

Nestlé Deutschland in der Gesellschaft
Gemeinsame Wertschöpfung
und unsere sozialen Verpflichtungen








2015

QUALITÄT NEHMEN WIR PERSÖNLICH



Inhalt

- 2 Geleitwort der Vorstandsvorsitzenden von Nestlé Deutschland
- 4 Geleitwort des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats
- 6 Verantwortung für Qualität
- 18 Dialog auf Augenhöhe
- 26  **Ernährung**
Erfahren Sie, wie Nestlé Produkte überprüft und überarbeitet werden, um beispielsweise den Zucker- oder Salzgehalt zu reduzieren
- 32  **Verantwortungsvolle Beschaffung**
Erfahren Sie mehr über unsere Arbeit mit Bauern und landwirtschaftlichen Gemeinden
- 45  **Umwelt**
Erfahren Sie, wie wir unsere Produkte umweltverträglicher gestalten wollen
- 54  **Mitarbeiter und Compliance**
Lesen Sie über die Rahmenbedingungen für unsere Mitarbeiter und wie wir Ausbildung und Arbeitssicherheit unterstützen
- 60  **Sicherheit unserer Produkte**
Erfahren Sie mehr darüber, was wir tun, um die Sicherheit unserer Produkte gewährleisten zu können
- 62 GRI Content Index

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN

VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG	2013	2014	2015	GRI-Indikator ³
Anteil von (nach 4C-Standard) verifiziertem Kaffee (in %) (bezogen auf Produktion im Kaffeewerk Mainz)	72	98	99	
Anteil von zertifiziertem (UTZ Certified) Kakao aus dem <i>Cocoa Plan</i> am Kakaobedarf des Chocoladenwerks Hamburg (in %)	66	100	96	
Anteil von zertifiziertem (RSPO, mind. GreenPalm o. Mass Balance) Palmöl (in %)	100	100	100	G4-FP2
Davon: segregiertes, nach RSPO zertifiziertes Palmöl (in %)	–	55	36,7	
Davon: Mass Balance, nach RSPO zertifiziertes Palmöl (in %)	25,9	3	1,4	
Davon: Aus transparenten Lieferketten, verifiziert nach Nestlé Standard (in %)	11	42	61,9	
Anteil der Eier aus Bodenhaltung (in %)	100	100	100	
Anzahl der auf die Einhaltung des Nestlé Supplier Code überprüften Lieferanten (SMETA oder EcoVadis, kumulierte Zahl der Lieferanten mit gültigem Audit)	242	483	595	G4-FP1
UMWELT				
Produktion/Werke¹				
Gesamtproduktionsvolumen (in Tonnen)	681.140 (531.000)	673.359 (673.356)	681.201	
Energie				
Gesamtenergieaufwand (in Terajoule)	2.706 (2.960)	2.621 (2.616)	2.659	G4-EN3
Spezifischer Energieverbrauch (in Gigajoule pro Tonne Produkt)	4,0 (5,6)	3,9 (3,9)	3,9	G4-EN5
Senkung des spezifischen Energieverbrauchs (Baseline und Bezug 2005, kumuliert in %)	36,6 (10,8)	38,3 (22,0)	38,1	
Senkung des spezifischen Energieverbrauchs gegenüber Vorjahr in %	5,8 (6,7)	2,0 (2,2)	-0,27	
Anteil des Wärmebedarfs der Werke, der durch Wärmerückgewinnung gedeckt wird (in %)	22 (22)	22,1 (22,1)	22,1	
Emissionen				
Klimaemissionen direkt (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	117.296 (100.120)	109.303 (81.690)	109.111	G4-EN15
Klimaemissionen indirekt (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	123.816 (120.000)	127.967 (122.185)	131.280	G4-EN16
Spezifische Klimaemissionen (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente pro Tonne Produkt)	0,32 (0,44)	0,31 (0,31)	0,31	G4-EN18
Senkung des spezifischen CO ₂ e-Ausstoßes (Baseline und Bezug 2005, kumuliert in %) ¹	37,7 (18,5)	39,7 (33,3)	39,7	
Senkung des spezifischen CO ₂ e-Ausstoßes gegenüber Vorjahr in %	6,4 (4,3)	3,1 (1,6)	0	
Wasser				
Gesamtwasserentnahme (in Mio. m ³)	3,5 (4,1)	3,3 (3,2)	3,2	G4-EN8
Spezifischer Wasserverbrauch (in m ³ pro Tonne Produkt)	5,2 (7,8)	4,9 (4,7)	4,7	
Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs (Baseline und Bezug 2005, kumuliert in %) ¹	58,1 (37,5)	60,5 (52,3)	62,4	
Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs gegenüber Vorjahr in %	10,3 (7,1)	5,8 (6,1)	4,1	
Eingesparte Wassermenge der Nestlé Werke (gegenüber Vorjahr in m ³)	291.304 (345.000)	238.832 (239.000)	124.006	
Investitionen				
Investitionen in den Umweltschutz (in Mio. Euro) (nur unmittelbar zu-rechenbare Projekte ohne Investitionen mit anteiligem Umweltaspekt)	7,2 (7,2)	6,8 (6,8)	14,3	G4-EN31
Governance für ökologische Nachhaltigkeit				
Nach ISO 14001 zertifizierte Standorte (in % aller Produktionsstandorte)	100	100	100	
Nach ISO 50001 zertifizierte Standorte (in % aller Produktionsstandorte)	100	100	100	
Logistik (eigene Distributionszentren + Eigenlogistik)²				
Spezifische Klimaemissionen Lagerung (in Tonnen CO ₂ e pro Tonne Produkt)	0,023	0,008	0,008	G4-EN18
Spezifische Klimaemissionen Logistik (in Tonnen CO ₂ e pro Tonne Produkt)	0,079	0,052 ²	0,052	G4-EN18
Ernährung				
Umsatzanteil der mittels des „60/40“-Tests analysierten Produkte der Geschäftsbereiche Herta, Maggi, Nestlé Schöller, Nestlé Kaffee und Schokoladen sowie Nestlé Wagner (in %)	41	39	39	
Umsatzanteil der Kinderprodukte, welche die Nestlé Nutritional Foundation erreichen (in %)	87	93	97	G4-FP6 & FP7
Umsatzanteil der Produkte, welche die Nestlé Nutritional Foundation erreichen (in %) ⁴	49	51	59	G4-FP6 & FP7
UNSERE MITARBEITER				
Personalbestand (Gesamtzahl der Mitarbeiter)	12.791	12.054	12.547	
Mitarbeiterfluktuation	2,7	2,5	2,7	G4-LA1
Frauen in Führungspositionen (in %)	31	31,8	31,9	
Nach OHSAS 18001 und CARE-Audits zertifizierte Standorte (in % aller Produktionsstandorte und eigenen Distributionszentren)	100	100	100	
Verletzungsrate (pro Mio. Arbeitsstunden, Gesamtbelegschaft)	3,9	5,0	4,3	G4-LA6
Anteil der Investitionen der Pensionskasse in nachhaltige Unternehmen (in %)	75	75	75	

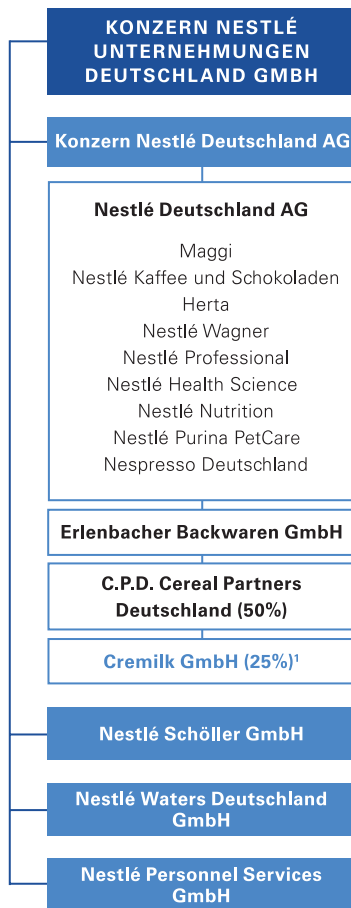
¹ Aufgrund von Veränderungen in der Werkstruktur sind die Umweltdaten über den Zeitverlauf nur eingeschränkt vergleichbar. Zur Abbildung der relevanten Entwicklungen werden die Umweltdaten in Bezug auf den Personalbestand im Jahr 2015 angegeben. Aus Gründen der Transparenz sind die im Vorjahr berichteten Werte in Klammern angegeben.

² Aufgrund des 2014 erweiterten Berichtsrahmens sind die Angaben nicht mit 2013 vergleichbar.

³ An dieser Stelle wird nur auf (Elemente von) GRI-Indikatoren hingewiesen. Durch die Verweise im GRI Content Index am Ende dieses Berichts erfolgt eine vollständige Offenlegung der Indikatoren.

⁴ Ausgenommen sind Tiernahrung, klinische Ernährung und Kosmetikprodukte.

Nestlé in Deutschland im Überblick



¹ Nicht Bestandteil des Qualitätsprogramms und dieses Berichts (G4-17)

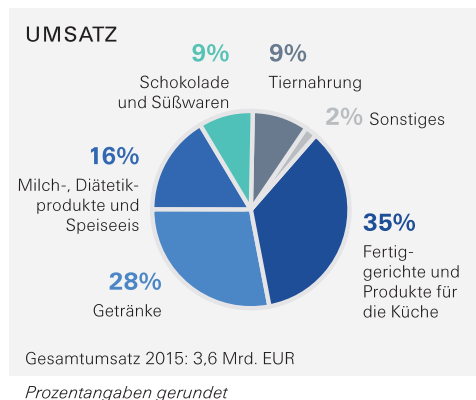
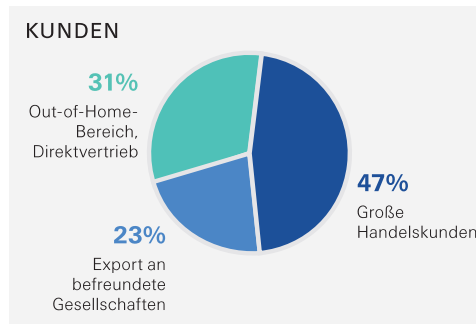
Die Nestlé Unternehmungen Deutschland GmbH ist die Finanzholding des Unternehmens Nestlé in Deutschland

Wichtige rechtliche Änderungen im Berichtszeitraum:

Verkauf der Marke *Bübchen* an Nestlé Skin Health per 1.1.2016;
Verkauf der Minderheitsbeteiligung an Alois Dallmayr zum 1.1.2015.

Veränderungen während des Berichtszeitraums:

Es fanden keine Änderungen in der Struktur des Unternehmens statt, die sich grundsätzlich auf das Programm „Qualität bedeutet mehr“ auswirkten.



Unternehmensführung:

Die Führungsstruktur von Nestlé in Deutschland folgt der Rechtsform (Konzern Nestlé Deutschland AG) und der operativen Aufstellung als Landesgesellschaft der Nestlé S.A. Die erweiterte Geschäftsleitung (NiM Board) setzt sich zusammen aus dem Vorstand (Vorstandsvorsitzende, Vorstände Technik, Human Resources und Finanzen), den Vertretern der zentralen Funktionen Supply Chain, Vertrieb, Legal und Corporate Marketing sowie den Geschäftsführern der Produktgesellschaften. (G4-34)

Mitarbeiter: 12.547 Beschäftigte, davon: 330 leitende Angestellte und Topmanager, 398 Auszubildende, ca. 8.061 in gewerblich-technischen Funktionen und Angestellte der Produktionsstandorte

Großinvestitionen 2015:

Bau eines modernen Blockheizkraftwerks für das Werk Hamburg, mit Kraft-Wärme-Kopplung auf Gasbasis.
Bau eines neuen Kesselhauses für das Werk Biessenhofen.
Kapazitätserweiterung im Kaffeewerk Schwerin.
Kapazitätserweiterung in Biessenhofen.

Marken: 50 Marken und 6.050 verschiedene Produkte; Leitmarken: *Maggi, Thomy, Nescafé, KitKat, Smarties, Buitoni, Nespresso, Wagner, Vittel, Fürst Bismarck, Beba, Mövenpick* (Speiseeis), *Nestlé Schöller, Purina, Felix, Cini Minis*

Produktion: 681.201 Tonnen

Standorte: 17 Werke: Aumühle, Biessenhofen, Conow, Euskirchen, Groß-Gerau, Hamburg, Herten, Lüdinghausen, Ludwigsburg, Mainz, Neuss, Nonnweiler, Osthofen, Schwerin, Singen, Soest, Uelzen
Acht Verwaltungen: Frankfurt am Main (Zentrale), Mainz, Nürnberg, Düsseldorf, Herten, Groß-Gerau, Braunshausen, Euskirchen

Märkte: Rund 80% des Umsatzes von Nestlé in Deutschland entfallen auf den deutschen Markt. Rund 20% des Umsatzes entfallen auf Märkte der Europäischen Union sowie in Zentraleuropa. Einzelne Produkte werden global vertrieben, vor allem Säuglingsnahrung in Asien.

Höhepunkte 2015

Dialog

2.200

geführte Dialoge an einem Tag auf Twitter unter #FragNestlé

40

Vertreter von NGOs, Wissenschaft und Politik bei Stakeholderworkshop

Ernährung

100%

Kindereisprodukte, Süßwaren, Pizza, *Mövenpick* Speiseeis sowie *Nespresso* Produkte ohne künstliche Aromen oder Farbstoffe

2,4 Mio.

Besucherinnen und Besucher im Nestlé Ernährungsstudio

97%

aller Kinderprodukte erfüllen Nährwert-Vorgaben

Verantwortungsvolle Beschaffung

99%

Kaffee nach 4C-Standard

595

Lieferanten-Audits nach SMETA

62%

Palmöl aus transparenten Lieferketten

Umwelt

14,3 Mio. €

in Umweltschutz investiert

62,5%

weniger Wasserverbrauch in der Produktion seit 2005

39,7%

weniger CO₂-Emissionen je Tonne Produkt seit 2005

95,8%

der Verpackungen für Recycling optimiert

Mitarbeiter

31,9%

der Führungspositionen bei Nestlé Deutschland mit Frauen besetzt

499

Auszubildende, Trainees und Praktikanten

Sicherheit

570

Produkte mit QR-Code zu produkt-spezifischen Informationen

100%

der Werke zertifiziert nach ISO 9001 und ISO 22000/FCCS 22000

Vorwort der Vorstandsvorsitzenden Nestlé Deutschland

2016 ist für Nestlé ein wichtiges Jahr: Wir feiern in diesem Jahr unser 150-jähriges Firmenjubiläum. Nur wenige Unternehmen können auf eine solche Tradition zurückblicken. Über diesen langen Zeitraum hinweg hat Nestlé sich immer wieder erfolgreich an veränderte Bedürfnisse der Verbraucher und ein dynamisches Umfeld angepasst. Dabei war – und ist – die Qualität der Produkte stets die Grundlage für unseren Erfolg und für unser Ziel, das führende Unternehmen für Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden zu sein.

In den vergangenen Jahren haben die Verbraucher in Deutschland eine zunehmend kritische und anspruchsvolle Einstellung zu Lebensmitteln entwickelt. Gleichzeitig war die Handelslandschaft starken Veränderungen unterworfen, verbunden mit einem hohen Preisdruck auf die Hersteller. Die Anforderungen von Verbrauchern und Zivilgesellschaft an die Unternehmen und an Informationen über Produkte, deren Herkunft und Herstellungsweise sind deutlich gestiegen. Dies hat auch Forderungen politischer Akteure nach Überarbeitung von Produkten und umfassenderer Kennzeichnung zur Folge. Ein zunehmend enger definierter regulatorischer Rahmen und freiwillige Initiativen bestimmen daher unser Umfeld.

Vor diesem Hintergrund haben wir im Jahr 2012, gemeinsam mit kritischen Anspruchsgruppen, unsere **Stärken und Verbesserungspotenziale** analysiert und auf dieser Grundlage das Programm „Qualität bedeutet mehr“ auf den Weg gebracht. Durch anerkannte Verbesserungen und offenen Dialog zu Fortschritten und Herausforderungen wollen wir das Vertrauen der Verbraucher in unsere Marken verdienen. Transparenz und Kommunikationsbereitschaft, auch mit kritischen Organisationen, sind eine wichtige Grundlage für unsere Arbeit. Mit Blick auf das 150-jährige Firmenjubiläum haben wir in unserem **Programm wichtige Meilensteine für das Jahr 2015** gesetzt – und erreicht.

Die **Überarbeitung von Produkten unter Ernährungsaspekten** hat 2015 große Fortschritte gemacht, vor allem bei Produkten für Kinder – z. B. bei der Umstellung auf natürliche Farben und Aromen bei Speiseeis und bei der kindgerechten Anpassung von Portionsgrößen. Wichtige Rohstoffe wie Kakao, Palmöl oder auch Vanille beziehen wir bereits praktisch vollständig aus Programmen für **verantwortungsvollen Einkauf**. Durch zahlreiche Einzelprojekte in unseren Werken haben wir die

Ressourceneffizienz in unseren Prozessen weiter verbessert und deutliche Einsparungen bei Energie- und Wassereinsatz sowie CO₂-Emissionen erreicht. Auszeichnungen wie „Nachhaltiger Hersteller (Gold)“, verliehen durch Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V., gute Bewertungen in internationalen Nachhaltigkeitsindizes oder auch Rückmeldungen von wichtigen Stakeholdern bei unseren Dialogveranstaltungen bestätigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Bei einigen Handlungsfeldern sind wir aber noch nicht so weit, wie wir gern wären, z. B. bei der effektiven Durchsetzung höherer Tierwohlstandards in unserer vorgelagerten Lieferkette. Hierfür braucht es eine **intensivere Zusammenarbeit in der Branche**, die wir aktiv unterstützen wollen. Dementsprechend haben wir unsere Strategie für die kommenden Jahre weiterentwickelt (siehe Seite 6 ff.).

Auch den **Dialog mit kritischen Anspruchsgruppen** ebenso wie mit unseren Verbrauchern haben wir weiter ausgebaut. Wichtige Meilensteine waren für uns die Einrichtung des Internetauftritts „FragNestlé“ und die Eröffnung des Nestlé Competence Center in Frankfurt am Main, aber ebenso die Qualitätsbotschaften von Nestlé Mitarbeitern, in denen diese über ihre Arbeit im Qualitätsprogramm berichten. Diesen Dialog möchten wir fortführen und ausbauen, um auch mehr kritische Verbraucher zu erreichen.

Wir sind als Unternehmen Teil der Gesellschaft. Für uns bedeutet dies nicht nur, dass wir **gesellschaftliche Belange in unserem Kerngeschäft** berücksichtigen und Verantwortung für unsere Wertschöpfungskette vom Anbau bis zum Verbraucher übernehmen. Internationale Standards und Verpflichtungen – wie die Vorgaben der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) sowie Konventionen zum Schutz von Klima, Biodiversität und Menschenrechten – bilden für Nestlé als Mitglied des UN Global Compact die Grundlage für Richtlinien und Programme und sind Voraussetzung dafür, dass unser Geschäftsmodell langfristig erfolgreich und nachhaltig ist. Wir wollen aber auch einen aktiven Beitrag zur Lösung weiterer gesellschaftlicher Herausforderungen leisten. So tragen wir durch die **Überarbeitung von Produkten** auch zu ernährungspolitischen Zielen bei, und wir engagieren uns bei der Unterstützung und **Integration von Flüchtlingen** ebenso wie bei der **Qualifizierung junger Menschen** für den Arbeitsmarkt. Dabei ist es uns wichtig, im Dialog mit Partnern und auch mit kritischen Anspruchsgruppen gemeinsam an Lösungen zu arbeiten.

Trotz des anspruchsvollen Umfelds ist es uns gelungen, **Wachstum in wichtigen Produktkategorien** zu erreichen und unsere Marktanteile auszubauen. Diese Erfolge bestärken uns auf unserem Weg, den wir mit der Qualitätsinitiative 2012 eingeschlagen haben. Wir wissen aber, dass wir auch in den kommenden Jahren weiter an unseren Produkten und Prozessen arbeiten müssen. Dabei kommt dem **Experten- und NGO-Beirat** für das Qualitätsprogramm und dem **Verbraucherbeirat** eine zentrale Rolle zu – als Impulsgeber, kritischer Beobachter und geschätzter Berater. Wir wollen in den kommenden Jahren unser Programm weiter ausbauen und in die Breite tragen. Dazu gilt es, Gelerntes auf weitere Produktbereiche und Prozesse zu übertragen und unsere Geschwindigkeit am Markt zu erhöhen. Gleichzeitig müssen wir den **kulturellen Wandel** auch in unserem Unternehmen gestalten. Die Digitalisierung betrifft alle Unternehmensbereiche; wir müssen als Unternehmen flexibler, agiler und schneller werden, um unsere Chancen am Markt zu nutzen und den Verbrauchern die Lösungen zu bieten, die sie suchen. Dazu gehört auch der weitere **Ausbau unserer Sprech- und Dialogfähigkeit** – digital wie im direkten Dialog.

So wollen wir die steigenden Anforderungen der Verbraucher erfüllen und ihr Vertrauen in unsere Marken bestätigen.

Hierzu zähle ich auch auf Ihre Unterstützung. Wir freuen uns über Ihre Fragen, Anmerkungen und Hinweise zu unserer Arbeit und zu diesem Bericht.



Béatrice Guillaume-Grabisch
Vorstandsvorsitzende Nestlé Deutschland



Geleitwort des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats

Anlässlich des diesjährigen 150. Geburtstags von Nestlé ehren wir Henri Nestlé, der mit seinem lebensrettenden Kindermehl den Erfolg des Unternehmens begründete. Auch heute noch verbessern wir Leben durch wissenschaftsbasierte Ernährungs- und Gesundheitslösungen für jede Lebensphase und helfen Menschen, für sich und ihre Familien zu sorgen. Durch ein Netzwerk aus Forschungszentren für unser Nahrungsmittel- und Getränkegeschäft sowie durch Nestlé Health Science und Nestlé Skin Health investieren wir weiter in Nutrition, Gesundheit und Wellness. Um einen hohen Mehrwert für unsere Aktionäre zu schaffen und gleichzeitig zur Verbesserung der Ernährung, der Gesundheit und des Wohlbefindens unserer Konsumenten beizutragen, setzen wir als Unternehmen konsequent auf die Gemeinsame Wertschöpfung. Neben der Ernährung ist Wasser ein weiteres wichtiges Anliegen. Wasser ist kritisch für die Ernährungssicherheit, und Wasserknappheit stellt in vielen Teilen der Welt ein schwerwiegendes Problem dar. Wir setzen uns für ländliche Entwicklung ein, weil das Wohlergehen von Bauern, ländlichen Gemeinden, Kleinunternehmen und Lieferanten eng mit unserem langfristigen Erfolg verknüpft ist.

Wir engagieren uns weiterhin aktiv für ökologische und soziale Nachhaltigkeit, die unabdingbar ist für den Betrieb unserer Fabriken sowie das langfristige Wachstum und die Entwicklung der Gemeinschaften und Länder, in denen wir tätig sind. Unserer Überzeugung nach können wir nur dann als Unternehmen wachsen, wenn auch die Gemeinschaften gedeihen, für die und in denen wir tätig sind. Langfristig sind das Wohlergehen von Gesellschaft und Wirtschaft und eine gesunde Geschäftsentwicklung eng miteinander verbunden. Die umfassende Aus- und Weiterbildung von Menschen innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens und Investitionen in umweltfreundlichere Technologien sind die Voraussetzung dafür.

Wir sind uns der Chancen und der Verantwortung unserer Position in der Gesellschaft bewusst. Dazu gehört auch die Einhaltung nationaler Gesetze, internationaler Standards und unserer eigenen Werte und Prinzipien wie des Code of Business Conduct, der Unternehmensgrundsätze sowie der Management- und Führungsprinzipien. Ein Unternehmen wie Nestlé kann nur dann erfolgreich sein, wenn es eine langfristige Perspektive einnimmt, die sich auf klare, in 150 Jahren gewachsene Grundsätze und Werte stützt. Dabei geht es auch um

Respekt – Respekt für Menschen, für Kulturen, für die Umwelt und für die Zukunft unserer Welt.

Unsere 39 internationalen Verpflichtungen sind mehr als bloße Normeinhaltung: Sie beruhen auf allgemein verbindlichen Werten, die die Basis unseres Handelns im Zuge der Gemeinsamen Wertschöpfung bilden. 2015 haben wir im Rahmen unserer Verpflichtungen unter anderem die Initiative „Nestlé needs YOUth“ global ausgeweitet, den Berichtsrahmen der UN-Leitprinzipien für Menschenrechte angenommen, 84 „Nestlé Healthy Kids“-Programme zur Förderung von gesunder Ernährung und Lebensweise gestartet, die neuen Nestlé Richtlinien zur Respektierung des Menschenrechts auf Wasser und Sanitärversorgung fertiggestellt, unsere Ziele für die Rückverfolgbarkeit und verantwortungsbewusste Beschaffung erreicht, zur Beseitigung von Kinderarbeit beigetragen und uns verstärkt zur Reduzierung von Nahrungsmittelverlusten und -verschwendung verpflichtet. Mehr darüber erfahren Sie in unserem internationalen Bericht „Nestlé in der Gesellschaft“, der durch den Ihnen vorliegenden Bericht für Deutschland ergänzt wird.

Wir glauben, dass Investoren zu Recht die soziale wie die finanzielle Leistung von Unternehmen beurteilen und prüfen, wie die Konzernleitung diese Kriterien in Corporate Governance, Strategie und Betrieb integriert. Bislang fehlt jedoch ein einheitliches Verfahren zur Messung des sozialen und finanziellen Werts. Wir werden weiterhin eigene Fortschritte und Erkenntnisse zu diesem wichtigen Dialog beisteuern und eine freiwillige, transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung fördern.

2015 war ein wichtiges Berichtsjahr, nicht nur für Nestlé, sondern auch für die Vereinten Nationen, die Zivilgesellschaft und den gesamten Privatsektor. Im September verabschiedeten die 193 UN-Mitgliedsstaaten 17 neue Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals – SDGs), die die globalen Prioritäten bis 2030 definieren. Bei der Entwicklung dieser Ziele wurden erstmals alle Akteure einschließlich des Privatsektors einbezogen – ein wichtiger Schritt im Verständnis der konstruktiven Rolle, die die Wirtschaft in der Gesellschaft spielt. Wir werden uns bemühen, unsere Agenda für eine Gemeinsame Wertschöpfung mit diesen übergeordneten Entwicklungszielen abzustimmen – insbesondere in Bereichen, in denen wir glauben, einen konstruktiven Beitrag leisten zu können.

Durch die sechs Klimaschutzinitiativen des Carbon Disclosure Projects (CDP) und die Alliance of CEO Climate Leaders des Weltwirtschaftsforums hat sich Nestlé zudem verpflichtet, die weltweite Umstellung auf eine kohlenstoffarme, klimaresiliente Wirtschaft gemäß dem globalen Abkommen der UN-Klimakonferenz 2015 in Paris (COP21) zu fördern.

Mit unseren Berichten bekräftigen wir als Gründungsmitglied des UN Global Compact LEAD auch unsere Unterstützung dieser wichtigen Plattform für Corporate Sustainability Leadership. Vor allem aber verdeutlichen unsere Berichte unsere Überzeugung, dass langfristiger Erfolg nur dann möglich ist, wenn wir Mehrwert für unsere Aktionäre, für die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, und für die Gesellschaft als Ganzes schaffen. Deshalb ist die Gemeinsame Wertschöpfung fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.

Peter Brabeck-Letmathe
Präsident

Paul Bulcke
Delegierter des Verwaltungsrats



Peter Brabeck-Letmathe, Präsident des Verwaltungsrats von Nestlé, im Gespräch mit ghanaischen Bauern, die Nestlé im Rahmen des „Grains Quality Improvement Project“ mit Mais beliefern.



Paul Bulcke, Delegierter des Verwaltungsrats von Nestlé, bei der Eröffnung einer neuen Nespresso-Fabrik in Romont, die als erstes Produktionszentrum von Nestlé in der Schweiz die LEED-Gold-Zertifizierung (Leadership in Energy and Environmental Design) erhalten hat.

Verantwortung für Qualität

Als größter Lebensmittelhersteller in Deutschland und weltweit sieht Nestlé sich in einer besonderen Verantwortung gegenüber den Konsumenten und den Anspruchsgruppen in der Wertschöpfungskette. Zahlreiche Organisationen der Zivilgesellschaft befassen sich in ihrer Kampagnenarbeit mit Themen der Lebensmittelbranche. Sie adressieren in Medien und sozialen Netzwerken den aus ihrer Sicht bestehenden Handlungsbedarf. Umso wichtiger ist es, mit Konsumenten wie Organisationen der Zivilgesellschaft auch zu kritischen Themen im Dialog zu stehen und sie in die Gestaltung von Verbesserungsprozessen einzubeziehen.

Strategie der Gemeinsamen Wertschöpfung als Grundlage

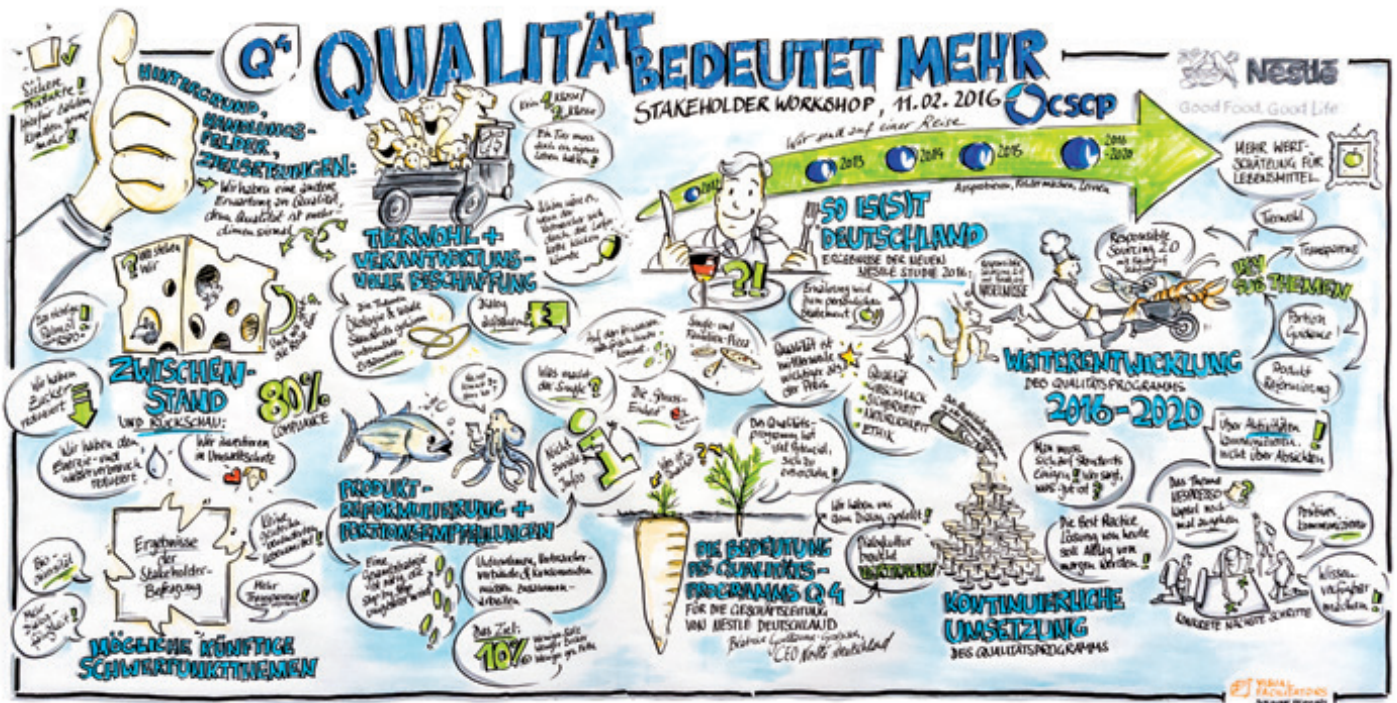
Die Nestlé Qualitätsinitiative in Deutschland setzt das internationale Leitbild der Gemeinsamen Wertschöpfung um und konkretisiert dieses für den deutschen Markt. Dabei setzt Nestlé mit den Themen Ernährung, ländliche Entwicklung und Wasser drei Schwerpunkte, die für den langfristigen Erfolg des Unternehmens maßgeblich sind und in denen Nestlé gleichermaßen einen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen kann.

Im Handlungsbereich Ernährung stehen Geschmack, Verbraucherpräferenzen und gesundheitliche Aspekte der Ernährung im Mittelpunkt. Auf die Förderung der ländlichen Entwicklung setzt Nestlé, da die Lebensbedingungen und Zukunftsperspektiven von Landwirten, ländlichen Gemeinschaften, Kleinbetrieben und Lieferanten wesentlich für ihren langfristigen Erfolg sind. Der Handlungsbereich Wasser ist neben ökologischen Aspekten in Anbau und Verarbeitung von Lebensmitteln eng mit dem Recht auf Wasser verknüpft: Der Zugang der Menschen zu diesem existen-

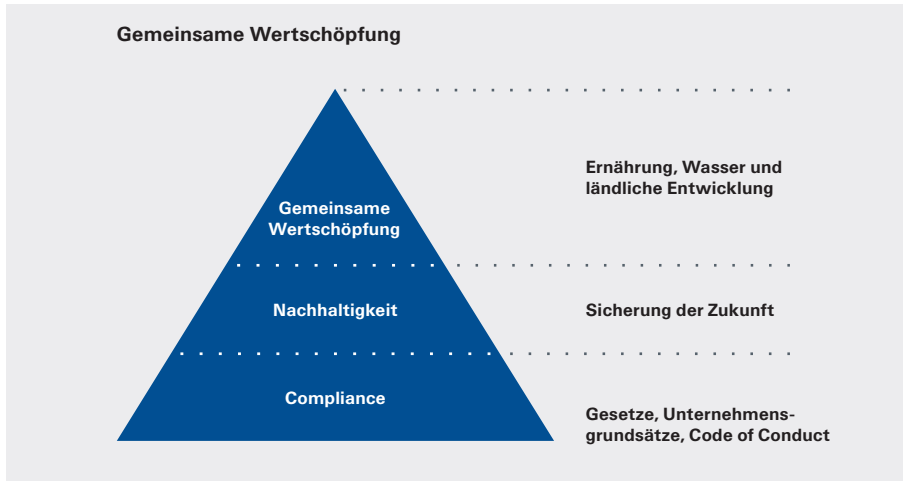
ziellen Gut ist in vielen Regionen nicht gewährleistet. Nestlé unterstützt das Recht auf Wasser ausdrücklich und ist bestrebt, dies in allen betrieblichen Prozessen und Programmen entsprechend zu berücksichtigen. Dazu sucht Nestlé auch in Deutschland den konstruktiven und sachlichen Dialog mit der Zivilgesellschaft.

Ernährung im Fokus

Als Lebensmittelhersteller mit einem breiten Produktportfolio, abgestimmt auf unter-



Grafische Mitschrift des Stakeholderworkshops in Frankfurt.



Die Unternehmensrichtlinien zur Geschäftstätigkeit von Nestlé (Nestlé Corporate Business Principles) beschreiben bestimmte Werte und Grundsätze, zu denen sich Nestlé weltweit bekennt. Der Nestlé Code of Business Conduct spezifiziert die Unternehmensrichtlinien zur Geschäftstätigkeit und unterstützt ihre weitere Implementierung, indem er bestimmte unverhandelbare Mindeststandards für das Verhalten in wichtigen Bereichen festlegt.

schiedliche Bedürfnisse und Lebenssituationen, möchte Nestlé vor allem in der Ernährung einen Mehrwert für Konsumenten schaffen. Mit dem Anspruch, das führende Unternehmen für Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden zu sein, will Nestlé schmackhafte und hochwertige Produkte anbieten, die einfach in eine ausgewogene Ernährung integriert werden können.

Daher überarbeitet Nestlé Produkte und Produktportfolio kontinuierlich und systematisch gemäß Verbraucherpräferenzen und ernährungswissenschaftlichen Empfehlungen. Ein Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk mit Grundlagenforschung, Produkttechnologiezentren sowie werksinternen Expertenteams bietet eine gute Grundlage, um die Überarbeitung von Rezepturen und Produkten voranzutreiben. Nestlé unterstützt durch die Überarbeitung von Produkten, durch transparente Informationen zu Produkten und durch verantwortungsbewusstes Marketing auch ernährungspolitische Ziele.

Einbeziehen der gesamten Wertschöpfungskette

Nestlé strebt an, Prozesse und Lieferketten so zu gestalten, dass Qualität und Verfügbarkeit von Rohstoffen gesichert sind und anerkannten Umwelt- und Sozialstandards Rechnung getragen wird. So können alle Partner und Gemeinschaften entlang der

Lieferkette gleichermaßen von einer Geschäftsbeziehung profitieren. Große Teile der ökologischen wie sozialen Risiken und Ressourcennutzung der Lebensmittelbranche liegen in den vorgelagerten Lieferketten. Komplexe, häufig intransparente Lieferketten erschweren es, westliche Umwelt- und Sozialstandards bis in die Anbauregionen durchzusetzen und effektiv zu kontrollieren. Die Lebensbedingungen von Bauern in Entwicklungs- und Schwellenländern und die Zerstörung von ökologisch wertvollen Naturräumen geben immer wieder Anlass zur Sorge und erfordern, dass Abnehmer von Rohstoffen die Rahmenbedingungen aktiv mitgestalten.

Life Cycle Assessments von Nestlé zeigen, dass die größten ökologischen Auswirkungen in den vorgelagerten Lieferketten sowie bei der Zubereitung der Produkte durch die Konsumenten und in der Entsorgung von Verpackungen liegen. Soziale Risiken bei Arbeitsstandards, Menschenrechten und Lebensbedingungen liegen vor allem am Anfang der Wertschöpfungskette: beim Anbau der Rohstoffe. Aus diesem Grund nimmt die Gestaltung der Lieferkette im Qualitätsprogramm eine zentrale Rolle ein. Gleiches gilt für Verbraucherinformationen und die umweltschonende Gestaltung von Verpackungen. Zudem verringert Nestlé kontinuierlich die Umweltauswirkungen der eigenen Produktionsprozesse.

Öffentliche Verpflichtungen und Richtlinien

Nestlé hat sich zur Einhaltung höchster Standards der Geschäftspraxis verpflichtet – wie sie in Nestlés eigenem Code of Business Conduct, ihren Unternehmensgrundsätzen und ihren Management- und Führungsprinzipien festgeschrieben sind. Diese Standards basieren auf Respekt: Respekt gegenüber Menschen, Kulturen, der Umwelt sowie der Zukunft dieser Welt, in der wir leben. Die Richtlinien bauen auf den Grundsätzen des UN Global Compact, den einschlägigen Vorgaben der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und den OECD-Leitsätzen für internationale Unternehmen auf und schließen diese Regelwerke als verbindliche

Bestandteile ein. Weitere Vorgaben ergeben sich aus dem Lieferantenkodex von Nestlé und spezifischen Richtlinien (u. a. Vorgaben zur verantwortungsvollen Beschaffung, zum Umweltschutz und zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen) und Verpflichtungen (u. a. Verpflichtungen zum Schutz von Wäldern, zum Recht auf Wasser, zur Eliminierung von Kinderarbeit und zum Erhalt von Naturkapital). Diese Richtlinien folgen dem Vorsorgeprinzip, mit dem Ziel, Schäden für Menschen und Umwelt vorzubeugen, und sie bilden die Grundlage für die Umsetzung des Leitbildes der Gemeinsamen Wertschöpfung, dem Nestlé sich verpflichtet hat. Die Referenzdokumente sind für jeden einsehbar (<http://www.nestle.de/unternehmen/grundsaeetze>) und Grundlage aller geschäftlichen Verein-

barungen. Nestlés Selbstverpflichtung geht daher über bloße Regelkonformität hinaus.

