangelernährung als erhöht gilt, befolgen wir freiwillig unsere eigene strikte Richtlinie, sofern diese strenger ist als der nationale Kodex.

Wir sind stolz darauf, dass wir als erster Hersteller von Muttermilchersatzprodukten in den FTSE4Good-Index aufgenommen wurden und dass wir die rigorosen Kriterien für die verantwortungsbewusste Vermarktung dieser Produkte seit 2011 stets erfüllt haben. In einem Pilot-Assessment wurden wir für diese Leistung im Teilindex des Access to Nutrition Index mit dem ersten Platz ausgezeichnet.

Unser Compliance-Management-System bauen wir weiter aus. Wir haben unsere internen und externen Beschwerdemechanismen wie «Tell Us» optimiert, über die jeder Bedenken über Marketingpraktiken für Muttermilchersatzprodukte äussern kann. Ferner haben wir die Schulung unserer im Bereich Säuglingsernährung tätigen Mitarbeitenden weltweit ausgeweitet, um sie noch besser zu befähigen, unsere Säuglingsernährungsprodukte verantwortungsbewusst zu vermarkten.

Unsere Praktiken wurden 2016 in 37 Ländern durch Wirtschaftsprüfer, in drei Ländern durch Bureau Veritas und in einem Land durch PricewaterhouseCoopers geprüft. Die Fortschritte werden auf der Nestlé-Website veröffentlicht.



### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2018: Sicherstellung, dass alle Bestimmungen unserer *Mutterschutzrichtlinie* zur Förderung des Stillens umgesetzt werden.
- ⊕ Bis 2020: Einsatz für ein günstiges Stillumfeld durch Unterstützung der Einrichtung von Stillzimmern in den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind.



## Befähigung von Eltern, Betreuern und Lehrern, gesundes Verhalten von Kindern zu fördern

Gute Ernährungs- und Fütterungspraktiken in den ersten 1000 Lebenstagen – von der Empfängnis bis zum zweiten Geburtstag – legen den Grundstein für lebenslange Gesundheit und Wohlbefinden. Gesunde Ernährungsgewohnheiten sind daher für Mütter und ihre Kinder entscheidend.

### Unser Ziel für 2016

- ① Fortlaufend: Ernährungserziehung für Eltern und Betreuer mit Schwerpunkt auf den ersten 1000 Lebenstagen (von der Empfängnis bis zum zweiten Geburtstag); Themen sind u. a. die Ernährung von Schwangeren und Stillen als optimaler Start ins Leben.

### Unser bisheriger Fortschritt

Im Rahmen von drei Programmen mit spezifischen Schwerpunkten streben wir die Förderung gesunder Verhaltensweisen von Kindern und Familien an. Während die übergreifenden Ziele dieser Programme identisch sind, unterscheiden sich Umfang, Reichweite und Ansatz. Die Umsetzung erfolgt zudem über verschiedene Kanäle, um spezifische Zielgruppen zu erreichen.

- Das Nestlé-Programm *Start Healthy Stay Healthy* klärt Eltern über die Bedeutung der Ernährung in den ersten 1000 Lebenstagen auf.
- Das *Global Nestlé Healthy Kids Program* befähigt Lehrer und Kinder durch Ernährungsaufklärung und die Förderung eines gesunden Lebensstils im Schulumfeld.
- Das Programm *United for Healthier Kids* ermuntert Kinder über das Engagement von Eltern und Partnern zu einem gesünderen Verhalten.

Das Nestlé-Programm *Start Healthy Stay Healthy First 1000 Days Nutrition* ist ein interessanter E-Learning-Kurs. Er wurde von Ernährungswissenschaftlern entwickelt und beruht auf neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und Gesundheitsdaten. Der Kurs vermittelt den Müttern Wissen darüber, was und wie zu füttern ist und warum die ersten 1000 Tage für die künftige Gesundheit ihres Säuglings entscheidend sind. Bis Ende 2016 lief das Programm in mehr als 40 Märkten und erreichte über die Medien 55 Millionen Menschen.

Unser *Global Nestlé Healthy Kids Program* fördert unter Kindern und Jugendlichen gesunde Ernährungs- und Trinkgewohnheiten und einen aktiven

Lebensstil. Über ihre Lehrer erhalten sie Grundkenntnisse und praktische Ratschläge zum Thema Ernährung. Der Rahmen des Programms ist flexibel, sodass Schulen es auf die spezifischen Gesundheits- und Ernährungsbedürfnisse ihrer Gemeinschaften zuschneiden können. Zusammen mit den neuen Programmen in Gabun und den Palästinensergebieten sind wir nun in 84 Ländern tätig.

Wir haben zudem das wegweisende, wissenschaftlich fundierte Programm *United for Healthier Kids* entwickelt, welches sich die sozialen Medien zunutze macht. Durch Einbezug öffentlicher und privater Akteure vor Ort soll es Eltern von Kindern unter zwölf Jahren neue Instrumente bieten, um Verhaltensänderungen zu bewirken. In den letzten zwei Jahren hat *United for Healthier Kids* mehr als 170 Millionen Eltern erreicht. Es läuft nun in zehn Ländern.



### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2018: Weiterführung bestehender weltweiter *Nestlé Healthy Kids*-Programme und Ermittlung ihrer Wirkung auf Kinder anhand von fünf global definierten Zielen: nährstoffreiche und abwechslungsreiche Mahlzeiten, angemessene Portionsgrößen, Konsum von Wasser, Spiel und Bewegung und gute Hygiene.
- ⊕ Bis 2020: Unterstützung von 50 Millionen Kindern durch Programme zur Ernährungsaufklärung und Veränderung der Verhaltensweisen als wichtigen Meilenstein auf dem Weg zu unserem übergeordneten Ziel bis 2030.

## Beschränkung des Marketings gegenüber Kindern auf Produkte, die zu einer vollwertigen Ernährung beitragen

Wir engagieren uns schon seit Langem für ein verantwortungsbewusstes Marketing gegenüber Kindern. Unsere *Kommunikationsgrundsätze* und unsere *Richtlinie für Marketingkommunikation an Kinder* fordern, dass bei der Kommunikation an Kinder verantwortungsbewusste Marketinggrundsätze eingehalten werden, sowie eine Beschränkung auf Produkte mit einem spezifischen Ernährungsprofil.

Als Gründungsmitglied der International Food & Beverage Alliance (IFBA) verpflichten wir uns auch zur Einhaltung der globalen Richtlinie der IFBA für Werbe- und Marketingkommunikation an Kinder.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir bemühen uns, das Bewusstsein für sämtliche Kriterien des Marketings gegenüber Kindern weiterhin unternehmensweit zu stärken und die Sensibilisierung dafür zu erhöhen. Zudem haben wir ein webbasiertes Tool entwickelt, um das Wissen über unsere Richtlinie bei internen Marketingexperten und externen Partneragenturen zu verankern. Das Tool beruht auf Markenbeispielen von Nestlé. Nach der Pilotphase in sechs Märkten wurde es Ende 2016 offiziell eingeführt.

Wir arbeiten zudem mit unseren Branchenpartnern zusammen, um Zusagen betreffend Kindermarketing zu bewirken, insbesondere in Ländern ohne Selbst- oder Werberegulierung. 2016 wurden in vielen Ländern neue Zusagen gemacht bzw. verstärkt. Diese Selbstverpflichtungen der Branche erstrecken sich nun auf über 51 Länder.

### Unsere Ziele

- ① Bis 2017: Einführung gezielter Schulungen unserer Marketingteams in aller Welt, um die Umsetzung unserer verschärften *Richtlinie für Marketingkommunikation an Kinder* zu unterstützen.
- ① Bis 2017: Beschränkung der Verkaufsförderung gegenüber Kindern auf Produkte, die wichtiger Bestandteil einer nährstoffreichen Ernährung sind.

## Eintreten für den Konsum von Wasser für eine gesunde Flüssigkeitszufuhr

Durch die Vermittlung unseres Wissens über Trinkgewohnheiten wollen wir dazu beitragen, dass künftige Generationen gesünder leben. Wir treten ein für den Konsum von Wasser egal in welcher Form als beste Wahl. Unsere «Healthy Hydration Roadmap» prägte und prägt unseren Ansatz 2016 und darüber hinaus.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir haben mit der University of California in Davis an einer Studie zusammengearbeitet, die in der Zeitschrift *Appetite* veröffentlicht worden ist. Sie untersuchte die Vorteile des Wassertrinkens für das Arbeitsgedächtnis und die Aufmerksamkeit von Kindern von neun bis zwölf Jahren. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass eine Wasseraufnahme, die den Hydrationsstatus leicht verändert, die kognitive Leistungsfähigkeit verbessert.

Auf Basis solcher Studienergebnisse arbeiten wir mit Gesundheitsbehörden, Akademikern, NGOs und dem privaten Sektor an Kampagnen zusammen, die für Wasser als erste Wahl für eine gesunde Flüssigkeitsversorgung werben.

In Mexiko hat Nestlé Waters gemeinsam mit dem mexikanischen Gesundheitsministerium ein «National Family Hydration»-Programm entwickelt. Nach der Einführungsveranstaltung im Juli 2016 in Mexiko-Stadt, die von mehr als 40 000 Menschen besucht wurde, gingen wir auf eine Medientour in fünf weiteren wichtigen Städten. An den führenden Universitäten des Landes präsentierten wir Roadshows zum gesunden Wasserkonsum. Aktuell untersuchen wir Möglichkeiten, ähnliche Initiativen in weiteren Ländern zu starten.

Nestlé Waters Nordamerika unterstützt «Drink Up», deren Ehrenvorsitzende Michelle Obama ist. «Drink Up» ist eine Initiative der «Partnership for a Healthier America», die mit dem Privatsektor zusammenarbeitet, um Amerikaner zum Trinken von Wasser anzuregen.

### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2017: Sammlung und Publikation von Forschungsdaten zur Dokumentation der weltweiten Trinkgewohnheiten und zur Unterstützung öffentlicher Gesundheitsstrategien.
- ⊕ Bis 2020: Eintreten für den Konsum von Wasser als gesundes Getränk in mindestens zehn Ländern.



### Angereicherte Maggi-Produkte in Guatemala

Über 30% der Weltbevölkerung mangelt es an wichtigen Vitaminen und Mineralien, insbesondere den «Big 4»: Eisen, Jod, Vitamin A und Zink. Würzmittel, wie sie in Mittelamerika üblich sind, lassen sich gut mit Mikronährstoffen anreichern. Sie sind gängiger Teil der täglichen Kost und erlauben es, auf den bestehenden Essgewohnheiten aufzubauen. In Guatemala stellt Nestlé im Rahmen der Kampagne «Gemeinsam kochen für eine bessere Zukunft» vor allem für einkommensschwache Familien über ihre beiden beliebten Marken *Maggi* und *Malher* zu einem erschwinglichen Preis Produkte bereit, die 15% des Tagesbedarfs an Eisen decken – entsprechend unserer *Richtlinie über die Mikronährstoffanreicherung von Nahrungsmitteln und Getränken*.

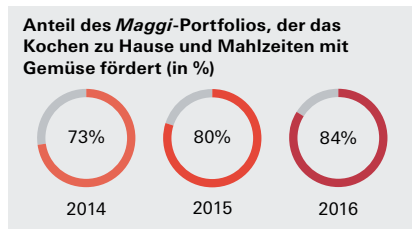


## Verstärkung unserer Marketinganstrengungen für gesundes Kochen, gesunde Ernährung und einen gesunden Lebensstil

Mit unserer globalen Reichweite können wir unsere Markenkommunikation über verschiedene Medienkanäle breit einsetzen. Die Fülle der Produkte, die wir täglich verkaufen, ermöglicht es uns, über all diese Kanäle für eine gesündere Lebensweise und Ernährung zu werben.

### Unser bisheriger Fortschritt

Unsere Marke *Maggi* beruht auf der Überzeugung, dass gute Ernährungsgewohnheiten in der Küche beginnen. Auch 2016 haben wir via 84% unseres *Maggi*-Portfolios das Kochen zu Hause und gesunde Mahlzeiten mit Gemüse gefördert.



Das *Maggi-Kochkursprogramm* ermuntert Kinder und Eltern, sich am heimischen Herd zu betätigen, und hilft den Konsumenten, schmackhafte, ausgewogene Gerichte zuzubereiten. Die Initiative umfasst Kochkurse für Erwachsene, Teenager und Kinder sowie Menüideen, Rezepte und praktische Kochtipps. 2016 haben wir die globale Reichweite des Programms auf 35 Länder ausgeweitet.

Wir nutzen unsere Vermarktungsreichweite zudem, um eine gesunde, aktive Lebensweise zu fördern. Im Rahmen ihrer Markenverpflichtung in Afrika, Ozeanien und Asien haben die *Milo*-Sportförderungsprogramme 2016 – in Zusammenarbeit mit Regierungen und Sportverbänden – über Sport-Basisinitiativen 22 Millionen Kinder erreicht. *Milo* hat zudem in Australien, den Philippinen und Indonesien einen neuen Activity Tracker und eine neue App eingeführt. Mit ihrer Hilfe können Eltern sich vergewissern, dass sich ihre Kinder körperlich betätigen.

### Unser Ziel bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Verdoppelung der Reichweite unserer Bemühungen zur Förderung von gesundem Kochen und Essen und eines gesunden Lebensstils für Einzelne, Familien und ihre Haustiere.

## Angabe und Erklärung des Nährwerts auf Verpackungen, im Handel und im Internet

Um Konsumenten zu befähigen, fundierte Entscheidungen zu treffen, stellen wir auf all unseren Verpackungen eindeutige Informationen über Zutaten, Ernährungsvorteile, Gesundheitsbelange und Portionsgrößen zur Verfügung. Diese Angaben müssen wahr, relevant, transparent und wissenschaftlich fundiert sein. Sie dürfen nicht irreführend sein. Wir bemühen uns, sicherzustellen, dass unsere Angaben akkurat sind und dass auf das Fehlen von Nährstoffen, Zutaten oder Substanzen wie Zucker oder gesättigten Fetten hingewiesen wird, die ein Konsument eventuell vermeiden möchte.

### Unsere Ziele für 2016

- Bis 2016: Richtwertangabe auf der Vorderseite all unserer relevanten Nahrungsmittel- und Getränkeprodukte weltweit, um die Konsumenten über den Nährstoffgehalt zu informieren.
- Bis 2016: Kinderspezifische Tagesrichtwerte auf allen Produkten für Kinder (soweit gesetzlich zulässig), um Eltern eine ernährungsbewusste Wahl für ihre Kinder zu ermöglichen.
- Bis 2016: Weitere Produkt- und Nährwertinformationen über QR-Code (Quick Response) auf der Verpackung per Smartphone aufrufbar, um den Zugang zu Informationen zu erleichtern.

### Unser bisheriger Fortschritt

Richtwertangaben für die Tageszufuhr informieren über den Nährwert einer normalen Portion (Kalorien, Zucker, Fett, andere Nährstoffe) im Verhältnis zur empfohlenen Tageszufuhr. Wir haben die Implementierung dieser Richtwertangaben in den letzten zwei Jahren beschleunigt. In Ländern, in denen dies erlaubt ist, tragen nun 92,3% unserer relevanten Nahrungsmittel und Getränke die Richtwertangaben für die Tageszufuhr auf der Vorderseite der Verpackung.



Aufgrund weltweit unterschiedlicher Bestimmungen und Kennzeichnungsprotokolle sind Richtwertangaben für die Tageszufuhr nicht in allen Ländern erlaubt. Wir setzen uns jedoch dafür ein, prozentuale Angaben möglichst auf alle Verpackungen aufzudrucken. Wir sind bestrebt, in den einzelnen Märkten massgeschneiderte Angaben bereitzustellen, um sie für die lokalen Konsumenten so relevant, sichtbar und zugänglich wie möglich zu machen.

Die Konsumenten können über den *Nestlé Ernährungscompass* mehr über die Produkte erfahren. Der Compass weist die Nährwertzusammensetzung der einzelnen Produkte aus. Zudem bietet er Lebensstil- und Ernährungstipps sowie Kontaktangaben für weitere Informationen. Ende 2016 enthielten 96,4% unserer Nahrungsmittel und Getränke den *Nestlé Ernährungscompass*.

Um der zunehmenden Forderung der Konsumenten nach Produktinformationen gerecht zu werden, integrieren wir vermehrt QR-Codes in den *Nestlé Ernährungscompass*. QR-Codes geben Konsumenten mit Smartphones leichten Zugang zu Online-Informationen. So können sie mehr darüber erfahren, wie Marken und Produkte zu Ernährung, Umwelt und Gesellschaft beitragen. 2016 waren 90 Marken mit QR-Codes versehen, die Zugang zu weiteren Produktinformationen und Ernährungsberatung auf 4400 Websites in 50 Ländern boten.

### Unser Ziel bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Weitere Bereitstellung detaillierter Nährwertinformationen mit Prozentangaben zum Tagesbedarf, Informationen über Zutaten, Allergene, spezielle Diäten, Erklärung der Nährwertkennzeichnung und Tipps für eine gesunde Ernährung. Bereitstellung dieser Informationen auf allen relevanten Verpackungen sowie auf unseren Websites und jenen der E-Retailer, um fundiertere Entscheidungen zu ermöglichen.



