



**Lebensqualität verbessern und zu einer
gesünderen Zukunft beitragen** 2017

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

 **Nestlé**
Good Food, Good Life

HÖHEPUNKTE 2017

Dialog

108.000

Aufrufe von „Frag Nestlé“

50

Vertreter von NGOs, Wissenschaft und Politik bei Stakeholderworkshop

Für Einzelne und Familien

96%

aller Kinderprodukte erfüllen Nährwertvorgaben

71%

aller Produkte erreichen die Nestlé Nutritional Foundation

4,7 Mio.

Besucher/-innen im Nestlé Ernährungsstudio

Für unsere Gemeinschaften

96%

Kaffee nach 4C-Standard

100%

Kakao aus dem Nestlé Cocoa Plan

100%

zertifiziertes Palmöl, davon 34,6% nach RSPO segregated und 65,4% RSG

31,8%

zertifizierter Fisch (MSC & ASC) bei Wagner

270

Lieferantenaudits bei Nestlé Deutschland nach SMETA oder EcoVadis

100%

der Standorte zertifiziert nach OHSAS 18001 und CARE-Audits

Für unseren Planeten

-39,2%

Veränderung des spezifischen Wasserverbrauchs (kumuliert), gegenüber Vorjahr **-5,11%**

-14%

Veränderung des spezifischen Energieverbrauchs (kumuliert), gegenüber Vorjahr **-7,67%**

41,1%

des Stroms wird aus erneuerbaren Quellen bezogen

-58,9%

Veränderung des spezifischen CO₂-Ausstoßes (kumuliert), gegenüber Vorjahr **-57,28%**

INHALT

- 4** Nestlé in Deutschland im Überblick
- 5** Vorwort der Vorstandsvorsitzenden von Nestlé Deutschland
- 6** **Dialog**
Erfahren Sie mehr über die Arbeit der Beiräte von Nestlé, Dialogplattformen und Kommunikation über das Programm
- 9** **Für Einzelne und Familien**
Erfahren Sie, wie Nestlé Produkte überprüft und überarbeitet werden, um beispielsweise den Zucker- oder Salzgehalt zu reduzieren
- 13** **Für unsere Gemeinschaften**
Erfahren Sie mehr über unsere Arbeit mit unseren Lieferanten, mit landwirtschaftlichen Gemeinschaften und den Umgang mit Mitarbeitern
- 17** **Für unseren Planeten**
Erfahren Sie, wie wir unsere Produkte umweltverträglicher gestalten wollen
- 22** Ausgewählte Kennzahlen
- 23** Impressum



Internationaler Bericht zur
Gemeinsamen Wertschöpfung
und unseren sozialen
Verpflichtungen 2017

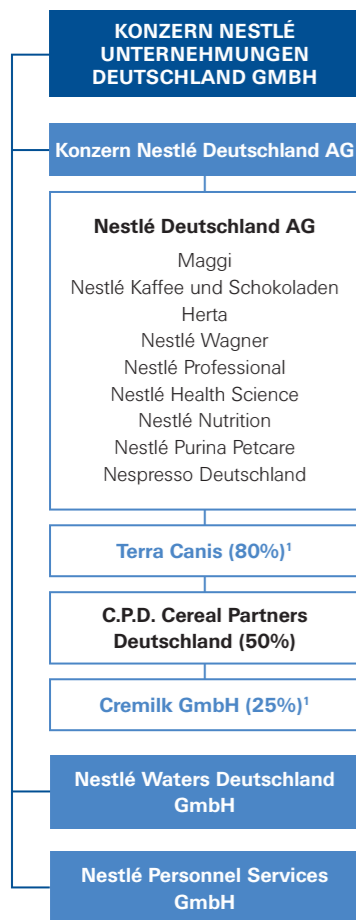


Unser Unternehmenssinn



Weitere Inhalte aus
dem CSV-Bereich

NESTLÉ IN DEUTSCHLAND IM ÜBERBLICK

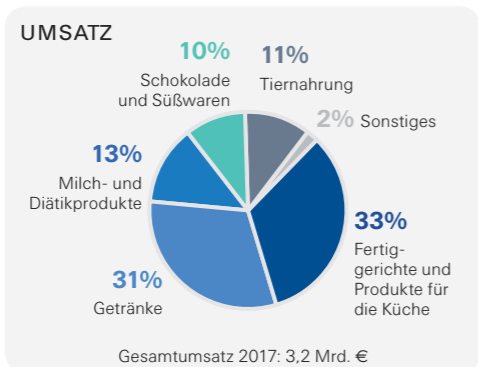
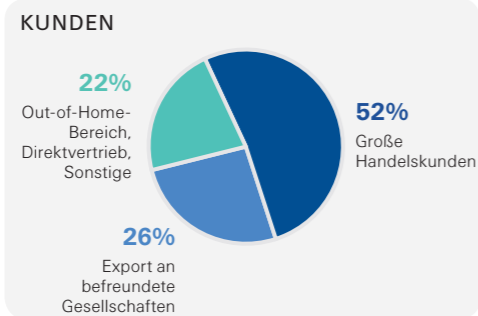