Qualitätsprogramm für systematische Verbesserungen

Die Erosion des Verbrauchervertrauens in die Lebensmittelindustrie in Deutschland und in die Qualität ihrer Produkte war im Jahr 2012 für Nestlé der Anlass, die Qualitätsinitiative ins Leben zu rufen. Das Programm basiert auf den Erkenntnissen der Nestlé Studien „So is(s)t Deutschland“ (2009, 2011) und „So is(s)t Qualität“ (2012) zu Verbrauchereinstellungen und -präferenzen. Die Studien untersuchten unter anderem die konkreten Anforderungen der Konsumenten an die Qualität ihrer Lebensmittel. Außerdem baut das Qualitätsprogramm auf einer internen und externen Analyse von Stärken und Verbesserungspotenzialen auf, bei der kritische Organisationen im Umfeld des Unternehmens in Form von Interviews und Hintergrundgesprächen eingebunden wurden. Nach dem Start des Programms wurden der Experten- und NGO-Beirat und der Verbraucherbeirat eingerichtet, die das Qualitätsprogramm als kritische Partner begleiten.

Das im Qualitätsprogramm abgebildete ganzheitliche Qualitätsverständnis von Nestlé umfasst ernährungsphysiologische Aspekte, wie die Reformulierung von Rezepturen und die Vermittlung von Ernährungswissen, aber auch Nachhaltigkeitsthemen in der Lieferkette – beginnend bei der Achtung und Verbesserung von Sozialstandards über Produktsicherheit bis hin zu ökologischen Aspekten der Beschaffung und Produktion. Die offene Kommunikation über Maßnahmen und Ergebnisse ist ein weiteres definierendes Element des Programms. Dabei folgt das Qualitätsprogramm den Grundsätzen: gemeinsam Verbesserungen erarbeiten und Fortschritte wie Herausforderungen offen kommunizieren.

Die Qualitätsinitiative setzt dabei einerseits auf die Mitarbeiter als Botschafter und andererseits auf den Experten- und NGO-Beirat sowie den Verbraucherbeirat als Multiplikatoren und kritische Begleiter. Die Mitglieder der beiden Beiräte werden aktiv in

Herausforderungen und Chancen der Nachhaltigkeit



JOLANDA SCHWIRTZ,
Programm-Managerin

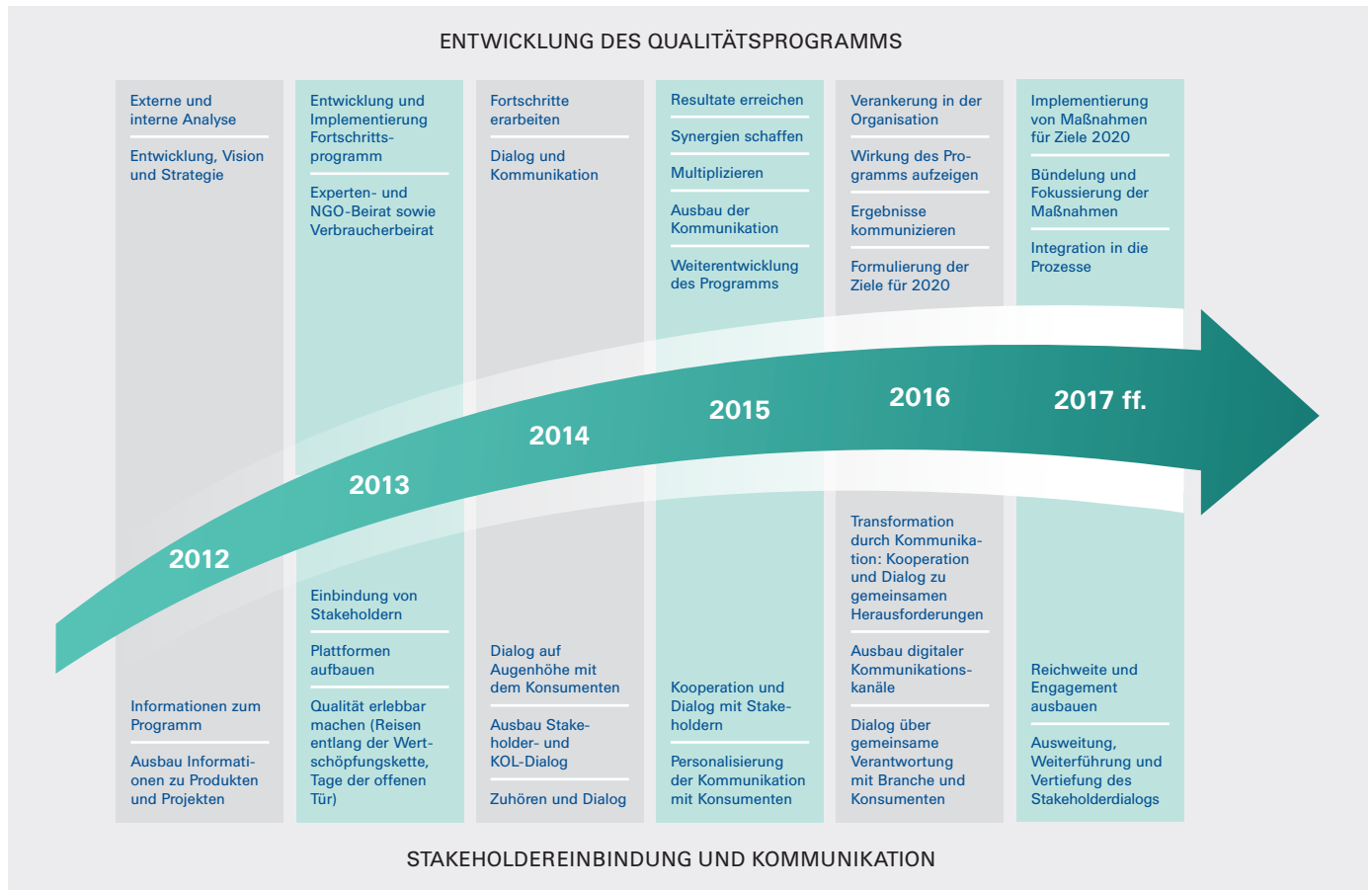
Zentrale Nachhaltigkeitsherausforderungen und -chancen liegen für Nestlé in der Gestaltung langfristig tragfähiger Prozesse einerseits und im Vertrauen der Konsumenten andererseits. Dies betrifft die gesamte Wertschöpfungskette.

Daher verfolgt die Qualitätsinitiative von Nestlé Deutschland bewusst einen ganzheitlichen Ansatz, der Nachhaltigkeitsaspekte im Programmzusammenhang mit Fragen der Lebensmittelsicherheit und gesundheitlichen Aspekten integriert. Konsumenten fordern zunehmend Transparenz und ethische Kriterien in der Wertschöpfungskette ein. Wie alle Markenhersteller wird Nestlé dabei für alle Risiken in den vorgelagerten Lieferketten in die Verantwortung genommen, obwohl oft nur ein mittelbarer Einfluss besteht. Missstände können die Akzeptanz von Produkten und Marken und damit deren Markterfolg gefährden oder kurzfristige Ausfälle von Lieferanten und Produktionsunterbrechungen nach sich ziehen. Auf der anderen Seite zahlen glaubwürdige Nachhaltigkeitsleistungen auf Verbrauchervertrauen und den Wert der Marken ein, sodass stabile und langfristig zuverlässige Lieferketten für hochwertige Rohstoffe und Materialien zunehmend zum Wettbewerbsfaktor werden.

Eine wichtige Grundlage für die Durchsetzung von Unternehmensstandards sind

Hotspot- und Lebenszyklusanalysen. Diese Analysen erfordern eine gute Kenntnis der Prozesse, fachliches Know-how und einen hohen personellen und finanziellen Aufwand. Aufgrund ihrer Komplexität lassen sich Erkenntnisse und abgeleitete Maßnahmen nicht leicht intern und extern kommunizieren, sind aber notwendig, um Risiken zu verstehen und geeignete Maßnahmen und Programme zu entwickeln. Programme für verantwortungsvollen Einkauf und transparente Lieferketten erhöhen zudem die Lieferzuverlässigkeit und tragen dazu bei, Risiken für die Lebensmittelsicherheit effektiv zu eliminieren. Die Komplexität und Mehrstufigkeit der Lieferketten bildet dabei eine zentrale Herausforderung.

Eine transparente und glaubwürdige Kommunikation zu Leistungen, Herausforderungen und Fortschritten ist die Grundlage für Vertrauen und kann so zum Wettbewerbsvorteil werden. Die fordernde, aber vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Beiräten sehen wir selbst als eine große Stärke des Programms an. Der Experten- und NGO-Beirat gestaltet durch seine Empfehlungen und Expertise aktiv die inhaltliche Ausgestaltung und Weiterentwicklung des Programms mit und begleitet Nestlé auch in laufenden Projekten. Der Verbraucherbeirat, „am Puls der Verbraucher“, ist ein wertvoller Sparringspartner für die Mitarbeiter im Qualitätsprogramm und der Produktbereiche, wenn es um die Relevanz und Verständlichkeit von Themen geht.






das Programm eingebunden; sie bewerten aus ihrer jeweiligen Perspektive Fortschritte und geben Empfehlungen zur inhaltlichen Gestaltung von Programmen. Durch die Teilnahme an Workshops, Werksbesuchen und Stakeholderreisen, z. B. in Anbaugelände unserer Rohstoffe oder zu von Nestlé genutzten Quellen, erhalten die Mitglieder der Beiräte tiefe Einblicke in die Arbeit von Nestlé und können als unabhängige Dritte darüber berichten. (GRI G4–26)

Verankerung in allen Unternehmensbereichen

Das Qualitätsprogramm unter Leitung der Vorstandsvorsitzenden der Nestlé Deutschland AG, Béatrice Guillaume-Grabisch, bezieht alle Ebenen und Produktbereiche des Unternehmens im deutschen Markt ein:

- Die Programmmanagerin berichtet an die Vorstandsvorsitzende und die erweiterte Geschäftsleitung in Deutschland.
- Grundsätzliche Entscheidungen trifft die erweiterte Geschäftsleitung für Nestlé in Deutschland, in der die Geschäftsführer aller Produktbereiche und zentralen Funktionen vertreten sind.
- Ein Kernteam, koordiniert von der Programmmanagerin, steuert das Programm nach innen und außen. Zum Kernteam gehören Mitarbeiter der Funktionsbereiche Kommunikation (intern/extern), Public Affairs (Stakeholderbeziehungen), Einkauf, Umweltmanagement, Verpackung, Ernährung, Qualität und Marketing (Verbraucherkommunikation, Dialogplattformen).
- Ein Netzwerk von „Q4 Champions“ als Koordinatoren in den Geschäftsbereichen und zentralen Funktionen (Einkauf,

- Umweltmanagement, Logistik, Verpackungstechnik u. a.) setzt das Programm operativ um. Alle Geschäftsbereiche und zentralen Funktionen haben spezifische Qualitätsziele vereinbart, die für die Geschäftsleitungsebene und die Programmverantwortlichen mit persönlichen, meist bonusrelevanten Zielen unterlegt sind.
- Die Programmmitarbeiter aus allen Geschäftsbereichen kommen vierteljährlich zu einer Konferenz zusammen, berichten über Fortschritte und entwickeln gemeinsame Maßnahmen und Prioritäten.
- Das interne Reporting hat Nestlé im Herbst 2015 auf ein integriertes Berichtssystem auf Basis einer Onlineplattform zur Erfassung von Fortschritten und Daten umgestellt. Es ist Grundlage für diesen Bericht.

Wertschöpfungsstufe	Beschaffung/Anbau der Rohstoffe	Forschung und Entwicklung	Produktion
<p>Indikatoren der Geschäftstätigkeit</p>	 <ul style="list-style-type: none"> - Mehr als 15.000 Lieferanten für den deutschen Markt - 436.000 Tonnen Rohstoffe für deutsche Werke 	 <ul style="list-style-type: none"> - Mehr als 5.000 Mitarbeiter in 32 R&D Zentren weltweit - 59% der (Nestlé) Produkte im deutschen Markt entsprechen wissenschaftlich basierten Nährwertvorgaben 	 <ul style="list-style-type: none"> - Gesamtproduktionsvolumen von 681.201 Tonnen in 17 Werken deutschlandweit
<p>Kerntätigkeiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Beschaffung hochwertiger Rohstoffe - Sicherstellung von Compliance mit Lieferantenkodex 	<ul style="list-style-type: none"> - Schaffung einer wissenschaftlichen Basis für Produktentwicklung und -überarbeitung unter Ernährungs- und Umweltaspekten 	<ul style="list-style-type: none"> - Herstellung von erschwinglichen und qualitativ hochwertigen Lebensmitteln, die eine ausgewogene Ernährungsweise unterstützen
<p>Issues</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Verbesserung sozialer Bedingungen, Wahrung von Menschenrechten und Tierwohl in der vorgelagerten Lieferkette - Professionalisierung von Bauern und landwirtschaftlichen Betrieben - Erhalt von natürlichen Ressourcen (inkl. Wasser) und Artenvielfalt 	<ul style="list-style-type: none"> - Berücksichtigung von Umweltaspekten im Produktlebenszyklus - Verringerung von Salz, Zucker und Fetten in Rezepturen - Verzicht auf Tierversuche in Deutschland 	<ul style="list-style-type: none"> - Produktion fehlerfreier und sicherer Produkte, Vermeidung von Lebensmittelabfällen in der Produktion - Vermeidung von Arbeitsunfällen - Sicherung von Vielfalt und Erhalt von Arbeitsplätzen - Umweltschonender Einsatz von Rohstoffen und Energie
<p>Maßnahmen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Responsible Sourcing Programme - Ausweitung des Nestlé <i>Cocoa Plans</i> und des <i>Nescafé Plans</i>, RSPO-Zertifizierung und Transparenz bei Palmöl - Audits aller direkten Lieferanten (u. a. rechtliche Konformität und Umweltstandards) 	<ul style="list-style-type: none"> - Produktreformulierung: Überarbeitung unter Nährwertaspekten, Portionsempfehlungen - LCA- und Hotspot-Analysen für die Marke <i>Maggi</i> - Publikation von Richtlinien und Empfehlungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Betriebliches Qualitätsmanagement - Trainings, Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit - Betriebliches Umweltmanagement: Reduktion von Energieverbrauch, CO₂-Emissionen und Abwasser

Distribution	Handel	Verbraucher	Recycling und Verwertung
			
<ul style="list-style-type: none"> - Lieferung an 400 fremde Distributionszentren und mehr als 50.000 Direktkunden - Gesamttransportvolumen von mehr als 1 Million Tonnen Produkte 2015 	<ul style="list-style-type: none"> - Angebot von Produkten in ca. ein Drittel der Produktkategorien im Lebensmitteleinzelhandel - Verkauf von täglich 7,5 Millionen Nestlé Produkten in Deutschland 	<ul style="list-style-type: none"> - 59% aller Produkte entsprechen unseren hohen Ansprüchen bezüglich der Nährwerteigenschaften von Nestlé Produkten - Vielfältige Auswahl zwischen 50 Marken und 6.050 Produkten 	<ul style="list-style-type: none"> - 96 % der Verpackungen eignen sich effektiv für werkstoffliches Recycling - Einsatz von Rezyklat bei Verpackungen mehr als 50% des Materials
<ul style="list-style-type: none"> - Logistik zwischen eigenen Werken und Distributionszentren sowie Distributionszentren der Kunden und Direktabnehmern 	<ul style="list-style-type: none"> - Positionierung von nachhaltig erzeugten Produkten im Handel 	<ul style="list-style-type: none"> - Vielfältige Produkte für unterschiedliche Bedürfnisse - Kontinuierliche Berücksichtigung von Trends und Konsumentenpräferenzen - Bereitstellung von Informationen zu Nährwerten, Nachhaltigkeit und Sicherheit - Beiträge zur Ernährungsbildung 	<ul style="list-style-type: none"> - Schutz und Haltbarkeit der Produkte durch sichere und umweltverträgliche Verpackungen
<ul style="list-style-type: none"> - Vermeidung von Unfällen - Sicherstellung der Unversehrtheit von Produkten und Verpackungen - Verringerung von Treibhausgasemissionen 	<ul style="list-style-type: none"> - Verständlichkeit und Transparenz von Verbraucherinformationen - Vermeidung von Lebensmittelverlusten durch Über- oder Falschlagerung 	<ul style="list-style-type: none"> - Beitrag zu gesundem und bewusstem Ernährungsverhalten - Bedienen von Ernährungstrends - Vermeidung von Lebensmittelverschwendung - Umweltaspekte bei der Zubereitung von Nahrungsmitteln 	<ul style="list-style-type: none"> - Umweltbelastung durch Verpackungsabfälle
<ul style="list-style-type: none"> - Verkehrssicherheits- und Fahrtrainings - Standards zur Lebensmittelsicherheit und Qualitätskontrollen - Umwelanforderungen an Logistikdienstleister 	<ul style="list-style-type: none"> - Produktinformationen zu Nährwerten, Portionsangaben - Verbesserte Haltbarkeit, Kennzeichnung, Rücknahme - Einbeziehung von Nachhaltigkeitsthemen bei Promotions 	<ul style="list-style-type: none"> - Beiträge zur Ernährungsbildung - Angebot überarbeiteter Produkte, Anpassung von Portionsgrößen - Initiativen zu verantwortungsvollem Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> - Kontinuierliche Optimierung aller Verpackungen auf werkstoffliches Recycling (Design for recycling) - Förderung der Nutzung von Recyclingsystemen durch freiwillige Lizenzierung bei leistungsfähigen Partnern - Life Cycle Assessments zur Unterstützung des Innovationsprozesses

G4-20 & G4-21

Fortschritte des Qualitätsprogramms

Im Jahr 2015 wurden Fortschritte in allen wichtigen strategischen Handlungsfeldern erreicht, auch in Bezug auf die für Ende 2015 gesetzten Zwischenziele des Qualitätsprogramms.

Im Bereich der Ernährung hat Nestlé Deutschland mehr als 200 Rezepturen der Marke *Maggi* vereinfacht und die Nährwertzusammensetzung überarbeitet. Mit bislang

noch einer Ausnahme halten alle Kinderprodukte von Nestlé die Nährwertvorgaben in Bezug auf Salz, Fett, Zucker und Kalorien ein. 95% des Umsatzes von Food & Beverages sind mit dem Nestlé Ernährungscompass ausgestattet.

In den Bereich Umwelt und Ressourcenschutz hat Nestlé Deutschland 2015 rund 15 Millionen Euro investiert. Im Vergleich zum Basisjahr 2005 sanken der spezifische CO₂-Ausstoß um 38,5%, der Energieverbrauch um 37,4% und der Wasserverbrauch

um 62,9%. Über 90% der Verpackungen sind mittlerweile für stoffliche Verwertung (Recycling) optimiert.

Hinsichtlich der sozialen Aspekte hat Nestlé Deutschland 528 direkte Lieferanten auf Basis von SMETA und EcoVadis-Assessments auf Einhaltung des Lieferantenkodex überprüft. Außerdem stammten 2015 die wichtigsten Rohstoffe wie Kakao, Vanille, Soja, Palmöl und Kaffee nahezu vollständig aus verantwortungsvollem Einkauf und zum Teil aus unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsprogrammen, die sich ebenfalls gut entwickelten.

Gemeinsame Wertschöpfung und UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung

Die 2015 verabschiedeten Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen geben auch den Unternehmen einen klaren Handlungsrahmen vor. Die Durchsetzung von Menschenrechten in unseren Lieferketten, Klimaschutz, der Umgang mit Wasser, Beiträge zu einer besseren Ernährung, die Förderung der Landwirt-

schaft und die Unterstützung eines nachhaltigen Konsums sowie weitere Ziele sind bereits in der weltweiten Strategie von Nestlé und in unserer Qualitätsinitiative in Deutschland verankert. Wir werden diese Ziele weiter in unsere Arbeit einbeziehen und über unsere diesbezüglichen Leistungen berichten.

UN-Entwicklungsziele und und Gemeinsame Wertschöpfung



2 KEIN HUNGER
Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern



3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN
Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern



6 SAUBERES WASSER UND SANITÄRVERSORGUNG
Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten



12 VERANTWORTUNGSVOLLER KONSUM UND PRODUKTION
Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen



13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ
Umgehend Massnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen*

* Wir erkennen an, dass das Rahmenübereinkommen der Vereinten Nationen über Klimaänderungen das zentrale internationale zwischenstaatliche Forum für Verhandlungen über die globale Antwort auf den Klimawandel ist.

Als besonders herausfordernd erwies sich die Umsetzung von Vorgaben zur Verbesserung des Tierwohls in den vorgelagerten Lieferketten. Die fragmentierte Lieferkette und die Tatsache, dass Nestlé nur bestimmte Komponenten wie Schinken oder auch Milchderivate verwendet, erschweren eine Eins-zu-eins-Umsetzung der Anforderungen in ein effektives Einkaufsprogramm durch ein einzelnes Unternehmen. Daher verfolgt Nestlé neben der Auditierung von Betrieben in der Lieferkette vorrangig eine Branchenlösung, die 2016 weiter vorangetrieben werden soll. Auch bei Rohstoffen wie Haselnüssen oder Fisch und Meeresfrüchten müssen weitere Fortschritte erreicht werden. Mit dem Entwurf einer Richtlinie für landwirtschaftliche Anbaumethoden bei Gemüsen und Kräutern wurde die Grundlage für weitere Arbeit in diesen Lieferketten gelegt.

Die Sicherheit der Produkte für die Konsumenten hat unverändert höchste Priorität für Nestlé. Weiterhin sind alle Werke nach den Standards ISO 9001, OHSAS 18001 und ISO 50001 zertifiziert und arbeiten nach dem anerkannten IFS-Standard, der durch eigene Vorschriften und Verfahren ergänzt wird. Alle direkten Lieferanten sind nach den Nestlé Qualitätsanforderungen auditiert. Programme zur Reduzierung von Fremdkörpern in Rohstoffen wurden ebenso vorangetrieben wie Maßnahmen zur Eliminierung unerwünschter Substanzen aus u. a. Verpackungsmaterialien. Des Weiteren wurden die laufenden Programme zum Ausbau von Verbraucherinformationen über QR-Codes und andere digitale Medien fortgeführt.

Weiterentwicklung des Qualitätsprogramms

Ein wichtiger Arbeitsschwerpunkt intern und in der Zusammenarbeit mit Gremien und externen Anspruchsgruppen war im Berichtsjahr die Weiterentwicklung des Qualitätsprogramms für den Zeitraum nach 2015. Aus diesem umfassenden Analyseprozess wurden unter Berücksichtigung vielfältiger Stakeholderperspektiven auch die Inhalte für den vorliegenden Fortschrittsbericht abgeleitet.

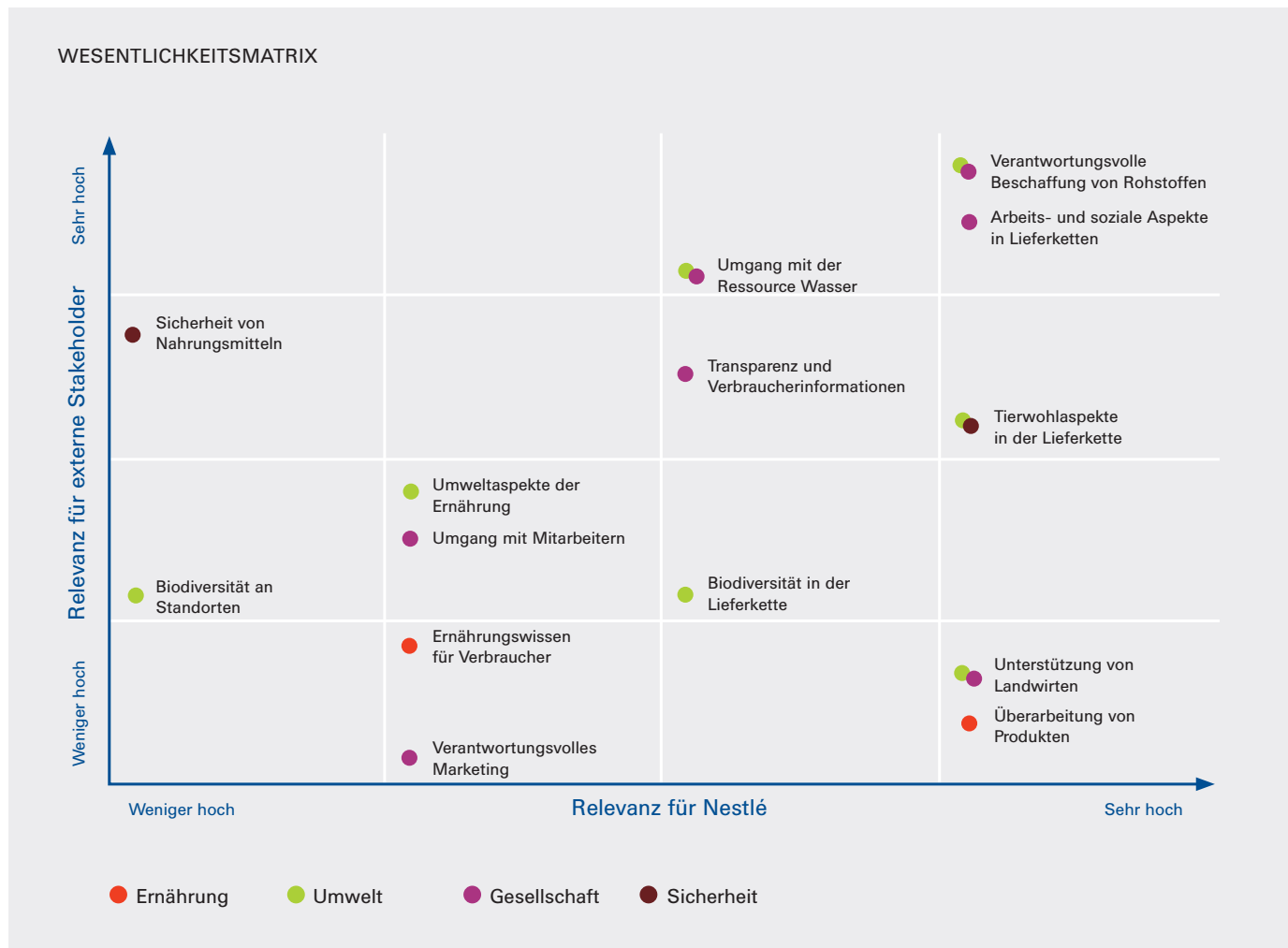
Das Qualitätsprogramm basiert auf den strategischen Schwerpunkten der Nestlé Gruppe weltweit und fokussiert auf die für

den deutschen Markt unmittelbar relevanten Themenfelder. Darüber hinaus haben sich die internationalen Schwerpunkte seit dem Aufsetzen des deutschen Programms verändert, und die Berichterstattung der Nestlé Gruppe wurde auf Grundlage von öffentlichen Verpflichtungen ausgebaut. Dahingehend erfolgte zunächst ein Abgleich der deutschen mit den internationalen Handlungsfeldern und Verpflichtungen.

Aus dieser konsolidierten Liste hat Nestlé Deutschland Themen priorisiert, die 2015 Arbeitsschwerpunkte bildeten, da sie nach Einschätzung des Programm-Kernteam weitere Maßnahmen im Rahmen des Qualitätsprogramms erfordern oder die nach ex-

ternen Marktforschungsergebnissen und der Analyse von Verbraucheranfragen eine hohe Relevanz für Konsumenten und Zivilgesellschaft besitzen. Mit der Studie „So i(s)st Deutschland“ 2016 validierte Nestlé ihre Prioritäten und Handlungsfelder in Bezug auf deren Verbraucherrelevanz.

Die Ergebnisse der Studie bestätigen grundsätzlich die Relevanz der bearbeiteten Themen und Handlungsfelder sowie die Bedeutung von Schwerpunktthemen wie nachhaltige Landwirtschaft, Tierwohl und Zusammensetzung der Produkte. Sie zeigen die Notwendigkeit, bestimmte Handlungsfelder in Bezug auf Realisierbarkeit und Relevanz zu überprüfen, darunter Kennzeich-



nungsfragen, Gentechnik in Futtermitteln vorgelagerter Lieferstufen und die Herkunft von Rohstoffen. Dies deckt sich mit den Handlungsfeldern, die der Verbraucherbeirat als vorrangige Themen identifiziert hat. (GRI G4-27)

Im Jahr 2015 führte Nestlé Deutschland zudem eine Stakeholderbefragung durch, um aktuell und zukünftig wichtige Themenfelder zu identifizieren. Die Erhebung wurde als Onlinebefragung mittels Fragebogen durchgeführt. Aus den rund 200 Einladungen, die an externe Stakeholder aus den verschiedenen Qualitätsbereichen versendet wurden, entstanden 71 komplette Dialoge. Dabei sortierten die Teilnehmer bereits bekannte Themenfelder nach ihrer Wichtigkeit und konnten weitere Handlungsfelder benennen, in denen sich Nestlé verstärkt engagieren sollte. Insgesamt wurden 80 Themenvorschläge gemacht und mehr als 800 Bewertungen für Handlungsfelder abgegeben. (GRI G4-26)

Im Wesentlichen bestätigte die Befragung die Handlungsfelder von Nestlé und deren Relevanz. Zentrale Ergebnisse waren die hohe Erwartungshaltung hinsichtlich Kommunikation, Informationen und Transparenz, aber auch hinsichtlich des gesellschaftlichen Engagements. Zudem nimmt die verantwortungsvolle Beschaffung von Rohstoffen weiterhin eine dominante Rolle ein. Auch dem Umgang mit Wasser und Tierwohlaspekten in der Lieferkette wurde vermehrt Aufmerksamkeit geschenkt. Neu thematisierte Punkte wie das verantwortungsvolle Marketing, Ernährungswissen für Konsumenten und die Unterstützung von Landwirten werden nicht so hoch gewichtet, finden aber dennoch zunehmend Aufmerksamkeit. Die geringsten Meinungsunterschiede gab es bei Umweltthemen, die allgemein als sehr wichtig erachtet werden. Nachhaltige Produkte und Bildungsmaßnahmen treten gegenüber den anderen Themen in den Hintergrund. (GRI G4-27)

Parallel zur Studie und der Befragung erfolgte 2015 erneut eine interne Bewertung von Stärken und Schwächen des Qualitätsprogramms. Die Ergebnisse dieser SWOT-Ana-

lyse wurden in Sitzungen des Experten- und NGO-Beirats sowie des Verbraucherbeirats vorgestellt und ergänzt.

Zur Priorisierung wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen für Nestlé und zur Auswahl relevanter Inhalte sowie der Definition der Aspektgrenzen wurden die Ergebnisse des internen Analyseprozesses zur Neuausrichtung der Strategie (Studien, SWOT-Analysen sowie Hinweise des Experten- und NGO-Beirats) in einer Sitzung des Programmmanagements ausgewertet und zusammengeführt. Dabei wurden Themen priorisiert, die nach den Ergebnissen der Nestlé Studie für die Verbraucher von besonderer Relevanz sind und die unmittelbar mit der Qualitätswahrnehmung von Produkten verbunden sind. Außerdem Handlungsfelder, die aufgrund von möglichen Reputationsrisiken als vorrangig eingestuft wurden. Diese interne Definition wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen wurde den Ergebnissen der externen Stakeholderbefragung gegenübergestellt und in der vorliegenden Wesentlichkeitsmatrix aufbereitet. (G4-18)

Mit Fachabteilungen der Geschäftsleitungen einzelner Produktbereiche wurden basierend auf dem umfassenden Analyseprozess für 2016 bis 2020 Ziele und Maßnahmenpläne entwickelt. Diese wurden der erweiterten Geschäftsleitung vorgestellt und verabschiedet. Die Handlungsfelder und Ziele wurden über die regulären Planungsprozesse in die langfristige Planung und Geschäftsstrategie integriert. Zur weiteren Konkretisierung und Umsetzung wurden Meilensteine definiert.

Das Qualitätsprogramm soll auf dieser Grundlage weiterentwickelt und fortgeführt werden. Für die Arbeitsweise gelten folgende Prioritäten:

- Eine klare Anbindung an die Commitments und Programme von Nestlé International; Aufnahme der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDG), die für den deutschen Markt relevant sind.
- Stärkere Ausrichtung der Maßnahmen auf konkrete Wirkung; Entwicklung, Definition und zukünftige Berichterstattung auf Basis von Wirkungsindikatoren.

- Fortführung und Vertiefung der proaktiven Kommunikation mit externen Stakeholdern und Konsumenten, gebündelt auf geeigneten eigenen Plattformen.
- Sicherstellen von Transparenz in Bezug auf Lieferketten und Fortschritte.
- Einbeziehung der Zivilgesellschaft über den Experten- und NGO-Beirat sowie ergänzende Workshopmodule zu den jeweiligen Fachthemen.
- Ausweitung von Programmen auf weitere Produktbereiche und Rohstoffe; Bündelung von Initiativen verschiedener Produktbereiche, um Marktsynergien zu schaffen.
- Fortlaufende Evaluierung und Zielanpassung.
- Stärkere Einbeziehung der Nahrungsmittelindustrie – auch zur Durchsetzung gemeinsamer Initiativen zur Ergänzung unternehmenseigener Maßnahmen.

WICHTIGE HANDLUNGSFELDER 2016–2020

Handlungsfeld	Unsere Verpflichtung	Ziele und Maßnahmen	Erreicht bis
Ernährung	Bessere Ernährungsbildung für Endverbraucher	- Kontinuierlicher Ausbau von Angeboten zur Ernährungsbildung und Verbraucherinformation	2020 (kontinuierlich)
		- Ausbau des Informationsangebots des Nestlé Ernährungsstudios	2020 (kontinuierlich)
		- Inhaltlicher Ausbau der Trainingsangebote für Köche zu Arbeitssicherheit, Vermeidung von Lebensmittelabfällen und Rezepturmanagement	2016
		- Entwicklung von Projekten zu umweltbewusstem Kochen und Lebensmittelverschwendung für Endverbraucher („Responsible Cooking“)	2016
	Überarbeitung unserer Produkte	- Erhöhung des Anteils der Produkte, die den Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation entsprechen - Reduktion von Salz, Zucker und gesättigten Fetten bei Produkten, die nicht den Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation entsprechen. Fortschreibung und Erweiterung der Ziele ab 2016 - Verbesserung von Geschmack und Verbraucherpräferenz: Verbesserung der Gewinnquote bei Präferenztests	2020 (kontinuierlich) 2017 2016
	Verbesserung und Verständlichkeit der Zutaten in unseren Produkten	- Einführung und Angebot von insgesamt 260 überarbeiteten Produkten bei <i>Maggi</i> - Überarbeitung der Rezepturen und Zutaten-zusammensetzung von 50% aller <i>Maggi</i> -Produkte - Vollkorn als Hauptzutat bei allen Frühstückscerealien - Cerealien-Portfolio ist frei von künstlichen Aromen und Farbstoffen	2016 2018 2016 2017
	Bereitstellung von relevanten Informationen für Konsumenten	- Informationen zu Referenzmengen auf 100% der relevanten Produkte - Portionsempfehlungen auf den Verpackungen und Informationen über QR-Code auf allen Kinder- und Familienprodukten	2016 2017
Verantwortungsvolle Beschaffung		- Übergreifend: Ausweitung des Geltungsbereichs der Einkaufsprogramme auf alle in Deutschland verkauften Produkte (zuvor: in Werken von Nestlé Deutschland hergestellte Produkte)	2020
	Einhaltung unserer Umwelt- und Sozialstandards bei unseren direkten Lieferanten	- Fortsetzung und weiterer Ausbau der Überprüfung von direkten Lieferanten durch SMETA und EcoVadis-Assessments	kontinuierlich

Handlungsfeld	Unsere Verpflichtung	Ziele und Maßnahmen	Erreicht bis
	Transparente Lieferketten und Compliance mit den Responsible Sourcing Guidelines für alle strategisch wichtigen Rohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> - Umsetzung und Ausweitung des Responsible Sourcing Programms für die vorgelagerte Lieferkette von 12 Risikomaterialien sowie Gemüse und Kräuter - Eingekaufter Kaffee entspricht vollständig den Vorgaben der RSG mit Baselinestandard 4C (Speiseeis, Kaffee und Schokoladen, Großverbraucherprodukte) - Eingeaufte Vanille, Kakao und Palmöl entsprechen vollständig den Vorgaben der RSG (Bereich Kaffee und Schokoladen) - Eingekaufter Kaffee für <i>Nespresso</i> entspricht vollständig den Vorgaben des <i>Nespresso</i> AAA Sustainable Quality Programms - Ausarbeitung und Einführung einer Strategie für verantwortungsvolle Beschaffung von Fisch und Meeresfrüchten - Umsetzung des Programms zu verantwortungsvoller Beschaffung für Haselnüsse, Entwicklung von Maßnahmen 	<p>kontinuierlich bis 2020</p> <p>2016</p> <p>2017</p> <p>2020</p> <p>2016</p> <p>2016</p>
	Erhaltung von Biodiversität sowie Klimaschutz in der Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung und Umsetzung eines Sustainable Agriculture Code für landwirtschaftliche Rohstoffe, unter Berücksichtigung von Biodiversitätskriterien - Durchführung von Projekten zum Schutz von Naturkapital, verantwortungsvollem Umgang mit Wasser und Bewältigung der Folgen des Klimawandels im Anbau von Rohstoffen - Fortsetzung bzw. Start von Projekten für die nachhaltige Beschaffung von Tomaten, Kartoffeln, Zwiebeln, Karotten und Petersilie 	<p>2016</p> <p>2020</p> <p>2016</p>
	Beachtung von Tierwohlaspekten in unseren vorgelagerten Lieferketten	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Wagner</i> bezieht Fleisch aus komplett verantwortungsvoller Beschaffung - Prüfung des Wechsels von Boden- zu Freilandhaltung von Legehennen 	<p>2020</p> <p>2016</p>
Ressourceneffiziente Produktion und Distribution	Durchführung von Life Cycle Assessments	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung des EcodEx-Tools für Life Cycle Assessments zur Prüfung und Verbesserung unseres ökologischen Fußabdrucks - Durchführung von Life Cycle Assessments in allen zentralen Produktkategorien - Durchführung eines Pilotprojektes zum Thema Umweltauswirkungen auf Basis von EcodEx 	<p>2016</p> <p>2020</p> <p>2016</p>
	Verbesserung der Umwelteigenschaften unserer Verpackungen	<ul style="list-style-type: none"> - Design for Recycling: Fortsetzung des NEAT-pack Prozesses für alle neuen Verpackungen (inklusive Nutzung von EcodEx) 	<p>2017</p>

Handlungsfeld	Unsere Verpflichtung	Ziele und Maßnahmen	Erreicht bis
		<ul style="list-style-type: none"> - Das Verpackungsportfolio von Nestlé Deutschland ist PVC-frei - Alle Verpackungen des Produktportfolios sind recyclebar - Erhöhung des Anteils von biobasierten Kunststoffen (mindestens ein Projekt pro Jahr) - Verbesserung des Recyclings von Kaffeekapseln (Durchführung von Projekten zur Erhöhung von Recyclingquoten, Ausbau der Verbraucherkommunikation) - Nespresso: 100% Aluminium aus verantwortungsvoller Beschaffung entsprechend der Aluminium Stewardship Perspektive 	<p>2018</p> <p>2020</p> <p>2020</p> <p>2017</p> <p>2020</p>
	Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks	<ul style="list-style-type: none"> - Verringerung der spezifischen Treibhausgasemissionen um 35% im Vergleich zu 2010 - Nespresso: 100% Kompensation von ausgestoßenem CO₂-Equivalent - Verringerung des spezifischen Wasserverbrauchs um 35% im Vergleich zu 2010 - Verringerung des spezifischen Energiebedarfs um 35% im Vergleich zu 2010 - Vollständige Vermeidung von Lebensmittelabfällen in der Produktion von Nestlé Deutschland 	<p>2020</p> <p>2020</p> <p>2020</p> <p>2020</p> <p>2020 (kontinuierlich)</p>
	Förderung von Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> - Prüfung der Möglichkeiten zur naturnahen Gestaltung an allen neuen Standorten in Deutschland - Start eines Biodiversitätsprojekts an einem bestehenden Produktionsstandort 	<p>kontinuierlich</p> <p>2016</p>
Mitarbeiter	Förderung der Beschäftigung	<ul style="list-style-type: none"> - „Youth Employment Initiative“: 2.420 Direkt-einstellungen, Praktikanten, Auszubildende und Trainees und Erweiterung der Readiness for Work-Aktivitäten und der „Alliance for Youth“ - Beschäftigungsmöglichkeiten für Migranten als Teil der „Youth Employment Initiative“ 	<p>2016</p> <p>2017</p>
	Förderung von Diversity	<ul style="list-style-type: none"> - Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen (+35%) 	<p>2017</p>
	Ausbau von Programmen zum freiwilligen Mitarbeiterengagement	<ul style="list-style-type: none"> - Freistellung von Mitarbeitern für die Flüchtlingshilfe (3 Tage pro Jahr) 	<p>2016</p>
Sicherheit	Sicherheit unserer Produkte	<ul style="list-style-type: none"> - Verbesserung der Vermeidung von Fremdkörpern in Rohstoffen aus vorgelagerten Lieferketten - Durchführung von Qualitätsaudits bei allen Zulieferern 	<p>kontinuierlich</p> <p>kontinuierlich</p>

Dialog auf Augenhöhe

Das Qualitätsprogramm basiert auf dem Grundsatz „Fortschritte gemeinsam erarbeiten – Erreichtes kommunizieren“. Daher sind die aktive Einbindung auch von kritischen Anspruchsgruppen in Dialogprozesse und die offene Kommunikation mit den relevanten Zielgruppen wichtige Schwerpunkte in der Arbeit des Unternehmens. Mit ihrer Kommunikation richtet sich Nestlé an Organisationen der Zivilgesellschaft, Politik, Konsumenten und Medien sowie Blogger und Videoblogger als Multiplikatoren. (G4-24)

Fortschritte im Qualitätsprogramm und internationale Themen im Fokus

Fortschritte im Qualitätsprogramm bildeten einen wichtigen Schwerpunkt der Kommunikation mit verschiedenen Stakeholdergruppen. So wurden aktiv unter anderem Themen aus den Programmen für verantwortungsvollen Einkauf, wie bei Palmöl oder Vanille in den Verbraucherdialog eingebracht, ebenso die Überarbeitung von Produkten

und weitere Ernährungsthemen. Daneben bildeten Studien wie die Veröffentlichung „So is(s)t Deutschland 2030“ des Nestlé Zukunftsforums und die Fortschreibung der Nestlé Studie 2016 „So is(s)t Deutschland“ (Januar 2016) Eckpfeiler in der Kommunikation und lieferten Impulse für die Weiterentwicklung des Qualitätsprogramms. (G4-27)

Die Kommunikation mit Verbrauchern – gerade in sozialen Netzwerken – wird dadurch erschwert, dass diese der Nahrungsmittel-

industrie wenig vertrauen. Dies bestätigen auch die Marktforschung der Nestlé Studie oder der GPRA-Vertrauensindex von Oktober 2015. Der Nestlé Corporate Equity Monitor, mit dem Nestlé regelmäßig das Vertrauen in das Unternehmen und die Marken analysiert, zeigt, dass sich der Vertrauensverlust in die Branche seit 2014 noch verstärkt hat – auch verbunden mit einer geringeren Bereitschaft der Konsumenten, Informationen der Unternehmen als glaubwürdig anzusehen. Verbraucher sind sich – auch durch die Verbreitung

”

Sind Nestlé Produkte **ungesund?**

”

Wie stellt Nestlé die **Qualität von Hundefutter** sicher?