## Portionsangaben auf unseren Produkten

Unangemessene Portionsgrößen tragen weltweit zu unausgewogenen Essgewohnheiten bei und schaden der Gesundheit. Wir sehen es als unsere Pflicht an, den Konsumenten im Hinblick auf Verzehrmenge, -häufigkeit und -qualität eine Orientierungshilfe für eine gesunde Ernährung zu bieten.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Förderung des Verzehrs gesunder Portionen durch Anwendung des *Portion Guidance*-Programms auf alle unsere Produkte für Kinder und Familien sowie durch unsere Rezeptwebsites und Programme zur Ernährungserziehung.

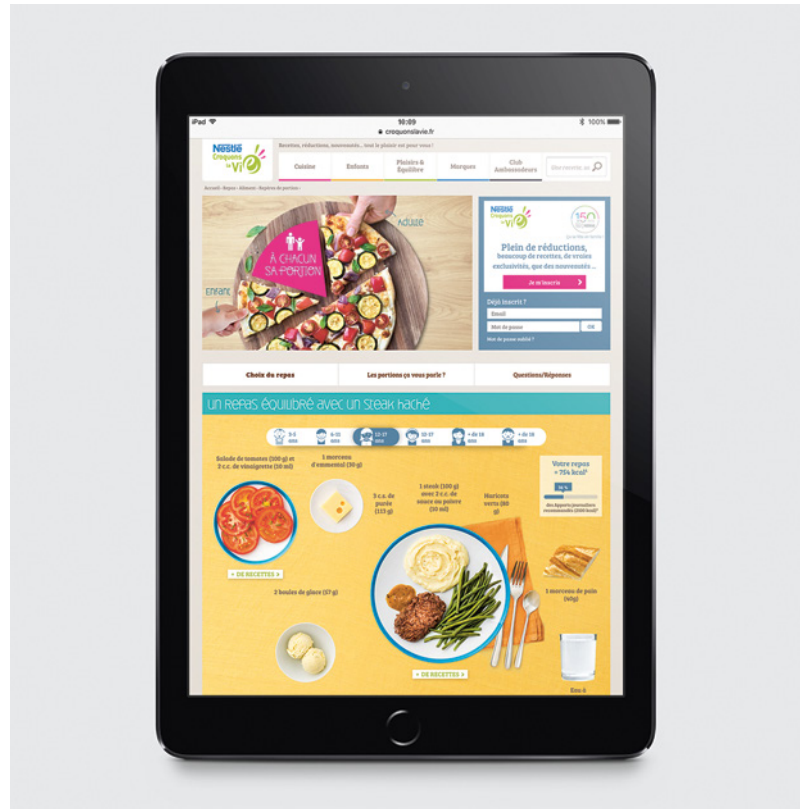
### Unser bisheriger Fortschritt

Die *Portion Guidance* ist eine freiwillige Initiative von Nestlé. Sie nutzt die Form des Produkts, das Verpackungsdesign, klare Abbildungen und wenn möglich Servierhilfen oder Produktautomaten. Rund zwei Drittel (66,7%) der Produkte für Kinder und Familien bieten derzeit spezifische Portionsangaben. 80,5% der Produkte, die eine stärkere Auswirkung auf die Ernährung von Kindern insgesamt haben, wie häufig verzehrte oder genussreichere Nahrungsmittel enthalten Portionsangaben.

Wir werden zudem die Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit unserer Rezeptwebsites verbessern sowie Informationen über altersgerechte Portionsgrößen ergänzen. Dies hilft den Konsumenten, den Nährwert zu ermitteln und bezüglich Portionsgrößen neue Gewohnheiten zu entwickeln, insbesondere bei kalorienreichen Produkten.

### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Weitere Bereitstellung von Portionsangaben auf allen Produktverpackungen für Kinder und Familien weltweit und Angaben zur Verzehrhäufigkeit auf relevanten Produkten.
- ⊕ Bis 2020: Erweiterung unserer Portionsangaben auf unsere Rezepte für Konsumenten und relevante Produkte für Teenager und Erwachsene.
- ⊕ Bis 2020: Allmähliche Erhöhung des Anteils der Portionsangaben, die basierend auf der Form des Produkts, des Verpackungsdesigns, Servierhilfen oder Produktautomaten bereitgestellt werden, um sie noch intuitiver zu gestalten.



### Portionsangaben in Frankreich

In Frankreich wird das *Portion Guidance*-Programm von Nestlé in unterschiedlichen, sich ergänzenden Weisen umgesetzt – von der Produktverpackung bis hin zu interessanten Online-Informationen ([www.croquonslavia.fr/idee-repas](http://www.croquonslavia.fr/idee-repas)). Für medizinische Fachkräfte werden zusätzliche Informationen bereitgestellt, um sie bei der Beratung von Patienten zu unterstützen. Dazu zählen ein Artikel in einer wissenschaftlichen Zeitschrift, eine Broschüre und Tools. Per Ende 2016 wiesen 85% der Kinder- und Familienprodukte von Nestlé Frankreich Portionsangaben auf.



## Partnerschaften zur gemeinsamen Förderung eines gesunden Ernährungsumfelds

Durch die Ausweitung unseres ganzheitlichen Ansatzes für Nutrition, Gesundheit und Wellness auf den Einkaufsort wollen wir unsere Partnerschaften mit Einzelhändlern und Nahrungsmittelexperten in verschiedenen Regionen ausbauen. Damit unterstützen wir diese Umgebungen bei der Förderung gesünderer Ernährungs- und Lebensgewohnheiten.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir wollen unser aktuelles In-Store-Know-how und unsere damit verbundene Praxis verbessern, indem wir Einzelhändlerstrategien nutzen, die auf eine gesunde Lebensweise abzielen. Die In-Store-Programme werden durch die langjährige Zusammenarbeit mit unseren strategischen Einzelhandelspartnern bestimmt. Sie sollen mit deren eigenen Strategien und Umfeldern übereinstimmen und Einzelne sowie Familien dazu animieren, gesündere Optionen zu bevorzugen. Solche Programme könnten Initiativen umfassen wie die Förderung gesünderer Ernährung und eines gesünderen Lebensstils für den Rest des Lebens, gesünderer Einkaufskörbe im Geschäft und online, gesünderer Entscheidungen an den Kassen, gesünderer Lunch-Boxes und Hautschutzmittel, guter Schlafgewohnheiten sowie eine verantwortungsbewusste Marketingkommunikation an Eltern und Betreuer.

Dabei könnten sich die Geschäfte zu Orten entwickeln, die zu einer Kultur der Prävention inspirieren und Einzelpersonen sowie Familien dazu anregen, sich gesündere Ernährungs- und Lebensgewohnheiten anzueignen. Wir wollen zudem eine Methode entwickeln, die sich auf weitere Partner übertragen lässt.

### Unser Ziel bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Zusammenarbeit mit Einzelhändlern und Nahrungsmittelexperten, um Umfeldler zu fördern, die eine gesündere Ernährung und Lebensweise begünstigen.

## Aufbau und Verbreitung von Ernährungswissen von den ersten 1000 Lebenstagen bis ins gesunde Alter 🧑

Nahrungsmittel haben unseres Erachtens den grössten Einfluss auf unsere Gesundheit. Deshalb wollen wir weitere Erkenntnisse über Nahrungsaufnahme, Lebensstil und Gesundheitszustand von Säuglingen, Kindern und älteren Erwachsenen gewinnen. Die Ergebnisse unserer Forschungsprojekte fliessen in unsere Produktentwicklung, Konsumentenkommunikation und Schulungsprogramme ein und bilden die Basis für den Dialog mit wissenschaftlichen und medizinischen Gemeinschaften.

### Unsere Ziele für 2016

- Fortlaufend: Angebot von Diensten und Programmen zur Ernährungserziehung für Fachkräfte, die sich mit Mangel- und Fehlernährung befassen.
- Bis 2016: Lancierung grosser Forschungsprojekte in mindestens zehn Ländern wie den USA, Mexiko, China und Russland, um Wissen über die kindliche Ernährung zu gewinnen und in unsere Produkt- und Serviceentwicklung einzubeziehen.
- Bis 2016: Weiterentwicklung und Integration des Know-hows und der klinischen Strategien des NIHS und der Clinical Development Unit (CDU) von Nestlé im Bereich molekulare Ernährung, um eine bessere Behandlung von Krankheiten durch Ernährung zu erreichen.

### Unser bisheriger Fortschritt

Im Rahmen von zwei wichtigen Studien haben wir in neun Märkten bedeutende Forschungsinitiativen lanciert. Die Ergebnisse werden Gesundheitsdienstleistern und politischen Entscheidungsträgern zur Verfügung gestellt:

- Durch die Feeding Infants and Toddlers Study (FITS) gewinnen wir Erkenntnisse über Essgewohnheiten und die Nahrungsaufnahme von Kindern von der Geburt bis zu vier Jahren.
- Die Kids Nutrition and Health Study (KNHS) untersucht die Nahrungs- und Nährstoffaufnahme bei Kindern im Alter von vier bis zwölf Jahren (in dem viele Ess- und Bewegungsgewohnheiten gebildet werden) und ihre Beziehung zu Lebensstil und Verhaltensmustern.

2016 analysierten wir die Ergebnisse aus den USA, Mexiko und China und führten neue Studien in Russland, Australien und den Philippinen durch. Erste Ergebnisse

deuten darauf hin, dass mehr Kinder Mahlzeiten auslassen, Ballaststoffaufnahme und Gemüseverzehr unter dem empfohlenen Niveau liegen und Kalzium- und Vitamin-D-Mangel weit verbreitet sind. Wir schlossen die Analyse unserer Pilotstudie in São Paulo, Brasilien, ab und führten mit der American University of Beirut eine vorbereitende Literaturrecherche im Nahen Osten durch. Derzeit bereiten wir drei neue Studien für die Datenerhebung vor.

Unser Forschungsnetzwerk umfasst das Nestlé Institute of Health Sciences (NIHS), das auf die Stoffwechsel-, die Magen-Darm- sowie die Gesundheit des Gehirns und das gesunde Altern spezialisiert ist. Seine Forschung zur Interaktion zwischen Ernährung, Lebensstil, vererbten genetischen Faktoren und dem individuellen Stoffwechsel in bestimmten Gruppen (ältere Menschen, Mütter, Säuglinge und Kleinkinder) und bestimmten Ländern wirkt sich auf unsere Produktinnovation und Prozesse aus.

Das Nestlé Nutrition Institute (NNI) ist die grösste private Quelle von Ernährungsinformationen. Es teilt wissenschaftliche Daten und Forschungsergebnisse mit medizinischen Fachkräften, Wissenschaftlern und Ernährungsgemeinschaften. Etwa 302000 registrierte Mitglieder aus 194 Ländern haben nun Zugang zu einer globalen und 13 länderspezifischen Websites. Damit haben wir unser Ziel für 2017 vorzeitig erreicht.

### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Aufbau von Wissen über die Beziehung zwischen Ernährung oder Lebensstil und Biomarkern für die Gesundheit von Müttern und Kindern über die Zusammenarbeit mit EpiGen.
- ⊕ Bis 2020: Erweiterung des Wissens über Nahrungsaufnahme, Essverhalten und Lebensstil von Säuglingen und Kindern.
- ⊕ Bis 2020: Vertiefung des Verständnisses von Nahrungsaufnahme, Präferenzen und Lebensstil mit fortschreitendem Alter.

## Aufbau biomedizinischen Wissens für die Entwicklung gesundheitsfördernder Produkte, personalisierter Ernährung und digitaler Lösungen

Nestlé Health Science (NHSc) treibt die therapeutische Rolle der Ernährung voran. Unsere Ernährungstherapien basieren auf solider wissenschaftlicher Forschung und einem tiefen Verständnis von Konsumenten und Gesundheitsdienstleistern.

### Unser bisheriger Fortschritt

Um die Bedürfnisse von Menschen mit besonderen Krankheiten oder Ernährungsbedürfnissen im Zusammenhang mit dem Altern zu erfüllen, bietet Nestlé Spezialnahrung an. Zur lebenslangen Unterstützung der Konsumenten haben wir neue Geschäftsbereiche für innovative Therapien gegründet. NHSc entwickelt wissenschaftliche Methoden, um die Gesundheit durch Ernährung zu verbessern. Nestlé Skin Health bietet wissenschaftsbasierte Lösungen für Haut, Haare und Nägel an.

- Unsere wissenschaftsbasierten Ernährungslösungen zur Unterstützung des gesunden Alterns umfassen führende Marken wie *Boost*, *Meritene*, *Nutren Senior* und *Sustagen*. Wir haben zudem 14 000 Menschen in zehn Ländern untersucht, um Einstellung, Gesundheitszustand und Gewohnheiten globaler Konsumenten ab 50 zu verstehen.
- Im Hinblick auf ernährungsbedingte Verdauungsbeschwerden und das Reizdarmsyndrom (RDS) hat NHSc die Website [www.LowFODMAPCentral.com](http://www.LowFODMAPCentral.com) lanciert. Sie bietet Konsumenten und medizinischen Fachkräften Informationen über Diäten an, welche die kurzketting Kohlenhydrate eliminieren, die vom Dünndarm nicht leicht absorbiert werden. Unser nahrhaftes Getränk *ProNourish* erleichtert es den Konsumenten, diese Diäten zu befolgen.
- Wir unterstützen das US-Unternehmen Accera bei der Finanzierung klinischer Studien mit *Axona*, einem medizinischen Nahrungsmittel, das bei leichter bis mässiger Alzheimer-Erkrankung verschrieben wird. Ferner haben wir klinische Studien mit *VitaFlo* eingeleitet, einem nahrhaften Getränk, das zur besseren Kontrolle von Krampfanfällen bei Kindern beitragen könnte.
- NHSc hat das Tool *CoMiSS* mitfinanziert, um primären medizinischen Fachkräften zu helfen, die Symptome der Kuhmilchallergie zu erkennen und früher einzugreifen. Zudem arbeitet NHSc nun mit dem französischen Unternehmen

DBV Technologies an der Entwicklung eines Patchtests zur Diagnose der Kuhmilchallergie bei Säuglingen.

- NHSc arbeitet mit GE Healthcare an integrierten Managementsystemen, welche die Ernährung auf der Intensivstation verbessern. Ferner haben wir zwei Online-Ressourcen lanciert, die Patienten helfen, zu Hause auf Sondenernährung umzustellen, während sie ihr normales Leben fortsetzen.

Die Daten von Sensoren und Geräten in unserem Alltagsleben können uns helfen, unsere Ernährungs- und Bewegungsmuster zu verstehen und uns einen gesünderen Lebensstil anzueignen. Langfristig wollen wir diese zunehmende Konnektivität mit Durchbrüchen in der Ernährungswissenschaft verbinden, um die Gesundheitserhaltung persönlicher zu gestalten und die Menschen dabei zu unterstützen, ihren Ernährungszustand, Lebensstil, ihr Umfeld und die Genetik besser zu verstehen.

Das NIHS ist eine Forschungspartnerschaft mit dem Samsung Strategy and Innovation Center (SSIC) eingegangen, um die vereinte Kraft von Ernährungswissenschaft und digitaler Sensortechnologie zu nutzen. Gemeinsam werden wir Einzelpersonen und Familien über eine einzige digitale Gesundheitsplattform personalisierte Empfehlungen rund um Ernährung, Lebensstil und Fitness anbieten. Erste Pilotprojekte sollen Anfang 2017 beginnen.

### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Entwicklung neuer interventio-neller Ernährungslösungen auf Basis von Studien und diagnostischem Profiling. Der Fokus der Programme liegt auf dem Stoffwechsel, der Magen-Darm-, Gehirn- und Hautgesundheit, dem gesunden Altern und Haustieren.
- ⊕ Bis 2020: Entwicklung des digitalen Ernährungsprofilings (zur Berechnung der Nährstoffaufnahme und Abgabe von Empfehlungen für eine ausgewogene Ernährung) zu einem umfassenden Tool, das Einzelpersonen und Familien hilft, ein glücklicheres und gesünderes Leben zu führen.

## Nutzen für Investoren

Produkte, die auf Nutrition, Gesundheit und Wellness ausgerichtet sind, entwickeln sich im Geschäftsgang besser. Dies ergab eine aktuelle Analyse, die Produkte verglich, die im Hinblick auf die Erfüllung unserer Kriterien bezüglich der 60/40+-Geschmackspräferenz und der *Nutritional Foundation* über- oder unterdurchschnittlich abschneiden. Mit unserer Arbeit zugunsten von Gesundheit und Wellness sind wir den Regulierungen voraus, während die Nichteinhaltung von Vorschriften mit hohen Kosten verbunden sein könnte. Der Markt für gesündere Nahrungsmittel und Getränke wächst. Damit bietet sich uns die Chance, durch den Verkauf solcher Produkte eine Umsatzsteigerung zu erzielen.



## Ländliche Entwicklung

Wir beziehen unsere Rohstoffe von Millionen von Bauern weltweit. Diese Bauern sind wichtig für eine gesicherte, nachhaltige Versorgung und damit für unseren Erfolg. Je genauer wir wissen, wo und wie unsere Rohstoffe erzeugt werden und vor welchen Herausforderungen die Bauern und ihre Gemeinschaften stehen, desto wirksamer können wir zur Entwicklung florierender Gemeinwesen und zu einem besseren Auskommen für unsere Partner beitragen.