1 Nicht Bestandteil des Qualitätsprogramms und dieses Berichts

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

Unternehmensführung:

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



Prozentangaben gerundet



Veränderungen während des Berichtszeitraums:

Zum 1. Juli 2017 wurde der Produktionsstandort für die Fürst-Bismarck-Quelle in Aumühle verkauft. Am 31. Dezember 2017 wurde das Kaffeewerk in Mainz aus betrieblichen Gründen geschlossen. Darüber hinaus fanden keine Änderungen in der Struktur des Unternehmens statt, die sich grundsätzlich auf das hier berichtete Programm auswirken.

Mitarbeiter: 10.247 Beschäftigte, davon: 293 leitende Angestellte und Topmanager, 309 Auszubildende, ca. 6.513 in gewerblich-technischen Funktionen und Angestellte der Produktionsstandorte (Angaben bereinigt um Veränderungen im Berichtsrahmen).

Großinvestitionen 2017:

Kapazitätserweiterung im Kaffeewerk Schwerin. Kapazitätserweiterung für die Hypoallergene Babynahrung sowie Erweiterung des Trockenbereichs im Werk Osthofen.

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

Produktion: 452.688 Tonnen

Standorte: 14 Werke:

Biessenhofen, Conow, Euskirchen, Hamburg, Herten, Lüdinghausen, Ludwigsburg, Mainz (bis Dezember 2017), Neuss, Nonnweiler, Osthofen, Schwerin, Singen, Soest.

Fünf Verwaltungen: Frankfurt am Main (Zentrale), Düsseldorf, Herten, Braunhausen, Euskirchen.

Märkte: Rund 75 Prozent des Umsatzes von Nestlé in Deutschland entfallen auf den deutschen Markt. Annähernd 25 Prozent des Umsatzes entfallen auf Märkte der Europäischen Union sowie Zentraleuropa. Einzelne Produkte werden global vertrieben, vor allem Säuglingsnahrung in Asien.

Vorwort der Vorstandsvorsitzenden Nestlé Deutschland

Nestlé möchte zur **Lebensqualität der Menschen und zu einer gesünderen Zukunft beitragen:** Dies bedeutet für uns, dass wir Individuen und Familien dabei helfen wollen, ein gesünderes und glücklicheres Leben zu führen. Außerdem unterstützen wir lokale Gemeinschaften im Umfeld der Standorte und fördern Lieferketten, damit sie florieren und Herausforderungen besser bewältigen können. Auch die Erhaltung natürlicher Ressourcen für zukünftige Generationen ist ein wichtiges Handlungsfeld, zum Beispiel wenn es um die Verantwortung für Wasser, Strategien gegen den Klimawandel oder den Umweltschutz geht.

Aus diesen übergeordneten Zielen hat Nestlé auf internationaler Ebene 41 Verpflichtungen abgeleitet, welche die Grundlage für unsere Programmarbeit bilden. In ihrem internationalen Report „Nestlé in Society – Creating Shared Value and Meeting our Commitments 2017“ berichtet Nestlé über die weltweiten Fortschritte. Zu diesen Fortschritten hat auch Nestlé Deutschland maßgeblich beigetragen: Die vorliegende Publikation informiert Sie über **wichtige Beiträge und Handlungsfelder von Nestlé in Deutschland.**

Nestlé Deutschland bewegt sich in einem herausfordernden gesellschaftlichen Wettbewerbsumfeld mit anspruchsvollen und kritischen Verbrauchern. Umso wichtiger ist es uns, zu kritischen Themen in einen offenen Dialog zu treten und gemeinsam an Lösungen zu arbeiten. So haben Partner und Vertreter der Zivilgesellschaft zu Themen wie **Verpackungsrecycling, Tierwohl, ernährungspolitischen Fragen** und nicht zuletzt zum **Umgang mit Wasser** viele wichtige Impulse gegeben, die in unsere Arbeit in Deutschland sowie in internationale Richtlinien und Projekte eingeflossen sind. Unser **Experten- und**

NGO-Beirat und der **Verbraucherbeirat** sind hierfür ebenso wichtige Plattformen wie Workshops mit weiteren externen Stakeholdern sowie öffentliche Führungen und Diskussionen im Nestlé Competence Center in Frankfurt. Zu kritischen Themen nehmen wir offene Stellung und suchen den Dialog – über Plattformen wie **„Frag Nestlé“**, im direkten Gespräch oder in öffentlichen Diskussionen.