”

Wie steht Nestlé zu **Kinderarbeit?**



von Themen durch soziale Netzwerke – zunehmend kritischer Themen im Umfeld der Unternehmen bewusst. Auch geringe Transparenz hinsichtlich der Arbeitsweisen der Unternehmen und deren als schwach wahrgenommene Dialogbereitschaft werden von Konsumenten und externen Stakeholdern in diesem Zusammenhang kritisiert. Gleichzeitig ist die Bereitschaft, Informationsangebote der Unternehmen wahrzunehmen oder zu nutzen, gerade bei kritischen Konsumenten ausgeprägt.

Internationale Kontroversen zum Umgang mit der Ressource Wasser und entsprechende Kampagnenaktivitäten in sozialen Netzwerken belasteten 2015 die Reputation von Nestlé und erschwerten sachliche Dialoge auf eigenen Plattformen. Innerhalb der Branche ist Nestlé weiterhin das Unternehmen mit der größten Bekanntheit; das Vertrauen der Verbraucher in das Unternehmen und die Qualität der Produkte konnte 2015 stabil gehalten werden.

Für die verschiedenen Zielgruppen nutzt das Unternehmen jeweils spezifische Formate wie Publikationen, Workshops, Social Media-Kanäle und die eigenen Internetseiten. 2015 wurde die Kommunikation ausgeweitet. Mit der Dialogplattform und dem Twitter-Hashtag „FragNestlé“ hat Nestlé sich gezielt Kontroversen und kritischen Fragen der Verbraucher gestellt. Mit dem Nestlé Competence Center in Frankfurt, einem Kon-

ferenzzentrum mit interaktiven Ausstellungselementen zu Ernährungsthemen und dem Qualitätsprogramm, hat Nestlé eine wichtige Plattform für den Dialog mit Handelskunden und weiteren Zielgruppen geschaffen. Informationen zu unserem umfassenden Engagement mit Mitarbeitern und Lieferanten finden sich auf den Seiten 54 ff. (G4-26)

Erfolgreiche Formate wie Stakeholderworkshops, Tage der offenen Tür und der Einsatz von Videobotschaftern wurden weiter ausgebaut. Grundsätzlich sucht Nestlé dabei den offenen Dialog auf Augenhöhe mit den Verbrauchern und ist bestrebt, auch kritischen Anspruchsgruppen Einblick in die eigene Arbeit zu geben. Dabei kommen den 2012 bzw. 2013 eingerichteten Beiräten, dem Experten- und NGO-Beirat sowie dem Verbraucherbeirat wichtige Rollen zu. (G4-26)

Weiterentwicklung des Qualitätsprogramms im Experten- und NGO-Beirat

Ein wichtiger Schwerpunkt in der Arbeit des Experten- und NGO-Beirats war 2015 die Weiterentwicklung des Qualitätsprogramms über das Jahr 2015 hinaus. In mehreren Sitzungen des Beirats sind Fortschritte und Wirkung der Programme diskutiert und Vorschläge zur Weiterentwicklung ausgearbeitet worden. Wichtige Schwerpunkte, die als zukünftige Handlungsfelder identifiziert wurden, umfassen den Umgang mit der Ressource Wasser, den Schutz von Biodiversität in den Lieferketten, die Fortführung der Überarbeitung von Produkten und den Ausbau der Verbraucherinformationen zu Ernährungs- und Umweltthemen. Der Beirat empfiehlt ferner eine stärkere Ausrichtung auf eine Wirkungsmessung der Programme.

Mitglieder des Beirats beteiligten sich außerdem an der Evaluierung und an Dialogen zu den einzelnen Programmen. Eine Vertreterin nahm an einer Stakeholderreise zum Vanilleanbau teil, sprach Empfehlungen für die Weiterentwicklung der Maßnahmen mit den Lieferanten aus und nahm im Reisebericht auf der Internetseite zu den Erkenntnissen Stellung. Ein Vertreter des Beirats begleitete



„Durch anerkannte Verbesserungen und offenen Dialog zu Fortschritten und Herausforderungen wollen wir das Vertrauen der Verbraucher in unsere Marken verdienen. Transparenz und offener Dialog auch mit kritischen Organisationen sind eine wichtige Grundlage für unsere Arbeit.“

BÉATRICE GUILLAUME-GRABISCH,
Vorstandsvorsitzende Nestlé Deutschland



„Uns als Beirat ist wichtig, dass wir bei Nestlé Veränderungsbereitschaft sehen: Kritik zu hören, lernen, ernsthafte Prüfung der Anmerkungen und die Bereitschaft, Veränderungen voranzutreiben und umzusetzen. Da ist ein Paradigmenwechsel im Konzern erfolgt.“

„Wir haben als Beirat Zugang zum Vorstand, können Fabriken besuchen und uns so ein eigenes Bild vor Ort machen und führen Dialoge mit Mitarbeitern in der Zentrale zu Themen der Nachhaltigkeit. Dabei werben wir auch intern für diese Themen.“

„Die Chance dieses Stakeholderworkshops besteht darin, dass man unendlich viele Anregungen, Kontakte und Vorstellungen kennenlernen und genau darin liegt das Besondere des Stakeholderworkshops: gemeinsam in den Dialog treten, ohne zu kommentieren.“

GEORG ABEL, Bundesgeschäftsführer von DIE VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. und Sprecher des Experten- und NGO-Beirats

Mitglieder im Experten- und NGO-Beirat:

Georg Abel,

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

Marion Hammerl, Global Nature Fund

Martin Kleene, Kleene Consulting GmbH

Franz-Josef Möllenberg,

Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (bis Dezember 2015)

Prof. Dr. Peter Stehle,

Ernährungswissenschaftler

Dr. Jennifer Teufel, Öko-Institut e. V.

Elke Wieczorek,

DHB – Netzwerk Haushalt



„Der Stakeholderworkshop ist für Nestlé Deutschland sehr wichtig. Es ist eine Möglichkeit sehr viele Stakeholder, insbesondere NGOs, aber auch Verantwortliche aus verschiedenen Ministerien zu treffen und mit diesen über brisante Themen, die uns besonders betreffen, zu diskutieren.“

Ich glaube, dass in der modernen Welt, in der wir leben, Dialog das A und O ist. Für Dialog braucht man Vertrauen und Respekt.“

BÉATRICE GUILLAUME-GRABISCH,
Vorstandsvorsitzende Nestlé Deutschland



„Wir haben über Jahre hinweg in der Entwicklungszusammenarbeit gelernt, dass wir nur im Dialog weiterkommen und mit den Stakeholdern zusammen an den Verbesserungen arbeiten müssen. Insofern ist es gut und richtig, dass Nestlé sich öffnet, auf Stakeholder zugeht und sich ihre Belange anhört und tatsächlich versucht, in ihrer Geschäftspolitik Änderungen einzugehen.“

DR. HILDEGARD HAGEMANN,
Deutsche Kommission Justitia et Pax



„Ich finde den offenen Dialog und Kritikfähigkeit sehr wichtig, sowie an verbesserungswürdigen Themen weiterhin gemeinsam zu arbeiten.“

BEATE WEISKOPF,
Forum Nachhaltiger Kakao

eine Gruppe von Bloggern zum Tomatenprojekt in Spanien und berichtete ebenfalls über seine Eindrücke. Ferner beteiligten sich Mitglieder des Beirats mit Text- und Videobeiträgen an der Diskussion im Rahmen des Qualitätsprogramms auf nestle.de. Auf Grundlage der Berichte diskutierte der Beirat Verbesserungspotenziale und Stärken der jeweiligen Programme.

Außerdem beteiligten sich die Mitglieder des Beirats aktiv an themenspezifischen Workshops, zu denen weitere externe Experten und Vertreter von Nichtregierungsorganisationen sowie Partner aus der Branche eingeladen wurden. In diesen Themen-Workshops wurden Arbeitsfelder aus dem Qualitätsprogramm, wie Nachhaltigkeitsstandards im Gemüseanbau, Tierwohl und verschiedene Ernährungsthemen, vertieft und Maßnahmen diskutiert. (G4-26 & G4-27)

Stakeholderworkshop zum Qualitätsprogramm

Der Austausch mit externen Experten, insbesondere bei den jährlichen Stakeholderworkshops, zählt zu den wichtigsten Bausteinen der Nestlé Qualitätsoffensive. Zu ihren Workshops lädt Nestlé Vertreter von Nichtregierungsorganisationen, Partnerorganisationen und aus der Wissenschaft ein. Die Ergebnisse der Workshops werden im Experten- und NGO-Beirat diskutiert und fließen in das Qualitätsprogramm ein. Die Workshops behandeln eine breite Themenpalette, wie die verantwortungsvolle Beschaffung wichtiger Rohstoffe, Tierwohlstandards, Ernährungs- und Verpackungsfragen, Nahrungsmittelsicherheit sowie Verbraucherinformation und -bildung.

Zu ihren Workshops lädt Nestlé gezielt Organisationen ein, die ihrerseits an den jeweiligen Schwerpunktthemen arbeiten, bereits in die Programme von Nestlé direkt oder indirekt eingebunden sind oder potenziell eingebunden werden sollen. Dabei werden auch Organisationen eingeladen, die kontroverse Positionen einnehmen, aber sich konstruktiv inhaltlich einbringen möchten. (G4-25) Die Workshops finden unter der Chatham House Rule statt; die Teilnehmer erhalten jeweils

eine Dokumentation der Ergebnisse. Wichtige Ergebnisse der Diskussionen werden veröffentlicht.

Der jährliche Stakeholderworkshop zum Qualitätsprogramm fand – aufgrund von Terminkonflikten im Oktober 2015 – im Februar 2016 in Frankfurt im neu eröffneten Nestlé Competence Center statt. Rund 40 Vertreter aus Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft diskutierten mit Vertretern des Vorstands und Experten aus dem Qualitätsprogramm Fortschritte des Programms sowie die Anforderungen der Zivilgesellschaft. Vertreter von Nestlé präsentierten die Fortschritte des Programms, die Ergebnisse der aktuellen Nestlé Studie sowie einer Stakeholderbefragung zu Handlungsfeldern im Qualitätsprogramm. Béatrice Guillaume-Grabisch betonte die Bedeutung des Dialogs für die Weiterentwicklung des Unternehmens und des Qualitätsprogramms.

Georg Abel, Sprecher des Experten- und NGO-Beirats betonte, dass die Dialogbereitschaft von Nestlé sehr gut sei, z. B. bei den Themenfeldern Wasser und Biodiversität. In offenen Diskussions- und Fragerunden sprachen die Teilnehmer auch kontroverse Fragen an. Neben dem Recycling von Kaffeekapseln, der Positionierung von Nestlé gegenüber aktuellen politischen Themen und dem Umgang mit Menschenrechten zählten auch der Klimawandel und die Berücksichtigung der UN-Nachhaltigkeitsziele im Qualitätsprogramm zu den debattierten Themen. Die Fragen wurden im Gespräch von Vertretern der Geschäftsleitung und weiteren Nestlé Vertretern beantwortet. Schwerpunkte der Diskussion in vier Themenworkshops bildeten die verantwortungsvolle Beschaffung, Tierwohl, Produktreformulierungen und Portionsempfehlungen. Auch die Frage, wie Nestlé ihre Anstrengungen und Erfolge erfolgreicher kommunizieren kann, beschäftigte die Teilnehmer. Es wurde deutlich, dass Nestlé die angestrebten Veränderungen nicht allein bewirken kann, sondern alle Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette sowie ihre Stakeholder einbeziehen muss. (G4-26 & G4-27)

Die Teilnehmer äußerten sich überwiegend sehr positiv zur Dialogbereitschaft von Nestlé; viele bekundeten ihr Interesse, das Programm weiter zu begleiten und an konkreten Themen mitzuarbeiten. Drei Viertel der Teilnehmer gaben bei einer Evaluierung an, mit den Inhalten sehr zufrieden oder zufrieden zu sein. Sehr positiv sind die aktiven Beteiligungs- und Diskussionsmöglichkeiten aufgefasst worden. Die Teilnehmer des Workshops würdigen die weitere Ausweitung des Teilnehmerkreises sowie die Vertiefung der diskutierten Themen begrüßen.

Stakeholderdialog zum Umgang mit Wasser

Der Umgang mit der Ressource Wasser und der Umsetzung des UN-Menschenrechts auf Wasser sind ein wichtiges Diskussionsthema in der Öffentlichkeit und in der Beiratsarbeit. Der Experten- und NGO-Beirat hat im Nachgang zu Fachgesprächen mit Nestlé Vertretern 2014 die Arbeit zu Empfehlungen für Nestlé aufgenommen.

Ziel seitens Nestlé ist ein besseres Verständnis der Kontroverse um das 2010 verabschiedete UN-Menschenrecht auf Wasser und die Ableitung von konkreten Anforderungen an ein Unternehmen, das unter anderem im Mineralwassergeschäft tätig ist. Nestlé unterstützt das Menschenrecht auf Wasser und hat dieses über Unternehmensgrundsätze, Verpflichtungen und Richtlinien in die Unternehmenspolitik einbezogen. Die darüber hinausgehenden Anforderungen und Vorschläge aus der Zivilgesellschaft sollen bei der Weiterentwicklung der Water Stewardship Strategie von Nestlé berücksichtigt werden.

Zur Konkretisierung und Validierung seiner Empfehlungen hat der Beirat in Zusammenarbeit mit Nestlé Deutschland einen zweistufigen Stakeholderdialog initiiert. In einem ersten Schritt wurden Vertreter von weiteren Organisationen, die unter Umwelt- oder Menschenrechtsaspekten am Thema arbeiten, in einem strukturierten Interview zu Handlungsfeldern und Einschätzungen befragt. In einem zweiten Schritt wurden aus-

gewählte Organisationen zu einem separaten Stakeholderworkshop eingeladen. Bei diesem Workshop im Februar 2016 stellten Nestlé Experten Verpflichtungen und laufende sowie geplante Maßnahmen seitens des Unternehmens vor. Diese wurden in der Diskussion mit den Empfehlungen des Beirats und der weiteren Teilnehmer abgeglichen. Dabei wurde zwischen Mindestanforderungen an Unternehmen und Empfehlungen für eine angestrebte Vorreiterrolle differenziert. Mehrere Teilnehmer bestätigten, dass getroffene Maßnahmen in die richtige Richtung gehen. Die Ergebnisse des Workshops fließen in die Weiterentwicklung der Aktivitäten von Nestlé ein. Für 2016 ist ein weiterer Workshop mit einem breiteren Teilnehmerkreis geplant, der sich mit der Strategie von Nestlé zum Umgang mit Wasser und u. a. mit dem Handlungsfeld Wassereinsatz in der Landwirtschaft befassen soll. (G4-26 & G4-27)

Dialog mit den Konsumenten

2015 war die Verbraucherkommunikation von Nestlé Deutschland vorrangig darauf ausgerichtet, Qualität für den Konsumenten erlebbar zu machen.

Besonders gegenüber international agierenden Großunternehmen haben viele Konsumenten Vorbehalte: Häufig geäußerte Kritik bezieht sich auf eine wahrgenommene „Monopolisierung“, die Rolle von Unternehmen bei der Gestaltung von Politik, ihre Verantwortung für Umweltschutz und Menschenrechte sowie Vermarktungsmethoden, vor allem aber auf mangelnde Transparenz und Offenheit. Gerade in sozialen Netzwerken werden auch verkürzte, verzerrte oder falsche Informationen verbreitet.

Eine Validierung und Reflektion von Informationen gibt es dort kaum, von Unternehmen bereitgestellte Informationen finden kaum Gehör, obwohl Konsumenten in sozialen Netzwerken umgehend Stellungnahmen auch zu internationalen Fragestellungen verlangen. Auch kritische Dokumentarfilme haben in den vergangenen Jahren zur Skandalisierung diverser Themen beigetragen.



„Wir haben international in unseren Einkaufs-Policies das Thema Tierwohl schon breit adressiert. Wir richten uns im Wesentlichen auf die fünf Freedoms aus, die auch breit anerkannt sind – diese sind Grundlage unserer Einkaufsrichtlinien. In Deutschland merken wir aber schon – und das war auch Feedback im Stakeholderworkshop – dass die Erwartungshaltung an uns größer ist und wir darüber hinausgehen müssen. Wir haben das verstanden und entsprechend aufgenommen.“

VOLKER BALTIES, Geschäftsführer Herta



„Kaum ein Thema ist so emotionsgeladen wie das Thema Wasser. In den letzten Jahren wurde immer wieder kritisiert wegen des Geschäfts mit abgefülltem Wasser und dem Management der Wasserquellen. Mit dem vom Beirat organisierten Stakeholderworkshop haben sich Nestlé Waters, Nestlé International und Nestlé Deutschland nun erstmals pro-aktiv mit den Kritikpunkten und Erwartungen der Stakeholder in Deutschland auseinandergesetzt.“

Ein wichtiger Austausch mit Schlussfolgerungen, die Nestlé in seiner Strategie und in seinen Aktionsplänen berücksichtigen sollte, um sich über Pflichtaufgaben hinaus als „Front-runner“ zu profilieren. Dies wäre eine Position, die dem weltgrößten Wasser- und Lebensmittelkonzern angemessen wäre.“

MARION HAMMERL, ehrenamtliche Präsidentin des Global Nature Fund und Mitglied des Experten- und NGO-Beirats

Diesen Herausforderungen stellt sich Nestlé Deutschland in der Verbraucherkommunikation. Ziel der Kommunikation ist es, interessierten Konsumenten Einblicke in die Arbeit hinter dem Qualitätsprogramm zu vermitteln, Vorbehalte abzubauen und das Vertrauen in Produkte und Marken zu stärken. Hierfür sucht Nestlé den Dialog auf Augenhöhe und setzt auf eine Personalisierung der Kommunikation. 2015 hat Nestlé Dialogplattformen aus- und aufgebaut und den eigenen Mitarbeitern eine aktive Rolle in der Kommunikation zugewiesen. Unter dem Motto „Qualität nehme ich persönlich“ beziehen Mitarbeiter verschiedener Fachbereiche in Videobotschaften oder Berichten zu ihrer Arbeit aktiv Stellung.

Dabei werden zahlreiche Themen aus dem Qualitätsprogramm abgedeckt – von der Arbeit mit natürlichen Farbstoffen und Aromen über den Anbau der Rohstoffe bis zur Überarbeitung von Produkten und der Gestaltung von Lieferketten.

Ein wichtiger Meilenstein ist der Aufbau der Dialogplattform „Frag Nestlé“, auf der sich das Unternehmen gezielt kritischen Fragen stellt und Position bezieht. Trotz des stetig erweiterten Informationsangebots und der hohen Dialogbereitschaft von Nestlé Deutschland lassen sich ihre Reputation bei Kritikern und die Wahrnehmung verarbeiteter Nahrungsmittel nur langsam wandeln. Entscheidend ist aber, dass die veränderte Haltung und die Dialogbereitschaft des Unternehmens zunehmend wahrgenommen werden. (G4-26 & G4-27)

Impulse aus dem Verbraucherbeirat

Der Nestlé Verbraucherbeirat wurde im September 2013 im Rahmen der Nestlé Initiative „Qualität bedeutet mehr“ gegründet und besteht aktuell aus 25 Mitgliedern aus unterschiedlichen Regionen, Altersklassen und Gesellschaftsschichten. (G4-25) Er berät, hinterfragt und begleitet die Fortschritte der Qualitätsinitiative und steht mit Nestlé Experten im direkten Austausch. Inhaltlich geht es dabei um die Anforderungen, die

Konsumenten hinsichtlich Ernährung, Umwelt, Gesellschaft und Sicherheit stellen. Seit seiner Gründung hat sich der Beirat zu einem wertvollen Sparringspartner für die Mitarbeiter im Qualitätsprogramm entwickelt. Durch seine kritischen Fragen gibt er auch wichtige Impulse für die Gestaltung der Kommunikation.

Offenheit und Transparenz gehören bei der Arbeit des Verbraucherbeirats zu den wichtigsten Elementen: Auf der Internetplattform Nestlé Marktplatz berichtet er über seine Aktivitäten und informiert über aktuelle Fragestellungen, Aufgaben und Erfolge. Im Verbraucherbeirat behandelt Nestlé Deutschland die Bedürfnisse und Sichtweisen der Konsumenten in Bezug auf das Unternehmen besonders intensiv. Als Rat- und Impulsgeber hat das Gremium die Möglichkeit, zur Verbesserung von Informationen und Produktqualität beizutragen. Der Verbraucherdialog ist für Nestlé ein Schritt zu stärkerer Transparenz und ein wertvoller Bestandteil der Initiative „Qualität bedeutet mehr“.

Nachhaltigkeit in Lieferketten und die Überarbeitung der *Maggi*-Produkte stellten die zentralen Themen der vierten Sitzung des Beirats im Frühling 2015 dar. Ein weiteres Thema war das Recycling von Kaffeekapseln; eine Projektgruppe aus dem Verbraucherbeirat hatte nach dem Besuch einer Sortieranlage Vorschläge für ein besseres effektives Sammeln und Recyceln erarbeitet, die im Verpackungsbereich weiter bearbeitet werden.

Im Juli 2015 reiste eine Gruppe aus dem Verbraucherbeirat nach Vittel in Frankreich, um die dortige Abfüllung der Mineralwassermarke *Vittel* und das Quellenschutzprogramm *Agrivair* zu besichtigen. Die Mitglieder des Verbraucherbeirats diskutierten mit Vertretern von Nestlé und externen Partnern über die Maßnahmen zum Schutz der Quelle, über die praktizierte Förderung einer schonenden Landwirtschaft im Einzugsgebiet, aber auch über internationale Themen aus kritischen Dokumentationen zum Umgang mit Wasser. Der Verbraucherbeirat veröffentlichte einen Bericht hierzu auf der Internetplattform Nestlé Marktplatz.

Im Oktober 2015 besuchte der Verbraucherbeirat das *Nescafé* Werk in Mainz gemeinsam mit der Vorstandsvorsitzenden Béatrice Guillaume-Grabisch, die sich zu diesem Anlass über die Arbeit des Beirats informierte. Neben dem Bericht zur Vittel-Reise stand vor allem die Nachhaltigkeit im Kaffeeanbau im Vordergrund des Besuchs.

Zu den Vorschlägen des Verbraucherbeirats, die Nestlé bereits umgesetzt hat, gehören die Überarbeitung des Nestlé Marktplatzes, die Kampagne „Frag Nestlé“, die Darstellung der Verpackungsangaben zu Kalorien und Geschmacksverstärkern sowie die Schulung der Mitarbeiter des Verbraucherservice zum Thema Nachhaltigkeit.

In über zwei Jahren Beiratsarbeit hat der Nestlé Verbraucherbeirat alle 16 Kernthemen der Nestlé Qualitätsinitiative aufgegriffen und damit ein breites Themenspektrum bearbeitet. Die Verbraucher haben in den Sitzungen nicht nur Einblick in die Ziele und Fortschritte der Initiative erhalten, sondern durch Gruppenarbeiten und Projekte auch aktiv an der Weiterentwicklung mitgewirkt. Vorschläge des Verbraucherbeirats sind z. B. in die Kampagne „Qualität nehmen wir persönlich“ und in den Aufbau der Internetplattform „Frag Nestlé“ eingeflossen. 25 der ursprünglich 32 Mitglieder haben sich bereit erklärt, auch in der zweiten Amtsperiode im Beirat mitzuarbeiten. Gemeinsam mit dem Beirat hat Nestlé entschieden, die ausgeschiedenen Mitglieder nicht zu ersetzen und zukünftig noch stärker in kleinen Projektgruppen weitzuarbeiten.

Dialogplattform „Frag Nestlé“

Mit „Frag Nestlé“ hat Nestlé 2015 eine zusätzliche Plattform aufgebaut, auf der gezielt kritische Fragen aufgegriffen und beantwortet werden. Häufig über die sozialen Netzwerke, den Verbraucherservice oder auf anderen Wegen gestellte Fragen von Konsumenten werden zusammengefasst und mit kurzen Stellungnahmen, Fakten und Videos beantwortet. Diese Unterseite von nestle.de wird laufend erweitert und aktualisiert. So können Konsumenten oder Medien aktuelle

Informationen zu kritischen Fragestellungen erhalten. Zum Start der Dialogplattform im September 2015 hat Nestlé unter dem Hashtag #FragNestlé eine Kampagne auf dem Kurznachrichtendienst Twitter gestartet. Dass neben Fragen zur Ernährung besonders kritische Fragen über gesellschaftliche Themen und Umweltaspekte der Unternehmenspraxis gestellt wurden, war erwartet und sogar ausdrücklich erwünscht. Am ersten Tag der Kampagne wurden insgesamt rund 2.200 Dialoge geführt. Kaum eine Frage blieb unbeantwortet. Die Anzahl der Zugriffe auf die Unterseite „Frag Nestlé“ ist durch die Kampagne um 514% gestiegen. Vor allem Informationen zu Fragen wie „Nimmt Nestlé den Menschen das Wasser weg?“ oder „Wie steht Nestlé zu Kinderarbeit?“ sind besonders häufig aufgerufen worden.

Durch die Twitter-Kampagne konnte die Bekanntheit der Dialogplattform „Frag Nestlé“ bei den Konsumenten und in der Medienöffentlichkeit deutlich gesteigert werden. In den Medien wurde die Transparenzkampagne – nach einem ersten Überraschungsmoment für Beobachter – grundsätzlich positiv aufgenommen. Einzelne Medien hatten nach dem Start der Kampagne zunächst nur das große Volumen an kritischen Fragen auf dem Twitter-Kanal wahrgenommen. Nachdem sichtbar wurde, dass alle, auch kritische Fragen, von einem breit aufgestellten Team kompetent und engagiert beantwortet wurden, drehte sich die Berichterstattung schnell. Gerade wichtige Blogger wie Blogrebell äußerten sich sehr positiv über den Schritt in die Öffentlichkeit und die Einladung zum Dialog auf Augenhöhe.

In einem zusätzlichen YouTube-Kanal mit dem Titel „Frag Nestlé“ geben Mitarbeiter Antworten zu häufigen Fragen. Auch Mitglieder des Experten- und NGO-Beirats kommen dort zu Wort. Die einzelnen Beiträge konnten dabei eine gute Reichweite erreichen.

„Tag der Qualität“ in den Werken und digital

2015 haben zwölf Werke den „Tag der Qualität“ organisiert. 2.000 Besucher nutzten die Möglichkeit, einen Einblick in die Produktion bei Nestlé zu erhalten. Teilweise lud Nestlé dazu Blogger ein, wie z. B. nach Uelzen in das Nestlé *Schöller* Werk. Sie konnten sich vor Ort von der hohen Qualität der Produkte des Unternehmens überzeugen und ein Verständnis der Produktionsabläufe in der modernen Nahrungsmittelindustrie entwickeln und über ihre Erfahrungen berichten.

Einblicke in die Produktion soll auch ein Videoblog auf YouTube bieten: Der YouTuber „Tense“ besuchte Werke von Nestlé Deutschland. Unter dem Titel „Typisch Nestlé“ veröffentlichte der Blogger Videos von Besuchen in den Werken Uelzen (Speiseeis), Singen (*Maggi*), Nonnweiler (*Wagner Pizza*), Schwerin (*Nescafé Dolce Gusto*) und Hamburg (Süßwaren). Die Beiträge des bekannten Videobloggers sollen eine neutralere Sicht auf die Arbeit von Nestlé ermöglichen. Für Nestlé eine zusätzliche Möglichkeit, Konsumenten einen transparenten Blick hinter die Kulissen der Produktion zu gewähren. Die Videos adressieren auch kritische Fragen der Konsumenten und bestätigen so die Transparenz und Kommunikationsbereitschaft von Nestlé. Seit ihrem Start im Juli 2015 verzeichnen die Videoblogs mehr als 17.000 Aufrufe.

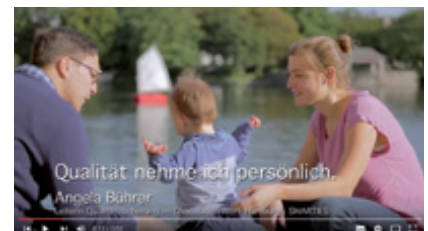
Videobotschaften „Qualität nehme ich persönlich“

In der Videoreihe „Qualität nehme ich persönlich“ kommen die Mitarbeiter hinter dem Qualitätsprogramm zu Wort und stellen ihre Arbeit anhand konkreter Themen vor.

Themen der Botschaftervideos sind u. a. die Entwicklung von Rezepturen, der Einsatz natürlicher Farben und die Nahrungsmittelsicherheit. Die Videobeiträge der Qualitätsbotschafter werden seit März 2015 monatlich veröffentlicht und verbuchen zusammen inzwischen knapp 1,5 Mio. Aufrufe. Die Videos werden auch in die Kommunikation des Nestlé Marktplatzes eingebunden und erreichen so über 1,3 Mio. Konsumenten.



Videos des YouTubers Tense geben einen Blick hinter die Kulissen von Nestlé.



Mitarbeiter stellen in Videos auf dem Nestlé Marktplatz ihre Arbeit im Qualitätsprogramm vor.

Produktinformationen per QR-Code



Der Digitalisierungsprozess wird zunehmend Teil der Prozesse in modernen Nahrungsmittelunternehmen wie Nestlé sein. Er kann auch den Dialog mit den Konsumenten unterstützen. Alle Nestlé Produkte mit Ernährungskompass sollen weltweit mit einem QR-Code auf der Verpackung ausgestattet werden. Damit können Interessierte direkt auf eine produktspezifische Microsite gelangen. Dort erhalten sie

neben den Nährwertangaben etwa auch Informationen über Umweltauswirkungen im Produktlebenszyklus oder die Herkunft und den Anbau der Rohstoffe. Auch über den *Nescafé Plan* und den *Cocoa Plan* informiert Nestlé an dieser Stelle. Bis Ende 2015 sind Microsites für 561 Produkte unter zwölf Marken entstanden.

Lieferketten erleben – „Reisen entlang der Wertschöpfungskette“

Um sich ein Bild von der Anbausituation wichtiger Rohstoffe zu machen und Fortschritte laufender Programme zu evaluieren, reisten Vertreter von Nestlé zusammen mit Beiratsmitgliedern, Bloggern und Journalisten in die Anbauregionen wichtiger Rohstoffe. Mit Blogs und Reiseberichten der Mitarbeiter und Gäste sind diese Reisen ebenfalls für die externe Kommunikation aufbereitet worden. So kann auch der Verbraucher einen Einblick in die Arbeit in den Anbauregionen erhalten.

2015 reiste ein Team nach Madagaskar, wo ein Großteil der vom Unternehmen verarbeiteten Vanille angebaut wird. Die Leiterin des Einkaufs von Nestlé Deutschland nutzte im

Sommer 2015 einen Lieferantenbesuch in Malaysia für einen persönlichen Bericht über ihre Erkenntnisse über den Palmölanbau.

Die Besucher verfassten vor Ort Tagebucheinträge und veröffentlichten diese auf den Onlineportalen von Nestlé. Das Nestlé Team wurde dabei von einer Vertreterin des NGO-Beirats begleitet.

Mitglieder des Experten- und NGO-Beirats sowie des Verbraucherbeirats begleiteten im Sommer 2015 Nestlé Experten, Journalisten und Blogger bei ihrer Reise in die spanische Anbauregion Extremadura, aus der ein Großteil der von *Maggi* in Deutschland verarbeiteten Tomaten stammen. Vor Ort hatte Nestlé einen Workshop mit Tomatenbauern, Lieferanten und der spanischen Nichtregierungsorganisation *Fundación Global Nature (FGN)* organisiert. Dort wurde über die Probleme im Tomatenanbau und nachhaltige Anbaulösungen sowie über deren Akzeptanz bei den ansässigen Landwirten diskutiert. Auch Georg Abel, Sprecher des Experten- und NGO-Beirats, veröffentlichte einen Bericht über die Reise, die Herausforderungen und die laufenden Programme.

Nestlé Competence Center als neue Dialogplattform

Als Plattform für vielfältige Dialoge und gemeinsames Lernen wurde im November 2015 das Nestlé Competence Center in Frankfurt eröffnet. Das Konferenzzentrum bietet neben modernen Räumen für Tagungen und Workshops eine Ebene für Ausstellungen und Dialogformate. Die Ausstellung baut auf Erlebniswelten aus der Nestlé Studie „So is(s)t Deutschland“ 2016 auf und enthält zahlreiche moderne und interaktive Elemente, darunter einen „Magic Table“, auf dem mittels RFID-Chip Informationen und Videos über bereitstehende physische Produkte abgerufen werden können. Leitfragen der interaktiven Ausstellung sind „Wie ernähren wir uns heute? Wie kochen, leben und ernähren wir uns in der Zukunft? Wie werden wir den hohen Qualitätsansprüchen unserer Verbraucher gerecht?“ Das Nestlé Competence Center wird vor allem für den Dialog mit Handel, Branche und weiteren Stakeholdern genutzt. Auch der Stakeholderworkshop zum Qualitätsprogramm fand im Februar 2016 dort statt.



Außenansicht Nestlé Competence Center in Frankfurt.



Lohnender Dialog

Der Experten- und NGO-Beirat als kritischer Begleiter

Seit fast drei Jahren begleitet ein Beirat aus Experten und Vertretern von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) das Qualitätsprogramm von Nestlé in Deutschland. Georg Abel vertritt von Beginn an DIE VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. in diesem sechsköpfigen Gremium und ist aktuell dessen Sprecher. Seine Einschätzung der Arbeit von und mit Nestlé.

Unternehmen müssen sich verändern. Die notwendige Weiterentwicklung von nachhaltigeren Produkten für den Massenmarkt und des Unternehmens selbst sind dabei nur eine Ebene. Ein wichtiger Aspekt dabei ist, wie und in welche Richtung diese Entscheidungen getroffen werden. Hier kommt es nicht nur auf die entsprechenden Diskussionsprozesse im Unternehmen selbst, beispielsweise durch die Einbindung von Mitarbeitern und Betriebsrat, und die längerfristige Kooperation mit Lieferanten an.

Angesichts gesättigter Märkte, demografischer Entwicklungen, multioptionaler Verbraucher und einer kritischeren Mediengesellschaft funktionieren solche Veränderungen dauerhaft nicht ohne einen entsprechenden offenen Dialog mit der Zivilgesellschaft. Unternehmen haben dabei die Wahl, ob und wie sie sich auf diesen Prozess einlassen. Der Dialog bietet dabei u. a. die Chance, mit Kritikern ins Gespräch zu kommen, deren Anmerkungen ernsthaft zu prüfen und bei der Weiterentwicklung zu berücksichtigen.