Das *Nescafé* Coffee Center in Pu'er in der Provinz Yunnan, China, unterstützt die Kaffeebauern vor Ort mit Schulungen und Services zur Qualitätssicherung.

## Erhebung der landwirtschaftlichen Entwicklungsbedürfnisse von Bauern

Diagnose-Tools wie unsere Response-Inducing Sustainability Evaluation (RISE) und das Rahmenprogramm für ländliche Entwicklung (RDF) tragen praxisbezogen zur einheitlichen Ausrichtung unserer Aktivitäten zugunsten der ländlichen Entwicklung und Verbesserung der ländlichen Lebensgrundlagen bei. In Verbindung mit den bestehenden ländlichen Entwicklungsaktivitäten von *Farmer Connect* zeigen sie weitere Interventionsbereiche auf.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Einführung von Strategien (Aktivitäten und Zielen) in Regionen, die Priorität genießen, um die Nahrungsmittelverfügbarkeit und -vielfalt zu verbessern. Durchführung von Pilotprojekten an drei Standorten.

### Unser bisheriger Fortschritt

Seit seiner Einführung wurde das RDF überwiegend in unserer Versorgungskette für Kaffee angewandt. 2016 wurden weitere Kategorien einbezogen. Die gewonnenen Erkenntnisse bestimmen den Fokus unserer Pläne und Projekte und helfen uns, die Ursachen für Probleme wie Mangelernährung und Armut in den uns beliefernden Gemeinschaften anzugehen.

RISE wird systematisch in unseren Entwicklungsansatz integriert. Es eignet sich besonders für die ganzheitliche Betrachtung landwirtschaftlicher Mischbetriebe, die Feld- und Viehwirtschaft vereinen. RISE-Studien zu verschiedenen Produktionssystemen fanden 2016 überwiegend in Mexiko, Pakistan und der Ukraine statt. Sie liefern uns Einblicke in das landwirtschaftliche Produktionspotenzial und erlauben uns, Verbesserungsbedarf aufzudecken.

### Unser Ziel

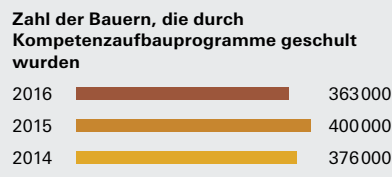
- Bis 2018: Erhebung der Ausgangssituation in 18 Beschaffungsregionen, die für unser Geschäft besonders wichtig sind und in denen der soziale Bedarf gross ist, um unsere Aktivitäten auf die Prioritäten der Bauern und der lokalen Gemeinschaften abzustimmen.

- Erreicht
- Noch nicht erreicht
- In Arbeit
- ⊕ Neues Ziel

## Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Situation der uns beliefernden Bauern

Wir wollen mit Bauern an der Bereitstellung sicherer, hochwertiger Rohstoffe arbeiten und junge, talentierte Kräfte in der Landwirtschaft halten. Dabei ist der Ertrag ausschlaggebend – erwirtschaften Betriebe nicht genug, wandern junge Bauern ab. Wir müssen daher besseren Einblick in die geschäftliche Situation und die Margen der Bauern gewinnen und ihr Auskommen durch Qualitäts- und Produktionssteigerungen verbessern. Damit fördern und binden wir die nächste Generation von Bauern und sichern so unsere Rohstoffversorgung.

### Unser bisheriger Fortschritt



Wir sind auf gutem Weg, unser Ziel bis 2020 zu erreichen. 2016 haben wir mehr über Themen wie die Bedeutung von besserer Ernährung für die Bauern und die Linderung von Armut erfahren. Durch Programme wie den *Nescafé Plan* und den *Nestlé Cocoa Plan* haben wir verschiedene Projekte und Aktivitäten lanciert oder umgesetzt, darunter neue Initiativen zur Förderung von Frauen in der Landwirtschaft. In Côte d'Ivoire haben wir Foren zur Stärkung der Rolle von Frauen gegründet. Durch Schulungen in Ecuador und Venezuela vermitteln wir Frauen neue Fertigkeiten zur Diversifizierung und Verbesserung ihrer Einkommensquellen.

### Unser Ziel bis 2020

- Bis 2020: Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Situation der Betriebe in sieben prioritären Beschaffungsregionen, gemessen an der RDF-Ausgangssituation. (Gemeint sind folgende vier Faktoren, auf die sich Nestlé konzentriert: Produktivität, Qualität, Kosten und Preisaufschläge.)

## Verbesserung der Nahrungsmittelverfügbarkeit und -vielfalt der uns beliefernden Bauern

Vor allem in Teilen Afrikas ist das Nahrungsangebot für die Bauern und ihre Familien manchmal mangelhaft und relativ einseitig. Die Folge sind gesundheitliche und andere Probleme. Gemeinsam mit lokalen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) müssen wir das gewonnene Wissen nutzen und einen Rahmen zur Behebung dieses Missstands schaffen.

### Unser bisheriger Fortschritt



2016 haben wir ausführlichere Informationen zur Nahrungsvielfalt in Mexiko und den Philippinen eingeholt und entsprechende Untersuchungen für Kenia in Auftrag gegeben. Wir haben an einer ähnlichen Studie in Côte d'Ivoire und Ghana teilgenommen und verfügen bereits über Daten aus Indonesien und China. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse entwickeln wir für die Bauern und ihre Familien Programme für eine bessere Nahrungsmittelverfügbarkeit und -vielfalt. Wir führen Ernährungsschulungen durch, fördern Mischkulturen und helfen Bauern beim Anlegen von Gemüsegärten und bei der Nutztierhaltung. 2016 haben wir in Indonesien das Konzept der Hausgärten und des Gemüseanbaus für den Eigenverzehr eingeführt. Zudem dehnen wir das *Nestlé Healthy Kids*-Programm auf ländliche Gegenden in Indonesien, den Philippinen und Kenia aus. Gemeinsam mit Solidaridad erhöhen wir durch Produktions- und Einkommensverbesserungen die Ernährungssicherheit von Bauern in Kenia und Äthiopien. Solidaridad schult Bauern in Ernährung, im Kaffeeanbau und in einkommenssteigernden Mischkulturen, während wir Schulungen und Unterstützung für Küchengärten entwickeln, um die Ernährung zu verbessern.

### Unser Ziel bis 2020

- Bis 2020: Verbesserung der Nahrungsmittelverfügbarkeit und -vielfalt in fünf prioritären Beschaffungsregionen, gemessen an der RDF-Ausgangssituation.





### Mitsprachemöglichkeit für Frauen in Côte d'Ivoire

Frauen spielen in den Gemeinschaften der Kakaoversorgungsketten oft eine untergeordnete Rolle und ihre Anliegen werden unzureichend berücksichtigt. Nestlé und die Fair Labor Association haben in den beiden Kakaobauerngemeinschaften Yaokouakoukro und Zaranou in Côte d'Ivoire Frauenforen eingerichtet. Diese geben Frauen mehr Mitsprache in der Gemeinschaft und die Gelegenheit, Probleme vorzubringen. 2016 unterstützten wir die neuen Foren mit Schulungen in effektiver Gesprächsführung und Beschwerdeverfahren und halfen zwei bestehenden Frauenverbänden bei der Verbesserung ihres internen Managements. Es wurden speziell auf die Teilnehmerinnen abgestimmte Schulungsmaterialien und -methoden wie Rollenspiele entwickelt. Das Projekt für mehr Mitsprache von Frauen in den Gemeinden geht 2017 weiter.

## Verantwortungsbewusste Beschaffung in unserer Versorgungskette und Tierschutz

Konsumenten und Anspruchsgruppen wollen zunehmend wissen, was in ihrer Nahrung steckt, woher sie kommt und wie sie hergestellt wird. Verantwortungsbewusste Beschaffung trägt zur nachhaltigen Zukunft unseres Geschäfts bei. Unsere Bemühungen um rückverfolgbare und verantwortungsbewusst beschaffte Rohstoffe konzentrieren sich auf zwölf wichtige Kategorien – die Rohstoffe, die wir in den grössten Mengen beziehen oder die am wichtigsten für unser Geschäft sind.

### Unsere Ziele für 2016

- Bis 2016: Lieferanten der Stufe 1: 50% des Volumens werden von geprüften, konformen Lieferanten bezogen.
- Bis 2016: Vorgelagerte Versorgungskette: 50% des Volumens unserer zwölf wichtigsten Rohstoffkategorien sind rückverfolgbar, 40% werden verantwortungsbewusst beschafft.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir bezogen 61% des Volumens von Nestlé-konformen Lieferanten. Wir haben unser Ziel von 51% rückverfolgbaren und 44% verantwortungsbewusst beschafften Rohstoffen in unseren wichtigsten Kategorien erreicht, wengleich der Fortschritt durch unterschiedliche Gegebenheiten in den Lieferketten variiert. 2016 kam Getreide aufgrund des grossen Einkaufsvolumens und seiner allgemeinen Bedeutung für unsere Kunden und das gesamte Produktportfolio als wichtige Kategorie hinzu. Wir haben mit Erhebungen in der Getreide-Versorgungskette begonnen, erste Ergebnisse werden 2017 erwartet.

### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2017: Lieferanten der Stufe 1: 60% des Volumens werden von geprüften, konformen Lieferanten bezogen.
- ⊕ Bis 2017: Vorgelagerte Versorgungskette: 60% des Volumens der wichtigsten Rohstoffkategorien sind rückverfolgbar, 50% werden verantwortungsbewusst beschafft.
- ⊕ Bis 2020: Lieferanten der Stufe 1: 80% des Volumens werden von geprüften, konformen Lieferanten bezogen.
- ⊕ Bis 2020: Vorgelagerte Versorgungskette: 80% des Volumens der wichtigsten Rohstoffkategorien sind rückverfolgbar, 70% werden verantwortungsbewusst beschafft.

## Ausweitung des *Nestlé Cocoa Plan*

Der *Nestlé Cocoa Plan* soll das Leben der Bauern und ihrer Gemeinschaften verbessern. Seine drei Schwerpunkte sind: besserer Anbau, besseres Leben, besserer Kakao. Wir schulen Bauern in besseren Anbaupraktiken, verteilen ertragreichere Kakaopflanzen, fördern die Geschlechtergleichstellung, bekämpfen Kinderarbeit und bauen langfristige Beziehungen zu Bauerngruppen auf.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Bezug von 130 000 Tonnen Kakao über den Plan und vollständige Umsetzung des Systems zur Überwachung und Unterbindung von Kinderarbeit (CLMRS) in allen Kooperativen des *Nestlé Cocoa Plan* in Côte d'Ivoire.

### Unser bisheriger Fortschritt

Mit dem Bezug von 140 933 Tonnen Kakao – 34% der Gesamtmenge – über den *Nestlé Cocoa Plan* übertrafen wir unser Ziel. Wir haben 2,2 Millionen neue Setzlinge verteilt und 57 000 Bauern geschult. Die Einführung des CLMRS ging weiter: Alle im September beim Plan registrierten 69 Kooperativen traten bis Ende 2016 dem CLMRS bei. Wir tragen Sorge, dass die wachsende Zahl unserer Kakaobauern durch das System abgedeckt ist. Das CLMRS wurde in Ghana lanciert und soll dort 2017 ausgeweitet werden. Wir treiben seinen Ausbau vor allem in Westafrika voran, wo die Gefahr der Kinderarbeit am grössten ist. Zudem bieten wir gemeinsam mit der Jacobs Foundation Alphabetisierungsprogramme für Bauern und ihre Gemeinschaften an und tragen zur Stärkung von Frauen bei, indem wir 1073 Frauen in Côte d'Ivoire beim Aufbau einkommensbildender Tätigkeiten unterstützen.

### Unsere Ziele bis 2020

- Bis 2017: Bezug von 150 000 Tonnen Kakao über den *Nestlé Cocoa Plan*. Alle Kooperativen in Côte d'Ivoire treten dem CLMRS binnen einem Jahr nach dem Beitritt zum Plan bei.
- Bis 2018: Bezug von 175 000 Tonnen Kakao über den *Nestlé Cocoa Plan*.
- ⊕ Bis 2020: Bezug von 230 000 Tonnen Kakao über den *Nestlé Cocoa Plan*.

## Kontinuierliche Verbesserung unserer Versorgungskette für Rohkaffee

Wir müssen auch künftig in der Lage sein, ausreichend hochwertigen Kaffee zu beziehen. Alternde oder kranke Baumbestände, sinkende Erträge, Preisschwankungen und Klimawandel bedrohen jedoch die Existenz der Kleinbauern und die Nachhaltigkeit der Branche. Über den *Nescafé Plan* und das *Nespresso AAA Sustainable Quality Program* von bieten wir Bauern daher neuen Marktzugang, krankheitsresistente Pflanzen und technischen Beistand.

### Unser bisheriger Fortschritt

2016 kaufte *Nescafé* 204 163 Tonnen Rohkaffee durch *Farmer Connect*, von denen 180 148 Tonnen dem 4C-Standard entsprachen; somit war das Einkaufsziel erfüllt. *Nespresso* bezog 74% ihres Kaffees über das *AAA-Programm*. Das Programm sichert *Nespresso* eine besondere Kaffeequalität, die sie alljährlich von denselben Bauern bezieht. Aufgrund anhaltender Dürre in Brasilien und Kolumbien (und einem dortigen Transportstreik) war die Verfügbarkeit von *AAA-Kaffee* 2016 jedoch begrenzt. *Nespresso* bezog daher Kaffee ausserhalb des *AAA-Programms*, jedoch nach denselben Kriterien. Zudem verteilten wir 2016 28,3 Millionen robustere, ertragreichere Kaffeesetzlinge; insgesamt wurden damit 129 Millionen verteilt.

### Unsere Ziele bis 2020

- Bis 2020: Bezug von 90 000 Tonnen Kaffee für *Nescafé*, der den Grundsätzen des Sustainable Agriculture Network entspricht.\*
- Bis 2020: Verbesserung der Qualität, Quantität und Nachhaltigkeit der Kaffeeversorgungskette von *Nescafé* durch die Verteilung von 220 Millionen Kaffeesetzlingen.
- Bis 2020: Bezug von 100% des Kaffees für das ständige Sortiment von *Nespresso* über das *AAA Sustainable Quality-Programm*, das die Beschaffung von Kaffee und das Leben der Bauern verbessern soll.

\* *Nescafé* wird dieses Ziel 2017 unter Einbezug des erzielten Fortschritts revidieren, um es auf den neuen Schwerpunkt der Verbesserung der Situation von Kaffeebauern, deren Gemeinschaften und Umwelt abzustimmen. Dies entspricht unseren Bemühungen um klar definierte, nachhaltige Verbesserungen in allen Kaffeeanbauregionen.

## Nutzen für Investoren

Der Aufbau von Milchdistrikten hat uns zum weltweit führenden Milchunternehmen gemacht. Das *AAA-Programm* von *Nespresso* ermöglicht uns eine klare kommerzielle Abgrenzung. Auch die *Nespresso-Liefervereinbarungen* heben uns von der Konkurrenz ab. Sie haben uns zum ersten Anbieter von kubanischem Kaffee in den USA gemacht. Unsere Aktivitäten im Rahmen des *Nescafé Plan* und des *Nestlé Cocoa Plan* haben diese Unternehmungen wirtschaftlich gestärkt. Konsumenten wollen zunehmend wissen, woher Erzeugnisse kommen. Die Rückverfolgbarkeit unserer Produkte gibt ihnen diese Gewissheit.

## Wasser

Wasser ist ein Menschenrecht. Unsere gesamte Wertschöpfungskette hängt davon ab: Mitarbeitende, Lieferanten, Kunden und Konsumenten brauchen ebenso Zugang zu sicherem, sauberem Wasser und Sanitärversorgung wie die Bauern, mit denen wir arbeiten, und die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. Wir sind dem verantwortungsbewussten Umgang mit dieser kostbaren Ressource verpflichtet und verbessern laufend die Art und Weise, wie wir Wasser entnehmen, verbrauchen und aufbereiten.



Unsere Fabrik für *Nescafé Dolce Gusto* in Montes Claros, Brasilien, nutzt die «Zero Water»-Technologie.



## Verbesserung der Wasser-effizienz und -nachhaltigkeit unserer Betriebe

Als Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness benötigen wir Wasser für unsere Aktivitäten und Produkte – zur Reinigung und Zubereitung von Rohstoffen ebenso wie zur Kühlung und Reinigung von Anlagen. Unser in Flaschen abgefülltes Wasser ermöglicht Konsumenten eine gesunde Flüssigkeitszufuhr. In den vergangenen Jahren haben wir klare Fortschritte erzielt, bemühen uns jedoch um noch mehr Nachhaltigkeit bei der Entnahme, beim Verbrauch und bei der Aufbereitung von Wasser.

### Unsere Ziele für 2016

- Bis 2016: Entwicklung von Initiativen zum Wassermanagement und Beginn der Implementierung an fünf Standorten, die höchste Priorität genießen.
- Bis 2016: Implementierung von Wassersparprojekten in sämtlichen Produktionsstätten, die höchste Priorität genießen.
- Bis 2016: Durchführung von 45 neuen Wasserressourcen-Prüfungen (WRR) in ausgewählten Produktionsstätten und an sämtlichen noch unbebauten Standorten.