2017 konnten wir **gute Fortschritte bei wichtigen Handlungsfeldern** erreichen: Unsere Programme für verantwortungsvollen Einkauf wurden weiter ausgebaut, unter anderem mit Projekten zu Palmöl und zu Biodiversität sowie Wasser in Lieferketten. Wir haben die Umweltleistung unserer Werke weiter verbessert und beispielsweise den Anteil erneuerbarer Energien auf über 40 Prozent erhöht. Und über 70 Prozent unserer Produkte entsprechen bereits den Vorgaben unserer Nestlé Nutritional Foundation. Auch unsere Programme für die berufliche Qualifizierung junger Menschen, zur digitalen Transformation und zur Diversität im Unternehmen haben wir fortgeführt.

Diese Arbeit wollen wir auch 2018 gemeinsam weiter vorantreiben. Mit unserem **Engagement für Wasser**, unseren neuen **Verpflichtungen zur Verbesserung des Recyclings von Kunststoffen** und weiteren Handlungsfeldern haben wir uns viel vorgenommen. Wir verbinden diesen Bericht mit einer Einladung an alle interessierten Anspruchsgruppen, sich aktiv einzubringen und **im Dialog gemeinsame Lösungen** voranzubringen.

Béatrice Guillaume-Grabisch
Vorstandsvorsitzende Nestlé Deutschland



Béatrice Guillaume-Grabisch, Vorstandsvorsitzende Nestlé Deutschland

Häufig können Ziele für einen verantwortungsbewussten Umgang mit Menschen und Umwelt in der Wertschöpfung von Lebensmitteln nicht alleine, sondern nur gemeinschaftlich erreicht werden. Deshalb sind für Nestlé Deutschland die Zusammenarbeit mit Partnern und der offene Dialog sehr wichtig. In der jährlichen Stakeholderbefragung erhält das Unternehmen wertvolle Rückmeldungen aus der Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Politik. Sie werden im Experten- und NGO-Beirat sowie in einer Stakeholderkonferenz ausgiebig diskutiert, woraus Handlungen für das Unternehmen abgeleitet werden.



Ergebnisse der Stakeholderbefragung

Auch 2017 war die Teilnahme an der Befragung mit 144 Teilnehmern hoch. Es wurden die Fortschritte des Unternehmens gewürdigt und wichtige Impulse für unser Programm gegeben. So konnten Teilnehmer in

der Befragung angeben, welche Handlungsfelder für Nestlé relevant sind und welche Maßnahmen Stakeholder dem Unternehmen für ein verantwortungsbewusstes Wirtschaften empfehlen.

Aus Stakeholderperspektive sind für Nestlé folgende Handlungsfelder am wichtigsten:

Thema / Handlungsfeld	Details	Rang (VJ)
Umgang mit der Ressource Wasser	Wasser in Produktion und Landwirtschaft, Wassermanagement, Umgang mit dem Menschenrecht auf Wasser. Insbesondere sollten der Schutz der Ressourcen Wasser und Boden kontinuierlich und nachprüfbar entlang der gesamten Lieferkette verbessert werden.	1 (1)
Sicherheit von Nahrungsmitteln	Qualitätskontrollen in Prozessen und Lieferketten, Verbraucherinformation zum Umgang mit Produkten, Überprüfung von Lieferanten und Materialien, Umgang mit Reklamationen, Risiken in Lieferketten.	2 (4)
Verantwortungsvolle Beschaffung von Rohstoffen	Verantwortungsvolle Beschaffung, Transparenz in der Lieferkette, Bestandsschutz für Fisch und Meeresfrüchte, Nachhaltigkeit bei landwirtschaftlichen Rohstoffen, faire Bedingungen in der Lieferkette.	3 (2)
Arbeits- und soziale Aspekte in Lieferketten	Schutz der Menschenrechte in vorgelagerten Lieferketten und die Unterstützung von Landwirten für Ressourcenschutz und höhere Lebensstandards, Arbeitssicherheit in den Lieferketten, Gender-Aspekte in der Landwirtschaft.	4 (3)
Klimawandel	Reduzierung und Vermeidung von Emissionen, Reduzieren der Auswirkungen auf den Klimawandel in Lieferketten.	5 (neu)
Unterstützung von Lieferanten in Entwicklungsländern	Förderung von ländlicher Entwicklung, Training, Schaffen von Lebensgrundlagen.	6 (neu)
Transparenz und Verbraucherinformationen	Produktinformationen für Verbraucher, zum Beispiel zu Nährwerten, Portionsangaben, Inhaltsstoffen etc.; Informationen zum Qualitätsprogramm, Transparenz der Arbeitsweise in der Produktion.	7 (8)