Die gute Nachricht vorab: Nestlé hat sich verändert. Das Unternehmen hat dafür – in Deutschland – einen breiten Ansatz gewählt: Jährliche Stakeholderworkshops, die mehrjährige Arbeit eines 32-köpfigen Verbraucherbeirats und mediale Dialogangebote wie „Frag Nestlé“ sind Beispiele für diesen erfreulichen Paradigmenwechsel. Kaum jemand hätte noch vor fünf Jahren gedacht, dass das Schweizer Unternehmen hierzulande zu dieser Dialogbereitschaft und -fähigkeit bereit ist.

Ein Teil dieses Öffnungs- und Dialogprozesses bei Nestlé ist der sechsköpfige

Experten- und NGO-Beirat: Die Mitglieder kommen aus verschiedenen namhaften Einrichtungen und verfügen über entsprechende langjährige Expertise. Sie blicken mehrmals im Jahr mit unterschiedlichem Blick auf das Nestlé Qualitätsprogramm: aus sozialer und ökologischer Sicht, aus Verbrauchersicht und aus ernährungswissenschaftlicher Sicht. Die Mitglieder des Beirats sind dabei kritische Begleiter, Impulsgeber, Motivator und auch Kontrolleur in Bezug auf die Ziele, die sich Nestlé mit ihrem breit angelegten und ambitionierten Qualitätsprogramm gesetzt hat. Der Beirat überprüft Fortschritte teilweise auch direkt vor Ort, wie beim Vanilleanbau auf Madagaskar oder dem nachhaltigen Tomatenanbau in der Extremadura. Der Experten- und NGO-Beirat berät hinsichtlich der Handlungsfelder und deren Priorität, kommuniziert Nachhaltigkeitsthemen an Mitarbeiter und Lieferanten, hat Zugang zum Vorstand und tauscht sich mit dem Verbraucherbeirat aus. Die vielschichtige Arbeit des Beirats trägt so zur Qualität des Programms von Nestlé bei.

In den rund drei Jahren der Tätigkeit hat sich die Arbeit des Beirats erweitert. Verstärkt beschäftigt sich das Gremium mit Querschnittsthemen wie Biodiversität oder greift u. a. das nicht einfache, aber wichtige und vielschichtige Thema Wasser auf. Hier hat der Beirat die Initiative ergriffen, Empfehlungen formuliert, im Sommer 2015 gemeinsam mit Nestlé eine Stakeholderbefragung initiiert und im Februar 2016 ein Fachgespräch mit weiteren Nichtregierungsorganisationen unter Beteiligung von Nestlé-Vertretern organisiert. Die Rückmeldungen aus diesem Dialogprozess zeigen ein differenziertes Bild und sollen

Nestlé dabei unterstützen, eine Vorreiterrolle beim Umgang mit diesem wichtigen Thema einzunehmen. Wie diese eindeutigen Ergebnisse innerhalb des weltweit agierenden Konzerns umgesetzt werden, wird sich zukünftig zeigen.

Die Beiratstätigkeit ist durchaus eine Herausforderung für die mitwirkenden Nichtregierungsorganisationen. Sie ist auch und vor allem ein politischer Ansatz: Der grundsätzliche Dialog mit einem Unternehmen ist dabei eine Sache. Die praxisbezogene Mühe der Ebene bei einer Vielzahl von Produkten und Produktgruppen entlang der Lieferkette aber durchaus eine Herausforderung. Gefragt ist dabei nicht der schnelle plakative Erfolg bei wenigen ausgewählten Produkten, dies wäre eher Marketing. Notwendig ist vielmehr ein dauerhafter, breit angelegter und ambitionierter Veränderungsprozess. Dafür sind konkrete Ziele und Zeitfenster notwendig, zur Transparenz und Überprüfbarkeit tragen Etappenziele und entsprechende Kommunikation bei.

Nestlé liefert mit ihrem Qualitätsprogramm einen ganzheitlichen Ansatz, begleitet durch interne und externe Dialogangebote. Es handelt sich um einen ambitionierten Veränderungs- und Verbesserungsprozess im Massenmarkt. Als Experten- und NGO-Beirat sind wir optimistisch, dass die kritische externe Begleitung auch zukünftig zu weiteren Verbesserungen im Nestlé Qualitätsprogramm beiträgt. Eines ist dabei klar: Die bisherigen nachweisbaren Erfolge dieses Programms sind kein Grund sich auszuruhen. Sie müssen vielmehr Ansporn sein, den eingeschlagenen Weg konsequent und ambitioniert in Deutschland, aber idealerweise auch in anderen Regionalmärkten fortzusetzen.

Ernährung

Nestlé hat das Ziel, eines der führenden Unternehmen für Ernährung, Gesundheit und Wellness zu sein. Nestlé möchte Konsumenten bei einer ausgewogenen Ernährung und einem aktiven Lebensstil unterstützen. Dabei sind hochwertige Produkte und transparente Verbraucherinformationen wichtige Anforderungen an das Unternehmensprofil. Das Qualitätsprogramm von Nestlé umfasst daher klare Ziele und Maßnahmen, mit denen Nestlé die Anforderungen der Konsumenten an die Produkte erfüllen und ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden möchte. Gegenüber dem Vorjahr wurde dabei ein Ziel konkretisiert und neu formuliert: „Steigerung des Anteils an Rezepturen mit verkürzten Zutatenlisten sowie eliminierten unerwünschten und unverständlichen Zutaten“ heißt nun „Steigerung des Produktanteils von gemäß der *Maggi-Initiative Kitchen Cupboard* überarbeiteten Produkten“.

Mit gut schmeckenden Produkten und Informationsangeboten für jede Lebensphase unterstützt das Unternehmen die Konsumenten dabei, sich und ihre Familie möglichst ausgewogen zu ernähren. Ein besonderes Augenmerk legt Nestlé dabei auf die speziellen Ernährungsanforderungen von Kindern.

Deshalb sollen die Produkte von Nestlé dazu beitragen, die Empfehlungen anerkannter Institutionen zur Nährstoffzufuhr und Lebensmittelauswahl einzuhalten. Dazu hat das Unternehmen eine Methode entwickelt, deren Nährwertkriterien beispielsweise auf den Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO), des US-Instituts für Medizin

(Institute of Medicine, IOM) und der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit basieren. Da sich diese Empfehlungen jedoch auf die Gesamtzufuhr von Nährstoffen in einer ausgewogenen Ernährung beziehen, hat Nestlé diese Daten auf unterschiedliche Produktkategorien heruntergebrochen, unter Berücksichtigung der tatsächlichen Relevanz der jeweiligen Produktkategorie für die Ernährung, wie Hauptmahlzeit oder Snack.

Konkret bedeutet dies, dass im Nestlé Nutritional Profiling System (NNPS) Höchstwerte für Energie (Kalorien), Natrium (Salz), zugesetzten Zucker, Fruktose, Transfettsäuren und gesättigte Fettsäuren für verschiedene

Kategorien wie beispielsweise Speiseeis, Pizza oder Soßen festgelegt worden sind. Auch Minimalwerte für positive Inhaltsstoffe wie Calcium sind für einzelne Produktkategorien vorgegeben, um Konsumenten dabei zu unterstützen, die empfohlene Aufnahmemenge zu erreichen. Beispielsweise sollen in milchbasierten Getränken 14% der empfohlenen täglichen Aufnahme für Erwachsene für Calcium pro 100 kcal des Getränks enthalten sein. Ein Produkt, das alle Kriterien erfüllt, erreicht die Nestlé Nutritional Foundation (NF).

Wissenschaftlich fundierte Kriterien

Besonders mit Blick auf nicht übertragbare Erkrankungen, wie Unter- und Übergewicht, spielen Lebensmittelauswahl und Nährstoffzufuhr eine wichtige Rolle. In Deutschland stehen vor allem die Überernährung und deren mögliche Folgen, Übergewicht und Adipositas, im Zentrum der Diskussion. Unter diesem Aspekt ist es wichtig, dass Nestlé Produkte alle vorgegebenen Kriterien des NNPS erfüllen. Wer diese Nestlé Produkte in eine ausgewogene Ernährung integriert, schafft eine gute Grundlage, um die empfohlenen Höchstwerte für Salz, Zucker etc. auch bei regelmäßigem Verzehr nicht zu überschreiten.

Ziele

- Der Anteil an Nestlé Produkten, die den Kriterien der NF entsprechen, soll weiter kontinuierlich erhöht werden.
- 100 % der Kinderprodukte sollen den Kriterien der NF entsprechen.





Fortschritte 2015

Bereits Ende 2014 sind 93% des Kindersortiment-Umsatzes auf Produkte zurückzuführen, die den Kriterien der NF entsprechen. 2015 konnte Nestlé Deutschland diesen Wert auf 97% steigern. Dabei ist die NF größtenteils durch veränderte Rezepturen, wie durch einen geringeren Zucker-, Salz- oder Fettanteil, erreicht worden. Von diesen teilweise aufwendigen Überarbeitungen ist beispielsweise das beliebte Kinderspeiseeis *Bum Bum* betroffen: 2015 ist der darin enthaltene Anteil an zugesetztem Zucker um 45% reduziert und die Portionsgröße um 8 ml verkleinert worden. Durch diese Anpassungen konnte der Kaloriengehalt in dem Produkt um mehr als 20% reduziert werden.

Der Schwerpunkt der Produktüberarbeitung liegt zwar auf den Kinderprodukten, aber Nestlé arbeitet auch intensiv an der Reformulierung weiterer Produkte. So konnte 2015 der Anteil an Produkten mit NF am Gesamtumsatz bei *Maggi* von 19% auf 29% erhöht werden. Bei Nestlé *Wagner* lag der Umsatzanteil für Produkte mit NF 2015 bereits bei 19% und somit 14 Prozentpunkte höher als noch im Vorjahr. Und bei Süßwaren konnte durch eine Verringerung der Portionsgröße eine Steigerung des NF-Anteils auf 74% erzielt werden, im Vorjahr waren es noch 68%. Über alle Produkte (ohne Tiernahrung, klinische Ernährung und Kosmetikprodukte) betrachtet, erreichte Nestlé Deutschland gemessen am Umsatz in 59% der Fälle die NF, ein Anstieg um acht Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Diesen Anteil will das Unternehmen kontinuierlich weiter ausbauen.

Weniger Zucker

Durch die schrittweise Reduzierung von Zucker sollen Verbraucher unterstützt werden, die Empfehlungen der WHO zur maximalen Zuckeraufnahme – höchstens 10% der täglich benötigten Energie – einzuhalten.

Ziele

- Bis 2016 soll der Zuckergehalt in allen Produkten, die nicht das Kriterium der NF für Zucker erfüllen, um durchschnittlich 10% reduziert werden.

Fortschritte 2015

In den vergangenen Jahren konnte Nestlé Deutschland beim Zuckergehalt klare Erfolge verbuchen: So hat *Maggi* von 2013 bis 2015 durchschnittlich 8% Zucker in ihrem Sortiment reduziert. *Nestlé Schöller* erzielte 2015 im Speiseissortiment bereits die angestrebte Verringerung um durchschnittlich 10%. Auch erlenbacher backwaren arbeitet gerade daran, durch neue Rezepturen den Zuckergehalt in der Rührteigmasse, die Grundlage für viele verschiedene Kuchen, Torten und Schnitten ist, 2016 um etwa 10% zu verringern.

Weniger gesättigte Fettsäuren und keine Transfette aus teilgehärteten Ölen

Nahrungsfette sind wichtiger Bestandteil einer gesunden, ausgewogenen Ernährung. Zu viele gesättigte Fettsäuren oder Transfette können sich hingegen negativ auf Blutfette auswirken und dadurch das Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen erhöhen.

Ziele

- Bis 2016 soll der Gehalt gesättigter Fettsäuren (GFS) in Produkten, die nicht das Kriterium der NF für GFS erfüllen, um durchschnittlich 10% reduziert werden.
- Bis Ende 2016 sollen Transfette aus teilgehärteten Ölen (PHO) ganz aus den Produkten entfernt werden.

Fortschritte 2015

Um den Anteil gesättigter Fette zu reduzieren, wird gemeinsam mit Lieferanten und technischen Teams geprüft, welche Alternativen es gibt, die einen geringeren Gehalt an gesättigten Fetten, aber genauso gute Eigenschaften hinsichtlich Konsistenz oder Lagerqualität aufweisen. 2015 konnte bei *Maggi* der Gehalt an gesättigten Fetten um durchschnittlich über vier Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr reduziert werden. In anderen Produktbereichen gestaltet sich die Umstellung schwieriger, beispielsweise bei *Herta*: Hier enthält der

Schrittweise Überarbeitung von Produkten

Es ist nicht bei allen Produkten möglich, die Rezeptur in einem Arbeitsschritt so zu überarbeiten, dass diese die NF erreicht. Grund hierfür kann neben technologischen Hürden beispielsweise auch die Verbraucherakzeptanz sein. Wenn der aktuelle Wert des entsprechenden Nährstoffs zu weit entfernt ist vom Zielwert des NNPS, kann das dazu führen, dass die Verbraucherakzeptanz bei einer Überarbeitung in einem Schritt verloren ginge. Daher geht Nestlé bei der Reformulierung dieser Produkte schrittweise vor. Das Unternehmen ist für die wichtigsten „Public Health“-sensitiven Nährstoffe Zucker, Natrium (Salz), gesättigte Fette und Transfette klare Selbstverpflichtungen eingegangen. Nestlé reduziert in Produkten, die noch nicht dem Maximalwert des NNPS für den jeweiligen Nährstoff – beispielsweise Zucker oder Natrium – entsprechen, dessen Gehalt. Dies trägt dazu bei, den Nährwert der Produkte kontinuierlich zu verbessern und den Konsumenten bei einer ausgewogenen Ernährung zu unterstützen.

Hauptrohstoff Schinken natürlicherweise gesättigte Fettsäuren. 100% der Süßwaren der Nestlé Kaffee und Schokoladen entsprechen bereits dem NF-Kriterium für gesättigte Fette.

Bezüglich der Zielsetzung für Transfette erreicht Nestlé Deutschland rein rechnerisch für 100% des Gesamtumsatzes das Ziel. Die drei Tiefkühlprodukte von *Nestlé Schöller*, die noch teilgehärtete Öle enthalten, haben auf den Gesamtumsatz gesehen keinen Einfluss für die Berechnung.

Weniger Salz

Speisesalz besteht aus den beiden Elementen Natrium und Chlor und wird chemisch als Natriumchlorid bezeichnet. Da Salz die Hauptquelle für die Natriumaufnahme ist, verpflichtet sich Nestlé zur Reduzierung des Natriumgehalts, um Konsumenten dabei zu unterstützen, die Empfehlungen für eine maximale Salzaufnahme nicht zu überschreiten. Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung empfiehlt, maximal 6 g Salz pro Tag aufzunehmen, die WHO sogar nur 5 g. Trotzdem müssen die Produkte schmackhaft bleiben, da sich sonst das Risiko erhöht, dass Konsumenten nachsalzen oder zu salzigeren Alternativen greifen.

Ziele

- Bis 2016 soll der Salzgehalt in Produkten, die nicht das Kriterium der NF für Natrium (Salz) erfüllen, um durchschnittlich 10% reduziert werden.

Fortschritte 2015

Sowohl die Vorgehensweise als auch die bisherigen Erfolge unterscheiden sich in den verschiedenen Produktbereichen. Für *Herta* ist der Salzgehalt eine Frage der Produktsicherheit, denn er ist maßgeblich für die Haltbarkeit des Produkts. Dennoch hat die Marke Anfang 2016 erstmals einen natriumreduzierten Schinken mit 25% weniger Natrium in Deutschland auf den Markt gebracht. Dies war durch die Verwendung des Kochsalzersatzes Kaliumchlorid möglich. Bei *Maggi* wurde die Natriumreduzierung 2015 weiter fortgesetzt. Somit sank der Salzgehalt von 2012 bis 2015 über alle Produkte hinweg um durchschnittlich 8%, im Vergleich zum Vorjahr um durchschnittlich weitere 2,4 Prozentpunkte.

Bei den Delikatess- und Grundsoßen waren es sogar durchschnittlich 18% weniger Natrium. Der gute Geschmack von *Maggi*-Produkten wird durch den Austausch von Salz gegen andere Zutaten wie Kräuter oder Gewürze beibehalten oder sogar verbessert.



Produkte ohne künstliche Aromen und Farbstoffe

Nicht nur, um die sogenannten „Public Health“-sensitiven Nährstoffe, wie beispielsweise Zucker oder Salz, zu reduzieren, passt Nestlé ihre Rezepturen an. Das Unternehmen folgt auch weitergehenden Konsumentenwünschen, wie denen nach mehr Produkten ohne künstliche Aromen und Farbstoffe. Konsumenten sehen deren Einsatz zunehmend kritisch.

Ziele

- Kontinuierliche Verringerung des Anteils an künstlichen Aromen und Farbstoffen, bis hin zu einem vollständigen Verzicht darauf.

Fortschritte 2015

Nestlé Schöller verzichtet bereits bei allen Kindereisprodukten sowie Speiseeis der Marke *Mövenpick* auf künstliche Aromen und Farbstoffe. Auch bei Süßwaren, Pizza sowie bei Produkten von *Nespresso* verzichtet Nestlé bereits vollständig darauf. Andere Bereiche wie Cereal Partners Deutschland planen, bis 2017 alle Rezepturen entsprechend umzustellen.

Verzicht auf kennzeichnungspflichtige Zusatzstoffe

Im Außer-Haus-Bereich müssen Informationen über deklarationspflichtige Zusatzstoffe zur Verfügung gestellt werden, beispielsweise auf der Speisekarte in der Gastronomie oder der Gemeinschaftsverpflegung. Nestlé

versucht, Gastronomen im Tagesgeschäft zu entlasten, indem sie Produkte anbietet, die keine deklarationspflichtigen Zusatzstoffe enthalten.

Ziele

- Kontinuierliche Erhöhung des Produktanteils ohne deklarationspflichtige Zusatzstoffe für das Außer-Haus-Geschäft.

Fortschritte 2015

2015 konnte Nestlé Professional weitere drei Prozentpunkte ihrer angebotenen Produkte umstellen, sodass nun 78% der Produkte frei von kennzeichnungspflichtigen Zusatzstoffen sind. Bei Produkten von *Schöller* Frozen Food beträgt der Anteil dieser Produkte sogar 87%, während er sich 2014 gerade mal auf 60% belaufen hat.

Schmackhafte Produkte

Nestlé Produkte sollen eine gesunde Ernährung unterstützen und gleichzeitig gut schmecken. Eine verbesserte Zusammensetzung soll nicht auf Kosten des Geschmacks gehen, sonst würden die Konsumenten die Produkte nicht wieder kaufen. Um sicherzustellen, dass neue oder überarbeitete Produkte besser als Mitbewerberprodukte schmecken, vergleicht Nestlé Deutschland umsatzstarke Produkte und Schlüsselinnovationen der Geschäftsbereiche *Herta*, *Maggi*, *Nestlé Schöller*, *Nestlé Wagner* sowie Nestlé Kaffee und Schokoladen im sogenannten „60/40“-Test mit dem jeweiligen Hauptmitbewerberprodukt.

Ziele

- „60/40“-Tests bei Produkten der relevanten Geschäftsbereiche, die insgesamt 45% des Umsatzes entsprechen.
- Angestrebte Gewinnquote von 75% soll bei Durchführung der „60/40“-Tests erreicht werden.

Fortschritte 2015

Nestlé Deutschland hat 2015 33 wichtige Produkte dem „60/40“-Test unterzogen –



dies entspricht 39% des Umsatzes der Produktbereiche im Testumfang. In 25 Fällen ging das Nestlé Produkt nach dem „60/40“-Test als Sieger hervor: Mindestens 60% der Geschmackstester beurteilten es als schmackhafter als das Mitbewerberprodukt. In allen übrigen Fällen ging das Nestlé Produkt auf Augenhöhe mit dem Wettbewerber aus dem Test hervor; Niederlagen gab es keine. Besonders deutlich steigern konnte sich die Marke *Nescafé*, mit einer Verbesserung der Siegquote von 82% 2014 auf 98% 2015. Stabil weit vorn liegt seit Jahren die Marke *Maggi*, die es 2015 auf 87% Geschmackssiege brachte. Auch das Kinderspeiseeis *Bum Bum*, das Anfang 2015 grundlegend überarbeitet wurde, um die NF zu erreichen, hat sich im „60/40“-Test durchgesetzt.

Aufgrund der Sortimentsgröße der Nestlé Deutschland machen auch umsatzstarke Produkte nur einen kleinen Anteil am Gesamtumsatz aus, weshalb es schwierig ist, das internationale Ziel zu erreichen, einen Umsatzanteil von 45% abzudecken. Für 2016 plant das Unternehmen daher Tests für 43% des Umsatzes der relevanten Produktbereiche.

Verantwortungsbewusst kommunizieren

Werbliche Maßnahmen, vor allem gegenüber Kindern, werden immer wieder öffentlich diskutiert. Kritiker fordern, dass Produktwerbung nicht zu einem übermäßigen Verzehr führen dürfe, vor allem für Produkte, die aufgrund ihrer Zusammensetzung nur gelegentlich konsumiert werden sollten. Nestlé möchte alle Produkte verantwortungsvoll vermarkten und hat hierbei insbesondere auch die werbliche Kommunikation gegenüber Kindern im Blick. Nestlé hat sich daher auf europäischer Ebene gemeinsam mit Mitbewerbern zu einer verantwortungsvollen Kommunikation gegenüber Kindern unter zwölf Jahren verpflichtet, deren Grundlage der EU Pledge ist. Auf dieser Basis bewirbt Nestlé Produkte an Kinder im Alter zwischen sechs und zwölf Jahren nur dann, wenn sie die Nährwertkriterien des EU Pledges einhalten, Süßwaren dürfen grundsätzlich

nicht beworben werden. Auch gegenüber Kindern unter sechs Jahren wirbt Nestlé grundsätzlich nicht. Diese Vorgabe ist Bestandteil der ergänzenden Nestlé Richtlinien für den Bereich Werbung: der „Nestlé Marketing Communication Policy“, deren Vorgaben zuletzt Anfang 2015 verschärft wurden, sowie den grundsätzlichen internen Vorschriften für jegliche Form der werblichen Kommunikation, den „Nestlé Consumer Communication Principles“. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird zum einen durch interne Prüfungen gesichert, und zum anderen wird die Einhaltung der Vorgaben des EU Pledges jährlich extern überprüft.

Alle anderen Werbemaßnahmen werden ebenfalls einer internen Prüfung unterzogen, um sicherzustellen, dass diese den internen wie externen Anforderungen entsprechen.

Auch das Produktangebot von Nestlé, beispielsweise die Produktzusammensetzung, die Preisgestaltung oder die Information auf der Verpackung, rückt immer wieder ins Zentrum kritischer Diskussionen. Nestlé Deutschland setzt sich hiermit konstruktiv kritisch auseinander, prüft die Kritik, um mögliches Verbesserungspotenzial zu identifizieren, und bezieht im Sinne der Transparenz öffentlich Stellung.

Ziele

- Keine Verstöße gegen die Vorgaben des EU Pledges.
- Stellungnahme zu Anfragen von Nichtregierungsorganisationen zu Kritik rund um das Produktangebot.

Fortschritte 2015

Wie im Vorjahr gab es bei Nestlé Deutschland 2015 weder bekannte Verstöße gegen die Vorgaben für Marketing gegenüber Kindern noch eine offizielle Beschwerde des deutschen Werberats bezüglich Werbemaßnahmen gegenüber anderen Zielgruppen. Um das Bewusstsein für die Kriterien der Marketingkommunikation an Kinder und ihre Kenntnis innerhalb der Nestlé Deutschland zu verbessern, wurden die Marketingverantwortlichen zudem entsprechend informiert und bei Bedarf geschult.



„60/40“-Test für Geschmack

Qualität nützt nichts, wenn das Produkt den Konsumenten nicht schmeckt. Nestlé unterzieht daher umsatzstarke Produkte und Schlüsselinnovationen der Geschäftsbereiche *Herta*, *Maggi*, *Nestlé Schöller*, *Nestlé Wagner* sowie Nestlé Kaffee und Schokoladen dem „60/40“-Test. Dahinter verbirgt sich ein Blindtest durch Konsumenten der entsprechenden Zielgruppe für das Produkt. Der Test gilt als bestanden, wenn mindestens 60% der Tester das Nestlé Produkt der getesteten Alternative, in der Regel ein Mitbewerberprodukt, vorziehen. Der Test gilt für drei Jahre, kann aber bei Änderungen der Rezeptur auch früher fällig werden.

Im Jahr 2015 gab es acht Anfragen von Verbraucherzentralen bezüglich der Richtigkeit von getroffenen Angaben auf den Produktverpackungen. In allen Fällen wurde die Kritik geprüft und Stellung bezogen.

Verantwortungsbewusste Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten

Nestlé glaubt fest daran, dass Muttermilch die beste Nahrung für Neugeborene und Säuglinge ist, und unterstützt daher die im Kodex der Weltgesundheitsorganisation (WHO-Kodex) enthaltene Forderung, Stillen zu schützen und zu fördern. Wenn aus Sicht der Gesundheitsversorger ein Kind nicht optimal gestillt werden kann, sind Säuglingsmilchnahrungen die einzige von der WHO anerkannte und geeignete Alternative. Nestlé hat sich zu einer verantwortungsvollen Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten verpflichtet. In den vergangenen 30 Jahren hat Nestlé ein einzigartiges, weltweit konsequent umgesetztes Programm entwickelt, um Compliance mit dem WHO-Kodex sicherzustellen.

Dieses Managementsystem umfasst Richtlinien und Arbeitsanweisungen, Trainingsmaterialien, Regelungen zum Verhalten der Mitarbeiter sowie ein internes, vom operativen Geschäft unabhängiges Ombudsmann-System, wo Hinweise auf mögliche Verstöße bei der Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten vertraulich gemeldet werden können.

Seit 2011 ist Nestlé als einziger Produzent von Muttermilchersatzprodukten im FTSE-4Good-Index vertreten, einem ethischen Anlageindex mit hohen Anforderungen an die Vermarktung von Säuglingsmilchnahrungen. Alle 18 Monate wird hierfür die Compliance von unabhängigen Stellen überprüft.

Ziele

- Keine Verstöße gegen die Vorgaben zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten.

Fortschritte 2015

Für 2015 liegen Nestlé Deutschland keine bekannten Verstöße gegen die Vorgaben zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten vor. Zudem wurden 2015 alle Mitarbeiter der Nestlé Nutrition entsprechend geschult.

Verbesserung von Produkt- und Ernährungswissen

Nestlé möchte Konsumenten bei der Gestaltung einer ausgewogenen Ernährung und eines aktiven Lebensstils unterstützen. Das Unternehmen informiert auf verschiedenen Plattformen über ausgewogene Ernährung, Produkte und deren Zusammensetzung. So bietet Nestlé Deutschland mit dem Nestlé Ernährungsstudio Konsumenten und Fachkräften wissenschaftlich basierte Informationen rund um das Thema gesunde und ausgewogene Ernährung.

Auf der Webseite des Nestlé Ernährungsstudios finden Interessierte neben Tipps und Informationen auch Tools wie den BMI- beziehungsweise den Energiebedarfsrechner. Das Team des Nestlé Ernährungsstudios besteht aus Ernährungswissenschaftlern, die zu Fragen rund um Ernährungsthemen beraten, beispielsweise zu den Themen Kind und Familie und Wohlfühlgewicht. Zudem können sich Konsumenten über spezielle Produkteigenschaften informieren, wie beispielsweise Nährwerte oder enthaltene Allergene.

Der Nestlé Verbraucherservice ist der zentrale Ansprechpartner bei Fragen zu Ernährungsthemen, zu Produkteigenschaften und für Fragen zur unternehmerischen Verantwortung.

Ziele

- Konsumenten dazu motivieren, mit frischen Zutaten zu kochen, beispielsweise mit mehr Gemüse.
- Kontinuierlicher Ausbau des Informationsangebots des Nestlé Ernährungsstudios.

- 3,4 Millionen Besuche des Nestlé Ernährungsstudios im Jahr 2015.
- Jährlich mindestens 150 ernährungsbildende Maßnahmen für den Außer-Haus-Bereich.

Fortschritte 2015

Maggi bietet Verbrauchern Tipps rund um das Thema Kochen und motiviert Konsumenten dazu, öfter mit frischen Zutaten zu kochen. 2015 förderten beispielsweise die Fix-Produkte, die 69% am Umsatz der Marke ausmachen, das Kochen und den Verzehr von frischem Gemüse. Zudem nahmen 2015 670 Kinder an Kochkursen von *Maggi* teil und setzten sich so spielerisch mit dem Thema auseinander.

Mit 3,4 Millionen Besuchen im Jahr 2015 wurde das entsprechende Ziel des Nestlé Ernährungsstudios erfüllt. Die Migration auf eine neue technische Plattform des gesamten Nestlé Ernährungsstudios Ende 2014 wirkte sich 2015 wie erwartet noch deutlich auf die Besucherzahlen aus, weshalb die Zielsetzung für 2015 niedriger angesetzt war als für die Vorjahre. Zudem wurden 2015 neue Inhalte für das Nestlé Ernährungsstudio entwickelt, beispielsweise ein Ernährungsplan als Hilfestellung zur Gestaltung einer ausgewogenen Ernährung, der aus einem Ernährungsprotokoll sowie einem Wochenplan besteht. Seit Anfang 2016 wird dieser online zur Verfügung gestellt. Zudem wurde die Frequenz des Versands des Nestlé Ernährungsstudio-Newsletters 2015 erhöht, der statt monatlich nun im 14-tägigen Turnus an die Empfänger versendet wird.

Im Jahr 2015 wurden von Nestlé Professional 90 Schulungen mit ernährungswissenschaftlichen Inhalten und 300 küchenschfachliche Beratungen oder Schulungen bei Kunden vor Ort oder im Service Center der Nestlé Professional durchgeführt. Bei durchschnittlich 80 Tischgästen unterstützt das Nestlé Professional Service Center somit die Optimierung der Verpflegung von etwa 31.000 Personen.



Informierte Entscheidung

Für Nestlé ist es wichtig, ihren Konsumenten eine informierte und bewusste Wahl zu ermöglichen. Unzureichend informierte Verbraucher könnten sonst beispielsweise ungeachtet der Nährwerte zu große Portionen verzehren, was wiederum das Risiko für Übergewicht oder andere nicht übertragbare Erkrankungen erhöhen könnte. Daher schreibt beispielsweise die seit Ende 2014 geltende Lebensmittelinformationsverordnung die Nährwertkennzeichnung, also die Angabe des Energiegehalts sowie von sechs Nährstoffen pro 100 ml oder 100 g, verpflichtend vor. Und auch gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel, wie „energiereduziert“ oder „leicht“, sind gesetzlich geregelt. Die Nährwerttabelle ist bei Nestlé schon seit Jahren Bestandteil des Nestlé Ernährungskompasses. Dort finden Konsumenten neben der Nährwerttabelle auch Tipps zur Ernährung und die Kontaktdaten für den Verbraucherservice, um weitere Fragen klären zu können. Die Umsetzung ist im „Nestlé Nutritional Compass Evolution: Building on success“ geregelt.

Verbraucher sollen zudem auf einen Blick erkennen, welchen prozentualen Anteil eines Nährstoffs, beispielsweise Fett, sie mit einer Portion des Produkts in Bezug auf die empfohlene Tagesmenge aufnehmen. Aus diesem Grund hat sich das Unternehmen das Ziel gesetzt, bis Ende 2016 auf den Etiketten von Produkten für den Lebensmitteleinzelhandel auch die Nährwerte pro Portion sowie deren Anteile an den Referenzwerten für die Tageszufuhr anzugeben. Dies wird umgesetzt für Energie sowie für folgende Nährwerte: Fett, gesättigte Fette, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß und Natrium (Salz). Hierfür gibt es die interne Richtlinie „On-pack Nutrition Information Standard: GDA and Nutrition Table“.

Darüber hinaus möchte Nestlé zur Neudefinition der Standardportionsgröße beitragen. Diese Zielsetzung wird durch die Initiative „Nestlé Portion Guidance“ unterstützt. Hintergrund für diese Initiative ist der Trend zum Verzehr größerer Portionen in den letzten Jahren. Die empfohlene Portionsgröße soll



Ernährungskompass auf den meisten Verpackungen mit Nährwerttabelle, Ernährungstipps, Produktinfos und Kontaktdaten.

beispielsweise durch die Produktform oder entsprechende, intuitiv verständliche Abbildungen verdeutlicht werden.

Über den bereits genannten QR-Code erhalten Verbraucher zudem weitere Informationen über das Produkt.

Ziele

- Umsetzung des Nestlé Ernährungskompasses für alle relevanten Produkte.
- Angabe von Referenzwerten für die Nährstoffzufuhr auf allen Produkten für den Lebensmitteleinzelhandel bis Ende 2016.
- Umsetzung der „Portion Guidance“-Initiative auf allen Produkten für Kinder und Familien bis Ende 2016.
- Verwendung von QR-Codes auf allen Verpackungen von Kinder- und Familienprodukten bis Ende 2016.

Fortschritte 2015

Den Ernährungskompass setzten unter anderem *Nescafé Dolce Gusto*, *Nespresso*, *Nestlé Schöller* und Nestlé Waters 2015 mit einer Abdeckung von 100% ein. *Maggi* konnte den Einsatz von 85% auf 99% der Produkte ausweiten, und *Herta*, die den Ernährungskompass 2015 erstmals einführte,

präsentierte ihn zum Jahresende bereits auf 81% ihrer Produkte.

Auch die Umsetzung von Referenzwerten für die Nährstoffzufuhr ist in vielen Bereichen bereits zu 100% erfolgt, beispielsweise bei Cereal Partners Deutschland, Nestlé Kaffee und Schokoladen und *Herta*. Bei *Maggi* fanden sich 2015 Referenzwerte auf 89% der Produkte, bei Nestlé *Wagner* war dies bei 92% der Fall.

Nestlé Kaffee und Schokoladen hat bereits 2015 die „Nestlé Portion Guidance“ für alle Kinder- und Familienprodukte im Bereich Süßwaren erreicht und kam auf eine Abdeckung von 94% bei den Heißgetränken. *Nestlé Schöller* konnte 2015 die „Portion Guidance“ bei 82% des Speiseeissortiments für Kinder umsetzen. *Maggi* plant dies 2016 für alle Family-Fix-Produkte.

QR-Codes auf den Verpackungen von Kinder- und Familienprodukten hat Nestlé Kaffee und Schokoladen bereits auf Produkten, die 99% des Umsatzes von Heißgetränken für diese Zielgruppe ausmachen. *Maggi* und *Herta* liegen bei 80% beziehungsweise 99%. Für Süßwaren ist die Umsetzung 2016 geplant.

Information mittels QR-Code

Ein wichtiges Werkzeug, um Konsumenten über die Zusammensetzung und Hintergründe von Nestlé Produkten zu informieren, sind QR-Codes. Sofern die Verpackungsgröße es zulässt, sollen immer mehr Produkte für Kinder und Familien mit ihnen ausgestattet werden. 2015 erreichten Nestlé Kaffee und Schokoladen für Heißgetränke sowie *Herta* eine Abdeckung von 99% bis 100%, *Maggi* kam auf 80% nach noch 0% 2014.

Verantwortungsvolle Beschaffung

Die Konsumenten und die Zivilgesellschaft in Deutschland erwarten von den Unternehmen, dass sie Verantwortung für ihre vorgelagerten Lieferketten übernehmen. Verstöße gegen Menschenrechts- oder Umweltaforderungen durch Zulieferer sind immer wieder Gegenstand von Kampagnen, die sich gegen Markenhersteller als Abnehmer dieser Rohstoffe richten.

Nestlé Deutschland bezieht Rohstoffe überwiegend in bereits verarbeiteter Form über Verarbeiter und Zwischenhändler, die ihrerseits Rohstoffe teilweise von unterschiedlichen Landwirten aus verschiedenen Anbauregionen beziehen. Etwa 40% der direkten Lieferanten haben ihren Sitz in Deutschland; die Rohstoffe werden aber in unterschiedlichen Ländern innerhalb und außerhalb der EU angebaut.

Nestlé stellt hohe Anforderungen an die Qualität von Rohstoffen. Rohstoffsicherheit und der Geschmack der Endprodukte stehen dabei im Vordergrund. Einwandfreie Rohstoffe sind daher unverzichtbar. Zudem verlangt Nestlé von den Lieferanten die Einhaltung von Umwelt-, Arbeits- und Menschenrechtsstandards in der Liefer-

kette. Bei Nichtgewährleistung unterstützt Nestlé ihre Lieferanten bei der Umsetzung oder modifiziert die Lieferketten, sodass die Einhaltung der Anforderungen sichergestellt werden kann. Hohe Transparenz innerhalb der Lieferkette ist eine wesentliche Voraussetzung.

Mehr als 700.000 Bauern weltweit beliefern Nestlé mit ihren Rohstoffen direkt. Daher steht neben der Kontrolle der Lieferketten deren gezielte Unterstützung im Vordergrund. Mit Programmen zur ländlichen Entwicklung, die Gegenstand der internationalen Berichterstattung sind, fördert Nestlé bessere Anbaumethoden und verbessert mit ergänzenden Programmen die Lebensbedingungen der Bauern. Dazu gehören Maßnahmen zur Stärkung der Rolle von Frauen, zur Diver-

sifizierung des Anbaus, zur Förderung von Bildungsmöglichkeiten und zur Verbesserung der Ernährungssituation.

Der Einkauf von Nestlé Deutschland ist in die internationale Einkaufsorganisation integriert. Er baut auf den entsprechenden internationalen Programmen auf und wird durch Maßnahmen für dezentral beschaffte Rohstoffe ergänzt. Das gesamte Einkaufsvolumen für Rohstoffe, Verpackungsmaterial und Dienstleistungen sowie Ausrüstungen und sonstige Materialien belief sich 2015 auf 1,4 Mrd. €. Landwirtschaftliche Rohstoffe bezieht Nestlé in der Regel bereits in verarbeiteter Form, z. B. getrocknet, geschnitten, pasteurisiert oder als Halbfabrikat. Die direkten Lieferanten beziehen überwiegend die Rohstoffe ihrerseits von Landwirten oder Zwischenhändlern. Dabei können Anbauregionen saisonbedingt variieren.



Compliance Audits bei direkten Lieferanten

Über 15.000 direkte Lieferanten bilden die Lieferbasis von Nestlé Deutschland – von vereinzelt kleinen Lieferungen von z. B. Büromaterial bis hin zu strategischen Rohstoffen. Etwa 1.000 dieser Lieferanten liefern Rohstoffe und Verpackungsmaterialien, die bei den Nachhaltigkeitsprogrammen im Vordergrund stehen. Aufgrund der strategischen Bedeutung der Geschäftsbeziehung, der Materialart und anhand von Risikoanalysen hat Nestlé Deutschland rund 1.000 Unternehmen ausgewählt, die als „bevorzugte Lieferanten“ einer eingehenden Überprüfung auch durch unabhängige Audits unterliegen. Nestlé nutzt innerhalb des Responsible Sourcing-Audit-Programms zwei Instrumente, um die Einhaltung des Kodex durch Lieferanten sicherzustellen: Das SMETA (Sedex Members' Ethical Trade Audit), durchgeführt



von unabhängigen Auditoren, und das Nachhaltigkeitsperformance-Assessment EcoVadis. Neue Lieferanten strategischer Materialien müssen sich vor Vertragsabschluss einem Audit unterziehen.