### Unser bisheriger Fortschritt

Durch die Umsetzung von Programmen zur Reduktion der Wasserentnahme und zur Wasseraufbereitung sowie die Nutzung alternativer Wasserquellen wie Regenwasser konnten wir die Wasserentnahme pro Tonne Produkt seit 2010 um 25% senken. 2016 wurden CHF 31,6 Millionen für Wassersparprogramme bereitgestellt. Wir unterhalten in unseren Fabriken derzeit 516 Wassersparprojekte, die jährlich 3,7 Millionen m<sup>3</sup> Wasser sparen helfen. Das entspricht der Füllung von 1500 olympischen Schwimmbecken.

Unsere Wasserressourcen-Prüfungen (WRR) zeigen Risiken und Chancen auf und sind die Basis von Aktionsplänen für einen nachhaltigeren Wasserverbrauch. 2016 führten wir 22 neue WRR in mehreren Ländern durch, darunter Kuba, die USA, Vietnam und die Schweiz. Seit Einführung der WRR vor zehn Jahren haben wir mit weltweit 158 geprüften Fabriken unser Ziel

übertrafen: Nestlé Waters hat in 100% ihrer Anlagen WRR durchgeführt.

Wir aktualisieren jährlich die Liste unserer Fabriken höchster Priorität, die in Gegenden mit hohem Wasserstress liegen oder auf die ein erheblicher Anteil unserer jährlichen Wasserentnahme entfällt. 2016 wurden 24 Fabriken als höchste Priorität eingestuft und in 21 davon Wassersparprojekte implementiert.

2014 führten wir als erstes Unternehmen in unserer Fabrik in Jalisco, Mexiko, unsere «Zero Water»-Technologie ein. 2015 kam sie auch in Brasilien zum Einsatz, zunächst in Palmeira das Missões und dann in unserer Fabrik für Nescafé Dolce Gusto in Montes Claros. In vier weiteren brasilianischen Anlagen soll die «Zero Water»-Technologie bis 2018 implementiert werden.



### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Implementierung unserer detaillierten *Richtlinien zur Sorgfaltspflicht für das Menschenrecht auf Wasser und Sanitärversorgung* in sämtlichen Märkten von Nestlé und wichtigen landwirtschaftlichen Versorgungsketten.
- Bis 2020: Gesamtreduktion der direkten Wasserentnahme pro Tonne Produkt in allen Produktkategorien um 35% gegenüber 2010.
- ⊕ Bis 2020: Durchführung von 40 neuen Wasserressourcen-Prüfungen (WRR) in ausgewählten Produktionsstätten und an sämtlichen noch unbebauten Standorten.
- ⊕ Bis 2020: Umsetzung von zehn neuen Initiativen zum Wassermanagement an ausgewählten Standorten, mit Schwerpunkt auf unseren Fabriken höchster Priorität.

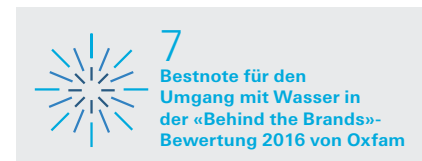
## Engagement für eine bessere Wasserpolitik und einen verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser

Wasser ist eine gemeinsame Ressource. Am besten können wir sie durch Zusammenarbeit mit allen Anspruchsgruppen schützen. Durch öffentlich wirksame Initiativen nehmen wir positiven Einfluss in globalen Wasserfragen.

### Unsere Ziele für 2016

- Bis 2016: Ausweitung der öffentlich-privaten Partnerschaft 2030 Water Resources Group auf zwei weitere Länder pro Jahr sowie Weiterentwicklung und Veröffentlichung des Global Catalogue on Good Practices.
- Bis 2016: Unterstützung des CEO Water Mandate-Leitfadens für Unternehmen zum Thema Menschenrecht auf Wasser und Sanitärversorgung und dessen Anwendung in unserem Sorgfaltspflichtprogramm für Wasser in ausgewählten Pilotmärkten.
- Bis 2016: Unterstützung des Weltwirtschaftsrats für nachhaltige Entwicklung (WBCSD) dabei, 50 Unterzeichner für den WASH-Pledge zu gewinnen.
- Bis 2016: Einführung des internationalen Umweltschutzstandards zum Thema Wasser der Alliance for Water Stewardship (AWS) durch Umsetzung an mindestens fünf Standorten.
- Bis 2016: Zusammenarbeit mit der Sustainable Agriculture Initiative Platform (SAI Platform) und dem Sustainable Food Lab (SFL) bei der Einführung einer Initiative zur Bewertung und Minderung von Wasserrisiken in mindestens einer Region, aus der wir Agrarrohstoffe beziehen.

### Unser bisheriger Fortschritt



Wir haben derzeit den Vorsitz in der 2030 Water Resources Group inne, einer gemeinsamen Initiative von öffentlichem und privatem Sektor und Zivilgesellschaft, die bis 2030 die Problematik von Angebot und Nachfrage in Gebieten mit Wasserstress angehen soll.

- Erreicht
- Noch nicht erreicht
- In Arbeit
- ⊕ Neues Ziel



Wir unterstützen die Verpflichtung des Weltwirtschaftsrates für nachhaltige Entwicklung (WBCSD), den Zugang aller Mitarbeitenden zu sauberem Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygiene (WASH) zu fördern. Zur Einhaltung des WASH-Pledge führen wir ständig Selbstevaluationen durch, ermitteln Lücken und beheben diese durch Massnahmenpläne. Bisher haben 43 Unternehmen den WASH-Pledge unterzeichnet. Dies sichert 2,5 Millionen Mitarbeitenden den Zugang zu Wasser und Sanitärversorgung. Derzeit sind die WASH-Kriterien am Arbeitsplatz von 2,5 Millionen Mitarbeitenden weltweit erfüllt. Wir haben den WBCSD auch dabei unterstützt, bis 2016 50 Unterzeichner für den Pledge zu gewinnen.

2016 war Nestlé zusammen mit 19 Unternehmen und Umweltorganisationen Gründungsmitglied der California Water Action Collaborative (CWAC). Die Anspruchsgruppen der Plattform arbeiten an Projekten zur Verbesserung der Wassersicherheit für Menschen, Unternehmen, Landwirtschaft und Natur in Kalifornien. Wir sind an zwei CWAC-Projekten zur Verbesserung der Wasserversorgung durch gross angelegte Restaurationen sowie an einer Kooperation beteiligt, die prüft, wie der private Sektor die nötigen Mess-, Management- und Stewardship-Aktivitäten unterstützen kann.

#### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2017: Unterstützung des World Resources Institute (WRI) bei der Entwicklung einer quelloffenen Bewertungsmethode zur Bestimmung der nachhaltigen Kosten von Wasser.
- ⊕ Bis 2020: Ausweitung der öffentlich-privaten Partnerschaft 2030 Water Resources Group auf ein weiteres Land pro Jahr.
- ⊕ Bis 2020: Aktive Unterstützung von lokalen Netzwerken des CEO Water Mandate in mindestens drei Märkten von Nestlé.
- ⊕ Bis 2020: Fortgesetzte Unterstützung des Standards der Alliance for Water Stewardship (AWS) durch Umsetzung an fünf neuen Standorten.
- ⊕ Bis 2020: Anwendung des «Farm and Catchment Level Assessment Tool» der Sustainable Agriculture Initiative Platform (SAI Platform) in mindestens fünf landwirtschaftlichen Beschaffungsregionen.



#### Engagement für eine nachhaltige Wasserversorgung in Kalifornien

Wir bemühen uns um einen verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser, nachhaltiges Wassermanagement und den Schutz von Wasser entlang unserer Wertschöpfungskette. Die Bekämpfung der Dürre in Kalifornien und die langfristige Nachhaltigkeit der Wasserressourcen sind für uns wichtige Anliegen. Als Mitglied der California Water Action Collaborative (CWAC) unterstützen wir Projekte, die durch kollektives Handeln die Wassersicherheit für Menschen, Unternehmen, Landwirtschaft und Natur in Kalifornien verbessern sollen. Nestlé Waters Nordamerika unterstützt Projekte in den drei Schwerpunktbereichen der CWAC: Rückführung von Wasser in den Kreislauf, Aufbau von Sozialkapital, um branchenübergreifend Vertrauen zu stärken, und Förderung von unternehmenseigenen Initiativen zum Wassermanagement gemäss dem California Water Action Plan.



## Wirksame Aufbereitung unseres Abwassers

Bevor es wiederverwendet oder in die Umwelt freigesetzt wird, behandeln wir das von uns verbrauchte Wasser mit den effizientesten Verfahren und Techniken. Wir verpflichten uns zur verantwortungsbewussten Aufbereitung des Abwassers unserer Betriebe und beachten strenge Qualitätsanforderungen für die Abwasserabführung. 2016 haben wir die anspruchsvollen Nestlé-Umweltschutzzvorgaben (NER) um neue Abwasserparameter verschärft.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Implementierung der neuen und verschärften Nestlé-Umweltschutzzvorgaben für die Wasserqualität und Abwasserabführung in allen Fabriken.

### Unser bisheriger Fortschritt

Bis Ende 2016 haben wir das Abwasser pro Tonne Produkt auf 1,4 m<sup>3</sup> pro Tonne reduziert und die durchschnittliche Abwasserqualität gegenüber 2015 auf 72 mg CSB (chemischer Sauerstoffbedarf) pro Liter verbessert. In den letzten zehn Jahren haben wir das Abwasser pro Tonne Produkt um 55% reduziert.

Alle unsere Fabriken verfügen über eigene Abwasseraufbereitungsanlagen oder sind mit einem örtlichen Klärwerk verbunden. Zur Einhaltung der NER investieren wir in unsere Anlagen. 2016 wendeten wir CHF 22,5 Millionen – bzw. CHF 107 Millionen seit 2010 – für effizienzsteigernde und wassersparende Massnahmen und optimierte Kläranlagen auf und verschärften die Aufbereitungsvorschriften.

Wir sind bestrebt, unsere Abfälle zu minimieren und anfallende Nebenprodukte zu verwerten; über 96% unserer Schlacke wird gesammelt oder wiederverwendet. Wir haben die Abwasserschulungen und -workshops in unseren Betrieben verbessert und ermitteln mit unseren Anspruchsgruppen Wege zum Schutz der Umwelt.



### Unser Ziel

- ⊕ Bis 2017: Überwachung der Implementierung der neuen und verschärften Nestlé-Umweltschutzzvorgaben für die Wasserqualität und Abwasserabführung in allen Fabriken.



## Verbesserung des Zugangs zu sauberem Trinkwasser in unserer Versorgungskette

Seit 2002 arbeiten wir zusammen mit der Internationalen Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften (IFRC) an der Verbesserung des Zugangs zu sauberem Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygiene in ländlichen Gemeinschaften entlang unserer Versorgungskette in Afrika. In Côte d'Ivoire haben wir in den Kakaoanbaugebieten Aktivitäten zur Verbesserung des Gesundheits- und Hygienebewusstseins gestartet: Überwachung und Verbesserung von Wasserqualität und -infrastruktur, Bereitstellung und Sanierung von sanitären Einrichtungen sowie Steigerung des Hygienebewusstseins in Dörfern und Schulen durch Sensibilisierungsprogramme. 2016 haben wir einen Plan zur Nachhaltigkeit der Projekte in Côte d'Ivoire entwickelt und die IFRC bei der Lancierung von WASH-Aktivitäten in Ghana unterstützt.



## Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, allen voran in der Landwirtschaft

Die grösste Möglichkeit zur Verbesserung des Wasserverbrauchs bietet sich in den landwirtschaftlichen Versorgungsketten. Agrartechnische Verbesserungen der einzelnen Betriebe führen zu echten Fortschritten bei Wasserverbrauch und Wassereinsparung.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir schulen Bauern insbesondere in Bezug auf Wasserverbrauch, Wasserqualität und Bodenfeuchtigkeit. Unsere F&E-Teams helfen bei der Auswahl und Vermehrung dürreresistenter Kakao- und Kaffeepflanzen. Im Rahmen der *Sustainable Agriculture Initiative at Nestlé (SAIN)* veranstalten wir regionale Workshops für Bauern zu wichtigen Wassermanagement-Themen wie Dürre- und Hochwasserresilienz, Aufbereitung von Abwasser und Bioabfällen und intensivierten Anbaumethoden. In Gebieten mit Wasserstress führen wir derzeit Aktionspläne zum Wassermanagement für Kaffee, Zucker, Milchprodukte, Reis und Getreide ein.

### Unser Ziel bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Implementierung aller Aktionspläne zum besseren Wassermanagement in unserer vorgelagerten Versorgungskette für Kaffee, Zucker, Milchprodukte und Getreide in Regionen, die höchste Priorität geniessen.

## Sensibilisierung für einen ressourcenschonenden Umgang mit Wasser und verbesserter Zugang zu Wasser und Sanitärversorgung in unserer Wertschöpfungskette

Wir verbessern zusammen mit Experten den Zugang zu Wasser und Sanitärversorgung entlang unserer Wertschöpfungskette. Im Rahmen von Aufklärungsinitiativen informieren wir Mitarbeitende, Gemeinschaften, Lieferanten und Konsumenten besser zum Thema Wasserschutz.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Zugang zu WASH-Projekten für 350 000 Menschen aus den lokalen Gemeinschaften im Umfeld unserer Produktionsstätten und in wichtigen landwirtschaftlichen Versorgungsketten.

### Unser bisheriger Fortschritt

Seit 2002 arbeiten wir zusammen mit der Internationalen Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften (IFRC) in Afrika am verbesserten Zugang ländlicher Gemeinschaften zu Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygiene.

2016 haben wir die vierte Phase der Aktivitäten in Côte d'Ivoire abgeschlossen und die IFRC bei der Lancierung von WASH-Aktivitäten in Ghana unterstützt. Das Ghana Sustainable Water, Sanitation and Hygiene Project (Gha-WASH) soll der ländlichen Bevölkerung in den Regionen Eastern und Ashanti bis 2017 den Zugang zu WASH ermöglichen. Bis zu 76 300 Menschen in Schulen und Gemeinschaften sollen Zugang zu Trinkwasser, Sanitärversorgung und Hygiene sowie zu Schulungen zur Wassersicherheit erhalten. Wir haben ausserdem eine neue Wasseranlage in Pakistan in Betrieb genommen.

### Unsere Ziele bis 2020

- Bis 2017: Umsetzung sämtlicher Korrekturmassnahmen im Zusammenhang mit der weltweiten Einführung des Instruments des WBCSD zur WASH-Selbstevaluation an allen Nestlé-Standorten.
- ⊕ Bis 2020: Zugang zu WASH-Projekten für 600 000 Menschen aus den lokalen Gemeinschaften im Umfeld unserer Produktionsstätten und in wichtigen landwirtschaftlichen Versorgungsketten.

## Nutzen für Investoren

Durch effizienteren Wasserverbrauch sparen wir Kosten. Die Investition in «Zero Water»-Fabriken beugt kostspieligen Umzügen vor. Der Schutz von Wasserressourcen sichert die Zukunft von Nestlé Waters und den anhaltenden Bezug von Rohstoffen zu wettbewerbsfähigen Preisen. Die WASH-Projekte wirken sich positiv auf die Gesundheit und das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden und Gemeinschaften aus, verringern die Zahl der Krankheitstage und steigern damit die Produktivität.

## Ökologische Nachhaltigkeit

Als namhaftes Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness kann Nestlé zu nachhaltigerem Konsum und zum Erhalt der Ressourcen für künftige Generationen beitragen. Wir verpflichten uns zu konkreten Zielen: Wir wollen nachhaltig bewirtschaftete, erneuerbare Quellen nutzen, unsere betriebliche Effizienz steigern, Abfall zur Entsorgung auf null reduzieren und zum Klimaschutz beitragen.

Dies war einmal eine Kaffeekapsel...  
Ihre *Nespresso*-Kapsel tritt recycelt  
ein neues Leben an.





## Vorreiterrolle im Umgang mit dem Klimawandel

Schon jetzt ist der Klimawandel im Nahrungsmittel- und Getränkesektor spürbar. Unsere Branche ist auf die nachhaltige Versorgung mit sicheren Rohstoffen angewiesen. Veränderte Wettermuster wirken sich darauf aus, wo und wie unsere Rohstoffe erzeugt werden, und beeinträchtigen die Ernährungssicherheit. Seit dem Pariser Abkommen 2016 ist die Reduktion des Treibhausgasausstosses (THG) ein globaler Imperativ. Wir verpflichten uns, unsere Emissionen entlang der Wertschöpfungskette weiter zu reduzieren, unsere Versorgungskette zu stärken und die Klimaresilienz der Bauern, mit denen wir arbeiten, zu steigern.

### Unsere Ziele für 2016

- ① Fortlaufend: Als Mitglied von RE100 wollen wir so rasch wie möglich unseren gesamten Strom aus erneuerbaren Quellen beziehen.
- Bis 2016: Verwendung von natürlichen Kühlmitteln in all unseren neuen Gefriertruhen, Gefrierschränken und Island Freezern für Speiseeis.
- Bis 2016: Ausweitung der Verwendung natürlicher Kühlmittel, die nicht zum Abbau der Ozonschicht beitragen und deren Klimaauswirkungen vernachlässigbar sind, in unseren industriellen Kühlsystemen.