Ziele

- Alle strategischen Lieferanten müssen bei Vertragsabschluss nach SMETA oder EcoVadis auditiert sein.
- Alle Lieferanten akzeptieren den Nestlé Lieferantenkodex.
- 70% der Audits der Lieferanten müssen ohne offene Beanstandungen verlaufen sein.

Fortschritte 2015

Zur Erreichung der Ziele führt Nestlé Lieferantenschulungen durch. Im Juni 2015 haben rund 100 Teilnehmer von ca. 60 strategischen Lieferanten eine Schulung in Frankfurt am Main zum Thema EcoVadis besucht, um sich über das Audit und die Anforderungen von Nestlé zu informieren und auszutauschen.

Seit 2012 hat Nestlé Deutschland 595 Lieferanten auditiert. Weitere Audits erfolgten durch die jeweiligen Nestlé Gesellschaften am Sitz der Lieferanten. 2015 sind von Nestlé Deutschland 112 Lieferanten auditiert worden. 56 sind nach SMETA und ebenso viele nach

EcoVadis überprüft worden. Alle Lieferanten entsprochen formal dem Lieferantenkodex. Die 56 SMETA-Untersuchungen führten zu vier „critical findings“ bei insgesamt vier Lieferanten. Das entspricht ca. 7% der auditierten Lieferanten. Alle Verstöße liegen im Bereich Arbeitspraktiken vor. Alle Lieferanten verfügen über einen Maßnahmenplan zur Behebung. Einer der Verstöße konnte zwischenzeitlich behoben werden, alle anderen sind zum Berichtszeitpunkt noch in der Umsetzung gemäß des verbindlichen Maßnahmenplans.

Das Compliance Level bei EcoVadis lag über 80%. Das Compliance Level insgesamt betrug mehr als 70% und erfüllte damit die internationale Zielsetzung.

Für 2015 liegen keine Beschwerden über Verstöße gegen Menschenrechtsstandards für die Lieferkette von Nestlé Deutschland vor.

Transparenz und Nachhaltigkeit in vorgelagerten Lieferketten

Nestlé hat international zwölf strategisch relevante Rohstoffe definiert: Kaffee, Kakao, Palmöl, Zucker, Soja, Vanille, Haselnüsse, Fleisch, Fisch und Meeresfrüchte, Milch, Getreide, Zellstoff und Papier. Ziel ist es, konkrete Nachhaltigkeitsrisiken bei diesen Rohstoffen auszuschließen.

SMETA ist eine weltweit anerkannte soziale Auditmethode, um Risiken in der Lieferkette zu minimieren. Es erfasst den Umgang der Lieferanten mit Arbeitsbedingungen, Arbeitssicherheit und Gesundheit, ökologischer Nachhaltigkeit und geschäftlicher Integrität; zudem dient es als Grundlage für die Implementierung nachhaltiger Verbesserungen.

Das **EcoVadis**-Assessment wird hauptsächlich im indirekten Einkauf eingesetzt (z. B. Agenturen). Es basiert im ersten Schritt auf einer Selbsteinschätzung der Lieferanten und untersucht die Bereiche Umwelt, Arbeitspraktiken und Men-

schenrechte, faire Geschäftspraktiken und nachhaltige Beschaffung. Neben den einschlägigen Nachhaltigkeitsstandards werden auch Anforderungen der Global Reporting Initiative, des United Nations Global Compact sowie ISO 26000 berücksichtigt. Bei EcoVadis handelt es sich um ein Nachhaltigkeitsperformance-Instrument, das keine Verstöße dokumentiert, aber Verbesserungspotenziale aufzeigt. Die Performance eines Lieferanten wird anhand von Dokumenten mittels eines Punktesystems bewertet; bei weniger als 40% wird vom Lieferanten erwartet, dass er seine Performance binnen eines Jahres kontinuierlich verbessert.

Hotspot-Analysen

Auf Basis wissenschaftlicher Publikationen und gesellschaftlicher Diskussionen bewerten Hotspot-Analysen verschiedener Materialgruppen regelmäßig deren ökologische und soziale Herausforderungen.

Die relevanten Probleme jeder Bezugsregion werden als Hotspots der Materialkategorie identifiziert und in Entscheidungsprozesse über die Auswahl von Bezugsregionen oder bei der Ausarbeitung von Programmen zur Beseitigung der Risikofaktoren einbezogen.

Die Hotspot-Methode bedarf neben der wissenschaftlichen Analyse auch der Kommentierung und Ergänzung durch externe Stakeholder, um gegebenenfalls bestehende Forschungslücken zu schließen und zukunftsweisende Einschätzungen zu ergänzen. Hotspot-Analysen dienen als Ausgangsbasis für den Verbesserungsprozess von Produkten und Dienstleistungen.

Damit die Anforderungen in Bezug auf Umwelt-, Arbeits- und Menschenrechtsstandards sicher eingehalten werden, verfolgt Nestlé zwei Managementansätze: Das Responsible-Sourcing-Audit-Programm und das Responsible-Sourcing-Traceability-Programm. Sie beziehen sich auf die unmittelbaren Lieferanten sowie die vorgelagerten Lieferketten – einschließlich Rohstoffanbau.

Für die zwölf Risikomaterialien hat Nestlé konkrete Anforderungen definiert und Programme aufgelegt – das Ergebnis von Hotspot-Analysen für die Lieferkette bis zurück in den Anbau. Dabei geht es beispielsweise um Verletzung von Arbeitnehmerrechten und Kinderarbeit, Wahrung von Landrechten, den Erhalt von Primärwäldern, Tierschutz oder den Umgang mit Wasser.

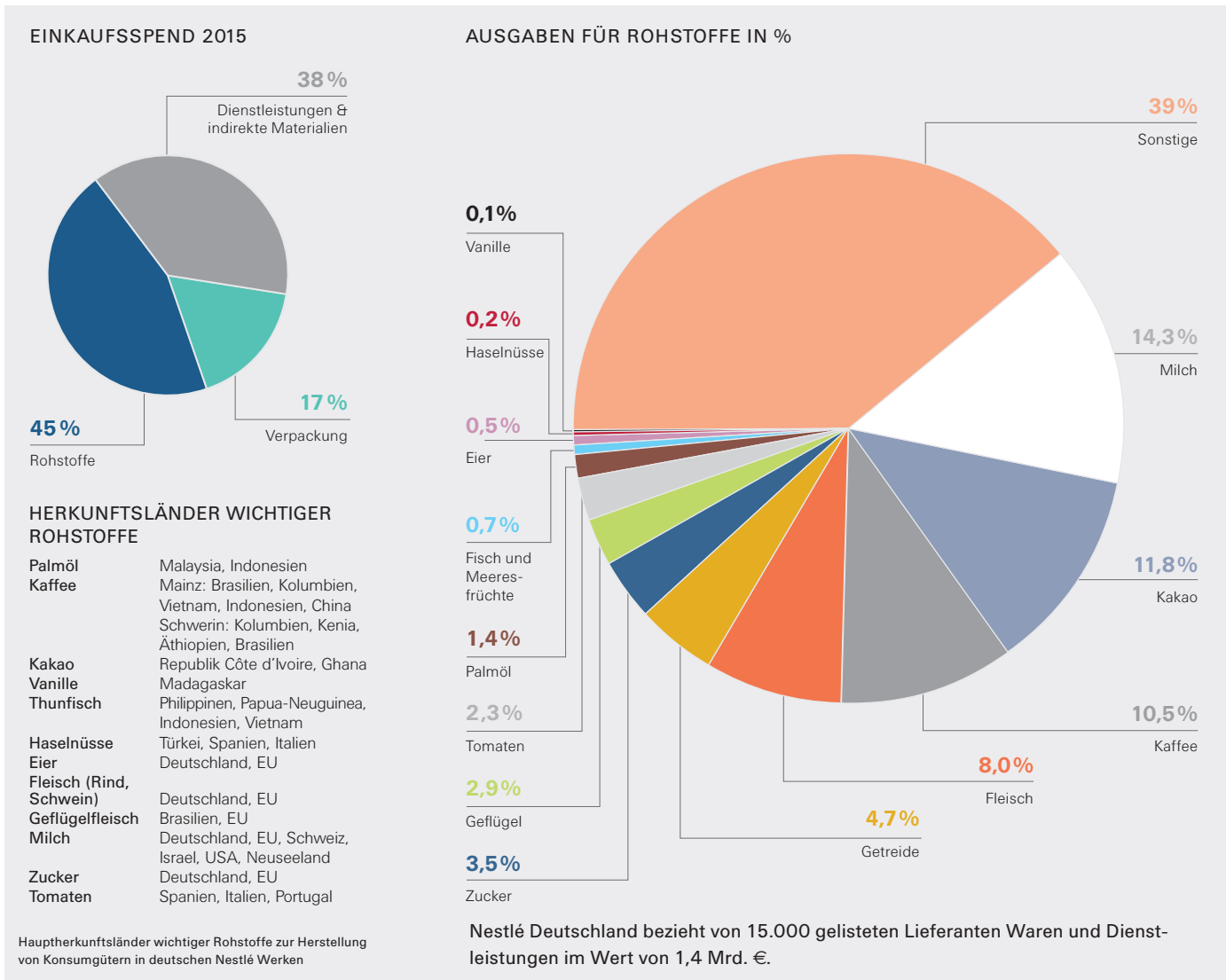
Die Richtlinien für verantwortungsvollen Einkauf werden durch horizontale Policies und Verpflichtungen ergänzt, die auch Anforderun-

gen in Bezug auf Menschenrechte in vorgelagerten Lieferketten definieren. Diese Anforderungen hat Nestlé 2014 in den verpflichtenden Nestlé Lieferantenkodex integriert. Das Nestlé Commitment on Land & Land Rights in Agricultural Supply Chains macht Vorgaben u. a. zu Landrechten und Einbeziehung der lokalen Bevölkerung. Das Nestlé Commitment on Water Stewardship konkretisiert die Verpflichtungen in Bezug auf das Menschenrecht auf Wasser für Nestlé Mitarbeiter und lokale Gemeinschaften im Umfeld von Nestlé Standorten. 2015 wurde das Commitment on Labour

Rights in Agricultural Supply Chains veröffentlicht, das die Anforderungen für Farmerbeiter und Mitarbeiter der Lieferanten konkretisiert. Die Umsetzung dieser Richtlinien ist Gegenstand der internationalen Berichterstattung. (Nestlé in Society 2015, S. 226 ff.)

Ziele

- Durchsetzung der Richtlinien für verantwortungsvollen Einkauf.
- Regelmäßige Schulungen der Mitarbeiter im Einkauf.





Fortschritte 2015

Die Richtlinien und deren Umsetzung im Einkauf sind Gegenstand von internen Schulungen. 2015 haben 40 Mitarbeiter im Einkauf insgesamt ca. 100 Trainingsstunden erhalten. Alle Mitarbeiter aus dem operativen Einkauf nahmen 2015 an den entsprechenden Schulungen teil. Die Menschenrechtsanforderungen an bestimmte Lieferketten sind auch Gegenstand von Projekt-Briefings für die jeweiligen internen „Q4 Champions“.

Zur Durchsetzung von Menschenrechtsstandards hat Nestlé ein internationales Beschwerdemanagementsystem eingerichtet, über das Verstöße anonym gemeldet werden können. Für den deutschen Markt und die im deutschen Einkauf verantworteten Prozesse wurden keine Verstöße gemeldet. Die Handhabung von Verstößen in internationalen Lieferketten, die nicht dem deutschen Markt zuzurech-

nen sind, ist Gegenstand der internationalen Berichterstattung. (Nestlé in Society, S. 245 ff.)

Kaffee

Alternde oder kranke Baumbestände, sinkende Erträge, Preisschwankungen und Klimawandel gefährden die Existenz der Kaffeebauern. Über den *Nescafé Plan* und das AAA-Sustainable-Quality-Programm von *Nespresso* bietet Nestlé Bauern einen besseren Marktzugang, leistungsfähige und krankheitsresistente Pflanzen und technische Unterstützung, abhängig von ihrem spezifischen Bedarf. Nestlé unterstützt den Common Code for the Coffee Community (4C) und die Umsetzung dessen Nachhaltigkeitsstandards im Anbau. Der 4C-Standard sichert auch die Transparenz der Lieferkette bis zurück in den Anbau (zertifizierte Einheiten, Farm oder Sammelstelle für angeschlossene Farmer).



Nestlé Lieferantenkodex

Der Nestlé Lieferantenkodex ist nicht verhandelbarer Bestandteil der Lieferverträge. Er verlangt, die ethischen Grundsätze des Unternehmens ebenso wie die gesetzlichen Vorgaben umzusetzen. Der Lieferantenkodex basiert auf internationalen Standards wie den OECD-Leitsätzen für internationale Unternehmen, den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, den Kernübereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und den zehn Grundsätzen des UN Global Compact. Als Ergänzung zu den Unternehmensgrundsätzen definiert der Nestlé Lieferantenkodex die Erwartungen an die Lieferanten in vier Kernbereichen: faire Arbeitsbedingungen, Arbeitssicherheit und Gesundheit, ökologische Nachhaltigkeit und geschäftliche Integrität.

Bei der Analyse der Lieferketten und der Umsetzung von Programmen arbeitet Nestlé eng mit den Lieferanten und unabhängigen Partnern zusammen. Wichtige Partner sind The Forest Trust für Palmöl und Zellstoffe, UTZ Certified und die Fair Labor Association (FLA) bei Kakao sowie die Rainforest Alliance und 4C bei Kaffee. Einen für alle Rohstoffe anwendbaren Standard gibt es nicht – daher legen die Nestlé Einkaufsrichtlinien (Responsible Sourcing Guidelines, RSGs) jeweils spezifische Referenzstandards, Mindestanforderungen und ggf. Zertifizierungsstandards fest.

http://www.nestle.com/asset-library/documents/library/documents/corporate_social_responsibility/nestle-responsible-sourcing-guidelines.pdf

ÜBERSICHT WICHTIGER ROHSTOFFE NACH NACHHALTIGKEITSSTANDARDS

Verantwortungsvolle Beschaffung	2012	2013	2014	2015
Anteil von (nach 4C-Standard) verifiziertem Kaffee (in %) (Produktion in Deutschland)	19	72	98	99
Anteil von zertifiziertem (UTZ Certified) bzw. Kakao aus dem <i>Cocoa Plan</i> am Kakaobedarf ¹	45,6	66	100	96
Anteil von zertifiziertem (RSPO, mind. GreenPalm o. Mass Balance) Palmöl (in %)	100	100	100	100
Davon: segregiertes, nach RSPO zertifiziertes Palmöl (in %)	0	0	55	36,7
Davon: Mass Balance, nach RSPO zertifiziertes Palmöl (in %)	0	25,9	3	1,4
Davon: Aus transparenten Lieferketten, verifiziert nach Nestlé Standard (in %)	0	11	42	61,9
Anteil der Eier aus Bodenhaltung (in %)	97	100	100	100

LIEFERANTENAUDITS

Anzahl der auf die Einhaltung des Nestlé Supplier Code überprüften Lieferanten (SMETA oder EcoVadis)	130	242	483	595
--	-----	-----	-----	-----

¹ Bei Kakao 2015: Berichterstattung erweitert auf kakaohaltige Getränke (zuvor: Süßwaren). Verwendung von UTZ-zertifiziertem Kakao im Werk Mainz ab Mai 2015, dadurch bezogen auf das Jahresvolumen Wert unter 100%.

Ziele

- Der gesamte Kaffeebedarf für die deutsche Produktion wird bis 2015 aus dem *Nescafé Plan* gedeckt oder erfüllt zumindest den 4C-Standard.
- Für das ständige Sortiment von *Nespresso* soll bis 2020 der gesamte Kaffee über das AAA-Sustainable-Quality-Programm beschafft werden.

Fortschritte 2015

Der planbare Kaffeebedarf für das Werk Mainz wird seit 2014 systematisch entsprechend dem 4C-Standard bezogen. 99% des eingekauften Kaffees entsprachen 2015 dem 4C-Standard. Für das 2014 neu errichtete Werk Schwerin betrug der Anteil nur 82%, da ein Anbauland, aus dem Kaffee für das Werk bezogen wird, den 4C-Standard bislang formal noch nicht unterstützt.

Umsetzung des *Cocoa Plan*

2015 hat Nestlé International 1,6 Mio. Setzlinge verteilt, rund 6,7 Mio. seit 2010. 42 Schulen wurden erbaut oder renoviert und von drei auf sechs Klassen erweitert. In 40 der 79 Partnerkooperativen des *Nestlé Cocoa Plan* ist ein Überwachungssystem zur Prävention von Kinderarbeit eingerichtet. 44.600 Bauern sind nach Vorgaben von Nestlé geschult und werden jährlich erneut geschult.

An der Elfenbeinküste und in Mosambik entstanden 190 Brunnen, 198.877 Menschen wurden in richtigem Verhalten zu Hygiene geschult und 85 Toiletten an Schulen sowie 5.810 Toiletten in Privathaushalten gebaut. Die Fair Labor Association führt im Rahmen der Partnerschaft mit Nestlé regelmäßige, unangekündigte Kontrollen von Arbeits- und Menschenrechtsbedingungen in Elfenbeinküste durch und berichtet öffentlich über die Ergebnisse.

Kakao

Die Kakaobestandteile, die Nestlé für ihre Schokoladenprodukte verwendet, kommen aus Westafrika, größtenteils aus der Republik Côte d'Ivoire. Um die Lebensbedingungen der Bauern vor Ort zu verbessern und die Versorgung mit qualitativ gutem Kakao sicherzustellen, hat Nestlé den *Cocoa Plan* ins Leben gerufen. Dieser basiert auf drei Säulen: der Verbesserung der Lebensbedingungen der Bauern, der Verbesserung der Profitabilität der Bauern und dem Ausbau nachhaltiger Lieferketten. Außerdem zielt der *Nestlé Cocoa Plan* darauf ab, Themen wie Kinderarbeit und die Ungleichbehandlung der Geschlechter anzugehen. Nestlé verteilt im Rahmen des *Nestlé Cocoa Plan* kräftigere Pflanzen, vermittelt bessere Anbaumethoden, unterstützt Frauen im Landbau und verbessert den Zugang zu Schulbildung.

Ziele

- Der gesamte Kakaobedarf für die Produktion in Deutschland soll bis Ende 2015 aus dem *Cocoa Plan* stammen oder zumindest UTZ-zertifiziert sein.
- Die nicht im deutschen Schokoladenwerk hergestellte Saisonware wird bis 2016 auf UTZ-zertifizierte Ware umgestellt.

Fortschritte 2015

Bereits 2014 hat Nestlé Deutschland 100% ihres Kakao für die Produktion von Süßwaren (Werk Hamburg) aus dem *Nestlé Cocoa Plan* bezogen. Auch der Kakaobedarf für die Produktion von Speiseeis (Werk Uelzen) ist 2014 auf den *Cocoa Plan* umgestellt worden. Das Werk für Backwaren (erlenbacher, Groß Gerau) ist UTZ-zertifiziert und bezieht zertifizierten Kakao. Auch 2015 wurde der gesamte Bedarf an Kakao für diese Werke aus nachhaltigem Anbau bezogen. Aufgrund der Einbeziehung des *Nesquik* Werks in Mainz, das – aufgrund der Umstellung im Mai 2015 – bezogen auf das Gesamtjahr auf 71% kam, lag der zertifizierte Anteil am gesamten Kakaobezug 2015 bei 9%. Inzwischen sind alle Werke UTZ zertifiziert und werden 2016 ausschließlich zertifiziert nachhaltigen Kakao verarbeiten.

Palmöl

Palmöl ist aufgrund seiner guten Verarbeitungseigenschaften ein wichtiger Rohstoff. Der Anbau ist aber durch eine Reihe von Risiken gekennzeichnet, insbesondere durch die Zerstörung von Wäldern und Torfmooren sowie Konflikten in Bezug auf Landrechte und Arbeitsstandards. Global nutzt Nestlé nur ca. 7% der globalen Palmölproduktion und ist damit ein verhältnismäßig kleiner Abnehmer.

Nestlé hat sich zum Schutz von Wäldern verpflichtet (Commitment on Deforestation) und hat entsprechende Richtlinien für die Beschaffung von Palmöl erlassen, die gemeinsam mit der Nichtregierungsorganisation The Forest Trust umgesetzt werden. Die Anforderungen gehen über die Kriterien des Round Table on Sustainable Palm Oil hinaus, verlangen diesen aber als Mindeststandard. Um deren Einhaltung überprüfen zu können, verlangt Nestlé von den Lieferanten transparente Lieferketten bis zu den Ölmühlen und deren Einzugsbereichen.

Ziele

- Beschaffung des gesamten Palmöls gemäß der Nestlé Responsible Sourcing Guideline und aus transparenten Lieferketten bis 2020.

Fortschritte 2015

2015 konnte Nestlé die Beschaffung von Palmöl entsprechend der Responsible Sourcing Richtlinie weiter ausbauen: 61,9% des Palmöls stammten bereits aus transparenten Lieferketten, während der Anteil von Palmöl, das nur nach dem Standard „RSPO segregated“ zertifiziert war, entsprechend 36,7% ausmachte. Nur 1,4% des Palmöls sind – weil die spezifischen Halbfertigprodukte bislang nicht nach dem höheren Standard verfügbar sind – nach RSPO Mass Balance zertifiziert und erfüllen damit die Nestlé Anforderungen nicht vollumfänglich. Im Frühjahr besuchte Anke Stübing, Regional Head of Procurement, persönlich die wichtigsten Palmöllieferanten in Malaysia.



Ein wichtiger Schritt zur Unterstützung der Kleinbauern ist die Finanzierung der Rurality Initiative von The Forest Trust (TFT). Ziele dieser Initiative sind die Einbindung von Kleinbauern, die Identifizierung erweiterbarer Verbesserungsmöglichkeiten und die Entwicklung eines „Train the Trainer“-Modells, das Best Practice verbreiten soll. Während die Initiative wächst, richtet Nestlé sie am Rahmenprogramm für ländliche Entwicklung aus. TFT legt derzeit fünf Länder fest, in denen Nestlé aktiv sein wird.

Richtlinien für den Einkauf von Palmöl bei Nestlé

Um sicherzustellen, dass für unsere Produkte kein Regenwald zerstört wird, hat Nestlé bereits 2010 eine Partnerschaft mit der weltweit tätigen, gemeinnützigen Organisation The Forest Trust (TFT) vereinbart. Sie unterstützt Nestlé beim Umbau und der Verbesserung der Lieferkette. Gemeinsam mit dem TFT hat Nestlé folgende Richtlinien für den Einkauf von Palmöl definiert: Nestlé bezieht Palmöl nur von Plantagen und Farmen, die

- sich an lokale Gesetze und Regulierungen halten,
- Regenwaldschutzgebiete bewahren,
- die frühzeitige und einvernehmliche Beteiligung der einheimischen Bevölkerung und Gemeinschaften in den Prozess der Erschließung neuer Plantagen sicherstellen sowie
- Torfmoore und Waldgebiete mit hohem CO₂ Speicherwert schützen.

Nestlé bezieht Palmöl sowohl von den großen Palmölherstellern als auch von kleineren, fokussierten Anbietern. Für die Kontrolle der Anforderungen von Nestlé ist die Transparenz über die regionale Herkunft des Palmöls von zentraler Bedeutung. So können Risikoregionen aus der Lieferkette ausgeschlossen werden.

Vanille

Der Anbau von Vanille durch Kleinbauern auf Madagaskar ist durch eine Reihe von Herausforderungen gekennzeichnet. Hierzu gehören eine üblicherweise intransparente Lieferkette, die Gefährdung des Anbaus durch Pflanzenkrankheiten sowie strukturelle Probleme im Anbau, wodurch die Einkommen der Bauern und die Qualität des Rohstoffs bedroht werden können. Bei der Beschaffung von Vanille setzt Nestlé auf eine enge Zusammenarbeit mit den Lieferanten auf Madagaskar. Gemeinsam mit zwei Lieferanten unterstützt Nestlé Programme für bessere Anbau- und Lebensbedingungen der Menschen, die vom Vanilleanbau leben.

Ziele

- Umsetzung der Responsible Sourcing Guideline für Vanille für alle in Deutschland produzierten Produkte.

Fortschritte 2015

Bereits 2014 haben die Hauptverwender von natürlicher Vanille, Speiseeis und Süßwaren, den Bedarf vollständig aus verantwortungsvollem Anbau gedeckt. Auch 2015 konnte dies beibehalten werden. Für Backwaren ist die Umstellung 2016 geplant.

Da alle Vanillielieferanten, mit denen Nestlé Deutschland zusammenarbeitet, von ECOCERT nach der EG-Öko-Verordnung zertifiziert sind, ist 2015 die Rückverfolgbarkeit der Lieferkette für den gesamten Vanilleeinkauf gewährleistet.

Im Sommer 2015 besuchte eine Delegation von Nestlé Deutschland, gemeinsam mit einer Vertreterin des Experten- und NGO-Beirats die Anbauprogramme und berichtete über die Eindrücke und Ergebnisse (siehe Seite 38). Die Verbraucherkommunikation zu diesem Thema wurde durch eine Kennzeichnung auf den Speiseeisverpackungen und den Reisebericht sowie Kundeninformationen ausgebaut.

„Der Nestlé Cocoa Plan und der Coffee Plan sind Erfolge, bieten aber auch noch Herausforderungen bei den ökologischen und sozialen Handlungsfeldern.“

MARION HAMMERL,
Experten- und NGO-Beirat

Transparenz der Lieferkette von zentraler Bedeutung

„Um die Zerstörung von wertvollen Naturräumen für den Anbau von Palmöl – oder anderen Rohstoffen – effektiv verhindern zu können, ist die Transparenz der Lieferkette von zentraler Bedeutung. Dies ist auch die Grundlage unserer Einkaufsrichtlinien für Palmöl und unseres entsprechenden Einkaufsprogramms. Auf dieser Basis sind wir in der Lage, Lieferanten, die unsere Anforderungen in Bezug auf den Schutz von Wäldern oder zur Wahrung indigener Rechte nicht erfüllen können oder wollen, aus unserer Lieferkette zu entfernen. Um sicherzustellen, dass für unsere Produkte kein Regenwald zerstört wird, ist Nestlé 2010 eine Partnerschaft mit der weltweit tätigen gemeinnützigen Organisation „The Forest Trust“ oder kurz TFT eingegangen. TFT unterstützt Nestlé bei der Analyse unserer Lieferanten für Palmöl bis in den Anbau und bei der Umgestaltung unserer Lieferketten. Gemeinsam mit TFT hat Nestlé strenge Richtlinien für den Einkauf von Palmöl definiert, die über die Anforderungen des RSPO hinausgehen. In Deutschland verarbeitet Nestlé bereits nur Palmöl, das unseren strengen Einkaufsrichtlinien bzw. dem Zertifizierungsstandard „RSPO Segregated“ entspricht.“

ANKE STÜBING, Head of Procurement,
Nestlé Deutschland

Reisebericht: Auf den Spuren der Vanille

Vanille ist eine der wertvollsten Zutaten für Speiseeis oder auch Süßwaren. Der Anbau konzentriert sich auf wenige Länder – Madagaskar ist weltweit der größte Anbieter hochwertiger Vanille. Weil der Anbau unter sozialen wie ökologischen Herausforderungen leidet, arbeitet Nestlé eng mit zwei seiner Lieferanten zusammen und hat mit diesen gemeinsam Programme für einen verantwortungsvollen Anbau gestartet.



Im Juli 2015 besuchte eine Gruppe von Nestlé Deutschland zusammen mit einer Vertreterin des Experten- und NGO-Beraters die Lieferanten in der Sava-Region, um einen Eindruck von den Fortschritten der Programme zu erhalten.

Die Programme mit den beiden Lieferanten sind unterschiedlich aufgestellt: Einer der Lieferanten betreibt, mit finanzieller Beiteili-

gung von Nestlé, ein Community-Programm für Dörfer mit rund 3.000 Kleinbauern. Von dem anderen Lieferanten bezieht Nestlé Vanille aus einem professionellen, zertifizierten Plantagenanbau mit hohen ökologischen Standards und guten sozialen Bedingungen für die Arbeiter. Die Floribis-Plantage bei Vohémar bietet auf einer Fläche von 30 ha kontrollierte Anbaubedingungen für eine hochwertige Vanille. Der Betrieb wurde nach den Nestlé Richtlinien auditiert. Hinsichtlich Hygiene, Arbeitsschutz, Gesundheitsver-

sorgung und sozialen Leistungen für die Arbeiter übertrifft der Betrieb die landesüblichen Standards bei Weitem. Der Betrieb ist nach EcoCert zertifiziert und zeichnet sich auch durch gutes Wassermanagement und u. a. Einsatz organischen Düngers aus. Die Gruppe besuchte verschiedene Dörfer und Pflanzungen, sprach mit den Bauern und Partnern vor Ort und konnte sich ein Bild von Vorteilen und Ausbaubedarf beider Programme machen. Über die Reise berichtete die Gruppe in einem Liveblog.



Vanille blüht nur einmal im Jahr für kurze Zeit. Die Blüten müssen per Hand bestäubt werden, nur dann wachsen an der Rankpflanze, einer Orchideenart, die Vanilleschoten. Vanille gedeiht am besten im Halbschatten.



Ein Teil des Community-Programms ist der Bau von Schulen in den Vanille-Dörfern. Der Partner vor Ort hat bereits 16 Schulen gebaut, zwei davon mit Mitteln von Nestlé. Zum Programm gehören auch Schulungen der Bauern für bessere Anbaumethoden und die Einrichtung einfacher Gesundheitszentren.



Nach der Ernte werden die Vanilleschoten abgekocht und reifen in einem aufwendigen Prozess, der die Aromen entstehen lässt. Eine kontinuierliche Kontrolle dieses Prozesses sichert die Qualität der Vanille.



Die Vanillepflanzungen liegen meist verstreut und abseits der Siedlungen. Dafür gibt es zwei Gründe: Vanille ist chronisch durch Pilzbefall gefährdet. Wenn der Pilz die Pflanze befallen hat, hilft nur die Verlagerung der Pflanzung. Außerdem ist Diebstahl an der Tagesordnung: Allzu oft werden die Vanilleschoten kurz vor der Ernte gestohlen, sodass der Bauer sein Einkommen verliert. Umso wichtiger sind Transparenz in der Lieferkette und eine intakte Dorfgemeinschaft.



Reis ist das Hauptnahrungsmittel auf Madagaskar. Über eine Partner-NGO vor Ort lernen die Bauern eine verbesserte Reisanbaumethode, bei der sie ohne Einsatz von Kunstdüngern und mit gezielterer Bewässerung ihre Erträge verdreifachen können. Bereits 1.000 Bauern setzen die verbesserte Methode ein. Daneben lernen die Bauern, wie sie mit Imkerei, Fisch- und Kaninchenzucht ihre Nahrungsgrundlage und ihre Einkommen verbessern können.



Die Plantage und der Verarbeitungsbetrieb wurden nach den Nestlé Richtlinien von einem unabhängigen Auditor auf die Einhaltung fairer Arbeitsbedingungen und Umweltstandards kontrolliert. Arbeitsschutz und Gesundheitsversorgung, Schulbesuch für die Kinder der Arbeiter sowie umweltschonender Plantagenanbau – insgesamt übertrifft der Betrieb die landesüblichen Praktiken bei Weitem.



Marion Hammerl besuchte gemeinsam mit Nestlé Mitarbeitern die Vanille-Dörfer auf Madagaskar

Die Reise zum Ursprung der Vanille hat viele Erkenntnisse über den Anbau und das Leben der Menschen vor Ort gebracht. Auf Madagaskar waren nicht nur Nestlé Mitarbeiter dabei, sondern auch Vertreter einer Nichtregierungsorganisation aus dem Experten- und NGO-Beirat. Ein Kommentar von Marion Hammerl vom Global Nature Fund.

Obwohl die Vanille zu den wertvollsten Gewürzen der Welt gehört, müssen die meisten Vanillebauern auf Madagaskar in schlechten Jahren mit weniger als einem Dollar pro Tag auskommen. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Verantwortlich sind vor allem Händler, die die Preise gegenüber den Bauern drücken und gleichzeitig mit Vanille spekulieren, um auf dem Markt die höchsten Gewinne zu erzielen. Aber auch Exporteure, die an Renditen, aber nicht an ihrer Lieferkette interessiert sind, spielen eine Rolle.

Die Bauern in den abgelegenen Dörfern im Landesinneren in der Region Sambava haben den Spekulationen wenig entgegenzusetzen: schlecht oder gar nicht organisiert, ohne oder mit geringer schulischer Bildung – aber auch wenig offen für neue Ansätze. Unterstützung von der Regierung können sie auch nicht erwarten. Die Dörfer, die weitab von der Küstenstraße nur über Pisten zu erreichen sind, scheinen von

der Politik vergessen: keine medizinische Versorgung, keine regelmäßigen Transportmöglichkeiten, zu wenig Schulen und zu wenig qualifizierte und motivierte Lehrer.

Initiativen, die diesen Kreislauf durchbrechen wollen, brauchen einen langen Atem und müssen sich auf Rückschläge einstellen. Das Programm des Vanille-Exporteurs, den wir auf Madagaskar besucht haben und der von einem der führenden Aromenhersteller und von Nestlé unterstützt wird, gehört zu den Initiativen mit einem langem Atem.

Der Direktor des Unternehmens fühlt sich verantwortlich für die Vanillebauern und für die Arbeiter, die die Vanilleschoten für den Export vorbereiten. Unterstützt von der lokalen NGO Conseil et Développement (GCD) hat das Unternehmen ein Programm gestartet, in das inzwischen 28 Dörfer eingebunden sind: Der Bau von Schulen ist ein wichtiger Bestandteil. Ein weiterer Fokus liegt auf der Schaffung von Nebeneinkünften für die Bauern, die sich mit dem Vanilleanbau kombinieren lassen und gleichzeitig die Ernährung der Familien verbessern: effizienter Reisanbau, Gemüse wie Chinakohl, Honig oder Fischzucht. Verschiedene Optionen werden in Bezug auf ihre positive Wirkung und ihre Akzeptanz bei den Bauern getestet. Eine Erfolgsstory: Inzwischen bestellen 950 von 3.000 Bauern ihre Reisfelder nach der

sogenannten Madagaskar-Methode, die auf einem speziellen Wassermanagement beruht. Dabei verwurzeln die Reispflanzen besser im Boden, was dazu führt, dass bis zu dreimal mehr geerntet werden kann. Obwohl Reis das wichtigste Nahrungsmittel auf Madagaskar ist und diese Methode (per Zufall) von einem Jesuitenpater auf der Insel entwickelt wurde, wird sie hier meist nicht angewendet. Dreimal mehr Reis zu ernten bedeutet, das Grundnahrungsmittel für die Familie zu sichern und dass die Kinder nicht mit leerem Magen in der Schule sitzen müssen. Aber die Bauern werden auch angehalten, Nährstoffe an den Boden zurückzugeben, und lernen, wie organischer Kompost gemacht wird und wann er ausgebracht werden muss.

Die erste Phase des Programms hat kleine und größere Erfolge gebracht und – wie bei allen Projekten – einige erfolglose Maßnahmen, aus denen man lernen kann und muss. Nun soll das Programm ausgeweitet werden – inhaltlich und auch geografisch, denn viele Dörfer stehen auf der Warteliste.

Die Bauern stehen Neuerungen oft skeptisch gegenüber. Um die Vorbehalte zu überwinden, braucht es Vorreiter, die etwas Neues wagen und damit Erfolg haben. Diese Vanillebauern müssen gesucht, gefunden und unterstützt werden, damit sie in ihrer Dorfgemeinschaft zeigen können, dass alternative Wege zu mehr Eigenständigkeit und einem höheren Lebensstandard führen.

Die Liste der Maßnahmen ist lang und muss auch eine Veränderung der Rahmenbedingungen beinhalten – allen voran ein sozialer Mindeststandard für den Vanilleanbau für die gesamte Branche.

All dies kann nur erreicht werden, wenn alle Akteure der Lieferkette plus die Endabnehmer zusammenarbeiten. Das Unternehmen braucht für das Programm die Unterstützung des Aromenherstellers und von Nestlé, und alle müssen sich darüber im Klaren sein, dass es um eine langfristige Verpflichtung geht.

Tomaten aus der Extremadura

Rund 50.000 Tonnen des Nachtschattengewächses benötigt *Maggi* allein für den deutschen Markt. Sie werden teilweise als Pulver angeliefert, teilweise frisch oder als Tomatenmark. Nestlé Deutschland arbeitet für die Marke *Maggi* an einem Nachhaltigkeitsprogramm für die 21 wichtigsten Gemüsesorten und Kräuter, die in Fix-Produkten, Suppen, Soßen und anderen Produkten verarbeitet werden.

Für Tomaten hat Nestlé 2014 ein Pilotprojekt mit einem wichtigen Lieferanten in der spanischen Region Extremadura aufgelegt, das im nächsten Schritt auf weitere Gemüsesorten und Regionen ausgeweitet werden soll.

In der Extremadura bewirtschaftet die Nestlé Zulieferfirma Conesa 4.000 ha Fläche bei einem durchschnittlichen Ernteertrag von 95 Tonnen pro Hektar. 2015 organisierte Nestlé vor Ort einen Workshop mit Landwirten, Lieferanten und der spanischen Nichtregierungsorganisation Fundación Global Nature (FGN). Vertreter des Verbraucherbeirats

und des Nestlé Experten- und NGO-Beirats sowie Journalisten und Blogger konnten sich im Sommer 2015 vor Ort ein Bild von den Maßnahmen zur Qualitätssicherung, vor allem aber zur ökologischen Nachhaltigkeit im Umgang mit Wasser und Boden machen.

Workshops für bessere Anbaumethoden

Conesa zählt europaweit zu den größten Verarbeitern von Tomaten. Gemeinsam mit FGN hat Conesa eine repräsentative Gruppe von Landwirten zur Umsetzung und Dokumentation der gemeinschaftlich



beschlossenen Umweltmaßnahmen ausgewählt. Die erarbeitete Gesamtstrategie berücksichtigt notwendige Schulungsangebote für die

Bauern, mehrjährige Lieferverträge und nicht zuletzt Maßnahmen zum Schutz von Biodiversität und Wassereinzugsgebieten. Inzwischen gibt es erste Pilotfarmen, die die Maßnahmen von FGN und Conesa in ihren Betrieben umsetzen. Die Ergebnisse bilden die Grundlage der Nestlé Responsible Sourcing Guidelines für Gemüse, die sich gegenwärtig im Entstehungsprozess befinden.





den. Conesa und die zuliefernden Landwirte tragen durch ihre Mitwirkung zur Verbesserung der Umweltstandards bei und helfen, die Nachhaltigkeit in der Tomatenindustrie erheblich zu verbessern.

Das Pilotprojekt für nachhaltigen Anbau zeigt bereits Erfolge: Bei 37° C im Schatten leben auf den Feldern Störche, Kleinreptilien und Insekten – ein Zeichen für verantwortungsvollen Umgang mit Wasser und Boden. Ermöglicht wird dies durch ein umfangreiches Anbaumanagement, das auf Qualität und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist: Das Saatgut für die Tomaten stammt aus eigener Aufzucht und die Qualität des Bodens wird im Conesa-Labor genau untersucht. Das Unterpflügen des Grünkrauts nach der Ernte verbessert dessen Qualität zusätzlich. Tröpfchenbewässerung direkt an der Wurzel minimiert Verdunstungsverluste, und zwischen den Tomatenpflanzen wachsen verschiedene andere Pflanzen, was die Artenvielfalt fördert.

Ökologischer Anbau und Wasserrecycling

Als weitere verbindliche Bausteine des nachhaltigen Tomatenanbaus dienen Feldebücher, die die Abläufe auf dem Feld protokollieren,

sowie Insektenfallen. Wöchentlich kontrolliert, senken letztere den Einsatz von Insektiziden. Im werkseigenen Labor werden nicht nur die Tomaten sorgfältig untersucht, die Mitarbeiter prüfen dort ebenfalls die Bodenbeschaffenheit und berechnen eventuelle Düngemittelzugaben.

Der hohe technische Aufwand, die konsequente Rückverfolgbarkeit und das exakte Timing der Abläufe prägten auch die Eindrücke der Teilnehmer der Stakeholderreise – ebenso der offene Umgang der Partner vor Ort mit all deren Fragen.

Die Nachhaltigkeit des Anbaus setzt sich in der Verarbeitung fort. Lastwagen bringen die geernteten Früchte in die Fabrik von Conesa. Diese kann auf diverse Zertifikate wie ISO und bio/organic verweisen. Die Tomaten werden gewaschen, geschält, entkernt und weiterverarbeitet – beispielsweise zu Tomatenmark. Dabei bleiben die Nährstoffe weitgehend erhalten und die geschmacklichen Eigenschaften werden mittels sorgfältiger sensorischer Qualitätskontrollen regelmäßig überprüft. Das benutzte Wasser wird gesammelt, in einer werkseigenen biologischen Kläranlage aufbereitet und zu 85% erneut genutzt.

„Für uns ist wichtig: Wie wird geerntet und verarbeitet? Wie sieht es mit der Form der Bewässerung aus? Mit dem Einsatz von Pestiziden? Was ist mit Biodiversität? Und natürlich auch: Wie sind die Arbeitsbedingungen?“

NINA LIGONS, Group Manager Supply Chain Sustainability

„Für mich war das Spannendste, auf dem Feld zu sehen wie nachhaltig eigentlich ein Tomatenanbau aussehen kann.“

GEORG ABEL,
Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.
Sprecher des Nestlé Experten- und NGO-Beirats

<http://www.nestle.de/themenwelten/einblicke/rohstoffe/gastbeitrag-georg-abel>

Haselnüsse

Für Haselnüsse wurde aufgrund von Erkenntnissen über die Verletzung von Arbeitsstandards im Anbau in der Türkei ein spezifisches internationales Programm aufgelegt.

Ziele

- Den Bedarf an Haselnüssen aus transparenten Lieferketten decken.
- Die Einhaltung von Arbeitsstandards unterstützen.

Fortschritte 2015

In Zusammenarbeit mit der Fair Labor Association (FLA) wurden Maßnahmen – wie Trainings in besseren Farmpraktiken und die Einrichtung von Sommerschulen für die Kinder von Erntehelfern – identifiziert, um insbesondere Kinderarbeit bei der Ernte zu bekämpfen. Gemeinsam mit zwei Lieferanten wurden seit 2012 entsprechende Maßnahmen auf den Weg gebracht, wie Schulungen und Einrichtungen zur Betreuung von Kindern sowie bessere Ausstattung der Unterkünfte von Wanderarbeitern. Gemeinsame Projekte von Industriepartnern sowie die Einrichtung von Schulen durch die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) tragen zur Verbesserung der Lage bei. 2015 konnte bereits eine positive Wirkung der Maßnahmen festgestellt werden, die in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten BALSU und Olam-Progida in der Türkei implementiert worden sind. Eine Untersuchung durch die Fair Labor Association auf Farmebene ergab Hinweise auf eine eingetretene Verbesserung, zeigt aber weiteren Handlungsbedarf. Nestlé wird diese Entwicklungen weiter verfolgen. Für 2016 ist ein weiteres Projekt geplant, das zusammen mit der FLA und den beiden Lieferanten umgesetzt werden soll.

Soja

Auch für Soja verfolgt Nestlé das Ziel einer zu 100% nachhaltigen und verantwortungsvollen Beschaffung. Grundlage hierfür ist die Zertifizierung durch den Round Table on Responsible Soy (RTRS).

Ziele

- 100% nachhaltige und verantwortungsvolle Beschaffung von Soja bis 2020.

Fortschritte 2015

Das für 2020 gesteckte Ziel hat das Unternehmen 2015 bereits erreicht. Die Tiernahrungssparte Nestlé *Purina* ist der Hauptverwender von Soja und bezieht ausschließlich zertifiziertes IP-Soja (Identity Preserved), bei dem Transparenz bis zur Plantage gesichert ist. Nestlé Deutschland bezieht Soja und Zwischenprodukte auf Sojabasis generell nur aus nicht gentechnisch verändertem Anbau.

Die Beschaffung von Milchderivativen

Nestlé kauft große Mengen an Milchderivativen, wie zum Beispiel Molkenprotein, Laktose, Käse und Milchpulver. Diese werden für die Herstellung zahlreicher Produkte verwendet.

Es ist unerlässlich, dass ausschließlich die besten Rohstoffe zur Produktion verwendet werden. Darüber hinaus müssen sie zu 100% zurückverfolgbar sein.

Für Milchprodukte (sowie für Fleisch, Geflügel und Eier) arbeitet Nestlé mit der Société Générale de Surveillance (SGS), einem unabhängigen Warenprüfkonzern, zusammen. Gemäß der Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung (RSG) prüft SGS die Betriebe und Bauernhöfe unserer Lieferanten. Der Fokus liegt dabei auf dem Nutztierwohl, den Arbeitspraktiken sowie der Umweltbelastung. SGS verwendet das Responsible Sourcing Assessment Protokoll, das Nestlé gemeinsam mit der Tierschutzorganisation World Animal Protection entwickelt hat.

Milchprodukte

Hier verfolgt Nestlé das Ziel einer zu 100% transparenten Lieferkette.

Ziele

- 100% transparente Lieferketten bei Milchprodukten.

Fortschritte 2015

Bei Milchprodukten hat Nestlé Deutschland ihr Ziel lange vor der Zeit erreicht: Wie 2014 stammte auch 2015 die gesamte Ware aus transparenten Lieferketten. In deutscher Produktion werden ausschließlich Milchderivate eingesetzt, Frischmilch kommt nicht zum Einsatz. Daher ist im Vergleich zum Frischmilchbezug die Umsetzung der Responsible Sourcing Guidelines komplexer.

Fleischprodukte

Ziele

- Bis 2020 soll Schweine- und Rindfleisch sowie Geflügel vollständig aus transparenten Lieferketten bezogen werden.

Fortschritte 2015

Durch den ausschließlichen Bezug von QS-zertifiziertem Fleisch hat das Unternehmen das Ziel bereits 2015 erreicht.

Fisch und Meeresfrüchte

Um die Überfischung wichtiger Fischarten zu vermeiden, hat sich Nestlé Deutschland das Ziel gesetzt, ab 2020 ausschließlich Fisch und Meeresfrüchte mit den Siegeln des Marine Stewardship Council (MSC) oder des Aquaculture Stewardship Council (ASC) zu beziehen.

Ziele

- Ausarbeitung und Einführung einer Strategie für verantwortungsvolle Beschaffung von Fisch und Meeresfrüchten bis 2016.



- Ab 2020 ausschließlich Fisch und Meeresfrüchte mit den Siegeln des Marine Stewardship Council (MSC) oder der Aquaculture Stewardship Council (ASC) beziehen.

Fortschritte 2015

Einen ersten Schritt machte Nestlé *Wagner* 2015 mit der Umstellung der Produktlinie Big Pizza auf Thunfisch mit MSC-Zertifizierung. Weitere Produktlinien sollen folgen.

Vollständige Transparenz der Lieferkette für Fisch erzielten sowohl *Maggi* als auch *Wagner* 2015. *Purina* erreichte 19%; eine Herausforderung ist dabei, dass bei Tiernahrung auch Nebenprodukte verwendet werden, für die die geforderte Transparenz schwerer umzusetzen ist.

Gemüse und Kräuter

Neben Rohstoffen, die über internationale Programme des Unternehmens abgedeckt werden, übernimmt Nestlé Deutschland auch Verantwortung für lokal beschaffte Rohstoffe wie Gemüse und Kräuter. Hierfür

wurden – basierend auf Einkaufsvolumen und -wert 21 wichtige Gemüse und Kräuter, die vor allem für die Produkte der Marke *Maggi* relevant sind, ausgewertet und Hotspot-Analysen durchgeführt.

Ziele

- Start oder Fortsetzung von Projekten für die nachhaltige Beschaffung von Tomaten, Kartoffeln, Zwiebeln, Karotten und Petersilie.

Fortschritte 2015

2015 wurde dafür die Arbeit für diese Rohstoffkategorien aufgenommen. Gemeinsam mit einem Lieferanten für Tomaten in der spanischen Region Extremadura und einer spanischen Umweltorganisation wurden Analysen auf Farmebene durchgeführt und Workshops mit den Farmern organisiert.

Im August 2015 organisierte der Produktbereich *Maggi* einen Besuch der Projektregion Badajoz in Spanien. Dort konnten sich Blogger, Journalisten und Mitglieder des Experten- und NGO-Beirats ein eigenes Bild von den Anbaumethoden machen und ihre Eindrücke berichten (siehe Seite 40 ff.).

Papier und Karton

Auch die Produktverpackungen unterwirft Nestlé Deutschland ihren strengen Nachhaltigkeits- und Transparenzanforderungen. In fast allen Produktbereichen konnte das Unternehmen erreichen, dass Papier und Karton zu 100% entweder durch The Forest Trust (TFT) überprüft wurden oder vom Forest Stewardship Council (FSC) bzw. vom Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC) zertifiziert sind.

Unsere kategorienspezifischen Anforderungen für Zellstoff und Papier, die zusammen mit dem TFT erstellt wurden, umfassen konkrete Anforderungen zum Schutz von Wäldern:

- Schutz von schützenswerten Naturräumen,
- Einhaltung lokaler und nationaler Gesetze und Bestimmungen,
- Schutz der Waldflächen mit hohem Kohlenstoffgehalt und
- Schutz der Torfmoore (ungeachtet der Tiefe).

Die Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung bestärkt den Einsatz von Nestlé



gegen Abholzung sowie die spezifischen Verpflichtungen für Forstverwaltung, ländliche Entwicklung und Wassermanagement.

Ziele

- Zellstoff und Papier ausschließlich von Lieferanten beziehen, die die Anforderungen von Nestlé im Kampf gegen Abholzung erfüllen oder zumindest messbare Fortschritte in diesem Bereich erzielen.
- Unternehmen, deren Lieferketten die Richtlinien nicht einhalten und/oder nicht zur Zusammenarbeit bereit sind, aus den Lieferketten ausschließen.

Fortschritte 2015

2015 fanden neben der Einbindung von Papierfabriken, Verarbeitern und Verpackungsherstellern Besuche der Betriebe unserer Lieferanten statt.

Der Forest Stewardship Council (FSC) ist eine Nichtregierungsorganisation, die sich für die Sicherung der nachhaltigen Waldnutzung auf der ganzen Welt einsetzt. Nestlé nutzt zudem das FSC-Zeichen, um Compliance zu demonstrieren. Es erfüllt die Kriterien von Nestlé für eine glaubwürdige Zertifizierung am besten.

Handlungsfeld Tierwohl

Artgerechte Tierhaltung ist ein wichtiges Anliegen für den Konsumenten und für Nestlé. Die entsprechenden Vorgaben für die Lieferanten sind Gegenstand der Nestlé Responsible Sourcing Guidelines. Die konkreten Anforderungen an den Schutz von Nutztieren sind in einem spezifischen Commitment on Farm Animal Welfare geregelt, das Bestandteil der Responsible Sourcing Guidelines ist. Diese Vorgaben basieren auf den Richtlinien der Weltorganisation für Tiergesundheit (OIE). Diese Verpflichtung, die im Jahr 2014 aktualisiert wurde, dient als Grundlage für die verantwortungsvolle Beschaffung von Fleisch, Geflügel, Eiern und Milchprodukten. Nestlé ist das erste große Lebensmittelunternehmen, das eine globale Partnerschaft mit einer internationa-

len Tierschutz-NGO, World Animal Protection, eingegangen ist. Zusammen mit World Animal Protection und den Partnern in der Lieferkette arbeitet Nestlé an einem verbesserten Schutz von Nutztieren. World Animal Protection hat Nestlé bei der Ausarbeitung der Richtlinien unterstützt. Kontrollpunkte bei der Überprüfung der Lieferkette umfassen neben der Einhaltung der gesetzlichen Tierschutzvorschriften spezifische unerwünschte Praktiken.

Ziele

- Vermeidung von Kastenstand in der Schweinehaltung (sehr enge Einzelhaltung).
- Vermeidung von Kastration ohne Betäubung oder Schmerzmittel sowie die Vermeidung von kupierten Schwänzen.
- Tiere nach guter fachlicher Praxis betreuen und pflegen durch Personen, die über die erforderlichen Fähigkeiten, Kenntnisse und Qualifikationen verfügen.
- Kontrolle der Versorgung der Tiere bei Haltung und Transport sowie der Beschaffenheit der Ställe nach festgelegten Anforderungen.

Fortschritte 2015

Vertreter von World Animal Protection sind in den Auditprozess eingebunden und begleiten teilweise die Audits auch vor Ort.

Die Tierschutzorganisation World Animal Protection, deren Vertreter teilweise die Audits von SGS begleiten, unterstützt Nestlé, indem sie die SGS-Prüfer über Tiergesundheit und Tierschutz informiert. 2015 schulte Nestlé unter anderem auch in Frankfurt 40 SGS-Prüfer in sechs Trainingseinheiten zu den Anforderungen der Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung und der Prüfverfahren. Ergänzend führte World Animal Protection Schulungen zum Thema Tierschutz und -gesundheit auf den Bauernhöfen durch. Nestlé setzt die Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung und kategorien-spezifische Anforderungen entlang der globalen Lieferketten schrittweise um. Hierdurch wird das Engagement für das

Nutztierwohl im Hinblick auf Zucht, Fütterung, Haltung, Gesundheit, Transport und Schlachtung bekräftigt.

Bei festgestellten Verstößen werden gemeinsam mit den Lieferanten Maßnahmenpläne für die notwendigen Korrekturen, deren Umsetzung ebenfalls Gegenstand der Kontrolle durch die akkreditierten Auditoren ist, ausgearbeitet. Assessments der Schweinefleischlieferanten förderten 2015 keine nennenswerten Verstöße gegen die Responsible Sourcing Guideline zutage. Verstöße gegen gesetzliche Vorgaben wurden nicht festgestellt.

Zum Berichtszeitpunkt hat Nestlé in Deutschland keine Produkte im Angebot, bei denen Tierwohlaspekte gegenüber den Endverbrauchern ausgelobt oder kommuniziert werden.

Beim Stakeholderworkshop im Februar 2016 diskutierte Nestlé mit Experten aus der Zivilgesellschaft, welche Anforderungen und Möglichkeiten sich in der Lieferkette ergeben, um Tierwohlstandards in breitem Maßstab zu verbessern.

Eine Herausforderung liegt darin, dass ein einzelnes Unternehmen und Abnehmer von nur relativ begrenzten Mengen angesichts der komplexen, mehrstufigen Lieferketten nur bedingt Verbesserungen bei den Haltungsbedingungen für Nutztiere erreichen kann. Daher ist Nestlé im Gespräch mit anderen Vertretern der Branche und der Lieferkette, um mögliche Ansatzpunkte für die Umsetzung eines breit unterstützten Branchenstandards und eine aktive Rolle der Verarbeiter innerhalb der Initiative Tierwohl zu finden. Dies ist auch vor dem Hintergrund der Mehrkosten verbesserter Haltungsbedingungen ein wichtiger Erfolgsfaktor für die anzustrebenden Verbesserungen.



Unternehmen und Konsumenten haben eine gemeinsame Verantwortung für den Schutz der Umwelt. Angesichts begrenzter natürlicher Ressourcen ist es ein ökologisches wie ökonomisches Gebot, den Ressourcenverbrauch ebenso wie die Emissionen und Abfälle zu minimieren. Zudem entspricht ein solches Verhalten den Erwartungen von Mitarbeitenden, Konsumenten und Anspruchsgruppen.

Mit ihrem betrieblichen Umweltmanagement, das den klaren Vorgaben der Nestlé Policy on Environmental Sustainability folgt und den gesamten Lebenszyklus von Rohstoffbeschaffung bis zum Verpackungsrecycling berücksichtigt, kann Nestlé dieser Verantwortung gerecht werden.

Dabei basiert das Umweltmanagement auf den Vorgaben der ISO 14001 und dem Grundsatz der kontinuierlichen Verbesserung von Umweltleistungen. Die Umsetzung wird durch definierte Verantwortlichkeiten auf Werksebene sichergestellt. Dabei fokussiert Nestlé auf betrieblicher Ebene besonders die wesentlichen Parameter Rohstoff- und Materialeinsatz sowie Abfallvermeidung, Energieeinsatz und Treibhausgasemissionen sowie

Wassereinsatz und Abwassermanagement. Weitere Vorgaben werden durch gesetzliche Regelungen sowie Anliegen von lokalen Stakeholdern, beispielsweise in Bezug auf Lärm oder Geruchsemissionen, bedingt. Neben den eigenen Abläufen bezieht Nestlé unternehmensübergreifende Ansätze in das Umweltmanagement ein, beispielsweise von Kooperationen zur Abwärmenutzung oder Programmen zur Abfallvermeidung und zur Förderung von Recycling.

Zur Umsetzung dieser Vorgaben hat Nestlé Deutschland 2015 im Bereich Umweltschutz 14,5 Millionen Euro investiert. Besonders die Reduzierung des Energie- und Wassereinsatzes sowie die Emissionen standen im Vordergrund. In den Umweltschutz ge-

tätigte Investitionen tragen mittelfristig zu Einsparungen u. a. von Energiekosten bei, sodass aus Unternehmenssicht zwischen Umweltschutz und Wettbewerbsfähigkeit kein Widerspruch besteht. Daher akzeptiert Nestlé die längeren Rückzahlperioden bei Umweltinvestitionen, die aufgrund der aktuell niedrigen Energiekosten die Wirtschaftlichkeit von Investitionen in Energieeffizienz schmälern. Die Nahrungsmittelmittelindustrie gilt als nicht besonders energieintensiv, trotzdem haben sich die Anstrengungen von Nestlé Deutschland in Energie- und Ressourceneffizienz in Produktion und Logistik sowohl für die Umwelt als auch für das Betriebsergebnis positiv ausgewirkt. Selbst angesichts fallender Preise am Energiemarkt setzt Nestlé das Energie- und Wassersparprogramm mit ungemindertem Engagement fort und hat die Zielvorgaben nochmals deutlich erhöht. Statt 3% Einsparung pro Jahr werden jetzt 4,5% bei der Energie vorgegeben und 5% bei den Treibhausgasemissionen. Damit möchte Nestlé ihren Beitrag zur Begrenzung der Erderwärmung beisteuern, die bis zum Ende des Jahrhunderts auf 2° C begrenzt werden soll.

Die Notwendigkeit, natürliche Ressourcen zu schonen, geht über die Anforderungen des Klimaschutzes hinaus: Nutzbare Anbauflächen sind begrenzt, und bei steigender Bevölkerungszahl steigt der Flächenbedarf für den Anbau von Lebensmitteln. Der Druck auf Ressourcen, Naturräume und Artenvielfalt nimmt zu. Die Regenerationsfähigkeit der Natur, einschließlich Wassereinzugsgebieten und aquatischer Lebensräume ist begrenzt. Nestlé hat sich zum Schutz von Wäldern und zum verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser und anderen natürlichen Ressourcen verpflichtet. Daher ist der effiziente Umgang mit natürlichen Ressourcen, einschließlich der Vermeidung von Abfällen, selbstverständlich. Ein verantwortungsbewusstes Management





von Stoffkreisläufen – einschließlich der Förderung von Kreislaufwirtschaft und Nutzung von Sekundärrohstoffen, insbesondere auch im Verpackungsbereich – muss dazu beitragen, natürliche Ressourcen zu schonen.

Mit der „Roadmap for Environmental Sustainability 2020“ hat das Unternehmen konkrete Vorgaben zur Umsetzung und Ausrichtung im Umweltschutz definiert. Die Konformität mit rechtlichen und internen Vorgaben steht oben an, gefolgt von Richtlinien zur Kommunikation, zu Anforderungen an Lieferanten und Dienstleister, zu Langzeitplänen bezüglich der Nachhaltigkeit in Produk-

tion und Logistik, zur Mitarbeiterbindung und vielem mehr.

Mit dem Continuous Excellence Programm verbessert Nestlé die Effizienz ihrer Produktionsanlagen. Effizienter arbeitende Maschinen optimieren durch weniger Stillstände das Produktionsvolumen. Außerdem verursacht jeder außerplanmäßige Stillstand der Anlage Abfälle und führt zu Energie- und Wasserverlust. Neben Anfahrtsverlusten sind vor allem zusätzliche Reinigungszyklen und Qualitätskontrollen zu nennen. Eine stabil und zuverlässig laufende Anlage trägt damit zur Reduzierung von Umweltauswirkungen bei.

Zertifizierter Umweltschutz

Um sich beim Umweltschutz an Standards messen zu lassen und die eigenen Erfolge unabhängig zu bestätigen, legt Nestlé Deutschland auch in diesem Bereich großen Wert auf Zertifizierungen. Die Auditierung erfolgt durch eine externe Zertifizierungsgesellschaft und wird durch den kontinuierlichen Verbesserungsansatz unterstützt. Zudem heben die Prüfberichte gute Praktiken hervor, beispielsweise das umfassende Umwelt- und Energiedaten-Monitoring im Werk in Ludwigsburg.

Ziele

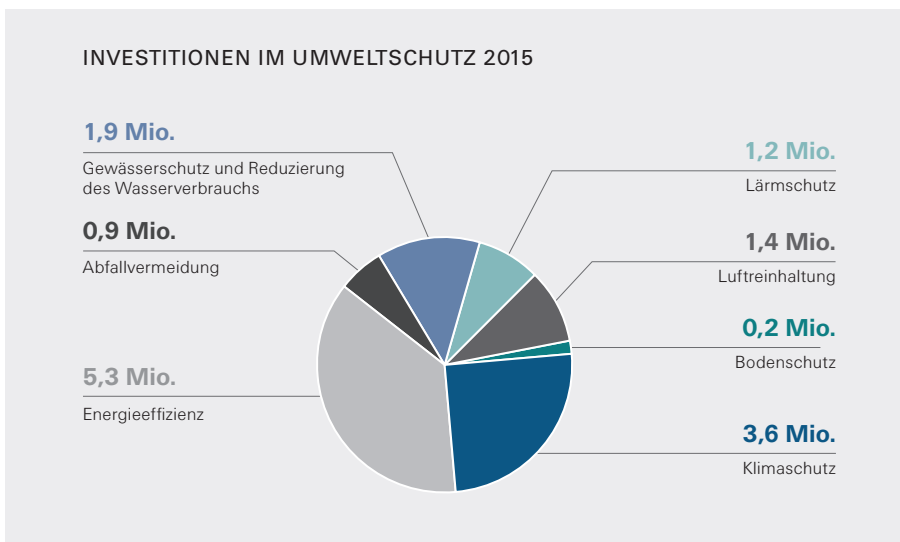
- Kontinuierlich: Alle Werke sind nach ISO 14001 zertifiziert (seit 2000).
- Kontinuierlich: Alle Werke sind nach ISO 50001 zertifiziert (seit 2013).
- Alle strategischen Dienstleister, die gezielt Nestlé Waren lagern, sind bis 2020 nach ISO 14001 zertifiziert.
- Das Energiemanagement aller Werke ist bis 2016 nach ISO 50001 zertifiziert.

Fortschritte 2015

Alle Werke, einschließlich des 2014 neu errichteten Werks in Schwerin, sind nach ISO 14001 zertifiziert. Die Audits wurden 2015 erfolgreich erneuert. Das neu errichtete Werk Schwerin wurde 2015 in das integrierte Managementsystem aufgenommen. Das Werk ist zudem nach dem LEED-Standard (Gold) zertifiziert. Die drei strategischen Logistikdienstleister haben sich nach ISO 14001 zertifizieren lassen. Ein weiterer Dienstleister hat sich der Initiative angeschlossen.

Ressourceneffizienz

Die Europäische Roadmap for Sustainability bedeutet auch für den deutschen Markt, die bestehenden Anstrengungen zu intensivieren und teilweise neu auszurichten. Im Zuge der Zielanpassungen wurde auch das Basisjahr von 2005 auf 2010 angepasst, um Datenlage und Veränderungen in der Produktionsstruktur Rechnung zu tragen.





2015 produzierte Nestlé an deutschen Standorten 681.201 Tonnen Produkte und wendete dazu 2.659 TJ Energie auf. Der gesamte Materialeinsatz (Rohstoffe, Halbfabrikate und Verpackungsmaterialien) belief sich 2015 auf 625.600 Tonnen (davon 478.233 Tonnen Rohstoffe, 45.208 Tonnen Halbfabrikate, 147.377 Tonnen Verpackungsmaterialien). Der spezifische Energieverbrauch lag damit 2015 auf dem Vorjahreswert von 3,9 Gigajoule je Tonne Produkt.

Ziele

- Für 2015 hat Nestlé Deutschland sich zum Ziel gesetzt, 3% weniger Energie zu verwenden als im Vorjahr.
- Ab 2016 sollen jährlich zusätzlich zum Erreichten 4,5% Energie eingespart werden.
- Bis 2020 soll der spezifische Energieverbrauch gegenüber dem Jahr 2010 um 35% reduziert werden.

Fortschritte 2015

Mithilfe von insgesamt 96 Einzelmaßnahmen an allen Standorten konnte Nestlé weit mehr als 3% Energieeinsparung erreichen. Die Maßnahmen (ohne Berücksichtigung von Sondereffekten und Mengenschwankungen) sparten insgesamt ca. 29 Mio. Kilowattstunden ein. Das entspricht einer Energieeinsparung von 4,5%. Reduktionen der Primärbrennstoffe und des elektrischen Stroms haben einen wesentlichen Teil beigetragen und sind u. a. durch Wärmerückgewinnung und optimierte Kühl- und Erhitzungsprozesse erreicht worden. Auch der prozentuale Bezug von Strom aus erneuerbaren Quellen ist 2015 von 19,1% aus dem Vorjahr auf 30,1% angestiegen. Ihren spezifischen Energieverbrauch konnte Nestlé 2015 gegenüber dem Jahr 2005 kumuliert um 37,42% verringern.

Als besondere Erfolge zur Verbesserung der Energieeffizienz sind die aseptische Abfüllung anstelle des energieintensiven Sterilisationsprozesses in Osthofen, die Einsparungen durch den weiteren Ausbau des neuen Energiekonzepts in Biessenhofen sowie die bessere Energieeffizienz im neuen *Herta*-Werk zu nennen. Auch „kleinere“ Maßnahmen tragen zur Verbesserung bei: In allen Werken

wird die Verwendung von Druckluft reduziert oder ganz vermieden. Auch die Anzahl eingesetzter Reinigungsmittel wird kontinuierlich verringert.

Verpackungen

Verpackungen dienen der Portionierung, der Konservierung, dem Schutz bei Transport und Lagerung sowie als Informationsträger für Handel und Konsumenten. Dieser Verwendungszweck bedingt, dass Verpackungen nur vorübergehend im Einsatz sind – und sie nach Erfüllung dieses Zwecks der Abfallentsorgung und -verwertung zugeführt werden.

Die ökologischen Kosten der Verpackungen ergeben sich damit nicht nur durch den Materialeinsatz, sondern auch durch die Entsorgung oder Verwertung am Ende ihres Lebenszyklus. Nestlé ist deshalb bestrebt, das Volumen und Gewicht ihrer Verpackungen zu minimieren, wiederverwertete Sekundärrohstoffe zu verwenden und den wiederverwertbaren Anteil zu maximieren. Mithilfe des Ecodesign-Tools EcodEX optimiert das Unternehmen die Umweltbilanz seiner Verpackungen über deren gesamten Lebenszyklus hinweg.

Ziele

- Bis 2017 soll die systematische Analyse aller Verpackungen auf Recyclingfähigkeit und Optimierungspotenziale abgeschlossen sein.
- Bisphenol-A(BPA)-freie Verpackungen sollten bis Ende 2015 umgesetzt werden.
- Bis Ende 2018 soll PVC als Packstoff aus den Nestlé Verpackungen vollständig eliminiert sein.

Fortschritte 2015

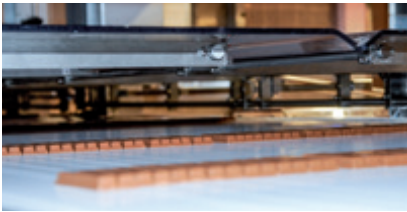
2015 wurde der Handlungsbereich im Sinne der Qualitätsinitiative von in Deutschland hergestellten auf alle in Deutschland verkauften Produkte und Verpackungen ausgeweitet. Wegen des erweiterten Berichtsrahmens sind die Werte zum Vorjahr nur eingeschränkt vergleichbar. 2015 sind



Sortierbare schwarze Plastikbecher

Nestlé Deutschland hat mit den *Maggi Asia* Terrinen eine neue Produktrange von Instantnudeln auf den Markt gebracht. Zur besseren Unterscheidung von den bestehenden Produkten sollte der Polypropylen(PP)-Becher eine schwarze Farbe bekommen. Konventionelle schwarze Farben auf Kohlenstoffbasis werden in Sortieranlagen für Verpackungsabfälle aber durch die Infrarotsensoren nicht gut erkannt und häufig dem falschen Materialstrom zugeordnet, was das Recycling erschwert.

Als Teil des NEATpack-Prozesses, den Nestlé Deutschland beim Verpackungsdesign für besseres Recycling verwendet, wurden verschiedene alternative schwarze Farben getestet. Eine der getesteten Farben wird in den Sortieranlagen genauso gut erkannt wie weiße Becher und ermöglicht so eine gute Sortierung und gutes Recycling des PP. Durch ein Life-Cycle-Assessment mit EcodEX wurde bestätigt, dass der Becher mit dieser schwarzen Farbe aufgrund der besseren Sortierung und Verwertung deutlich weniger CO₂-Emissionen verursacht, bei ansonsten gleich guten oder sogar besseren Schutzleistungen der Verpackung. Das Produkt mit dem neu gestalteten schwarzen Becher wurde im März 2015 eingeführt.



Im Chocoladenwerk Hamburg wurde in den vergangenen Jahren die Energieeffizienz erheblich verbessert: Eine zentrale moderne Kälteanlage mit Wärmerückgewinnung aus Backöfen sowie insbesondere verbraucherseitige Optimierungen führten seit 2007 zu 17% weniger Energieverbrauch und einer Einsparung des Wasserverbrauchs um 59%. Damit hat Nestlé die Voraussetzungen für den nächsten Schritt, ein Blockheizkraftwerk, geschaffen. Die Installation dieser Anlage hat 2015 begonnen und sie wird plangemäß Mitte 2016 in Betrieb gehen. Durch die Modernisierung rechnet das Unternehmen für 2016 mit einer Einsparung von 9% der Primärenergie bei Vermeidung von 10% der CO₂-Emissionen am Standort.



Informationen zum Recycling von Nespresso-Kapseln.



Recycling von Kaffeekapseln auf „Frag Nestlé“.

95,8% recyclingfähige Verpackungen eingesetzt worden, das sind 6,6% mehr als im Vorjahr. Um die Recyclingfähigkeit aller Verpackungen zu optimieren, arbeitet Nestlé mit dem Dualen System Deutschland (DSD) zusammen. Ziel der Zusammenarbeit ist die effektive Recyclingfähigkeit und die gute Erkennbarkeit recyclingfähigen Materials. Dazu werden u. a. Verpackungsingenieure in gemeinsamen Workshops geschult und Sortiersuche durchgeführt. Die Prüfung der Recyclingfähigkeit ist in das Ökodesigntool NEATpack integriert, das im Verpackungsbereich zum Einsatz kommt. Der Anteil des Rezyklats in den Verpackungen bei Nestlé hat 2015 51,2% ausgemacht.

Deutlich gesteigert werden konnte der Anteil nachwachsender Rohstoffe am Verpackungsmaterial: 2015 machte er (bezogen auf in Deutschland verkaufte Produkte) 48,6% aus, während der Anteil 2014 noch bei 28,5% lag. Der Anteil von Papier, Pappe und Karton machte 2015 51% der Verpackungen aus. Nestlé in Deutschland verwendet bei ihren Verpackungen weiterhin keine Biopolymere. Allerdings untersucht das Unternehmen deren Verhalten auf ausgewählten Anlagen sowie die Umweltauswirkungen, um deren künftigen Einsatz zu überprüfen. Die für Verpackungsmaterialien verwendeten Rohstoffe dürfen dabei nicht im Wettbewerb mit einer Nutzung als Nahrungsmittel stehen.

Die Umstellung auf BPA-freie Lacke ist bis Ende 2015 beinahe vollständig vollzogen worden. Lediglich zwei Verpackungen sind noch nicht BPA-frei. In diesen Fällen sind Lieferantenwechsel durchgeführt worden, die aufwendige Lieferanten- und Materialprüfungen nach sich zogen. Nach erfolgreichen Tests wird die Umstellung 2016 erfolgreich abgeschlossen sein. Ende 2015 sind 95% der Verpackungen PVC-frei:

	Glas	Eisenmetall	Aluminium	Papier	Kunststoffe	Folien und Verbunde	Gesamt
2014	41.901	6.365	902	62.121	6.775	6.749	126.321
2015	30.082	5.693	3.136	59.696	13.020	5.458	117.085

Angaben in Tonnen. Aufgrund des erweiterten Berichtsrahmens nicht vergleichbar zum Vorjahr.

Weiterführende Projekte zur Umstellung der verbliebenen Verpackungen sind bereits eingeleitet. Durch ihre Ecodesign-Tools und die Verwendung erstklassiger Materialien und Technologien hat Nestlé erhebliche Effizienzsteigerungen erreicht. Ihr hoher Anspruch bewirkt, dass es zunehmend schwieriger wird, Jahr für Jahr vergleichbare Fortschritte zu erzielen.

Recycling von Kaffeekapseln

Nestlé Deutschland bietet mit den Kaffeesystemen Nespresso, Nescafé Dolce Gusto und dem Teesystem Special.T drei kapselbasierte Getränkesysteme an und ist sich dabei ihrer Verantwortung für ökologische Aspekte der Verpackungen bewusst. Deshalb engagiert sich Nestlé seit Markteinführung der Kaffeekapseln aktiv für deren Recycling über das Duale System.

Durch eine Novelle der europäischen Verpackungsgesetzgebung und deren Übernahme in die 6. Novelle der Verpackungsverordnung werden Kaffeekapseln, die noch Reste von Kaffeesatz enthalten, nicht mehr als Verpackungen gewertet und deshalb nicht mehr durch die verpflichtende Entsorgung über das Duale System erfasst. Nestlé Kaffeekapseln werden in den Sortieranlagen gut erkannt und können daher den richtigen Stoffströmen zugeordnet werden, sodass eine gute stoffliche Verwertbarkeit im bestehenden System gegeben ist.

Ziele

- Bestmögliche Recyclingfähigkeit und stoffliche Nutzung von Verpackungen, einschließlich Getränke kapseln.
- Transparente Information der Verbraucher über die Verwertungsmöglichkeit zur Erhöhung der Recyclingquoten.



Fortschritte 2015

Nachdem die Kaffee kapseln aus der verpflichtenden Lizenzierung des Dualen Systems herausgefallen sind, hat Nestlé sich entschieden, die in Umlauf gebrachten Kapseln freiwillig zu lizenzieren. Damit unterstützt Nestlé das Recycling, da Verbraucher die Kapseln weiterhin über den Gelben Sack oder die Gelbe Tonne der Verwertung zuführen können. Die systematische Erfassung und Sammlung der Kapseln über das bestehende System soll die bestmögliche stoffliche Nutzung der Materialien (je nach Kapselsystem Aluminium oder Polypropylen als wesentlicher Bestandteil sowie Polyethylen) gewährleisten. Dazu wurde die Erlaubnis durch die zuständigen Genehmigungsbehörden beantragt, die 2015 allen Systemen von Nestlé erteilt worden ist.

Mitglieder des Nestlé Verbraucherbeirats besuchten eine Abfallsortieranlage und diskutierten Möglichkeiten, das Recycling weiter zu verbessern und den Konsumenten näherzubringen. Auf Grundlage der Diskussion wurden Projektvorschläge entwickelt, die derzeit auf ihre Durchführbarkeit und Effektivität geprüft werden.

Mit Text- und Videobeiträgen, Pressegesprächen, Hinweisen auf Produktverpackungen sowie der Webseite „Frag Nestlé“ informiert Nestlé über die Recyclingfähigkeit der Kaffee kapseln.

Umgang mit dem Klimawandel

Der Klimawandel bedroht weltweit die Ernährungssicherheit: Mit den regionalen Klimazonen verschieben sich Anbauregionen, und extreme Wetterereignisse erhöhen die Gefahr von Ernteausfällen. Das stellt die sichere und nachhaltige Versorgung mit Lebensmitteln infrage. Damit wird der Klimawandel auch zur ernstesten Bedrohung für Nestlé. Darauf reagiert das Unternehmen unter anderem, indem es die Emission klimarelevanter Gase in eigenen Prozessen kontinuierlich verringert.

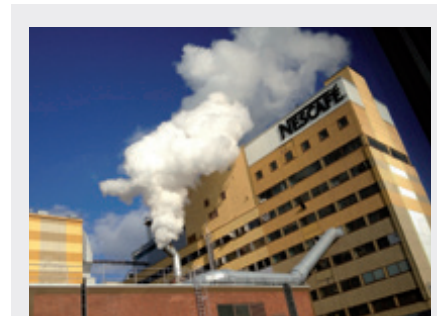
Die klimarelevanten Emissionen setzen sich im Wesentlichen aus drei Teilbereichen zusammen: Produktion, Lagerung und Transport. Dementsprechend betrachtet Nestlé jeden dieser Bereiche individuell.

Ziele Klimaschutz

- 2015 sollte der direkte Treibhausgasausstoß um 30% gegenüber 2005 verringert werden.
- Ab 2016 sollen jährlich 5% CO₂-Emissionen weniger verursacht werden als im jeweiligen Vorjahr.
- Bis 2020 will Nestlé Deutschland den Treibhausgasausstoß (direkte und indirekte Emissionen) im Vergleich zu 2010 um 35% senken.

Fortschritte Klimaschutz 2015

In der Vergangenheit hat Nestlé CO₂-Einsparungen vor allem durch Brennstoffumstellung erzielt. Mit dem Ersatz des Kohlekesselhauses durch eine moderne Gaskesselanlage in Biessenhofen ist dieses Verbesserungspotenzial erschöpft. Weitere Einsparungen sind vor allem durch Energieeffizienz im Betrieb und den Einsatz von Strom aus erneuerbaren Quellen zu erreichen. Diese Effizienzgewinne werden teilweise durch erhöhte Anforderungen an die Produktionsbedingungen (Hygiene, Temperaturen, verringerte Chargengröße für Frische und Flexibilität) aufgezehrt.