### Unser bisheriger Fortschritt

In den letzten zehn Jahren haben wir erhebliche Fortschritte erzielt, indem wir unsere direkten THG-Emissionen pro Tonne Produkt um 39% reduziert und gleichzeitig unsere Produktion um 46% gesteigert haben. Mit einer Gesamtreduktion der THG-Emissionen (Scope 1 und 2) in unseren Betrieben pro Tonne Produkt in allen Produktkategorien um 22% gegenüber 2010 sind wir auf gutem Weg, unser wissenschaftlich fundiertes Ziel bis 2020 zu erreichen.

Möglich wurde dies durch Energieeinsparungen, bessere betriebliche Effizienz sowie den Umstieg auf sauberere Kraftstoffe und erneuerbare Energiequellen. 17% des gesamten Energieverbrauchs unserer Fabriken und 29,6% (8,1 Petajoule) des von uns bezogenen Stroms stammen aus erneuerbaren Quellen.

Für mehr Effizienz im Transport versuchen wir, unnötige Fahrten zu reduzieren und Leerfahrten zu vermeiden. Zahlreiche lokale Vertriebsnetze haben wir neu

konzipiert. Gegenüber 2014 haben wir die THG-Emissionen im Vertrieb 2015\* um 2,7% gesenkt. Dies entspricht 6600 Millionen Tonnen TGH oder den jährlichen Emissionen von 1400 Pkw. Damit nähern wir uns unserem Ziel weiter an. In unseren Lagern versuchen wir, den Energieverbrauch weiter zu verringern, indem wir Beleuchtung, Heizung, Kühlung, Isolierung und interne Bewegungen verbessern.

Wir steigen schrittweise aus der Verwendung synthetischer Kühlmittel wie HFC aus, die ein hohes Treibhauspotenzial haben und zum Abbau der Ozonschicht beitragen. Seit 1992 haben wir CHF 299 Millionen investiert, um sie in unseren industriellen Kühlsystemen durch natürliche Alternativen zu ersetzen. Wir haben die Verwendung natürlicher Kühlmittel ausgeweitet und 47 neue Kühlsysteme installiert. Mit der Aufnahme in die Climate-A-Liste von CDP und mit beeindruckenden 100 Punkten und Rang 1 in der Kategorie «Umwelt und Klimawandel» des Dow Jones Sustainability Index 2016 werden wir als globaler Vorreiter im Umgang mit dem Klimawandel gewürdigt.

### Unsere Ziele bis 2020

- ① Bis 2020: Verwendung von natürlichen Kühlmitteln in allen neuen, markeneigenen Kaltgetränkeautomaten von Nestlé Professional.
- ① Bis 2020: Gesamtreduktion der THG-Emissionen (Scope 1 und 2) in unseren Betrieben pro Tonne Produkt in allen Produktkategorien um 35% gegenüber 2010.
- ① Bis 2020: Reduktion der THG-Emissionen im Vertrieb um 10% gegenüber 2014.
- ① Bis 2020: Reduktion der THG-Emissionen in unseren 100 grössten Lagern um 10% gegenüber 2014.
- ⊕ Bis 2020: Ausweitung der Verwendung natürlicher Kühlmittel, die nicht zum Abbau der Ozonschicht beitragen und deren Klimaauswirkungen vernachlässigbar sind, in unseren industriellen Kühlsystemen.

\* Basierend auf den jüngsten vorliegenden Zahlen. Die Zahlen für 2016 werden nächstes Jahr veröffentlicht.

## Förderung von Transparenz und proaktivem, langfristigem Engagement in der Klimapolitik

Wir sind überzeugt, dass Nestlé in der Lage ist, sich als Vorreiter im Klimawandel zu behaupten. Wir wollen den Fortbestand unseres Unternehmens und unserer Versorgungskette sichern und gleichzeitig die Erde schützen. Gemeinsam mit unseren Anspruchsgruppen suchen wir nach Lösungen für ökologische Herausforderungen, die der Klimawandel verstärkt.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Bereitstellung klimarelevanter Daten im Rahmen unserer jährlichen Berichterstattung, gemäss dem Rahmenwerk für die Berichterstattung von klimarelevanten Daten des Climate Disclosure Standards Board.

### Unser bisheriger Fortschritt

Der Klimawandel ist eine globale Herausforderung, die einer gemeinsamen Antwort bedarf. Nestlé beteiligt sich in vorderster Linie aktiv an einer Reihe übergreifender Initiativen, die im Einklang mit unseren ausdrücklichen Verpflichtungen stehen und unseren Respekt für die Gesellschaft, die Umwelt und künftige Generationen widerspiegeln.

Wir haben unser Ziel erreicht: Unsere jährliche Berichterstattung entspricht dem Rahmenwerk für die Berichterstattung von klimarelevanten Daten.

2016 schlossen wir uns der Feed the Future Initiative for Climate Smart Cocoa an, die Kleinbauern im Kakaoanbau in Ghana und Côte d'Ivoire hilft, sich durch geeignete Anbaumethoden klimawandelbedingten Veränderungen anzupassen.

Wir werden unsere Massnahmen auch künftig auf die sechs Klimaschutzinitiativen des CDP abstimmen (THG-Reduktionsziele, Strom aus erneuerbaren Quellen, Schutz der Wälder, Information über klimarelevante Daten, Engagement in der Klimapolitik und Kohlenstoffpreise).

Nach sorgfältiger Abwägung haben wir die Einführung des «Guide for Responsible Corporate Engagement in Climate Policy» in unser Ziel bis 2020 aufgenommen.

### Unser Ziel bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Einführung des «Guide for Responsible Corporate Engagement in Climate Policy» von CDP, UN Global Compact, Ceres, The Climate Group, World Wide Fund for Nature (WWF) und World Resources Institute (WRI).



## Reduzierung von Nahrungsmittelverlusten und -verschwendung sowie Abfall

Laut der Welternährungsorganisation wird weltweit ein Drittel der für den menschlichen Verzehr bestimmten Nahrungsmittel verschwendet. Dies entspricht 24% des im Anbau genutzten Wassers und 8% des vom Menschen verursachten THG-Ausstosses und kostet Konsumenten, Bauern und Unternehmen bis zu CHF 950 Milliarden jährlich. Im Rahmen unserer Verpflichtung zur Reduzierung von Nahrungsmittelverlusten und -verschwendung sowie Abfall trat unser CEO Paul Bulcke 2016 Champions 12.3 bei, einem Bündnis aus Regierungs- und Unternehmensvertretern sowie NGOs, das sich für eine Halbierung der Nahrungsmittelverschwendung bis 2030 engagiert. Damit wollen wir die Kreislaufwirtschaft fördern, unsere Versorgung mit landwirtschaftlichen Rohstoffen sichern und positiven Einfluss auf die Gesellschaft nehmen. Unter unserer Leitung hat sich das Consumer Goods Forum (CGF) dazu verpflichtet, die Nahrungsmittelverschwendung seiner Mitgliedsunternehmen bis 2025 zu halbieren, fünf Jahre früher als nach UN SDG 12.3.

### Unser bisheriger Fortschritt

Unter Leitung des WRI haben wir zur Entwicklung des Food Loss and Waste Accounting and Reporting Standard beigetragen, der im Juni 2016 am Global Green Growth Forum eingeführt wurde. Wir haben den Standard in unserer Versorgungskette für Milchprodukte in Pakistan getestet und am ersten Nachhaltigkeitsgipfel des CGF mit dem WRI im Oktober 2016 mit einer Schulung dafür geworben.

Der Fokus unserer Massnahmen zur Abfallvermeidung liegt auf betrieblicher Effizienz, Qualität und Produktivität, um auf Anhieb mit weniger Ressourcen mehr zu produzieren. Ende 2016 produzierten 182 unserer Fabriken (39%) keinerlei Abfall zur Entsorgung. Seit 2006 reduzierten wir unseren Abfall zur Entsorgung um 77% (105 000 Tonnen) und der Abfall zur Entsorgung pro Tonne Produkt ging um 82% zurück.

### Unsere Ziele bis 2020

- Fortlaufend: Als Mitglied von Champions 12.3 wollen wir Nahrungsmittelverschwendung bis 2030 halbieren.
- Bis 2020: Unsere Standorte produzieren keinerlei Abfall zur Entsorgung.
- ⊕ Bis 2020: Aufklärung der Konsumenten über die Mindesthaltbarkeitskennzeichnung, um Nahrungsmittelverschwendung beim Konsumenten vorzubeugen.



### Recycling statt Entsorgung

In unserer Nescafé-Fabrik in Orbe, Schweiz, wird Abfall in Energie umgewandelt, indem Kaffeesatz verbrannt und damit Dampf erzeugt wird. Der Dampf kommt bei Herstellungsprozessen wie der Extraktion und Evaporation zum Einsatz und macht die Anlage unabhängiger vom Erdgas. Mittlerweile nutzen 22 der Fabriken von Nestlé in aller Welt Kaffeesatz als regenerativen Brennstoff.

● Erreicht  
 ◐ In Arbeit

◐ Noch nicht erreicht  
 ⊕ Neues Ziel



## Verbesserung der Umweltbilanz unserer Verpackungen

Verpackungen sind unabdingbar, um Nahrungsmittelverschwendung vorzubeugen, hohe Qualitätsstandards zu garantieren und die Konsumenten zu informieren. Recycling und neue Verwendungen stellen wichtige Fortschritte dar. Wir wollen durch Ecodesign und eine bessere Abfallbewirtschaftung die Kreislaufwirtschaft fördern und die Meere schützen. Anhand von Lebenszyklusanalysen wollen wir zudem die Umweltbilanz unserer Verpackungen verbessern.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir verwenden die geringstmögliche Verpackungsmenge. Durch einen effizienten Ecodesignprozess haben wir unser Ziel für die Optimierung unserer Verpackungen bis 2017 schon jetzt fast erreicht und 2016 22 525 Tonnen Verpackungsmaterial im Wert von CHF 43,3 Millionen eingespart. Dies entspricht 430 893 Tonnen CO<sub>2</sub>eq oder den jährlichen Emissionen von 91 679 Pkw. Unser Ziel von 2017 bis 2020 haben wir angepasst und ausgeweitet.

Im Einklang mit unserer *Richtlinie zur ökologischen Nachhaltigkeit* werden wir unsere Verpackungen weiter optimieren, ihre Umweltbilanz verbessern und die transportbedingte Umweltbelastung verringern. Derzeit besteht 34,9% unseres Verpackungsmaterials aus nachwachsenden Rohstoffen. Abfall kann nur dort wiederverwertet werden, wo es die entsprechenden Infrastrukturen gibt. Wir werden uns des Themas annehmen und Initiativen vorantreiben, welche die Bewirtschaftung von Abfall verbessern und damit zum Schutz der Meere beitragen. Auf Verpackungsetiketten werben wir für das Recycling von Kunststoffen und anderen Materialien.

### Unsere Ziele bis 2020

- ① Bis 2017: Fortführung der systematischen Analyse und Optimierung unserer Verpackungen, um von 2015 bis 2017 mindestens 100 000 Tonnen Verpackungsmaterial einzusparen.
- ⊕ Bis 2020: Fortführung der systematischen Analyse und Optimierung unserer Verpackungen, um von 2015 bis 2020 mindestens 140 000 Tonnen Verpackungsmaterial einzusparen.
- ⊕ Bis 2020: Bildung von Allianzen mit relevanten Anspruchsgruppen, um die Verpackungsabfallbewirtschaftung und die Verschmutzung der Meere in zehn wichtigen Ländern anzugehen.

## Bewertung und Reduzierung der Umweltauswirkungen unserer Produkte

Wir bewerten und verbessern unsere Produkte von der Entwicklung bis zum Lebensende und kennen ihre gesamten Umweltauswirkungen. Lebenszyklusanalysen (LZA) helfen uns, Wasser und natürliche Ressourcen verantwortungsbewusst und effizient zu nutzen, die Artenvielfalt zu schützen, Schadstoffemissionen zu verringern, uns dem Klimawandel anzupassen und Abfall zu vermeiden.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir haben das Ecodesign-Tool EcodEX in unserer gesamten F&E-Organisation eingeführt, damit Produktentwicklungsteams Umweltauswirkungen schneller und früher im Designprozess bewerten können. Die Ergebnisse dieser LZA fliessen in Nachhaltigkeitsprofile der einzelnen Kategorien ein, die Aufschluss geben über besonders umweltrelevante Bereiche (Hotspots) und Verbesserungsmassnahmen entlang der Wertschöpfungskette. Ende 2016 haben wir mithilfe der Ecodesign-Tools 6641 Projekte und 19 297 Szenarien geprüft und für 19 Kategorien Nachhaltigkeitsprofile erstellt.

Gemeinsam mit externen Organisationen entwickeln wir die Datenbank von EcodEX vor allem für Rohstoffe weiter. 2016 wurden 50 neue Datensätze in EcodEX erfasst. Intern suchen die Experten unseres Netzwerks Sustainability by Design nach Möglichkeiten, Nachhaltigkeit schon bei der Produktentwicklung zu berücksichtigen.

Wir unterstützen die Pilotinitiative zum «Product Environmental Footprint» der EU (EU PEF) und beteiligen uns an deren Lenkungsausschuss sowie an drei Pilotprojekten für abgefülltes Wasser, Kaffee und Tiernahrung. Wir unterstützen den Aufbau der «World Food Life Cycle Assessment Database», die den branchenweiten Zugriff auf robuste und verlässliche Daten ermöglichen soll, und begrüßen ihre Aufnahme in EU-PEF-konforme Studien.

### Unsere Ziele bis 2020

- ① Bis 2017: Identifikation oder Aktualisierung und Arbeit an Nachhaltigkeits-Hotspots in 15 Produktkategorien.
- ① Bis 2017: Ausweitung des Umfangs der in EcodEX verwendeten Datenbank zu Agrarrohstoffen.
- ⊕ Bis 2020: Identifikation oder Aktualisierung und Arbeit an Nachhaltigkeits-Hotspots in 20 Produktkategorien.



## Optimierung des Verpackungsdesigns

Verpackungsdesign trägt über den Lebenszyklus eines Produkts erheblich zu dessen Umweltbilanz bei. Zu viel Verpackung kann überflüssigen Abfall verursachen, zu wenig kann zur Beschädigung oder Verunreinigung von Produkten und damit zu Nahrungsmittelverschwendung führen. Das richtige Gleichgewicht zu finden ist gar nicht so einfach – und doch der Mühe wert. Wir erforschen auch, ob sich die Umweltbilanz durch den Einsatz innovativer Materialien weiter verbessern lässt.

## Aussagekräftige und akkurate Umweltinformation und Dialog

Wer Zugang zu klaren, relevanten und wissenschaftlich fundierten Informationen hat, lässt sich leichter zu nachhaltigem Verhalten bewegen. Wir wollen Menschen zu mehr Nachhaltigkeit anregen und nehmen sie bei Themen wie Recycling sowie Energie- und Ressourcenverbrauch in die Pflicht.

### Unser bisheriger Fortschritt

Dank unserer Lebenszyklusanalysen kennen wir die Umweltauswirkungen unserer Produkte. Wir nutzen die Ergebnisse der Analysen zur Information von Konsumenten und interessierten Anspruchsgruppen. Wir empfehlen beispielsweise, wie sie Nahrungsmittelverschwendung vorbeugen und Verpackungen wiederverwenden, dem Recycling zuführen oder entsorgen können. Viele unserer Produkte informieren über Zutaten, Produktionsverfahren und die Einhaltung von Standards wie unserer *Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung* – und damit über ihre Umweltverträglichkeit.

Nestlé steht im Dialog mit internen und externen Anspruchsgruppen, um sicherzugehen, dass die von uns gelieferten wissenschaftlich fundierten Informationen relevant sind. 2016 stellten wir Konsumenten und interessierten Anspruchsgruppen in 131 Ländern Informationen auf Verpackungen, Marken-Websites und der Website unseres Unternehmens bereit. In 50 Ländern lassen sich über QR-Codes auf Verpackungen per Smartphone benutzerfreundliche Inhalte auf mobilen Websites aufrufen.

### Unser Ziel bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Verbesserung der Verfügbarkeit faktenbasierter Umweltinformationen für Konsumenten, sowohl digital wie über andere Kanäle.

## Erhalt von Naturkapital und Wäldern

Wir anerkennen, dass unser langfristiger Erfolg abhängig ist vom Naturkapital – insbesondere von Wald, Land, Boden und Wasser. Wir sind bestrebt, beim Ausbau unseres Geschäfts und unserer Betriebe die natürlichen Lebensgrundlagen zu schützen. Wir wollen sie verantwortungsvoll nutzen, Wasservorkommen bewahren, die Abholzungsrate bis 2020 auf null senken, eine nachhaltige Bodenbewirtschaftung fördern und zum Schutz der Artenvielfalt beitragen.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: 40% des Volumens unserer zwölf wichtigsten Rohstoffkategorien werden nach den Anforderungen unserer *Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung* geprüft und erfüllen diese bzw. es sind entsprechende Verbesserungsmaßnahmen im Gang.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir setzen die Einführung unserer *Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung* in den Versorgungsketten unserer zwölf wichtigsten Rohstoffkategorien fort. In kritischen Kategorien wie Palmöl, Soja sowie Zellstoff und Papier setzen wir uns proaktiv für den Schutz der Wälder ein. Gemeinsam mit unseren Lieferanten kontrollieren wir deren Versorgungsketten, bewerten ihre Leistung und unterstützen sie bei Verbesserungsmaßnahmen. Weitere Kategorien wie Fleisch, Milchprodukte, Getreide, Kakao und Kaffee können je nach Bezugsregion eigene Fragen aufwerfen, die wir entsprechend angehen. Als Mitglied der Natural Capital Coalition hat Nestlé 2016 in ihrem Unternehmen *Nespresso* das «Natural Capital Protocol» getestet. Es unterstützt Organisationen bei der Bewertung ihrer Auswirkungen auf die Natur und ihrer Abhängigkeit von der Natur.