Geruchsemissionen

Mit dem Einbau des Kondensators in die Ausstoßleitung im Nescafé Werk Mainz konnte Nestlé 2015 die regelmäßig auftretende Wasserdampf Wolke und die damit einhergehenden Geruchsemissionen beseitigen.



Im Werk Biessenhofen geht 2016 eine Ära zu Ende: Das seit 1957 mit Steinkohle betriebene Kesselhaus wird durch ein modernes gasbetriebenes Kesselhaus ersetzt. Der über die Jahrzehnte vollzogene Wandel der Produktion von Kondensmilch und Milchpulver zu hypoallergener Kinder nahrung, Kinderbreien und aseptisch verpackten Soßen sowie ein striktes Energiemanagement mit Niedertemperaturwärmenutzung und Wärmerückgewinnung bedeutet einen geringeren Energiebedarf. Beim Neubau des Kesselhauses 2015 installierte Nestlé den letzten Stand der Kesseltechnik. Zusammen mit dem weiter im Ausbau befindlichen Niedertemperaturwärmenetz und der Verbraucheroptimierung erwartet das Unternehmen ab Mitte 2016 Abwärtssprünge im Energieverbrauch und in der CO₂-Emission. Durch die kontinuierlich betriebene Modernisierung wird das Werk Biessenhofen in seiner Feuerungsleistung künftig unter die Grenzen für den Emissionshandel fallen. Somit konnte der Umwelteinfluss des Werkes in den vergangenen Jahren signifikant reduziert werden.

Ziele Produktion

- Senkung des spezifischen CO₂-Ausstoßes in der Produktion um 30% (Baseline 2005).
- Senkung des spezifischen Energieverbrauchs in der Produktion um 30% (Baseline 2005).

Fortschritte 2015

Die gesamten direkten und indirekten energiebezogenen CO₂e-Emissionen der Produktionsstandorte von Nestlé Deutschland betragen 2015 240.291 Tonnen. Die CO₂e-Emissionen liegen damit leicht über dem Vorjahreswert von 237.290 Tonnen. Die direkten Emissionen – die Energieerzeugung der Werke – liegen mit 109.111 Tonnen leicht unter dem Vorjahreswert. Die indirekten Emissionen des durch die Werke bezogenen Stroms belaufen sich auf 131.280 Tonnen CO₂e-Emissionen.

Die spezifischen CO₂e-Emissionen je Tonne Produkt belaufen sich 2015 – wie bereits im Vorjahr – auf 0,31 Tonnen CO₂e-Emissionen.

Ziele Transport

- Bis 2020 will Nestlé klimarelevante Emissionen im Transport um 10% gegenüber 2014 senken.

Fortschritte – Transport 2015

Bei normal temperierten Transporten erfüllen 40% der Lkw die Euro-6-Norm. Mehr als 80% der Lkw sind mit Telematiksystemen ausgerüstet und verringern durch eine optimierte Streckenfindung den Treibstoffverbrauch und damit auch CO₂-Emissionen. Die spezifischen Klimaemissionen je Tonne Fertigware liegen 2015 mit 0,052 Tonnen CO₂e auf dem Niveau des Vorjahreswerts. 2012 betrug der Wert spezifischer Emissionen noch 0,078. 2015 hat Nestlé den Informations- und Erfahrungsaustausch mit Logistikdienstleistern fortgesetzt und sechs weitere Dienstleister in den Dialog aufgenommen. Ein Ergebnis dieser Gespräche ist die Einführung neuer Lkw mit Euro-6-Norm. Auf Wunsch von Nestlé haben 16 Logis-

tikdienstleister mit dem EcoVadis-Tool eine Evaluierung ihrer Nachhaltigkeitsleistungen vorgenommen. 13 von ihnen schnitten mit „gut“ oder „sehr gut“ ab.

Durch den beidseitigen Dialog mit ihren Logistikdienstleistern unterstützt Nestlé die Entwicklung eines Bewusstseins für nachhaltige Logistik und überprüft die relevanten Kennzahlen ihrer Dienstleister. Außerdem bietet der initiierte Erfahrungsaustausch sich an, um unterstützende Maßnahmen implementieren zu können.

Ziele Lagerung

- Bis 2020 will Nestlé die klimarelevanten Emissionen um 10% gegenüber 2014 senken.



Fortschritte Lagerung 2015

Die spezifischen Emissionen der Lagerung in Deutschland belaufen sich für das Jahr 2015 – wie im Vorjahr – auf insgesamt 0,008 Tonnen CO₂e je Tonne Produkt. Das ist ein Drittel des Wertes, den Nestlé Deutschland noch 2012 ausgewiesen hat. Erreicht hat Nestlé diesen Erfolg durch verschiedene Maßnahmen, wie den Ausbau der LED-Beleuchtung, die Sanierung von Dächern und Wänden sowie die Optimierung in der Temperaturführung bei klimatisierten Lagern. Auch durch die Erneuerung von Heiz- bzw. Klimaanlage konnte das Unternehmen den CO₂-Ausstoß weiter reduzieren. Zusätzlich hat auch die milde Wetterlage zu Einsparungen der Heizenergie geführt.

Im Bereich normal temperierter Ware hat Nestlé 2015 die Energie für ihre Distributionszentren zu 56% aus erneuerbaren Quellen bezogen. Dieser Wert betrifft direkte, indirekte energiebezogene und weitere indirekte Emissionen. Mit dem Verkauf von *Aléte* und dem Produktionsstandort Weiding entfällt ein Lagerstandort aus der Betrachtung. Einer der Lagerstandorte von Nestlé verfügt über eine Photovoltaikanlage auf dem Dach. Dieser Standort sowie ein weiterer beziehen einen Teil des Stroms außerdem aus Wasserkraft.

Wasser

Der Zugang zu sicherem und sauberem Trinkwasser sowie zu Sanitärversorgung ist eine zentrale Herausforderung für die Weltgemeinschaft. Der verantwortungsbewusste Umgang mit Wasser ist eine gemeinsame Aufgabe aller Nutzer in einem Wassereinzugsgebiet. Nestlé unterstützt das 2010 von den Vereinten Nationen beschlossene Recht auf Wasser und ist ihrerseits Verpflichtungen (u. a. WASH Pledge, Zugang der Mitarbeiter zu Wasser und Sanitätsversorgung) eingegangen.

Vor allem die Regierungen stehen in der Verantwortung, einen regulatorischen Rahmen zu schaffen und durchzusetzen, der dem Menschenrecht auf Wasser und dem Schutz der Ressource für Mensch und Natur gleichermaßen Rechnung trägt. Nestlé unterstützt diese Bestrebungen – auch über ihren unmittelbaren Verantwortungsbereich hinaus. Der Umgang mit der Ressource Wasser und die gesellschaftlichen Verpflichtungen in Bezug auf Wasser sind Gegenstand der internationalen Berichterstattung von Nestlé. Gemeinsam mit öffentlichen, privaten und zivilgesellschaftlichen Organisationen beteiligt sich das Unternehmen maßgeblich an öffentlich wirksamen Initiativen zum Wassermanagement in aller Welt. Programme zur Wasser- und Sanitärversorgung werden dabei ebenso unterstützt wie Maßnahmen zur Verringerung des Wassereinsatzes in der Landwirtschaft und in den eigenen Werken. Nestlé Deutschland beteiligt sich mit Projekten in den Liefer-



ketten sowie durch den aktiven Dialog mit Akteuren der Zivilgesellschaft.

Bezogen auf Deutschland, das über einen klaren gesetzlichen Rahmen verfügt und im internationalen Vergleich kaum durch Wasserknappheit bedroht wird, ist vorrangig der verantwortungsbewusste Umgang mit Wasser durch betriebliches Umweltmanagement sicherzustellen. Dies wird insbesondere durch konkrete Vorgaben zu Wassereinsparungen und Wasseraufbereitung auf Werkebene umgesetzt.

Ziele

- Reduzierung des spezifischen Wasserverbrauchs in der Produktion um 30% gegenüber 2005.
- Durch konkrete Projekte sollte 2015 der Gesamtverbrauch an Wasser um 5% gegenüber dem Vorjahr reduziert werden.

Fortschritte 2015

2015 konnte der Wasserverbrauch um 62,5% unter den Referenzwert von 2005 gesenkt werden. Dies entspricht einer Reduzierung des Wasserverbrauchs um 1,9 Prozentpunkte gegenüber 2014. 2005 belief sich der Wasserverbrauch je Tonne Produkt noch auf 12,44 m³. Diese Einsparung ist durch insgesamt 47 Maßnahmen an den deutschen Standorten ermöglicht worden, die eine Einsparung von 239.000 m³ Wasser pro Jahr ermöglicht haben. Das entspricht einer Reduzierung um 3,8%. Damit hat Nestlé ihr Ziel für 2015 klar übertroffen. Die gesamte Wasserentnahme lag 2015 bei 3,2 Mio. m³, während im Vorjahr noch 3,3 Mio. m³ entnommen worden sind.

Der spezifische Wasserverbrauch sank 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 4,9% auf 4,7 m³ pro Tonne Produkt (4,9 m³ pro Tonne Produkt 2014). Dabei haben drei Standorte maßgeblich zur Zielerreichung beigetragen:

In Biessenhofen, dem Standort mit dem größten Wasserverbrauch im Markt, wurden Einsparungen vorwiegend bei der Durchlaufkühlung erreicht. Große Beiträge kamen auch vom neuen Werk in Herten und dem

modernen Abfüllverfahren in Osthofen. Beim Neubau des Schweriner Werks ist ein 100-m³-Tank für Regenwasser installiert worden. Dieses Wasser wird im Werk ab März 2016 für die Toiletenspülungen genutzt.

Der Umgang mit Wasser in der vorgelagerten Lieferkette ist in den Programmen für verantwortungsvollen Einkauf verankert und unter anderem im Rahmen des *Nescafé Plan* Gegenstand internationaler Programme. Einen Hotspot für die Produkte der Marke *Maggi* stellt der Wassereinsatz im Anbau von Tomaten dar. Bereits 2013 war der Wassereinsatz bei einem Lieferanten in der Extremadura, Spanien, Gegenstand von Assessments. Auf Basis der Ergebnisse sind mit Unterstützung einer spanischen Umweltorganisation Workshops mit Lieferanten und Farmern organisiert worden, die sich mit den Themen Wassereinsatz und Schutz der Wassereinzugsgebiete sowie der Biodiversität befassen (siehe Seite 40 ff.).

Lebenszyklusanalysen

Nestlé Deutschland verfolgt eine ganzheitlich ausgerichtete Umweltpolitik, die den gesamten Produktlebenszyklus erfasst. Angesichts weltweit steigender Bevölkerungszahlen und knapper ökologischer Ressourcen ist Nestlé bestrebt, die Umwelteigenschaften von Produkten und Prozessen kontinuierlich zu verbessern. Dies ist die Grundlage für langfristigen Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit. Dabei bezieht Nestlé vor- und nachgelagerte Stufen der Wertschöpfungskette ein, um relevante Umweltkosten und -risiken zu identifizieren und gezielt Maßnahmen umsetzen zu können. Grundlage ist das Tool EcodEX, mit dem Nestlé Lebenszyklusanalysen durchführt.

Ziele

- Lebenszyklusanalysen der wichtigsten Produktkategorien mit EcodEX durchführen, um die Potenziale zur Verbesserung der Umweltleistungen zu identifizieren.
- Information für Verbraucher über relevante Umwelteigenschaften der Produkte.

Fortschritte 2015

Eine wichtige Maßnahme stellt die 2015 durchgeführte Lebenszyklusanalyse für die Fix-Produkte dar. Die Analyse erfasste dabei alle relevanten Umweltaspekte vom Ressourceneinsatz in der Landwirtschaft bis zur Zubereitung durch den Konsumenten. 2016 will Nestlé die Ergebnisse weiter diskutieren, unter anderem auch im Experten- und NGO-Beirat, um aus den Ergebnissen konkrete Maßnahmen ableiten zu können.

Vermeidung von Lebensmittelabfällen

Ein erheblicher Teil der Umweltkosten der Ernährung entfällt auf den Anbau der Rohstoffe. Verschiedene Studien schätzen, dass weltweit etwa ein Drittel der Nahrung durch Nachernteverluste verloren geht. Für Deutschland weisen Untersuchungen des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft auch auf die Bedeutung von Lebensmittelabfällen beim Endverbraucher hin. Angesichts knapper Anbauflächen und der für den Anbau benötigten Ressourcen müssen Lebensmittelabfälle reduziert werden. Das trägt dazu bei, den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Nestlé unterstützt dieses Ziel mit Maßnahmen in den eigenen Betrieben sowie in den vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsketten. Diesem Ziel dienen indirekt auch internationale Programme zur Qualitätssicherung und Nachhaltigkeit bei Rohstoffen.

Ziele

- Reduzierung und Vermeidung von Lebensmittelabfällen in eigenen Prozessen (Zero Waste).
- Ermittlung von Möglichkeiten zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen in vor- und nachgelagerten Prozessen.

Fortschritte 2015

An den deutschen Standorten sind 2015 keine Nahrungsmittelabfälle zur Entsorgung produziert worden. Die an den Standorten



anfallenden Reststoffe werden systematisch vollständig stofflich oder zumindest energetisch verwertet. Lokale Vereinbarungen mit Verwertern sichern eine möglichst hochwertige Nutzung.

2015 hat Nestlé Deutschland sich dem Projekt REFRESH angeschlossen. Unter Führung von CSCP erschließt das Projekt Potenziale zur Vermeidung von Abfällen entlang der Wertschöpfungskette.

In Zusammenarbeit mit Mitgliedern des Experten- und NGO-Beirats sind 2015 erste Ansätze diskutiert worden, die den Konsumenten bei der Vermeidung von Lebensmittelabfällen unterstützen sollen. 2016 werden hieran anknüpfend konkrete Projektvorschläge entwickelt und umgesetzt.

Biodiversität an Standorten

Nestlé hat sich mit dem internationalen „Commitment on Natural Capital“ zum Erhalt von Biodiversität in ihrem Verantwortungsbereich verpflichtet. Wenngleich dem Schutz von Naturräumen in den vorgelagerten Lieferketten, insbesondere im Anbau der landwirtschaftlichen Rohstoffe, eine deutlich größere Bedeutung zukommt, ist Nestlé bestrebt, wo möglich, die eigenen Standorte einzubeziehen, um ihren Beitrag zur Biodiversität auch in Deutschland zu leisten. Restriktionen ergeben sich dabei vor allem durch den Vorrang der Produktsicherheit und Hygieneanforderungen in Lebensmittelbetrieben. Die entsprechenden gesetzlichen Vorgaben sowie unternehmenseigene Standards erfordern

standortabhängige Einzelfallprüfungen und beschränken die Möglichkeiten zur naturnahen Gestaltung von Produktionsgeländen.

Ziele

- Prüfung auf Potenziale zur Förderung von Biodiversität an neuen Standorten und bei Standorterweiterungen.
- Durchführung von Prüfungen auf Potenziale an zunächst zwei Standorten.

Fortschritte 2015

2014 hat ein Biodiversitätsexperte der Bodensee-Stiftung als Projektpartner des Bundesprogramms biologische Vielfalt zwei Standortbegehungen durchgeführt. Für die Standorte Frankfurt am Main (Verwaltung) und Schwerin (Produktion) ist eine Analyse der Potenziale für eine naturnahe Gestaltung durchgeführt worden. Anhand der Ergebnisse sind Vorschläge erarbeitet worden. Für den Standort Frankfurt wurde ein Konzept entwickelt. Es soll nach Abschluss der Arbeiten an den Außenanlagen des Nestlé Campus umgesetzt werden. Geplant ist die Bepflanzung mit Blühzonen und heimischen Obstbäumen. Aufgrund von Verzögerungen bei den Arbeiten an den Außenanlagen wurde die Umsetzung auf 2016 verschoben.

Im Mai 2014 begann am *Nescafé Dolce Gusto* Werk in Schwerin die Umsetzung, die 2015 abgeschlossen wurde. Auf einer Betriebsfläche von 31 ha, davon 8,2 ha mit Gebäuden und Wegeflächen, sind 5 ha basierend auf Empfehlungen des Begehungsberichts und eines Naturgärtners unter Biodiversitätsaspekten bepflanzt worden. Heimische Bäume, wie Eichen und Buchen, sowie wilde Apfel- und Birnbäume wurden angepflanzt.

In Pflanzbeeten wurden Wildtulpen und Traubenhyazinthen sowie Schwarzlauch gesetzt. In Blühstreifen innerhalb und um das Werksgelände wurde eine Pflanzmischung mit 39 Blumensorten und sieben Gräsern ausgesät, die mit ihrem Artenreichtum vielen Tieren als Futterquelle und Lebensraum dient.



AUSGEWÄHLTE UMWELTDATEN

Energie	2013	2014*	2015
Gesamtenergieaufwand (in Terajoule)	2.960	2.621	2.659
Spezifischer Energieverbrauch (in Gigajoule/Tonne Produkt) (unter Berücksichtigung der Energiearten Brennstoffe, Dampf, Strom, verkaufte Energie)	5,6	3,9	3,9
Gesamtstromverbrauch (in Terajoule)	941	958	958
Anteil des Strombezugs aus erneuerbaren Quellen (in %)	18,5	19,9	30,1
Anteil des Strombezugs aus nicht erneuerbaren Quellen (in %)	81,5	80,1	69,9
Brennstoffverbrauch aus nicht erneuerbaren Quellen (in Terajoule)	1.630	1.135,10	1.122
Brennstoffverbrauch aus erneuerbaren Quellen (in Terajoule)	257	272,4	269,3
Bezogener Dampf (in Terajoule)	181	106,8	104,8
Bezogener Strom (in Terajoule)	941	954,4	985
Verkaufte Energie (in Terajoule)	49	29,4	19,4
Klimaemissionen			
Klimaemissionen direkt (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	100.120	109.303	109.101
Klimaemissionen indirekt (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	120.000	127.967	131.280
Spezifische Klimaemissionen (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente/Tonne Produkt) (Scope 1 und Scope 2)	0,44	0,31	0,31
Emissionen bei der energetischen Nutzung von Kaffeesatz (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	27.500	27.695	27.380
Wasserverbrauch			
Gesamtwasserentnahme (in Mio. m ³), davon: aus eigenen Quellen (in Mio. m ³)	4,1	3,3	3,2
aus kommunaler Versorgung (in m ³)	2,8	2,09	2,05
aus Oberflächenwasser (in m ³)	940.000	918.877	912.859
	360.000	289.233	218.025

*2014 zu 2013 nicht vergleichbar durch erweiterten Berichtskreis

ABWASSERAUFBEREITUNG UND -EINLEITUNG

Zu einem verantwortungsbewussten Wassermanagement gehört eine leistungsfähige Abwasseraufbereitung, um mögliche Risiken für die Umwelt zu vermeiden. Die Lebensmittelindustrie zählt im Branchenvergleich nicht zu den wesentlichen Verursachern von Gewässerverunreinigungen. Organische Reststoffe im Abwasser, z. B. aus Zubereitungs- oder Reinigungsprozessen, erfordern jedoch eine sachgerechte Aufbereitung und die Einhaltung von Grenzwerten.

Nestlé Deutschland entsorgt das anfallende Abwasser in einem Gesamtvolumen von

2,4 Mio. m³ vor allem über vorhandene kommunale Kläranlagen. In Biessenhofen und Nonnweiler betreibt Nestlé eine eigene Kläranlage. Wo erforderlich, wird das Wasser vor der Übergabe an kommunale Einrichtungen vorbehandelt.

Unbelastetes Kühlwasser wird in den Werken Mainz, Biessenhofen und Conow an die Umwelt abgeleitet. Eine Direkteinleitung unbelasteten Nutzwassers in die Umwelt erfolgt in den Werken Hamburg und Mainz.

Die abgeleiteten Kühlwassermengen belaufen sich 2015:

- 160.447 m³ unbelastetes Kühlwasser zur Direkteinleitung in die Umwelt
- 6.817 m³ unbelastetes Kühl-, Abfall- oder Nutzwasser zum Fluss/See
- 19.877 m³ unbelastetes Nutzwasser zur Direkteinleitung in die Umwelt

Sowohl Nestlés eigene als auch kommunale Aufbereitungsanlagen übererfüllen die gesetzlichen Vorgaben. Das Abwasser wird nicht von anderen Organisationen wiederverwendet.

ABWASSERFRACHTEN IM VERGLEICH

	2014	2015
Abwasserfracht nach externer Kläranlage (Fluss, See und Bewässerung)	105.847.251	101.145.823
Abwasserfracht nach interner Kläranlage (Fluss, See und Bewässerung)	419.605.790	408.266.836

Mitarbeiter und Compliance

Nestlé respektiert umfassend die Rechte der Menschen, die für das Unternehmen arbeiten oder mit ihr in Geschäftsbeziehungen stehen. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf den 12.547 Mitarbeitern, für die Nestlé Deutschland 2015 direkt verantwortlich gewesen ist. Um den eigenen Anforderungen gerecht werden zu können, umfassen die dazu getroffenen Maßnahmen ebenso den Bereich der Mitarbeitergesundheit, die Mitarbeiteraus- und -weiterbildung sowie die Arbeitssicherheit.

Nestlés Personalpolitik zeichnet sich durch eine starke Orientierung an der Übertragung von größtmöglicher Verantwortung zur kontinuierlichen Weiterentwicklung aus. Maßgeschneiderte Coachings und Förderprogramme auf Basis der Ergebnisse von 360-Grad-Führungsfeedback-Systemen und übergeordneten, weltweiten Mitarbeiterbefragungen wie „Nestlé & Ich“ unterstützen dabei die Persönlichkeitsentwicklung. Dabei ist für Nestlé nicht nur die Führungskräfteentwicklung ein Anliegen, denn es werden für Mitarbeiter aller Personalebene Programme angeboten, die diese zu Höchstleistungen motivieren sollen und die Persönlichkeitsentwicklung stetig fördern.

Der Erfolg dieser Anstrengungen zeigt sich auch in einer konstant niedrigen Mitarbeiter-

fluktuation von 2,7% (im Jahr 2015, bezogen auf Mitarbeiter-Eigenkündigungen).

Mitarbeitergesundheit

Nestlé Mitarbeiter benötigen ein solides Grundwissen in Ernährungsfragen. Das ist nicht nur für ihre Arbeit essentiell, sondern dient auch als Grundlage für die eigene Lebensführung. Nestlé betrachtet die Vermittlung dieses Grundwissens als Teil der Verpflichtungen im Rahmen eines vorsorglichen Gesundheitsschutzes ihrer Mitarbeiter. Mit dem „NQ“-Training („Nutritional Quotient“) will Nestlé deren Ernährungswissen entsprechend erhöhen. Je nach Aufgabengebiet erhalten die Mitarbeiter individuelle Schulun-

gen. So wird sichergestellt, dass jeder das Ernährungswissen erhält, das er verarbeiten kann und das für ihn persönlich wichtig ist. Besonderes Augenmerk liegt auf den Mitarbeitern, die direkt an einer Marke arbeiten. Sie haben unmittelbaren Einfluss auf das Produkt und benötigen dementsprechend einen größeren Wissensschatz. Ein solches Spezialistentraining umfasst einen gesamten Schultag und ist das größte und umfassendste Training, das Nestlé Deutschland derzeit anbietet.

Ziele

- 2015 für alle Mitarbeiter in Deutschland die Rahmenbedingungen für die Teilnahme an einer Ernährungsschulung schaffen.
- Das Angebot von verschiedenen Sportmöglichkeiten für die Mitarbeiter gewährleisten.

Fortschritte 2015

Mit einem Wert von 97% konnte Nestlé 2015 nahezu allen Mitarbeitern in Deutschland Ernährungsschulungen anbieten. Aufgrund betrieblicher Prioritäten an einzelnen Produktionsstandorten konnte ein flächendeckendes Angebot der Schulungen noch nicht erreicht werden.

Das Fitnesscenter auf dem Nestlé Campus bietet Mitarbeitern ein vielfältiges Angebot von Kursen und Sportarten, einschließlich Rückentraining. Nestlé beteiligt sich regelmäßig mit mehreren Hundert Mitarbeitern an Sportevents, wie beispielsweise der jährlichen Corporate Challenge in Frankfurt (Stadtlauf über 5,6 km). Das Unternehmen unterstützt auch weitere Sportangebote für Mitarbeiter in Frankfurt und an den anderen Standorten. Zwischen einzelnen Werken findet ein jährliches Turnier der Werksmannschaften statt.





Arbeitssicherheit

Ein Unfall ist einer zu viel – Arbeitssicherheit hat für Nestlé auf internationaler Ebene wie in Deutschland gleichermaßen hohe Priorität. Durch Audits nach OHSAS 18001 und CARE stellt Nestlé sicher, dass alle Standorte hohe Standards zum Schutz der Arbeitnehmer einhalten und über etablierte Arbeitssicherheitsmanagementsysteme verfügen. Daneben achtet Nestlé vor allem auf verhaltensbasierte Prävention.

Ziele

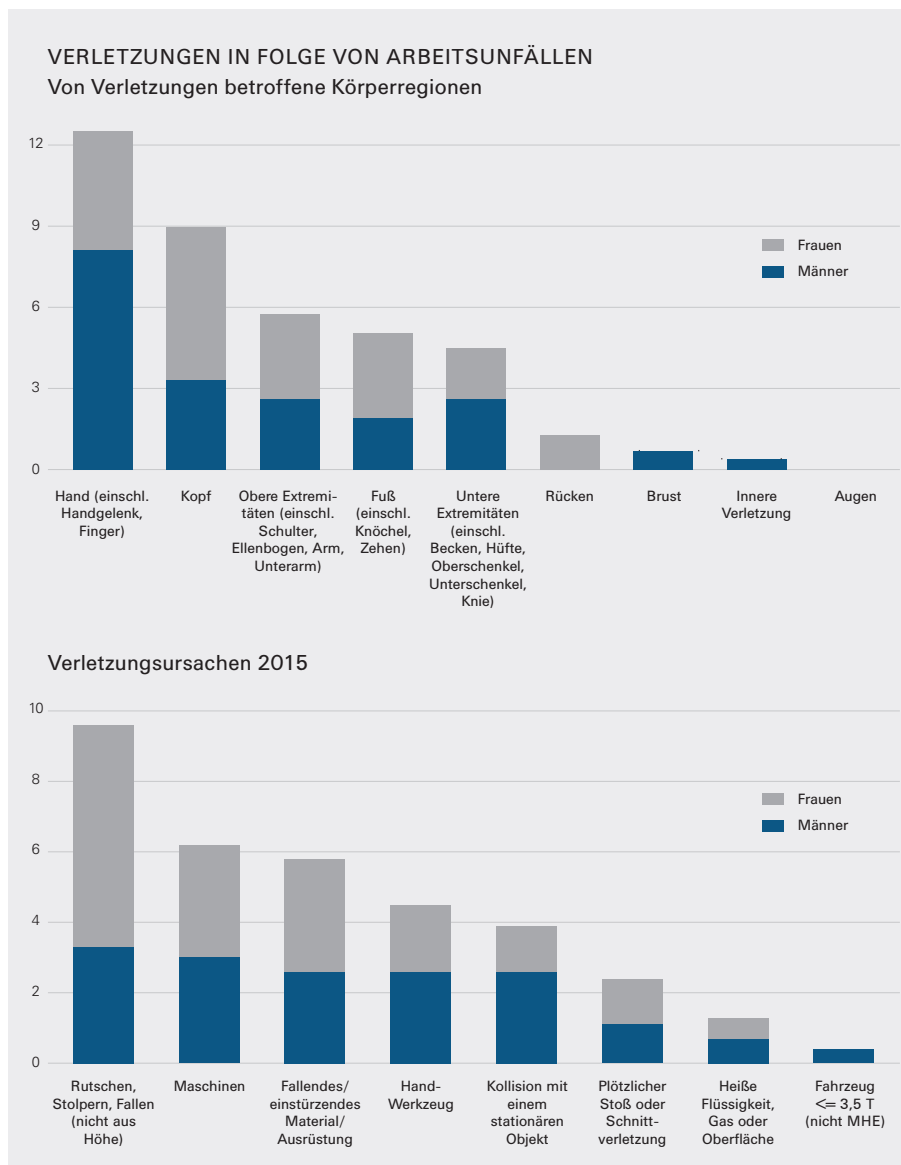
- An allen Standorten in Deutschland ein zertifiziertes Arbeitssicherheitsmanagementsystem nach OHSAS 18001 und CARE gewährleisten.
- Die Verletzungsrate um jährlich 30% verringern, sodass sie 2015 auf 3,8 je eine Million Arbeitsstunden und 2016 auf 3,0 je eine Million Arbeitsstunden begrenzt ist.

Fortschritte 2015

Wie bereits in den Vorjahren hat Nestlé 2015 OHSAS 18001 in allen Standorten umgesetzt. Alle Stichprobenaudits wurden bestanden. Auch das neue Werk in Schwerin ist 2015 erfolgreich erstzertifiziert worden. Ebenso erfolgreich sind die CARE-Audits in allen Werken (inklusive Schwerin), in den eigenen Distributionszentren und in den Verwaltungen bestanden worden.

In deutschlandweit allen Standorten sind die Arbeitnehmer in Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheit vertreten. Zusätzlich tagt seit 2014 mehrmals jährlich ein Safety Strategy Team, an dem Arbeitnehmervertreter, Manager und Sicherheitsfachkräfte unterschiedlicher Bereiche teilnehmen. Dem Ausschuss sitzt der Technische Direktor vor. 2015 konnte Nestlé über 50% mehr Beinaheunfälle als im Vorjahr untersuchen und auf diese Weise präventiv mögliche Gefährdungen reduzieren. Durch Coachings sind die Sicherheitsgespräche im Unternehmen qualitativ verbessert worden, mit dem Ziel, sicheres Verhalten zu stärken und unsicherem Verhalten zu begegnen.

Schwerpunktt Themen der Mitarbeitersicherheit werden mithilfe regelmäßiger



Aufklärungskampagnen aufgegriffen und kommuniziert.

Zur Verringerung der Wahrscheinlichkeit von Handverletzungen wurde bereits 2014 eine Kampagne zum Wert der menschlichen Hände gestartet, die 2015 fortgesetzt worden ist.

2015 konnten durch die großflächige Einführung von Anstoßkappen Kopfverletzungen reduziert werden. Die Prävention des Stolperns, Stürzens und Fallens wird 2016 im Rahmen des „World Safety Day“ aufgegriffen. Eine spezifische Verfahrensweisung soll die Prävention zusätzlich unterstützen. Weitere Maßnahmen umfassten die kontinuierliche Verbesserung der vorhandenen Systeme aller Standorte, Schulungen der

	2014	2015
Verletzungsrate männlich	5,5	4,2
Verletzungsrate weiblich	3,8	4,5
Berufskrankheitsrate	0,05	0,05
Ausfalltagerate	0,044	0,038
Abwesenheitsrate	5,6	5,8

internen Auditoren zur integrierten Auditierung des Umwelt-, Energie- und Arbeitssicherheitsmanagementsystems sowie diverse Vor-Ort-Termine und Skype-Meetings mit den jeweiligen Fachverantwortlichen der Unterthemen.

Leistungen für Mitarbeiter

Mit 335.000 Mitarbeitern und Aktivitäten in 115 Ländern ist Nestlé im wahrsten Sinne des Wortes ein multikulturelles Unternehmen. Die internationale Unternehmenskultur sowie die Werte und Prinzipien, die auf Respekt, Qualität und persönlicher Verantwortung basieren, verbinden Nestlé Mitarbeiter weltweit. Dazu zählen auch die 12.547 Mitarbeiter, die in Deutschland für Nestlé tätig sind.

Zufriedene und engagierte Mitarbeiter sind das wichtigste Kapital und die Grundlage für alle Bestrebungen, die Qualität der Produkte und Leistungen zu sichern und weiterzuentwickeln. Nestlé ist bestrebt, den Mitarbeitern leistungsgerechte Vergütung und ein positives und sicheres Arbeitsumfeld zu bieten.

Fortschritte 2015

Die Standorte von Nestlé Deutschland sind weiterhin tarifgebunden bzw. gewähren eine Vergütung entsprechend der tariflichen Vorgaben. 80% der Mitarbeiter fallen unter die jeweiligen Kollektivvereinbarungen. Mit einem Anteil von 1,8% werden nur in einem relativ geringen Umfang Zeitarbeiter eingesetzt, vor allem um saisonbedingte Schwankungen in der Produktion von Speiseeis sowie von Schokoladenprodukten aufzufangen.

Mit der Eröffnung der Kindertagesstätte auf dem Nestlé Campus in Frankfurt fördert Nestlé die Vereinbarkeit von Familie und Beruf – insbesondere den Wiedereinstieg nach dem Erziehungsurlaub. Dieses Angebot wird aktuell von 18 Mitarbeitern in Anspruch genommen. Insgesamt bietet die neue Kindertagesstätte 50 Krippenplätze, von denen 75% durch Nestlé in Anspruch genommen werden können. Die weiteren Plätze stehen für Externe zur Verfügung. In der Endstufe wird die Anzahl der durch Nestlé geförderten Plätze um 50% erhöht. Nestlé fördert die Rückkehr von Müttern nach der Elternzeit auch durch flexible Teilzeitleösungen. 2015 nahmen 383 Frauen und 169 Männer Elternzeit in Anspruch (Vorjahr: 383 Frauen, 133 Männer).

- Die Erfassung der Arbeitsunfälle erfolgt nach den Vorgaben der Berufsgenossenschaften. Ergänzend hierzu regelt eine interne Richtlinie Erfassung und Umgang mit Arbeitsunfällen.
- Verletzungen oder Einschränkungen der Gesundheit werden ab einem Schmerzereignis (also unter der Schwelle Erste Hilfe) sowohl von eigenen Mitarbeitern, Mitarbeitern von Zeitarbeitsfirmen als auch von Mitarbeitern von Fremdfirmen, die auf Nestlé Gelände tätig sind, registriert. Die Ursachen werden untersucht und abgestellt oder deren Wahrscheinlichkeit reduziert. In die Unfallquote gehen Ereignisse ein, die entweder zur zeitlichen oder aufgabenbezogenen Einschränkung führen, die eine Behandlung durch einen Mediziner erfordern oder zu Arbeitsausfall ab einem Tag führen.
- 89% der Unfälle passierten in Produktionsstandorten, 10% im Bereich Logistik und Vertrieb, 1% im Bereich der Verwaltung.
- 2015 kam keine Person bei Nestlé zu Tode oder wurde so stark verletzt,

- dass sie dauerhafte Einschränkungen davongetragen hat. 2015 lag die Verletzungsrate insgesamt bei 4,3 je eine Million Arbeitsstunden (Männer: 4,2; Frauen: 4,5). Das entspricht einer Ausfalltagerate von 0,038 (Zahl der Ausfalltage je Vorfall); die krankheitsbedingte Abwesenheitsrate lag bei 5,8 (Ausfallstunden je Vorfall in Bezug auf die Sollarbeitszeit).
- Die Berufskrankheitsrate betrug 2015 wie im Vorjahr 0,05. Eine Differenzierung nach Geschlechtern ist aufgrund der Datenschutzbestimmungen nicht möglich, denn die Informationen werden anonymisiert von der Berufsgenossenschaft zur Verfügung gestellt.
- Betrachtet man die absolute Zahl der Unfälle, die mindestens zu einer Arbeitseinschränkung geführt haben, ist sie bei Männern und Frauen gleich hoch. Die Unfallursachen sind aber unterschiedlich: Frauen stolpern und stürzen häufiger als Männer, die sich eher an stationären Objekten stoßen.



Gesamtzahl Mitarbeiter nach Arbeitsvertrag und Geschlecht

	Unbefristet			Befristet			Auszubildende		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Männlich	7.060	6.907	6.902	440	389	507	276	286	273
Weiblich	4.595	4.448	4.397	298	347	343	122	127	125

Anzahl Mitarbeiter in Deutschland gesamt:

2013: 12.791 **2014:** 12.504 **2015:** 12.547

Gesamtzahl befristet angestellter Mitarbeiter nach Beschäftigungsart und Geschlecht

	2014		2015	
Gesamt	1.120	1.248		
Männlich	659	780		
Weiblich	461	468		
(Vollzeit, Teilzeit)				
	Vollzeit (ND)		Teilzeit (ND)	
	2014	2015	2014	2015
Gesamt	762	1.038	358	210
Männlich	495	683	164	97
Weiblich	267	355	194	113

Veranstaltungen wie Sommerfeste, Weihnachtsfeiern für Kinder der Mitarbeiter oder ein jährliches Treffen der Pensionäre werden traditionell gepflegt.

Interne Mentoringprogramme sowohl im nationalen als auch im internationalen Kontext sowie Netzwerke junger Mitarbeiter, beispielsweise „Young@Nestlé“, unterstützen gemeinsames Lernen und gemeinsame Entwicklung. Nestlé nimmt seit 2009 zusätzlich am regionalen Frankfurter Mentoring teil. Hieran beteiligen sich verschiedene Unternehmen aus Frankfurt und Umgebung, die ihren weiblichen Führungsnachwuchs fördern. Den Teilnehmerinnen wird über den Zeitraum eines Jahres ein Mentor mit umfangreicher Führungserfahrung zur Seite gestellt. 2015 haben insgesamt fünf weibliche Mentees sowie fünf Mentoren von Nestlé daran teilgenommen.

Durch eine eigene Pensionskasse werden den Mitarbeitern verschiedene bezuschusste

Modelle sowie die Möglichkeit einer zusätzlichen Altersversorgung angeboten. Dabei investiert die Pensionskasse mindestens 75% in Unternehmen, die mindestens gleichwertigen Unternehmensgrundsätzen

Neueintritte (inkl. Befr. + Wiedereintritte)

	2014	2015
Altersgruppen	1.032	1.035
Bis 29 Jahre	57,2%	53,9%
Altersgruppen	648	734
(30-50 Jahre)	35,9%	38,2%
Altersgruppen	124	152
ab 51 Jahre	6,9%	7,9%
Weiblich	860	765
	47,7%	39,8%
Männlich	944	1.156
	52,3%	60,2%



In einem neu errichteten Gebäude neben dem Nestlé Competence Center in Frankfurt befinden sich seit November 2015 ein Fitnessstudio und eine Kita. Während das Fitnessstudio, in welchem sowohl Gerätetraining als auch Kurse angeboten werden, vorerst nur für Nestlé Mitarbeiter zugänglich ist, bietet die Kita auch Betreuungsplätze für Kinder ab drei Monaten für den Stadtteil Niederrad an.

wie den Nestlé Corporate Business Principles folgen. Seit 2013 ist dieses Ziel kontinuierlich erreicht worden. Für 2016 ist die Umstellung der Benchmark für passive Aktienmandate auf MSCI World ESG geplant.

Neben der Alterssicherung mit einem Modul zur Berufsunfähigkeits- und Hinterbliebenenversorgung bietet Nestlé den Mitarbeitern verschiedene Module zur Gesundheitsvorsorge, von Schutzimpfungen bis zu spezifischen Vorsorgeuntersuchungen. Im Fitnessstudio in Frankfurt steht den Mitarbeitern ein umfassendes Kursangebot zur Verfügung, einschließlich Einheiten zur Prophylaxe von Rückenproblemen. Für Dienstreisen ins Ausland bietet Nestlé den Mitarbeitern eine umfassende Lebens- und Krankenversicherung.

Chancengleichheit

Nestlé ist der Auffassung, dass die Förderung von Chancengleichheit und Diversität nicht nur eine zentrale gesellschaftliche

Verantwortung darstellt, sondern auch einen Vorteil des Unternehmens im Wettbewerb darstellen kann. 2008 hat Nestlé die Förderung der Chancengleichheit für Frauen als wichtiges Handlungsfeld aufgenommen.

Ziel ist ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis auf allen Ebenen. Dies ist auch Gegenstand der Unternehmensgrundsätze sowie der Management- und Führungsprinzipien Nestlés: Chancengleichheit hinsichtlich Weiterbildung, Entwicklung und Vergütung sowie der Schutz vor Belästigung oder Diskriminierung stellen eine zentrale Grundlage der Personalpolitik dar. Als verbindliche Grundlage zur Umsetzung dient die Nestlé Vergütungsrichtlinie, die eine marktgerechte und diskriminierungsfreie Entlohnung nach dem Prinzip „gleiche Vergütung für gleiche Arbeit und Leistung“ vorschreibt.

Ziele

- Mindestens 30% der Führungspositionen sind mit Frauen zu besetzen.

- Langfristig soll der Anteil von Frauen in Führungspositionen auf 35% erhöht werden. Dieses Ziel ist 2017 zu erreichen.

Fortschritte 2015

Bereits seit 2012 sind mehr als 30% der Führungspositionen bei Nestlé Deutschland durch Frauen besetzt. 2015 lag der Anteil bei 31,9%.

Arbeitsmarktchancen von jungen Menschen und Flüchtlingen erhöhen

Nestlé hat sich zum Ziel gesetzt, die Beschäftigungschancen junger Menschen auf dem Arbeitsmarkt zu verbessern. Dazu hat Nestlé auf europäischer Ebene die „Youth Employment Initiative“ sowie die „ALLiance for YOUth“ ins Leben gerufen, die mittlerweile von über 200 Partnern unterstützt wird. Ziel ist es, jungen Menschen aus Regionen mit hoher Jugendarbeitslosigkeit Beschäftigungsperspektiven zu eröffnen.

Übersicht Mitarbeiter nach Alter, Geschlecht und Einsatzgebiet

	Einsatzgebiet								
	Verwaltung			Außendienst			Produktion		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Altersgruppen	573	536	523	298	245	213	1.358	1.415	1.488
Bis 29 Jahre	4,5%	4,3%	4,2%	2,3%	2,0%	1,7%	10,6%	11,3%	11,9%
Altersgruppen (30-50 Jahre)	1.850	1.803	1.784	1.085	871	842	4.041	3.926	3.939
(30-50 Jahre)	14,5%	14,4%	14,3%	8,5%	7,0%	6,7%	31,6%	31,4%	31,5%
Altersgruppen ab 51 Jahre	599	681	689	497	426	435	2.490	2.601	2.634
ab 51 Jahre	4,7%	5,4%	5,5%	3,9%	3,4%	3,5%	19,5%	20,8%	21,1%
Weiblich	1.561	1.542	1.554	839	683	641	2.615	2.697	2.670
Weiblich	51,7%	51,1%	51,9%	44,6%	44,3%	43,0%	33,1%	34,0%	33,1%
Männlich	1.461	1.478	1.442	1.041	859	849	5.274	5.245	5.391
Männlich	48,3%	48,9%	48,1%	55,4%	55,7%	57,0%	66,9%	66,0%	66,9%



Als Teil der Initiative „Nestlé hilft“, die zur Bewältigung der Flüchtlingskrise beitragen möchte, hat Nestlé Deutschland das Programm speziell in Hinblick auf junge Flüchtlinge ergänzt. Mit zunächst 20 Praktikums- und Ausbildungsangeboten möchte Nestlé Deutschland zur Integration junger Menschen mit Flüchtlingshintergrund beitragen.

Ziele

- Bis 2016 für 2.420 junge Menschen unter 30 Jahren Beschäftigungschancen in Deutschland schaffen, darunter 1.320 Trainee- und Ausbildungsplätze, um die Arbeitslosigkeit in dieser Altersgruppe zu bekämpfen.
- Die Förderung der Beschäftigung für 1.500 Mitarbeiter, die Erweiterung der „Readiness for Work“-Aktivitäten sowie der „ALLiance for YOUth“ und der Ausbau des Angebots von Beschäftigungsmöglichkeiten für Migranten als Teil der „Youth Employment Initiative“ erfolgt bis 2017.

Fortschritte 2015

Deutschlandweit sind 1.064 Mitarbeiter eingestellt worden, darunter 499 Auszu-

bildende, Trainees und Praktikanten sowie 565 junge Direkteinsteiger. Mit dem Ziel, die Arbeitsmarktchancen junger Menschen zu verbessern, führt Nestlé Deutschland unter Beteiligung von 508 Mitarbeitern mehr als 133 „Readiness for Work“-Veranstaltungen durch. Zu den Veranstaltungsformaten zählen Bewerbungstage oder Informationsveranstaltungen für Schüler und Studenten. Zum Start der „ALLiance for YOUth“, die als unternehmensübergreifendes Bündnis verstanden wird, hat Nestlé Deutschland gemeinsam mit der Goethe Universität Frankfurt im Juni 2015 eine Veranstaltung organisiert. Dort wurde die Initiative vorgestellt und die Beschäftigungsmöglichkeiten für junge Menschen wurden diskutiert.

Als Beitrag zur Integration von Flüchtlingen hat Nestlé Deutschland die Angebote im Rahmen der „Youth Employment Initiative“ erweitert: Ergänzend dazu übernimmt Nestlé die Kosten für notwendige Sprachkurse. Auch im Rahmen des deutsch-iberischen Solidaritätsprogramms konnten weitere 20 Praktikumsstellen und vier Ausbildungsplätze an Spanier und Portugiesen vergeben werden.



Nestlé stellt sich mit der 2013 gegründeten „Youth Employment Initiative“ dem Problem der hohen Jugendarbeitslosigkeit in Europa und versucht mit neuen Beschäftigungsmöglichkeiten, den damit verbundenen wirtschaftlichen und sozialen Problemen entgegenzuwirken. Als weiteres Teilprojekt wurde die „ALLiance for YOUth“ ins Leben gerufen. Hier wird Jugendlichen und jungen Erwachsenen von momentan sieben lokalen Unternehmen und über 200 Geschäftspartnern europaweit der Start ins Berufsleben ermöglicht. Darüber hinaus schafft das Unternehmen durch Ausbildungs-, Trainee- und Praktikumsplätze vielfältige Karrierechancen und Weiterbildungsmöglichkeiten für junge Menschen in Europa.



Angesichts aktueller gesellschaftspolitischer Entwicklungen und der hohen Anzahl von Menschen auf der Flucht hat Nestlé mit „Nestlé hilft“ eine Initiative geschaffen, die Betroffenen die Ankunft und Integration in ihre neue Heimat erleichtern soll. So wurden über das Deutsche Rote Kreuz unter anderem Wasser und Cerealien für Einrichtungen des DRK, beispielsweise den Erstaufnahmelagern im süddeutschen Raum, gespendet. Flüchtlingsunterkünfte im Umfeld der Werke sind ebenfalls mit Sachspenden wie Sportausrüstungen oder Nähmaschinen unterstützt worden. Nestlé Mitarbeiter erhalten im Rahmen der „Social Days“ für die Ausübung einer ehrenamtlichen Tätigkeit in der Flüchtlingshilfe bis zu drei Tage Sonderurlaub und können sich in Kirchen, Gemeinden oder bei Hilfsorganisationen engagieren.

Sicherheit unserer Produkte

Die permanente Gewährleistung von Sicherheit für Konsumenten und Mitarbeiter ist ein zentrales Anliegen von Nestlé. Hierfür hat Nestlé auf Grundlage der einschlägigen ISO-Standards für Qualitätsmanagement die erforderlichen Systeme und Prozesse eingerichtet, welche die Sicherheit der Produkte für die Verbraucher garantieren sollen.

Die Qualität und Sicherheit der Produkte ist für Nestlé nicht verhandelbar. Daher sind regelmäßige Qualitätskontrollen unerlässlich, um bei möglichen Risiken wie Fremdkörpern aus Rohstoffen, Schadstoffeinträgen oder Grenzwertüberschreitungen umgehend Maßnahmen einleiten zu können. Die größten Risiken für die Sicherheit der Produkte liegen dabei nicht in den eigenen Prozessen und Werken, sondern in der vorgelagerten Lieferkette sowie in einem möglichen unsachgerechten Umgang mit dem Produkt in nachgelagerten Prozessen. Hierzu gehören die Nichteinhaltung guter landwirtschaftlicher Praktiken, die Unterbrechung von Kühlketten oder mangelnde Hygiene im Haushalt. Durch Verpackungen, die die Produkte effektiv schützen, sowie Zubereitungshinweise für die Verbraucher versucht Nestlé, auch diese Risiken zu minimieren.

Das Qualitätsmanagementsystem einschließlich der eigenen Untersuchungsverfahren für Rohstoffe, Prozesse und fertige Erzeugnisse unterliegt einer externen Zertifizierung. Alle Werke von Nestlé in Deutschland sind nach ISO 9001 und ISO 22000/FCCS 22000 zertifiziert. Grundlage für das Qualitätsmanagement sind ferner Richtlinien und Verfahrensanweisungen des NQMS (Nestlé Quality Management System), das weltweit bei Nestlé angewendet wird.

Auch das Qualitätsmanagement selbst wird einem jährlichen Review unterzogen, bei dem alle Qualitätsdaten entlang der Wertschöpfungskette und von allen Organisationsebenen, einschließlich Zulieferern, erhoben und in Hinblick auf Verbesserungspotenziale ausgewertet werden. Regelmäßige

Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter zu Hygiene und Lebensmittelsicherheit sowie Compliance bilden eine wichtige Grundlage für ein hohes Sicherheitsniveau und kontinuierliche weitere Verbesserungen.

Neben den internen Qualitätskontrollen geben vor allem auch Rückmeldungen von Verbrauchern Hinweise auf mögliche Mängel oder Risiken. Daher werden Art und Anzahl von Verbraucheranfragen und Reklamationen beim Verbraucherservice durch das Qualitätsmanagement eingehend überprüft und monatlich an die Geschäftsleitung berichtet.

Zertifizierte Produktsicherheit

Die Sicherheit von Produkten ist für Nestlé Deutschland ein zentrales Qualitätsmerkmal. Daher hat Nestlé umfassende Systeme zur Vermeidung von möglichen Risiken und zur kontinuierlichen Verbesserung von Verfahren und Kontrollen eingerichtet.

Entsprechend gering fielen 2015 die Probleme in diesem Bereich aus. Die Gesamtzahl der Vorfälle wird in den folgenden Angaben zu Rückrufen, Beanstandungen und Qualitätskontrollen dokumentiert.

Ziele

- Kontinuierliche Verbesserung der Produktsicherheit.
- Kontinuierliche Verbesserung bei der Vermeidung von Fremdkörpern in Rohstoffen aus vorgelagerten Lieferketten.
- Regelmäßige Durchführung von Qualitätsaudits bei allen Zulieferern.

Fortschritte 2015

2015 kamen 100% aller Produkte auf dem deutschen Markt aus Standorten, die nach





ISO 9001 und ISO 22000 (Qualitätsmanagement) zertifiziert sind. Dies gilt für alle Produktkategorien und Standorte, einschließlich Zulieferungen von anderen Nestlé-Gesellschaften im Ausland und für den Bezug von Halbfertig- oder Fertigerzeugnissen von Dritten. Diese Anforderung wird auch 2016 beibehalten.

Alle Lieferanten wurden gemäß internationaler Standards zu Produktsicherheit und Qualität von Nestlé-eigenen oder externen Auditoren überprüft, bewertet und zugelassen. Alle Lieferanten haben diese Prüfungen bestanden. Bei Nichtbestehen wären sie nicht zur Lieferung von Materialien zugelassen worden.

Produktrückrufe aufgrund gesetzlicher Vorgaben oder Anweisungen von Behörden gab es 2015 nur in einem Fall: Ein Maggi-Gemüse-Fonds (flüssig im Glas) wurde wegen des nicht deklarierten Allergens Sellerie freiwillig öffentlich zurückgerufen. Die Gläser waren teilweise mit falschen Etiketten versehen worden, was bei der Lieferung der Etiketten nicht zu entdecken war. Als Verbesserungsmaßnahme hat Nestlé die betreffende Produktionslinie und weitere mit ähnlichem Risikopotenzial umgehend mit elektronischen Kamerasystemen ausgestattet, um zukünftig diesen Fehler zu vermeiden.

Verstöße gegen gesetzliche Vorschriften in Bezug auf Informationen über Produkte und deren Kennzeichnung gab es 2015 in vier Fällen. Dabei wurden in einem Fall Vorgaben der VO (EU) 1924/2006 (Claims-Verordnung) zu Auslobungen bezüglich Nährwerten und Inhaltsstoffen nicht korrekt umgesetzt. In den übrigen drei Fällen handelte es sich um kleinere kennzeichnungsrechtliche Beanstandungen (Lesbarkeit Etikett und geringfügige Kennzeichnungsmängel in Nährwerttabelle und Zutatenverzeichnis). Die Fehler hat Nestlé umgehend nach Eingang der behördlichen Hinweise oder bereits kurz zuvor auf Eigeninitiative beseitigt. Weitergehende Maßnahmen der amtlichen Lebensmittelüberwachung erfolgten nicht; es gab 2015 keine Verstöße, die Verwarnungen, Bußgelder oder anderweitige rechtliche Konsequenzen nach sich gezogen hätten.

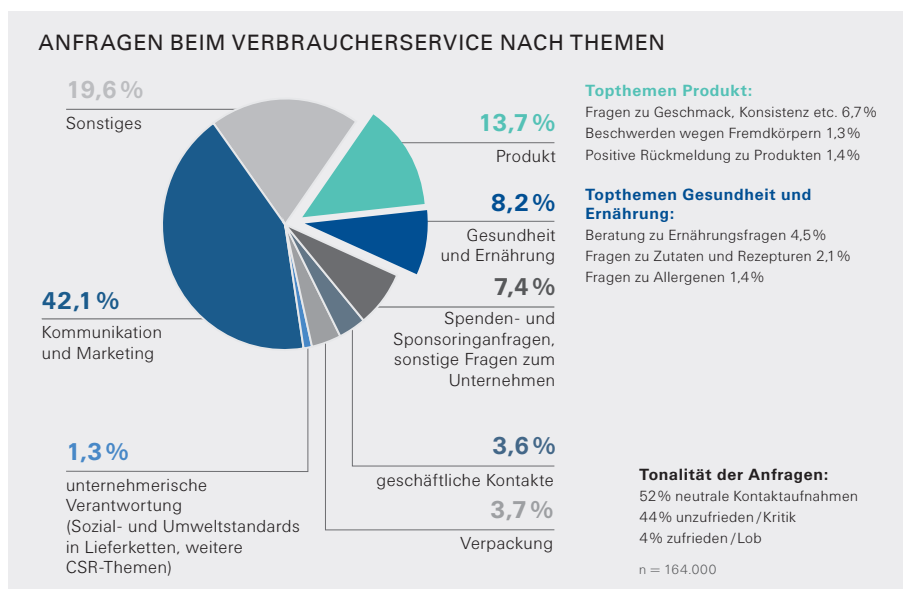
Nestlé Deutschland führt im Rahmen der Wareneingangskontrollen in ihren Betriebsstätten jährlich ca. eine Million Qualitätsprüfungen durch. Materialien, die den Anforderungen oder Spezifikationen nicht entsprechen, weist das Unternehmen zurück. Mit den betreffenden Lieferanten werden Maßnahmen festgelegt, um die Einhaltung der Spezifikationen zukünftig sicherzustellen. Die Reklamationsquote bei zurückgewiesenen Materialien lag auch 2015 im Promillebereich.



Produktsicherheit bei Erdbeeren

Die Nestlé Tochter erlenbacher backwaren verwendet für viele ihrer Kuchen und Torten frische Erdbeeren aus Marokko und Peru. Die Produzenten und Lieferanten aus diesen Ländern werden regelmäßig von Auditoren überprüft, um hochwertige sichere Rohstoffe zu gewährleisten. Dafür stellt Nestlé die Rückverfolgbarkeit bis auf das Erdbeerfeld sicher und prüft Hygieneaspekte beim Anbau und bei der Verarbeitung sowie die Qualität des Wassers, das für die Bewässerung der Erdbeerpflanzen verwendet wird. Die Lieferanten sind sehr an der Zusammenarbeit mit Nestlé interessiert und motiviert, um den Anforderungen ihres Kunden gerecht zu werden.

Um die Sicherheit der von Nestlé verwendeten Rohstoffe zu gewährleisten, führt das Unternehmen regelmäßig Audits bei seinen Lieferanten durch. Insbesondere Hygieneaspekte auf den Feldern und die Qualität des Wassers zur Bewässerung spielen eine wichtige Rolle. Nur Lieferanten, die sich an strenge Bestimmungen halten, werden dauerhaft in Nestlés Lieferantenpool aufgenommen.



G4	Allgemeine Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben	Externe Assurance
STRATEGIE UND ANALYSE				
G4-1	Statement der höchsten Entscheidungsträger/-innen zum Stellenwert der Nachhaltigkeit und zur strategischen Nachhaltigkeitsausrichtung	S. 2–3 S. 4–5		-
G4-2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen	S. 6–9, 12–14		-
ORGANISATIONSPROFIL				
G4-3	Name der Organisation	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick		-
G4-4	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick		-
G4-5	Hauptsitz der Organisation	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick		-
G4-6	Anzahl der Länder	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick		-
G4-7	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick		-
G4-8	Märkte, Branchen, Kundenstruktur	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick		-
G4-9	Größe	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick	Die Gesellschaften in Deutschland stehen in rechtlicher und wirtschaftlicher Abhängigkeit vom Nestlé Konzern. Weitere Wirtschaftskennzahlen finden Sie im internationalen Geschäftsbericht: http://www.nestle.com/asset-library/Documents/Library/Documents/Annual_Reports/2015-Annual-Review-DE.pdf .	-
G4-10	Arbeitskräfte	S. 57	<ul style="list-style-type: none"> Die gesamte Belegschaft arbeitet in Deutschland, daher erfolgt keine regionale Aufschlüsselung. Anteil an der Gesamtbelegschaft: 61% Männer und 39% Frauen. 	-
G4-11	Kollektivvereinbarungen	S. 56		-
G4-12	Lieferkette	S. 32		-
G4-13	Bedeutende Veränderungen während des Berichtszeitraums	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick	Keine wesentlichen Änderungen in der Lieferkette.	-
G4-14	Berücksichtigung des Vorsorgeansatzes bzw. -prinzips	S. 8		-
G4-15	Externe Chartas, Prinzipien und Initiativen, denen sich die Organisation verpflichtet hat	S. 8, 12	Weitere Mitgliedschaften und Selbstverpflichtungen sind Gegenstand der internationalen Berichterstattung „Nestlé in Society 2015“, Seite 33 ff. Die wesentlichen sind aufgelistet.	-
G4-16	Mitgliedschaft in Verbänden	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	Auswahl von Mitgliedschaften von Nestlé in Verbänden: <ul style="list-style-type: none"> Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie 	-

G4	Allgemeine Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben	Externe Assurance
			<ul style="list-style-type: none"> • Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde • Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie • Verband der Hersteller kulinarischer Lebensmittel • Markenverband • Milchindustrieverband • Diätverband • Bundesverband der Hersteller von Lebensmitteln für eine besondere Ernährung • Branchenplattform Die Lebensmittelwirtschaft • Forum Nachhaltiger Kakao 	
ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN				
G4-17	Organisationseinheiten	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick		-
G4-18	Berichtsinhalt, Aspektgrenzen, Anwendung der Prinzipien zur Festlegung des Berichtsinhalts	S. 14		-
G4-19	Liste der wesentlichen Aspekte	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	<p>Kategorie: Wirtschaftlich</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschaffung <p>Kategorie: Ökologisch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materialien • Energie • Wasser • Biodiversität • Emissionen • Abwasser und Abfall • Produkte und Dienstleistungen • Insgesamt (Aufwendungen für Umweltschutz) • Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte <p>Kategorie: Gesellschaft</p> <p>Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschäftigung • Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz • Vielfalt und Chancengleichheit • Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken 	-

G4	Allgemeine Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben	Externe Assurance
			<p>Menschenrechte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investitionen (Schulungsstunden zu Menschenrechtsaspekten) • Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten • Beschwerdeverfahren hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen <p>Gesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen <p>Produktverantwortung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundengesundheit und -sicherheit • Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen • Marketing <p>Branchenspezifische Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tierwohl • Gesundheitsaspekte der Produkte 	
G4-20	Grenzen der wesentlichen Aspekte innerhalb der Organisation	S. 10–11		-
G4-21	Grenzen der wesentlichen Aspekte außerhalb der Organisation	S. 10–11		-
G4-22	Neuformulierungen gegenüber früheren Berichten	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	<ul style="list-style-type: none"> • In Hinblick auf die Weiterentwicklung des Programms für die Jahre 2016 ff.: Erweiterung des Geltungsbereichs von „Produkte hergestellt in Deutschland“ auf „Produkte verkauft in Deutschland“ (einschließlich Importen von Nestlé Werken sowie Zulieferung von Fertigprodukten). Bereits im Jahr 2015 wurden entsprechende Maßnahmen eingeleitet, die teilweise in den Bericht eingeflossen sind. • Durch die Umstellung des internen Berichtswesens auf ein Online-System ab Herbst 2015 ergibt sich teilweise eine verbesserte Datengrundlage. 	-
G4-23	Veränderungen von Berichtsumfang und Grenzen	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	<ul style="list-style-type: none"> • Der Handlungsrahmen für das Qualitätsprogramm blieb 2015 im Wesentlichen unverändert. • Die Leistungsdaten im Bereich Umwelt decken alle deutschen Standorte (unveränderte Basis) ab und beziehen sich auf die Produktion in Deutschland. 	-

G4	Allgemeine Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben	Externe Assurance
			<ul style="list-style-type: none"> • Das Referenzjahr für Umweltziele wurde international von 2015 auf 2010 angepasst, um der aktuellen Produktionsstruktur Rechnung zu tragen. Das Referenzjahr 2010 ist die Grundlage für die Verpflichtung Nestlés, zum „2 Grad“ Ziel beizutragen. • Angaben für Verpackungsmaterialien beziehen sich auf alle in Deutschland verkauften Produkte. • Im Ernährungsbereich ist der Handlungsrahmen unverändert. Die Formulierung eines Zieles wurde aus Gründen der Verständlichkeit angepasst. 	
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN				
G4-24	Liste der Stakeholder	S. 18		-
G4-25	Grundlage der Stakeholder-Identifizierung	S. 20, 22		-
G4-26	Einbeziehung von Stakeholdern, auch bezüglich dieses Berichts	S. 9, 14, 19–22		-
G4-27	Wichtigste durch Stakeholder-Beteiligung hinzugefügte Themen und Bedenken	S. 14, 18, 20–22		-
BERICHTSPROFIL				
G4-28	Berichtszeitraum	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	1. Januar 2015 – 31. Dezember 2015	-
G4-29	Veröffentlichung des letzten Berichts	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	April 2015	-
G4-30	Berichtszyklus Ansprechpartner	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	Jährlich	-
G4-31	Content Index	Siehe Angaben im Impressum		-
G4-32	Externe Assurance	Siehe Angaben im Impressum Content Index: S. 62–72		-
G4-33	Governance-Struktur	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	Der Bericht ist nicht extern geprüft.	-
UNTERNEHMENSFÜHRUNG				
G4-34	Werte, Prinzipien und Verhaltensregeln	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick und S. 9		-
ETHIK UND INTEGRITÄT				
G4-56		S. 4–5, 7–8, 12, 35		-

G4	Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben bzw. Auslassungsgründe	Externe Assurance
WIRTSCHAFT				
Beschaffung				
	Angaben zum Managementansatz	S. 32–37		-
EC9	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	Der Indikator ist nicht anwendbar. Der Sitz der lokalen Lieferanten ist für Nestlé keine relevante Steuerungsgröße, da diese ihrerseits Rohstoffe aus anderen Regionen beziehen, und die nachhaltigkeitsrelevanten Risiken i.d.R. in der Anbauregion liegen.	-
FP1	Anteil der Lieferanten, die dem Lieferantenkodex von Nestlé vollumfänglich entsprechen	S. 35		-
FP2	Anteil des eingekauften Volumens, das dem Lieferantenkodex von Nestlé vollumfänglich entspricht	S. 35		-
UMWELT				
Materialien				
	Angaben zum Managementansatz	S. 45–48		-
EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	S. 47	Es wird der Rohstoffeinsatz für die Lebensmittelproduktion und das Verpackungsmaterial berichtet. Dabei ist die relevante Steuerungsgröße für Nestlé der Materialeinsatz für Verpackungen. Der Materialeinsatz in der Verwaltung (in erster Linie Papierverbrauch) wird aufgrund des relativ geringen Volumens bisher nicht separat nach Volumen erhoben. Eine Erhebung des Papierverbrauchs in der Verwaltung ist für das kommende Berichtsjahr geplant.	-
EN2	Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz	S. 48	Der Anteil der Sekundärrohstoffe am Verpackungsmaterial wird berichtet. Bei indirekten Materialien, Verbrauchsmaterialien etc. erfolgt aufgrund des Verwaltungsaufwands keine separate Erfassung der Sekundärrohstoffe. Aufgrund der geringen Bedeutung am gesamten Materialeinsatz ist diese Aufschlüsselung auch nicht vorgesehen.	-
Energie				
	Angaben zum Managementansatz	S. 45–47		-
EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	S. 47	Für weiterführende Informationen wird auf die Veröffentlichung im Rahmen von CDP (Gesamtkonzern) verwiesen.	-
EN5	Energieintensität	S. 47	Der angegebene Wert umfasst Scope 1 und 2.	-

G4	Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben bzw. Auslassungsgründe	Externe Assurance
EN6	Senkung des Energiebedarfs	S. 47	Verwendete Standards, Methoden und Annahmen: Wo möglich, wird der Einspar-effekt von Projekten durch dezentrale Zähler gemessen. Der Verbrauch wird über geeichte Zähler erfasst bzw. über Rechnungen von gelieferten Energieträgern berechnet.	-
Wasser				
	Angaben zum Managementansatz	S. 45–46, 50–51		-
EN8	Gesamtwasserentnahme nach Quellen	S. 51, 53	Verwendete Standards, Methoden und Annahmen: Der Wasserverbrauch wird über geeichte Zähler gemessen und abgelesen.	-
Biodiversität				
	Angaben zum Managementansatz	S. 45–46, 52		-
EN13	Geschützte oder renaturierte Lebensräume	S. 52	Eine Überprüfung der Bepflanzungsmaß-nahmen durch einen externen Experten der Bodensee Stiftung ist für 2016 vorgesehen.	-
Emissionen				
	Angaben zum Managementansatz	S. 45–46, 49–50		-
EN15	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S. 50	Die Informationen über den Treibstoffver-brauch von Firmenfahrzeugen sind derzeit nicht verfügbar, weil sie aufgrund der Ab-rechnung über das Full Service Leasing noch nicht erfasst werden konnten. Die Mög-lichkeit einer Datenerhebung wird überprüft. Die THG-Emissionen aus dem Logistikbereich sind separat ausgewiesen.	-
EN16	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	S. 50	Es werden die indirekten, energiebezogenen THG-Emissionen der Produktion berichtet. Es erfolgt keine separate Aufschlüsselung der THG-Emissionen des Verwaltungssitzes, weil diese keinen signifikanten Anteil an den Gesamtemissionen haben und damit keine relevante Steuerungsgröße darstellen.	-
EN18	Intensität der THG-Emissionen	S. 50	Eine Aufschlüsselung der THG-Emissionen wird im Folgejahr in das Reporting auf-genommen.	-
EN19	Reduktion THG-Emissionen	S. 50	Es wurden ca. 6.100 t CO ₂ e/a durch Projekte zur Einsparung von Elektrizität vermieden, 5.500 t/a durch Maßnahmen im Bereich fossiler Energie, hauptsächlich durch Wär-merückgewinnung. Die Reduzierungsmaß-nahmen beziehen sich auf Scope 1 und 2.	-

G4	Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben bzw. Auslassungsgründe	Externe Assurance
			Für die Bereiche Transport und Logistik ist eine separate Aufschlüsselung von projektbezogenen Einsparungen aufgrund fehlender Daten von Dienstleistern nicht möglich.	-
EN15-19	Verwendete Standards, Methoden und Annahmen: Das Basisjahr 2005 wurde international einheitlich als Grundlage für die Formulierung von Einsparzielen festgelegt. Ab 2016 wurde das Basisjahr auf 2010 mit Einsparzielen bis 2020 angepasst. Alle Werke im Verantwortungsbereich der Nestlé in Deutschland werden bei der Berechnung voll konsolidiert. In 2015 existierten keine zu konsolidierenden Joint Venture mit eigenen Werken. Für weiterführende Informationen wird auf die Veröffentlichung im Rahmen von CDP (Gesamtkonzern) verwiesen.			
Abwasser & Abfall				
	Angaben zum Managementansatz	S. 45–46, 53		-
EN22	Abwassereinleitungen	S. 53	Je nach kommunaler Entsorgungsinfrastruktur und Wassersatzung erfolgt keine getrennte Abführung von Regenwasser, das auf den Betriebsgeländen anfällt. Da dies teilweise erfasst wird, wurde es in die Berichterstattung aufgenommen. Verwendete Standards, Methoden und Annahmen: Die Werte werden berechnet nach dem Frischwasserverbrauch und teilweise über geeichte Messgeräte erfasst.	-
Produkte und Dienstleistungen				
	Angaben zum Managementansatz	S. 45–46, 51–52		-
EN27	Förderung nachhaltigen Konsums	S. 51–52		-
Insgesamt				
	Angaben zum Managementansatz	S. 45–46		-
EN31	Die gesamten Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz nach Art	S. 46	In 2015 beliefen sich die Kosten für die betriebliche Abfallentsorgung aller Standorte auf 0,7 Mio € (ermittelt über Rechnungen von Dienstleistern). Sanierungskosten fielen 2015 nicht an. Es werden die Investitionen, aber nicht die laufenden Kosten für Emissionsbehandlung separat erfasst.	-
Bewertung von Lieferanten hinsichtlich ökologischer Auswirkungen				
	Angaben zum Managementansatz	S. 32–37, 45–46		-
EN32	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	S. 33	Die Angaben gelten für alle Lieferanten strategischer Materialien.	-
EN33	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	Der Indikator ist nicht anwendbar, weil es sich bei den EcoVadis-Assessments um ein Selfassessment-Tool handelt. Mit EcoVadis werden keine konkreten Verstöße dokumentiert, sondern lediglich Verbesserungspotentiale aufgezeigt. Eine weitergehende Datenerhebung ist derzeit nicht vorgesehen.	-

G4	Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben bzw. Auslassungsgründe	Externe Assurance
GESELLSCHAFT				
ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG				
Beschäftigung				
	Angaben zum Managementansatz	S. 54, 56–58		-
LA1	Einstellungen und Mitarbeiterfluktuation	S. 54	<p>Neueinstellungsrate: 8,48 % (Anteil der 1.064 neue Mitarbeiter von 12.547 Gesamtbelegschaft)</p> <p>Aufschlüsselung nach Geschlecht: Die Gesamtbelegschaft besteht aus 7.682 Männern und 4.865 Frauen auf.</p> <p>Aufschlüsselung nach Altersgruppe: Die Gesamtbelegschaft besteht aus</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2.224 Mitarbeitern der Altersgruppe bis 29 Jahre • 6.565 Mitarbeitern der Altersgruppe 30-50 Jahre • 3.758 Mitarbeitern der Altersgruppe ab 51 Jahre <p>Für Nestlé Deutschland als Landesgesellschaft ist die regionale Aufteilung der Mitarbeiter keine relevante Steuerungsgröße. Für internationale Angaben wird auf den Bericht von Nestlé international, dort S. 254 ff. verwiesen.</p>	-
LA2	Betriebliche Leistungen	S. 56–58	Die betrieblichen Leistungen differenzieren nicht nach dem Vertragsstatus (befristet/ unbefristet) der Mitarbeiter.	-
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz				
	Angaben zum Managementansatz	S. 54–56		-
LA5	Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, die in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten ist	S. 55	Jeder Standort verfügt über einen entsprechenden Ausschuss.	-
LA6	Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle	S. 55–56		-
Vielfalt und Chancengleichheit				
	Angaben zum Managementansatz	S. 58		-
LA12	Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie	S. 58	Die Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat nach Frauen, Altersgruppe, Minderheiten und anderen Diversitätskategorien ist Gegenstand des internationalen	-

G4	Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben bzw. Auslassungsgründe	Externe Assurance
			Geschäftsberichts: http://www.nestle.com/asset-library/Documents/Library/Documents/Annual_Reports/2015-Annual-Review-DE.pdf , Seite 58 und http://www.nestle.com/asset-library/Documents/Library/Documents/Corporate_Social_Responsibility/nestle-csv-full-report-2015-en.pdf . S. 279 ff.	
Bewertung von Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken				
	Angaben zum Managementansatz	S. 32–37		-
LA14	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden	S. 33	Die Angaben gelten für alle Lieferanten strategischer Materialien.	-
LA15	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	S. 33		-
MENSCHENRECHTE				
Investitionen				
	Angaben zum Managementansatz	S. 32–37		-
HR2	Schulungsstunden Menschenrechte	S. 35	Alle Mitarbeiter im Einkauf wurden geschult (100%).	-
Bewertung von Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten				
	Angaben zum Managementansatz	S. 32–37		-
HR10	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	S. 33	Die Angabe gilt für alle Lieferanten strategischer Materialien.	-
HR11	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	S. 33		-
Beschwerdeverfahren hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen				
	Angaben zum Managementansatz	S. 32–37		-
HR12	Beschwerdeverfahren hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen		Für 2014 lagen keine Beschwerden mit offenen Maßnahmenplänen vor.	-
GESELLSCHAFT				
Bewertung von Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen				
	Angaben zum Managementansatz	S. 32–37		-
SO9	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft überprüft wurden	S. 33	Die Angabe gilt für alle Lieferanten strategischer Materialien.	-
SO10	Signifikante aktuelle und potenzielle negative Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette sowie ergriffene Maßnahmen	S. 33		-
Gesundheitsaspekte der Produkte				
	Angaben zum Managementansatz	S. 30		-

G4	Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben bzw. Auslassungsgründe	Externe Assurance
Tierwohl				
	Angaben zum Managementansatz	S. 44		-
FP13	Gesamtzahl von Vorfällen signifikanter Verstöße gegen Rechtsvorschriften und Verordnungen sowie Nichteinhaltung mit freiwilligen Standards für das Tierwohl	S. 44		-
PRODUKTVERANTWORTUNG				
Kundengesundheit und -sicherheit				
	Angaben zum Managementansatz	S. 26–31, 60–61		-
PR1	Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden	S. 60–61		-
FP5	Prozentsatz des Produktionsvolumens, das durch eine unabhängige Institution nach international anerkannten Standards für Lebensmittelsicherheits-Management-systeme zertifiziert ist	S. 60–61		-
FP6	Prozentsatz des Gesamtumsatzes an Gebrauchsartikeln mit reduziertem Anteil an gesättigten Fetten, Transfetten, Natrium und Zuckerzusätzen	S. 27		-
FP7	Prozentsatz des Gesamtumsatzes an Verbraucherprodukten mit erhöhtem Anteil an reichhaltigen Nährstoffen wie z. B. Ballaststoffe, Vitamine, Mineralien, funktionale Zusatzstoffe	S. 26		-
PR2	Verstöße bei der Produktverantwortung bzgl. gesundheitlicher Folgen und Konsequenz	Siehe Informationen in der Spalte Ergänzende Angaben	2015 gab es keine Verstöße mit gesundheitlichen Konsequenzen für Verbraucher.	-
Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen				
	Angaben zum Managementansatz	S. 28, 31		-
PR3	Art und Umfang Kennzeichnungspflicht	S. 28, 31	Die gesetzlichen Kennzeichnungsvorschriften umfassen Inhaltsstoffe, Allergene, Nährwertangaben bezogen auf 100 gr. Füllmenge des Produktes, Mindesthaltbarkeitsdatum sowie Angaben zum Hersteller/Inverkehrbringer. Die Produkte von Nestlé Deutschland unterliegen keiner Herkunftskennzeichnung für die Rohstoffe. Die Einhaltung dieser Vorschriften wird für 100% aller in Verkehr gebrachten Produkte geprüft. Ergänzend enthalten die Produkte freiwillige Informationen (Nährwertangaben pro empfohlener Portion, Zubereitung, Zugang	-

G4	Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten	Ergänzende Angaben bzw. Auslassungsgründe	Externe Assurance
			zu Verbraucherservice, weitere Informationsmöglichkeiten). Siegel von unabhängigen Prüforganisationen werden nur in einzelnen Produktkategorien eingesetzt, UTZ Certified bei Süßwaren und QS bei Fleischerzeugnissen. Nachhaltigkeits-siegel spielen in der Kommunikation von Nestlé eine untergeordnete Rolle, da die Aussagekraft der Zertifizierung meist beschränkt ist und sie in Nestlé Programmen in erster Linie als Baseline-Standard und Instrument für Transparenz eingesetzt werden. Eigene Programme stehen für Nestlé aufgrund der höheren Anforderungen im Vordergrund.	
PR4	Verstöße bei der Produktkennzeichnung und Konsequenzen	S. 61		-
PR5	Umfragen Kundenzufriedenheit	S. 8, 18, 22-23, 28-29		-
Marketing				
	Angaben zum Managementansatz	S. 29–30		-
PR7	Verstöße bei der Produktwerbung und Konsequenzen	S. 29–30		-

Impressum

Herausgeber

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

Verantwortlich

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

Konzept und Redaktion

Nestlé Deutschland, Public Affairs
und .lichtl Ethics & Brands

Visuelles Konzept und Gestaltung

.lichtl Ethics & Brands

Anwendung der GRI-Leitlinien

BSD Consulting

Fotografie

Bildrechte: Nestlé Deutschland AG
Titelbild: Stakeholderreise zum
Tomatenanbau in der Extremadura

Druck

NK Druck + Medien GmbH

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®).

Klimaneutral gedruckt

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

© Mai 2016, Nestlé Gruppe
Deutschland AG, Public Affairs

GRI-Hinweis

Der Nestlé Deutschland Q4 Fortschrittsbericht wurde „In Übereinstimmung“ mit der Option „Kern“ der Leitlinien der internationalen Global Reporting Initiative (GRI) erstellt. Das bedeutet, dass unsere Berichterstattung alle Nachhaltigkeitsaspekte umfasst, die als wesentlich für unsere Geschäftsaktivitäten identifiziert wurden. Der Bericht wurde für den GRI Materiality Disclosure Service eingereicht und GRI hat die Richtigkeit der Position der G4 Materiality Disclosures bestätigt. Bei der Erstellung des Berichts wurde das Food Processing Sector Guidance Dokument der GRI beachtet.