### Unser Ziel bis 2020

- ⊕ Bis 2020: 70% des Volumens unserer zwölf wichtigsten Rohstoffkategorien werden nach den Anforderungen unserer *Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung* geprüft und erfüllen diese bzw. es sind entsprechende Verbesserungsmaßnahmen im Gang.

## Nutzen für Investoren

Unser Engagement auf dem Gebiet der ökologischen Nachhaltigkeit wird dem zunehmenden Wunsch von Konsumenten und vor allem Millennials nach nachhaltigeren Produkten gerecht und kann dadurch zusätzliche Erträge generieren. Es geht aber auch mit Kosteneinsparungen einher – durch eine verbesserte Ressourceneffizienz bei der Verwertung von Rohstoffen und Verpackungsmaterial, einen geringeren Energie- und Wasserverbrauch und die Vermeidung von Verschwendung. Um die Nachfrage der Konsumenten auch künftig decken zu können, investieren wir im Rahmen unserer Rohstoffbeschaffung in die Klimaanpassung und den Klimaschutz.



## Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance

Mit 328 221 Mitarbeitenden und Betrieben in 119 Ländern steht Nestlé für Diversität. Unsere Werte sind in Respekt verankert – für uns selbst, für andere, für Diversität und für die Zukunft. Gute Arbeitsbedingungen, Sicherheit und Gesundheit sowie Motivation unserer Mitarbeitenden sind unsere wichtigsten Prioritäten. Dasselbe gilt für die Respektierung und Förderung der Menschenrechte in unseren Wertschöpfungsketten und die Einhaltung höchster ethischer Standards.



Suleman Bariso, ein im Rahmen der Initiative *Nestlé hilft* eingestellter junger Flüchtling aus Äthiopien, bei der Arbeit in der Fabrik für Säuglingsnahrung in Biessenhofen, Deutschland.



## Prüfung und Förderung der Menschenrechtsverträglichkeit unserer Aktivitäten

Die Respektierung der Menschenrechte gehört zu den wichtigsten Anliegen unseres Unternehmens. Wir prüfen und beurteilen fortwährend die Menschenrechtsrisiken unserer Aktivitäten und sind bemüht, negative Auswirkungen auf die Rechte von Mitarbeitenden, Geschäftspartnern und Mitgliedern unserer Wertschöpfungskette zu verhindern und zu thematisieren. Im Rahmen unseres Sorgfaltpflichtprogramms für Menschenrechte ermitteln und bewältigen wir kritische Menschenrechtsthemen – d. h. Menschenrechte, bei denen die Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten und -beziehungen am negativsten ausfallen drohen – und berichten durch den UNGP-Berichtsrahmen über unseren Fortschritt.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Entwicklung von Aktionsplänen und Zielen für alle als kritisch erachteten Menschenrechtsrisiken.

### Unser bisheriger Fortschritt



Die Arbeit an unserem Ziel für 2015, alle unsere Mitarbeitenden in FTSE4Good-Problemländern zu schulen und zu erfassen, ging weiter. Nach Annahme des Berichtsrahmens der UN-Leitprinzipien (UNGP) für Unternehmen und Menschenrechte entwickelten wir für sieben der elf kritischen Themen Aktionspläne und Ziele. 2016 fand in Ägypten eine weitere Menschenrechtsverträglichkeitsprüfung statt.

Wir konzentrierten uns weiterhin auf die Bekämpfung der Kinderarbeit, wobei wir vermehrtes Gewicht auf die Ermittlung und Bekämpfung der Ursachen legten.

In diesem Jahr haben wir unseren Aktionsplan für Meeresfrüchte aus Thailand eingeführt, der verschiedene Massnahmen zum Schutz von Arbeitnehmern vor Missbrauch in der Versorgungskette einschliesst. Die Zusammenarbeit mit der

thailändischen Regierung und anderen wichtigen Anspruchsgruppen zu diesem Thema geht weiter.

In Reaktion auf den britischen «Modern Slavery Act 2015» erstellte Nestlé Grossbritannien einen ausführlichen Bericht zum Thema moderne Sklaverei und Menschenhandel. Dieser beleuchtete unsere Mechanismen und Massnahmen zur Bekämpfung der Sklaverei und aller Formen menschlicher Arbeitsausbeutung in unseren Versorgungsketten.

2016 arbeiteten wir weiter an unserem Ziel für 2015, in allen FTSE4Good-Problemländern, in denen wir tätig sind, Menschenrechtsrichtlinien einzuführen und die Mitarbeitenden zur Minimierung der Menschenrechtsrisiken in unseren Betrieben zu schulen. Insgesamt fanden damit bisher in 12 von 13 dieser Länder Menschenrechtsverträglichkeitsprüfungen statt.

### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2017: Verstärkte Verankerung von Menschenrechten in bestehenden Standards, Prüfprotokollen und Sorgfaltpflichtverfahren, besonders in unseren eigenen Anlagen (einschliesslich Green- und Brown-Field-Projekten) und örtlichen Gemeinschaften, bei Geschäftspartnern (einschliesslich örtlichen Händlern), Herstellungspartnern, Joint Ventures usw. sowie bei Fusionen und Übernahmen.
- Ⓛ Bis 2018: Durchführung von sechs weiteren Menschenrechtsverträglichkeitsprüfungen in Ländern, in denen wir wichtige geschäftliche Aktivitäten betreiben.
- ⊕ Bis 2019: Schaffung einer funktionierenden Führungsstruktur in allen Ländergesellschaften zur Behandlung von Risiken und Chancen im Bereich Menschenrechte.
- ⊕ Bis 2020: Schulung aller Nestlé-Mitarbeitenden in Menschenrechten.

## Verbesserung des Auskommens von Arbeitern und Kinderschutz in unserer landwirtschaftlichen Versorgungskette

Nestlé will das Auskommen von Arbeitern in der Versorgungskette verbessern und ihre Rechte schützen. Im Bereich Arbeitsrechte gibt es eine Reihe kritischer Themen. Wir entwickeln Aktionspläne, um die Ursachen der Probleme zu ermitteln und zu beheben. Der Schutz von Kindern geniesst bei Nestlé höchste Priorität. Unser System zur Überwachung und Unterbindung von Kinderarbeit (CLMRS) trägt massgeblich zur Bekämpfung der Kinderarbeit und zur Unterstützung der Kinder von Bauern und Arbeitern bei.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Entwicklung einer Roadmap für Arbeitsrechte in landwirtschaftlichen Versorgungsketten zusammen mit externen Partnern, Thematisierung kritischer Arbeitsrechtsfragen (z. B. Kinderarbeit, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Zwangsarbeit, Gesundheit und Sicherheit, existenzsichernde Löhne, Unterbringung von Arbeitern und Befriedigung von Grundbedürfnissen, Arbeitszeit) für alle wichtigen Rohstoffe in den Bezugsländern.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir haben die Einführung unseres CLMRS in der Kakaoversorgungskette in Côte d'Ivoire fortgeführt. 2016 wurde das CLMRS auf 29 weitere Kooperativen ausgeweitet; damit nehmen jetzt 69 Kooperativen teil. Wir werden die erzielten Fortschritte im Laufe des Jahres genau verfolgen und 2017 einen umfassenden Bericht über die wichtigsten Erkenntnisse und Lernpunkte zur Kinderarbeit vorlegen. 2016 wurde das System auch auf Ghana ausgeweitet.

Neue Untersuchungen zur Kinderarbeit wurden in der Zucker- und Meeresfrüchte-Versorgungskette angestellt. In der Getreideversorgungskette haben wir zudem ein Programm zur Prüfung von Betrieben gestartet; die Ergebnisse werden nächstes Jahr vorliegen.

Es wurde eine Zunahme der bei der Haselnussernte beschäftigten Kinder beobachtet; Grund ist möglicherweise die steigende Zahl syrischer Flüchtlinge in der Türkei. Kinder wurden aus den Arbeitsverhältnissen befreit und in die Schulen eingegliedert. Mit Schlüsselpartnern suchen wir weiter nach Lösungen.

In unserer Versorgungskette für Vanille in Madagaskar arbeiten wir mit einem zwei-

- Erreicht
- Noch nicht erreicht
- Ⓛ In Arbeit
- ⊕ Neues Ziel



ten Lieferanten, Mané, an der Beseitigung der Kinderarbeit vor Ort.

Welche Auswirkungen Migration auf die Kinderarbeit hat, zeigte sich 2016 besonders deutlich an der starken Zunahme von Wanderarbeitern aus Syrien und dem südlichen Afrika. Die Beleuchtung der Mechanismen bei der Rekrutierung von Arbeitern aus diesen und anderen Ländern hilft uns, die Ursachen der Kinderarbeit besser zu verstehen.

Die Untersuchungen zeigten auch, dass das Audit-System nicht mehr zur Ursachenbekämpfung ausreicht. Gemeinsam mit der Fair Labor Association (FLA) arbeiten wir jetzt an neuen Arbeitsweisen für eine wirksamere Behebung der Ursachen.



#### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2017: Erstellung einer Roadmap mit klaren Prioritäten für alle kritischen Arbeitsrechtsfragen.
- ⊕ Bis 2018: Beginn der Berichterstattung über die Zahl der Arbeiter in landwirtschaftlichen Versorgungsketten, die von Interventionen zu ausgewählten kritischen Arbeitsrechtsfragen profitiert haben.
- ⊕ Bis 2020: Beginn der Berichterstattung über die Zahl der Arbeiter in landwirtschaftlichen Versorgungsketten, die von Interventionen zu allen kritischen Arbeitsrechtsfragen profitiert haben.

## Förderung einer unternehmensweiten Integritätskultur

Diese Verpflichtung ersetzt und stärkt unsere frühere Verpflichtung zur Bekämpfung von Bestechung und Korruption.

Nestlé stellt sich entschieden gegen Bestechung und Korruption und duldet keine solchen Praktiken in ihren Betrieben. Unsere Haltung zu diesen Fragen ist in unserem *Code of Business Conduct* klar dargelegt. Unser Antikorruptionsprogramm wird in allen Märkten und Geschäftsbereichen eingeführt; durch ein E-Learning zu Compliance wissen alle Mitarbeitenden, was von ihnen erwartet wird.

#### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Einführung von Verfahren zur lokalen Umsetzung einer Antikorruptionspolitik in Märkten und Geschäftsbereichen mit besonderem Bedarf.

#### Unser bisheriger Fortschritt

2016 entwickelten wir Antikorruptionsrichtlinien in unseren Märkten, um die lokale Umsetzbarkeit von unternehmensweiten Initiativen zu gewährleisten. Alle Ländergesellschaften wurden gebeten, ihre bestehenden Richtlinien zu überprüfen bzw. zu verschärfen. Bis Ende 2016 stellten 33 Märkte einen entsprechenden Verbesserungsbedarf fest und erliessen strengere Richtlinien, um unsere Ziele zu erfüllen.

Mitarbeitende in Ländern oder Positionen mit entsprechendem Risiko oder Bedarf werden entsprechend geschult. 2016 absolvierten 36524 Mitarbeitende Antikorruptionsschulungen.

Unser CARE-Programm beurteilt durch unabhängige Prüfungen die Einhaltung von Menschenrechten und Arbeitspraktiken sowie von Standards zu geschäftlicher Integrität, Gesundheit und Sicherheit, ökologischer Nachhaltigkeit und Gefahrenabwehr. 2016 wurden bei 235 CARE-Prüfungen 130 Schwachstellen mit Handlungsbedarf festgestellt. 60 davon wurden behoben, die restlichen sind in Bearbeitung.



#### Unsere Ziele bis 2020

- Bis 2017: Mitarbeitende mit Computern absolvieren das 2015 gestartete E-Learning-Programm zu Compliance. Die Märkte bestätigen die Umsetzung wichtiger unternehmensweiter Compliance-Massnahmen; Verbesserungsbeispiele sind definiert.
- ⊕ Bis 2018: Die Märkte lancieren einen Compliance-Kommunikationsplan zur Stärkung des «Tone at the Top» und zur Förderung der Meldung von Missständen. Stärkung der Menschenrechte in CARE-Prüfungen und Festlegung von Zeitplänen für Nestlé-Standorte mit dem neuen Protokoll.
- ⊕ Bis 2019: Die Märkte machen Compliance verstärkt zur Führungsverantwortung, basierend auf einem unternehmensweiten Toolkit zur Schulung von Führungskräften in geschäftlicher Integrität.
- ⊕ Bis 2020: Proaktive Prüfung unserer Compliance-Aktivitäten und -Richtlinien angesichts der Entwicklung des Produktportfolios.

## Gewährleistung eines zertifizierten Sicherheits- und Gesundheitsschutz-Managementsystems für alle unsere Mitarbeitenden

Nestlé arbeitet mit Nachdruck an einer Kultur, in der Sicherheit und Gesundheit höchste Priorität haben; arbeitsbedingte Verletzungen und Erkrankungen sollen auf null gesenkt werden. Dank unserer Safety & Health Roadmap sind wir auf gutem Weg dorthin.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Solide, nach OHSAS 18001:2007 zertifizierte Sicherheits- und Gesundheitsschutz-Managementsysteme für alle Mitarbeitenden zur Gewährleistung von einheitlichem Sicherheits- und Gesundheitsschutz in allen Geschäftsbereichen.

### Unser bisheriger Fortschritt



2016 wurde unsere Safety & Health Roadmap aktualisiert. Die obersten Prioritäten bis 2018 lauten:

- Einbezug aller Beteiligten
- Management wichtiger Risiken
- Engagement für Nutrition, Gesundheit und Wellness
- Managementprozesse

Die Roadmap ist die Grundlage für die Planung der entsprechenden Aktivitäten.

Ende 2016 bestanden für 79% der Mitarbeitenden (ausgenommen Mitarbeitende von Nestlé Skin Health) nach BS OHSAS 18001 zertifizierte Sicherheits- und Gesundheitsschutz-Managementsysteme. Unser Human Resources Team unterstützt mit «Safety and Health beyond Operations» eine Initiative zur Verbesserung der Compliance in Vertrieb und Verwaltung. Schulungsprogramme für Führungskräfte sollen die Fähigkeiten auf Führungsebene stärken. Die zunehmende Einführung des Nestlé-Rahmenwerks für Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden in den Ländergesellschaften fördert Struktur und Fokus bestehender Massnahmen, «Best Practices» und die Ausrichtung künftiger Entwicklungen.

## Ausgewogeneres Geschlechterverhältnis unserer Mitarbeitenden und Förderung von Frauen entlang der Wertschöpfungskette

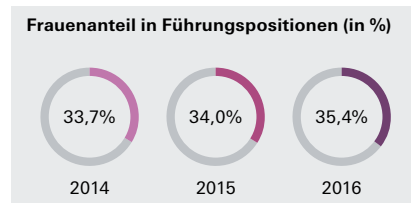
Wir erachten die Vielfalt in unserem Unternehmen und unserer Versorgungskette als echtes Plus. Besonders am Herzen liegen uns ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis und die Stärkung von Frauen. Unsere Initiative zur Förderung eines ausgewogeneren Geschlechterverhältnisses zielt insbesondere auf Führungskräfte und Managementteams ab. Initiativen in unseren Lieferketten geben Frauen mehr Mitsprache und wirtschaftliche Unabhängigkeit.

### Unser bisheriger Fortschritt

Wir sind auf gutem Weg, unsere Ziele zu erreichen. 2016 lancierten wir unser Rahmenwerk für Diversität und Inklusion, das den wirtschaftlichen Nutzen einer Strategie aufzeigt, die Innovation, Gesellschaft und Kultur fördert. Das Rahmenwerk deckt alle Diversitätsaspekte ab. Hauptthema bleibt die Geschlechterparität, aber auch die Inklusion von Behinderten, generationsübergreifendes Arbeiten und Multikulturalität werden angesprochen.

Bis Ende 2016 haben 3779 Mitarbeitende aus allen Bereichen im Rahmen verschiedener Programme der Ländergesellschaften Schulungen zur Sensibilisierung für Vorurteile absolviert. Wir führten 2016 in 25 Kooperativen in unserer Kakaoversorgungskette Gender-Trainings durch; 36% der Kooperativen sind jetzt entsprechend geschult. Zudem richteten wir in Côte d'Ivoire zwei Frauenforen ein, die 175 Frauen mehr Mitsprache in ihren Gemeinschaften geben.

Wir haben auch weltweit an Veranstaltungen zum Internationalen Frauentag teilgenommen.



### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2017: Gewährleistung, dass unsere Schulungsprogramme zur Unterstützung der Bauern «Agripreneurship» fördern und Männern, Frauen, jungen Menschen und Landarbeitern gleichermaßen zugänglich sind.
- ⊕ Bis 2018: Schaffung der Bedingungen, um den Frauenanteil unter Führungskräften und im oberen Management (Geschäftsleitungsmitglieder in Märkten und Schlüsselrollen am Konzernsitz) jährlich zu steigern und ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis zu erreichen.
- ⊕ Bis 2020: Verbesserung des Auskommens von Frauen in fünf vorrangigen Beschaffungsregionen.



### Fahrsicherheitstrainings

Im Interesse der Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden hat Nestlé Pakistan in Zusammenarbeit mit der National Highways and Motorway Police (NH&MP) in der Nähe von Sheikhpura erstmals ein Institut für Fahrsicherheitstraining gegründet. Bisher wurden dort 15 500 Fahrer geschult, darunter mehr als 4100 Fahrer von Nestlé. Die Initiative kommt nicht nur den Fahrern zugute, sie leistet auch einen positiven gesellschaftlichen Beitrag zugunsten ihrer Familien und den Gemeinschaften, in denen sie leben.

### Wirksame Beschwerdemechanismen für Mitarbeitende und Anspruchsgruppen

Dies ersetzt unsere frühere Verpflichtung, dass alle Mitarbeitenden und Anspruchsgruppen mögliche Compliance-Verstösse einfach melden können.

Wir sind einer starken Compliance-Kultur gemäss den *Nestlé-Unternehmensgrundsätzen* verpflichtet. Durch interne Berichterstattung und externe Prüfungen gewährleisten wir die Einhaltung dieser Prinzipien. Mitarbeitende, Lieferanten und Anspruchsgruppen werden ermutigt, als unangemessen oder illegal erachtetes Vorgehen und Verhalten zu melden. Wir gehen allen Klagen unparteiisch nach und verbieten Vergeltungsmassnahmen. Verstösse werden sofort unterbunden und geeignete Gegenmassnahmen eingeleitet.

#### Unsere Ziele für 2016

- Bis 2016: Förderung der Kenntnis der bestehenden vertraulichen Berichtswege innerhalb des Unternehmens.
- Bis 2016: Ausweitung der Kommunikation über «Tell Us» auf Lieferanten und nachgelagerte Geschäftspartner sowie auf 20 weitere Länder einer zweiten Phase.

#### Unser bisheriger Fortschritt

Das Nestlé Integrity Reporting System ermöglicht es Mitarbeitenden, rechtswidriges und nicht konformes Verhalten zu melden und diesbezüglich Rat und Informationen einzuholen. Das System wurde in allen Märkten von Nestlé eingeführt und kommuniziert. Die Gesamtzahl der Meldungen und die Themen der Verstösse werden in der vollständigen Version dieses Berichts offengelegt.

Über «Tell Us» können Anspruchsgruppen mögliche Verstösse gegen die *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* oder geltende Gesetze melden. Das System steht 7748 Lieferanten offen.

2016 enthielten lokale Unternehmens-Websites in 35 weiteren Nestlé-Ländern einen «Tell Us»-Link.

#### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2017: Hinweis auf «Tell Us» auf den Länder-Websites von Nestlé, soweit rechtlich zulässig. Unternehmensweite Einführung von «Best Practices» für die Handhabung, Prüfung und Untersuchung von Compliance-Beschwerden, die in den Ländern über entsprechende Mechanismen eingehen.
- ⊕ Bis 2018: Ursachenanalyse ausgewählter Compliance-Fälle durch die Märkte mit vom Hauptsitz bereitgestellten Tools.
- ⊕ Bis 2019: Prüfung der Effektivität des Beschwerdesystems mit internen und externen Anspruchsgruppen, um Verbesserungsmöglichkeiten zu ermitteln.
- ⊕ Bis 2020: Implementierung von Verbesserungen des Beschwerdesystems in Pilotmärkten.



## Einführung der *Global Youth Initiative* in allen unseren Betrieben

Laut der Internationalen Arbeitsorganisation sind weltweit rund 13,1% aller jungen Menschen arbeitslos – ein Umstand, der zur weltweiten Armut beiträgt. Als wichtiger Arbeitgeber können wir hier direkt und durch unsere Vertragspartner etwas bewirken.

### Unser Ziel für 2016

- Bis 2016: Beschäftigungschancen für 10 000 Mitarbeitende und 10 000 Trainee- oder Ausbildungsplätze für Menschen unter 30 Jahren in Europa, um die Arbeitslosigkeit in dieser Altersgruppe zu bekämpfen (insgesamt seit 2014).

### Unser bisheriger Fortschritt

Von 2014 bis 2016 haben wir jungen Menschen europaweit 20 517 Arbeitsplätze und 12 385 Trainee- oder Ausbildungsplätze angeboten. Allein 2016 boten wir jungen Menschen 6 778 Fest- oder Temporärstellen und 4 206 Trainee- oder Ausbildungsplätze an. Rund 200 Unternehmen beteiligten sich an der von Nestlé initiierten «Alliance for YOUth», die über 62 000 jungen Europäern zu Arbeits- oder Lehrstellen verholfen hat.

Von 2015 bis 2016 wurden jungen Menschen unter 30 Jahren in Nord- und Südamerika 16 185 Arbeitsplätze und 7 601 Trainee- oder Ausbildungsplätze angeboten.

2016 lief die Initiative auch im Nahen Osten, Afrika, Asien und Ozeanien an. Damit kann Nestlé ab 2017 eine globale Verpflichtung eingehen, die alle drei Zonen umfasst.

### Unsere Ziele bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Die *Global Youth Initiative* von Nestlé verpflichtet sich zu Folgendem:
  - 45 000 bis 50 000 Trainee- oder Ausbildungsplätze
  - Fortgesetztes weltweites Angebot von Veranstaltungen zur Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit bei Erhöhung der Zahl der involvierten Mitarbeitenden
  - Verstärkte Zusammenarbeit mit externen Partnern, um diese zu Beteiligung und mehr Einflussnahme zu animieren
  - Jährlich 25 000 bis 30 000 Arbeits- und Ausbildungsplätze für Menschen unter 30 Jahren



### Schulung der nächsten Generation

Unsere Mitarbeitenden stehen für uns im Mittelpunkt. Zusätzlich zur Schulung unserer Mitarbeitenden wollen wir im Rahmen unserer *Global Youth Initiative* mit Weiterbildungsangeboten, Ausbildungsplätzen sowie Initiativen zur Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit zum Abbau der Jugendarbeitslosigkeit beitragen. Mit dem Angebot von Arbeits- und Lehrstellen bieten wir jungen Menschen einen Weg aus der Armut und sichern Nestlé den Zustrom neuer kompetenter Kräfte. Die hohe Jugendarbeitslosigkeit gibt weiterhin weltweit Anlass zur Sorge. Im Rahmen der *Global Youth Initiative* verpflichtet sich Nestlé verbindlich zum Angebot von Trainee- und Ausbildungsplätzen, Arbeitsplätzen sowie Veranstaltungen und Kooperationen, in denen junge Menschen die erforderliche Berufspraxis für einen erfolgreichen Einstieg in die Arbeitswelt erwerben können.



## Schulung zu Unternehmensgrundsätzen, Nutrition und ökologischer Nachhaltigkeit

Wir wollen durch Schulungen dazu beitragen, dass unsere Mitarbeitenden sich gesund und ausgewogen ernähren, sich beruflich weiterentwickeln sowie zu unseren Umwelt- und Unternehmenszielen beitragen. Schulungen zu den *Nestlé-Unternehmensgrundsätzen* sorgen auch für vermehrte Wertschätzung des Nestlé-Geschäftsmodells.

### Unsere Ziele für 2016

- Bis 2016: Das Nutrition Quotient (NQ)-Schulungsprogramm ist Bestandteil des Orientierungsprogramms für neue Mitarbeitende an allen unseren Standorten.
- Bis 2016: Umweltschulungen in allen Ländern.

### Unser bisheriger Fortschritt

Seit Ende 2016 ist das NQ-Schulungsprogramm in 92% unserer Ländergesellschaften in das Orientierungsprogramm für neue Mitarbeitende integriert. Unser Ziel ist damit fast erreicht. Die Umsetzung in den übrigen Ländergesellschaften wird bis Ende des ersten Quartals 2017 erfolgen.

In 95% der Länder, in denen wir tätig sind, fanden Umweltschulungen statt. Insgesamt absolvierten 5611 Mitarbeitende das E-Learning-Programm. In Guatemala, dem Nahen Osten, Nicaragua, Panama, Spanien, der Schweiz und Thailand fanden Führungskräfte-Workshops zum Thema Ökologische Nachhaltigkeit statt.

### Unsere Ziele bis 2020

- Bis 2017: Aufnahme der *Nestlé-Unternehmensgrundsätze* in sämtliche Schulungen an unserem internationalen Schulungszentrum und Bereitstellung eines E-Learning-Programms für alle Mitarbeitenden.
- ⊕ Bis 2020: Schulung zu ökologischer Nachhaltigkeit in allen Ländern und weitere Stärkung des Umweltbewusstseins der Mitarbeitenden.

## Förderung gesunder Arbeitsbedingungen und der Gesundheit unserer Mitarbeitenden

Eine bessere Lebensqualität und eine gesündere Zukunft beginnen mit der Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden. Wir wollen ihnen fundierte Entscheidungen in Bezug auf ihre Gesundheit ermöglichen. Unser Engagement für Nutrition, Gesundheit und Wellness ist eine strategische Priorität unserer Safety & Health Roadmap 2016–18 und unterstützt die Umsetzung des Nestlé-Rahmenwerks für Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden.

Wir haben uns seit jeher für die Gesundheit und das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden engagiert; jetzt bringen wir dieses langfristige Ziel durch eine öffentliche Verpflichtung zum Ausdruck. 2016 haben wir Möglichkeiten zur Beurteilung der Gesundheitsrisiken unserer Mitarbeitenden und effektive Ansätze zu ihrer Behebung untersucht.

Wir möchten unsere Mitarbeitenden ermutigen, sich näher über diese Themen zu informieren, um ihre Ernährung, Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu verbessern. Durch Mitteilungen, Kampagnen und Veranstaltungen werden wir über die Vorteile eines gesunden Lebensstils, über Nahrungsmittel, den Nutzen von Sport und andere gesundheitsfördernde Aktivitäten aufklären. Wir werden wichtige Kennzahlen verfolgen und eine Methodik zur Berichterstattung über die erzielten Fortschritte entwickeln.

Zur Unterstützung der Märkte wurde eine Plattform für den globalen Erfahrungsaustausch lanciert. Sie wird über Gesundheits- und Wellness-Initiativen informieren, die Länder stärker in das Rahmenwerk für Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden einbinden und ein System zur gegenseitigen Unterstützung unserer Märkte schaffen.

### Unser Ziel bis 2020

- ⊕ Bis 2020: Bereitstellung von Aufklärung, Früherkennung und Programmen zur Förderung eines gesunden Lebensstils der Mitarbeitenden.

## Nutzen für Investoren

Unsere Aktivitäten helfen uns, gesetzliche Regelungen zu antizipieren, Kosten zu sparen und unseren Ertrag zu steigern, da sich Konsumenten zunehmend Produkte wünschen, in deren Versorgungskette die Menschenrechte respektiert werden. Unser Unternehmen profitiert von der Gewinnung und Bindung talentierter Mitarbeitender durch Initiativen wie die *Nestlé Global Youth Initiative*. Ein guter Ruf für Mitarbeiterschulung und -entwicklung macht es uns leichter, Talente zu rekrutieren und zu halten.

# Themen von besonderer Relevanz

Um Themen Priorität einzuräumen, die für unsere Anspruchsgruppen und unser Unternehmen besonders wichtig sind, bewerten wir alle zwei Jahre erneut deren Relevanz. Im Folgenden erläutern wir unser Vorgehen und die Ergebnisse der jüngsten Analyse.

## Die Relevanzanalyse

Gemeinsam mit der unabhängigen Beraterfirma Sustainability, einem Thinktank für unternehmerische Nachhaltigkeit, ermitteln wir in einer strukturierten Relevanzanalyse, welche Themen für unser Unternehmen und unsere Anspruchsgruppen besonders wichtig sind. Die Zusammenarbeit unterstützt unsere Berichterstattung und strategische Entscheidungsfindung. Ergebnis der eingehenden Beratungen ist eine Aufstellung und Bewertung von zentralen Anliegen in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Governance. Welche Risiken und Chancen gehen damit für den Ruf, die Erträge und die Kosten von Nestlé einher?

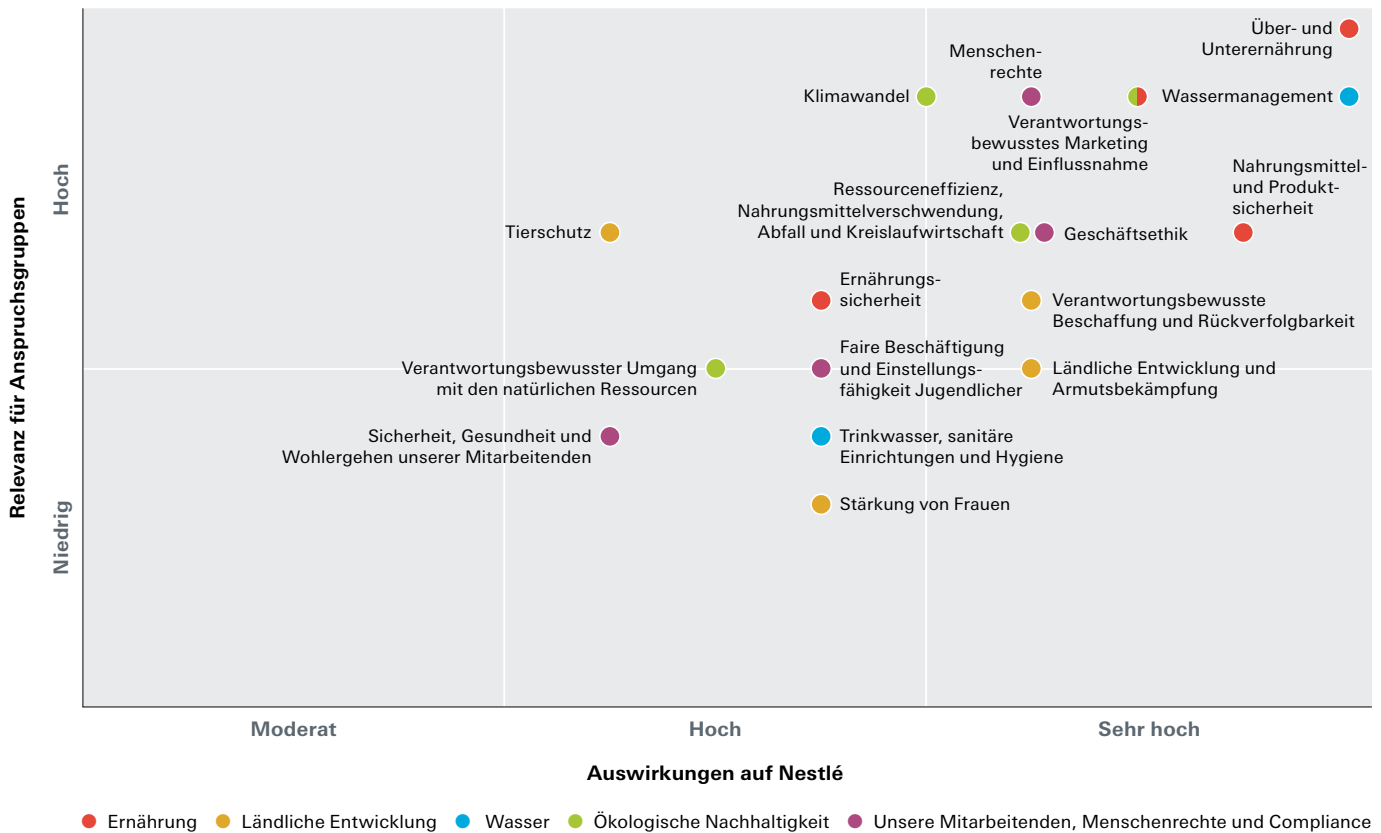
Die 2016 von Sustainability vorgenommene Analyse umfasste folgende vier Schritte:

- Ermittlung der Themen
- Auswirkungen auf unser Unternehmen
- Stellenwert für unsere Anspruchsgruppen
- Prüfung und Validierung

In der folgenden Matrix (siehe unten) sind die Themen nach ihrer Bedeutung für unsere Anspruchsgruppen und ihren potenziellen Auswirkungen auf unser Unternehmen geordnet. Das Ergebnis ist eine Zusammenfassung der Themen, die für unser Geschäft besonders relevant sind. Diese Themen sollten nicht isoliert betrachtet werden. Sie hängen überwiegend zusammen und können zu Zielkonflikten führen.

Weitere Einzelheiten zu unserer Relevanzanalyse enthält unser vollständiger Online-Bericht (auf Englisch).

## Nestlé Relevanzanalyse 2016



**Wir haben die 17 Themen von besonderer Relevanz unseren fünf Schwerpunktbereichen der Gemeinsamen Wertschöpfung zugeordnet. Die jeweiligen Unterthemen werden im vollständigen Online-Bericht ausführlicher behandelt.**

---

## **Nutrition, Gesundheit und Wellness**

### **Ernährungssicherheit**

Beitrag zur Bereitstellung von ausreichend sicherer, nährstoffreicher und erschwinglicher Nahrung.

### **Über- und Unterernährung**

Lebenslange Unterstützung von optimaler Ernährung, von Gesundheit und Wohlbefinden. Beitrag zur Bekämpfung von Über- und Unterernährung, damit zusammenhängendem Mikronährstoffmangel, Krankheiten wie Übergewicht und Adipositas und nicht übertragbaren Krankheiten (NCD) durch einen Umbau des Portfolios, Produkt- und Service-Entwicklung und -Renovation sowie Popularly Positioned Products.

### **Nahrungsmittel- und Produktsicherheit**

Gewährleistung der Qualität der Produkte und Verhinderung von Gesundheitsrisiken im Zusammenhang mit deren Nutzung, Konsum, Handhabung, Zubereitung und Lagerung innerhalb der Wertschöpfungskette.

### **Verantwortungsbewusstes Marketing und Einflussnahme**

Zielgruppengerechtes Marketing und Förderung eines Konsumentenverhaltens, das Gesundheit und Umwelt zugutekommt.

---

## **Ländliche Entwicklung**

### **Ländliche Entwicklung und Armutsbekämpfung**

Direkte und indirekte Förderung der wirtschaftlichen Tätigkeit und Verbesserung des Auskommens von Landarbeitern in der Versorgungskette, um zur Nachhaltigkeit der landwirtschaftlichen Gemeinschaften und zur Armutsbekämpfung beizutragen.

### **Verantwortungsbewusste Beschaffung und Rückverfolgbarkeit**

Gewährleistung, dass wichtige Rohstoffe verantwortungsbewusst angebaut und verarbeitet werden und wenn möglich bis zum Herkunftsort zurückverfolgt werden können.

### **Tierschutz**

Schutz des Tierwohls in der Versorgungskette und Förderung von Gesundheit und Wohlergehen von Nutztieren.

### **Stärkung von Frauen**

Stärkung von Frauen für eine volle gesellschaftliche und wirtschaftliche Teilhabe entlang der Wertschöpfungskette.

---

## **Wasser**

### **Wassermanagement**

Umsetzung von Massnahmen, durch Nestlé oder mit anderen Akteuren, die für die nachhaltige Bewirtschaftung gemeinsamer Wasserressourcen erforderlich sind.

### **Trinkwasser, sanitäre Einrichtungen und Hygiene**

Verbesserung des Zugangs zu Trinkwasser und Sanitärversorgung sowie Einrichtungen, welche die persönliche Hygiene gewährleisten, entlang unserer Wertschöpfungskette.

---

## **Ökologische Nachhaltigkeit**

### **Verantwortungsbewusster Umgang mit den natürlichen Ressourcen**

Identifikation und Erhalt von natürlichen Ressourcen und Ökosystemleistungen.

### **Klimawandel**

Reduzierung des Treibhausgasausstosses und Beitrag zur Verringerung von und Anpassung an die negativen Auswirkungen des Klimawandels.

### **Ressourceneffizienz, Nahrungsmittelverschwendung, Abfall und Kreislaufwirtschaft**

Reduzierung des direkten und indirekten Ressourcenverbrauchs, Abfallvermeidung und Optimierung von Möglichkeiten zur Sammlung, Wiederverwendung, Wiederaufbereitung und Beseitigung von Neben- und Abfallprodukten.

---

## **Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance**

### **Faire Beschäftigung und Einstellungsfähigkeit Jugendlicher**

Entwicklung des Humankapitals von Nestlé, einschliesslich der Pflege guter Beziehungen zu unseren Arbeitenden, der Förderung guter Arbeitsbedingungen und der Beschäftigung junger Menschen.

### **Sicherheit, Gesundheit und Wohlergehen unserer Mitarbeitenden**

Ziel einer Unfallrate von null, Förderung von sicheren und gesunden Verhaltensweisen der Mitarbeitenden sowie Befähigung der Mitarbeitenden zu fundierten Entscheidungen für einen gesunden Lebensstil.

### **Menschenrechte**

Achtung der Menschenrechte bei unseren Geschäftsaktivitäten und in unseren Betrieben und Versorgungsketten.

### **Geschäftsethik**

Wahrung ethischer Standards im Unternehmen und am Arbeitsplatz.



# Einbindung unserer Anspruchsgruppen

Es ist uns ein zentrales Anliegen, unsere Anspruchsgruppen bei den Themen Gesundheit, Gesellschaft und Umwelt einzubeziehen und mit ihnen zusammenzuarbeiten. Wir holen uns den Beistand der besten Experten und Berater – bei der Weiterentwicklung unserer Richtlinien und Verpflichtungen, dem Ausbau unseres Geschäfts und unserem gesellschaftlichen Engagement.

## Unser Ansatz

Unser Netzwerk an Anspruchsgruppen reicht von regelmässigen Kontakten aus unserem täglichen Geschäft bis zu Personen in öffentlichen Ämtern, die Einfluss auf unsere Tätigkeit haben. Es umfasst Mitarbeitende, Konsumenten und Lieferanten, Gemeinschaften, Regierungen und Nichtregierungsorganisationen, Aktionäre, Branchen- und Handelsverbände sowie Hochschulen.

Unsere jährliche Tagung mit Anspruchsgruppen und das Forum für Gemeinsame Wertschöpfung bieten die Chance, den Dialog mit diesen Akteuren zu verstärken und unser Verständnis für wichtige gesellschaftliche Fragen zu vertiefen. Dies befähigt unsere Mitarbeitenden, ermöglicht kollektives Handeln und fördert Vertrauen und gegenseitigen Respekt. Das Gremium «Nestlé in der Gesellschaft» informiert die Geschäftsleitung über die Ergebnisse.

Weitere Einzelheiten sind in unserem vollständigen Online-Bericht unter [www.nestle.com/csv/what-is-csv/stakeholder-engagement](http://www.nestle.com/csv/what-is-csv/stakeholder-engagement) aufgeführt (auf Englisch).

## Tagungen mit Anspruchsgruppen

Unsere Tagungen mit Anspruchsgruppen werden von externen Experten ausgerichtet und liefern uns unabhängige Meinungen und Feedback. Hauptthemen sind unsere Wertschöpfungskette und Bereiche, die Nestlé Gelegenheit zur Gemeinsamen Wertschöpfung bieten.

An unserer Tagung mit Anspruchsgruppen am 30. und 31. März 2016 in Genf in der Schweiz nahmen 64 Vertreter von NGOs, Hochschulen, Regierungen und internationalen Organisationen teil. Sie sprachen mit Nestlé-CEO Paul Bulcke und 18 Mitarbeitenden von Nestlé über die Verpflichtungen und Leistungen von Nestlé auf dem Gebiet der Gemeinsamen Wertschöpfung und erörterten die Rolle von Nestlé als Initiator gemeinsamen Handelns zugunsten der Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDG) der Vereinten Nationen.

## Forum für Gemeinsame Wertschöpfung 2016

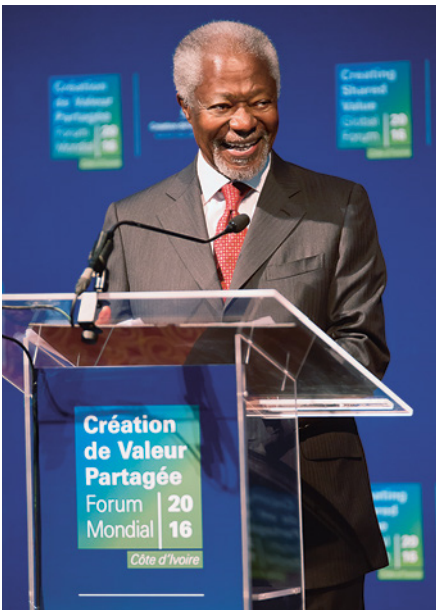
Das im Zweijahresturnus stattfindende Forum für Gemeinsame Wertschöpfung ist eine eintägige Veranstaltung, die zum Nachdenken über die Rolle der Wirtschaft bei der Bewältigung grosser sozioökonomischer Herausforderungen vor dem Hintergrund von Rohstoffknappheit und Klimawandel anregen will.

2016 fand das Forum unter dem Titel «Investitionen in nachhaltige Entwicklung in Afrika» am 21. Juni in Abidjan, Côte d'Ivoire, statt. Führende Vertreter aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Regierungskreisen kamen zusammen, um afrikaspezifische Fragen zu diskutieren. Anwesend waren unter anderem Daniel Kablan Duncan, Premier-, Wirtschafts- und Finanzminister der Republik Côte d'Ivoire, sowie weitere Minister.

Auch renommierte Experten wie der ehemalige UNO-Generalsekretär Kofi Annan und Professor Michael Porter von der Harvard Business School beteiligten sich an den Diskussionen zu Themen wie dem Aufbau stärkerer Wirtschaften und Gemeinschaften, Gesundheit und Ernährungssicherheit, erhöhter Widerstandsfähigkeit der Bauern und Wegen zu integrativem, nachhaltigen Wirtschaftswachstum.



Nestlé-CEO Paul Bulcke mit den Gewinnern des CSV-Preises 2016 von Agro-Hub aus Kamerun. Die Organisation unterstützt Maniok-Kleinbauern beim Zugang zu den Märkten.



Der ehemalige Generalsekretär der Vereinten Nationen Kofi Annan, Vorsitzender der Kofi Annan Foundation, hielt die Keynote-Rede zum Aufbau stärkerer Wirtschaften und Gemeinschaften in Afrika.

## Gemeinsame Wertschöpfung bei Nestlé – von den Anfängen bis heute

### 2006

Nestlé veröffentlicht das Nestlé-Konzept der sozialen Verantwortung und seine Umsetzung in Lateinamerika. Der Bericht weist eine dreigliedrige Struktur auf: Agrarrohstoffe, Produktion und Management, Produkte und Konsumenten.

### 2007

Nestlé benennt ihre drei Schwerpunktbereiche der Gemeinsamen Wertschöpfung: Ernährung, Wasser und ländliche Entwicklung.

### 2008

Im ersten *Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung* (2007) wird die Pyramide der Gemeinsamen Wertschöpfung eingeführt – eine grafische Darstellung von Gemeinsamer Wertschöpfung, Nachhaltigkeit und Compliance.

### 2009

Bei den Vereinten Nationen in New York findet das erste Forum für Gemeinsame Wertschöpfung statt.

### 2010

Nestlé veröffentlicht den zweiten globalen *Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung* (2009). In London findet das zweite Forum für Gemeinsame Wertschöpfung statt. Der erste Nestlé-Preis für Gemeinsame Wertschöpfung geht an iDE Cambodia.

### 2011

Der *Bericht 2010 zur Gemeinsamen Wertschöpfung und ländlichen Entwicklung* erscheint. Drittes Forum für Gemeinsame Wertschöpfung in Washington DC. Der Bericht entspricht den Anforderungen der Global Reporting Initiative (GRI).

### 2012

Der *Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung 2011 – Die Bewältigung der globalen Wasserproblematik* erscheint als Kurzbericht. Der vollständige Online-Bericht entspricht dem GRI-Niveau A+. Viertes Forum für Gemeinsame Wertschöpfung in Indien. Der Nestlé-Preis für Gemeinsame Wertschöpfung geht an Fundación Paraguaya.

### 2013

Der Bericht *Nestlé in der Gesellschaft: Gemeinsame Wertschöpfung und unsere sozialen Verpflichtungen 2012* hat den Schwerpunkt Ernährung. Er enthält erstmals Verpflichtungen für die Zukunft. Das fünfte Forum für Gemeinsame Wertschöpfung wird in Partnerschaft mit der Interamerikanischen Entwicklungsbank in Kolumbien ausgerichtet.

### 2014

Nestlé veröffentlicht den Bericht *Nestlé in der Gesellschaft 2013*. Gemeinsam mit der Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung richtet Nestlé in der Schweiz das sechste Forum für Gemeinsame Wertschöpfung aus. Der Preis für Gemeinsame Wertschöpfung geht an Honey Care Africa.

### 2015

Der Bericht *Nestlé in der Gesellschaft 2014* informiert über unseren Fortschritt im Zusammenhang mit unseren öffentlichen Verpflichtungen.

### 2016

Um die Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDG) zu unterstützen, führt Nestlé drei übergeordnete Zielsetzungen bis 2030 ein. Die Mehrzahl unserer 42 Verpflichtungen ist auf 2020 ausgerichtet. Das siebte Forum für Gemeinsame Wertschöpfung wird in Abidjan, Côte d'Ivoire, ausgerichtet. Der Preis für Gemeinsame Wertschöpfung geht an Agro-Hub.

# Empfehlungen der Anspruchsgruppen

Im Folgenden beziehen wir Position zu einigen der wichtigsten Empfehlungen der Teilnehmer des Treffens 2016 in Genf. Die vollständige Liste ist in der Online-Version dieses Berichts einsehbar. Wir berücksichtigen das Feedback auch bei der Ermittlung unserer Themen von besonderer Relevanz.

---

## Kohärentes Portfolio

Die Teilnehmer betonten die Notwendigkeit der Kohärenz des Portfolios, der Programme und der Positionen von Nestlé hinsichtlich Ernährung und Gesundheit. Ebenfalls wichtig finden sie länderübergreifend einheitliche Nährwertprofile von Produkten.

### → Unsere Antwort

Wir haben unsere Verpflichtungen im Zusammenhang mit Ernährungsprodukten neu formuliert und verschärft.

---

## Muttermilchersatzprodukte in die Zukunft führen

Nestlé solle eine Führungsrolle einnehmen und sich branchenweit für bessere Standards einsetzen, um Muttermilchersatzprodukte in eine neue Zukunft zu führen. Für eine glaubwürdige und erfolgreiche Umsetzung ihrer Nutrition-Strategie müsse Nestlé branchenweit eine führende Position einnehmen.

### → Unsere Antwort

Wir haben unsere Verpflichtung im Zusammenhang mit Muttermilchersatzprodukten dahingehend verschärft.

---

## Einbindung der Investoren, um den Mehrwert der Gemeinsamen Wertschöpfung zu nutzen

Der durch die Gemeinsame Wertschöpfung geschaffene langfristige Mehrwert stösst zunehmend auf Interesse bei den Investoren. Mit dem Nachweis, dass Gemeinsame Wertschöpfung finanziellen Mehrwert schafft, wird Nestlé handlungsfähiger. Die Teilnehmer verwiesen auf Möglichkeiten, Investoren in die Verbesserung branchenweiter Standards einzubinden.

### → Unsere Antwort

Unsere Berichterstattung 2016 geht aktiv auf den Nutzen der Gemeinsamen Wertschöpfung für Investoren ein.

---

## Entwicklung einer langfristigen Vision, um unser kurzfristiges Handeln auszurichten

Aufforderung zur Entwicklung einer langfristigen, die SDG einschliessenden Vision als Richtschnur für Umfang und Ausrichtung der aktuellen Aktivitäten zur Gemeinsamen Wertschöpfung von Nestlé und ihren Partnern.

### → Unsere Antwort

Wir haben unseren Unternehmenssinn neu formuliert und um verschärfte Verpflichtungen sowie übergeordnete Ziele bis 2030 ergänzt.

---

## Suche nach Überschneidungen mit den Zielen für Nachhaltige Entwicklung (SDG)

Suche nach Überschneidungen zwischen den SDG und unseren Verpflichtungen (z. B. bei den Bemühungen von Nestlé zugunsten von Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden und SDG 12 für nachhaltige Konsummuster), um auf die SDG hinzuwirken.

### → Unsere Antwort

Wir haben unsere öffentlichen Verpflichtungen anhand der SDG überprüft und uns entsprechende Ziele gesetzt.

---

## Verknüpfung der Themen Ernährung, Umwelt und Soziales

Nestlé solle in ihrem Portfolio und bei ihren Geschäftsentscheidungen berücksichtigen, dass Ernährung, ökologische Auswirkungen und soziale Aspekte unvermeidlich zusammenhängen.

### → Unsere Antwort

Wir verfolgen bei sämtlichen Entscheidungen hinsichtlich Betrieben, Geschäftstätigkeit, Produkten und Dienstleistungen einen ganzheitlichen Ansatz. 2016 testeten wir das «Natural Capital Protocol», um besser zu verstehen, wie wichtige Marken wie *Nespresso* von der Natur abhängig sind.

---

## Ziele für Wasser höher stecken

Nestlé solle die Wasserproblematik innovativer und fokussierter angehen, z. B. mit Zielsetzungen für einen besseren Zugang zu Trinkwasser und eine verantwortungsbewusste Beschaffung. Angesichts der Problematik von abgefülltem Wasser solle der *Water Plan* ausgeweitet werden, um Nestlé Waters, die landwirtschaftliche Versorgungskette und die Betriebe gleichermaßen zu berücksichtigen.

### → Unsere Antwort

Wir sind dabei, den *Nestlé Water Plan* auszuarbeiten, der unseren Ansatz zum Thema Wasser stärkt.

---

## Vereinfachter Ansatz, mehr Transparenz

Der Ansatz der Gemeinsamen Wertschöpfung dürfe durchaus vereinfacht werden; das hohe Mass an Transparenz und die Offenlegung der Daten müssten jedoch beibehalten werden.

### → Unsere Antwort

Wir haben versucht, den vollständigen *Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung* stärker auf unsere Themen von besonderer Relevanz auszurichten, bei gleichbleibender Vollständigkeit und Zuverlässigkeit der Daten.