Das wichtigste Handlungsfeld: Umgang mit der Ressource Wasser

Angesichts aktueller kontroverser Diskussionen im Kontext der globalen Wasserkrise ist Wasser auch aus Sicht der Stakeholder das wichtigste Handlungsfeld für Nestlé – und zwar mit allen Aspekten, von Maßnahmen zur

Durchsetzung des Menschenrechts auf Wasser bis hin zum Wasserbedarf der Landwirtschaft. Gemeinsam mit dem Experten- und NGO-Beirat hat Nestlé 2017 Impulse für die Arbeit an einer globalen Initiative zu diesem Thema erarbeitet und intensive Dialoge auch mit Vertretern der Zivilgesellschaft geführt. Ein tiefer greifendes Verständnis für die Her-

ausforderungen beim Wassermanagement in einer Region mit akutem Wasserstress lieferte eine Stakeholderreise nach Sheikhpura, Pakistan, über welche ab Seite 18 berichtet wird.

Im Rahmen der Stakeholderkonferenz 2018 sollen das Thema vertieft und Handlungsfelder für Nestlé Deutschland abgeleitet werden.

Experten- und NGO-Beirat: Fordernder Dialog für Nachhaltigkeit



Der Experten- und NGO-Beirat berät Nestlé zu ihrem Nachhaltigkeitsprogramm

Der Experten- und NGO-Beirat für das Nachhaltigkeitsprogramm von Nestlé Deutschland wurde 2013 gegründet. Die Beiratsmitglieder kommen aus verschiedenen Fachgebieten und decken von ernährungswissenschaftlichen bis hin zu umweltpolitischen Fragen ein breites Spektrum an Themen ab. Bei den drei bis vier zweitägigen Arbeitssitzungen stehen die Beiräte direkt mit Management und Experten von Nestlé im Austausch – sie geben Impulse und Empfehlungen zu laufenden Vorhaben, hinterfragen Fortschritte und gestalten Programme mit. So sind sie ein wichtiger Treiber für die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten. Neben

den regulären Sitzungen bringen sich die Beiräte in themenspezifischen Workshops ein und gestalten aktiv Dialogprozesse mit weiteren gesellschaftspolitischen Akteuren. Auch bei der jährlichen Stakeholderkonferenz von Nestlé Deutschland sind die Mitglieder des Experten- und NGO-Beirats wichtige Partner und Impulsgeber.

In den vergangenen fünf Jahren hat sich der Beirat zu einem unverzichtbaren Partner für das Nachhaltigkeitsprogramm und die hierfür verantwortlichen Mitarbeiter entwickelt – nach anfänglicher Skepsis auf beiden Seiten greifen diese nun gerne auf das Fachwissen und die Empfehlungen der Beiräte zurück, um Projekte mitzugestalten und mit Partnern voranzubringen.

Zu den Höhepunkten der Beiratsarbeit gehörten 2017 zum Beispiel eine gemeinsame Kommunikationskampagne zum Thema Lebensmittelverschwendung, Workshops zur Biodiversität und zur Reformulierung von Produkten. Seit mehreren Jahren begleitet der Beirat wichtige Handlungsfelder wie das

Querschnittsthema Wasser. Hierzu hat der Beirat in einem mehrstufigen Dialogprozess Empfehlungen zur Weiterentwicklung von internationalen Programmen und Richtlinien des Unternehmens erarbeitet.

Gemeinsame Kampagne gegen Lebensmittelverschwendung

Ein Höhepunkt der gemeinsamen Arbeit 2017 war die Kampagne gegen Lebensmittelverschwendung. Bestandteil dieser Kampagne waren mehrere Workshops mit Vertretern aus Zivilgesellschaft und Politik sowie ein Facebook-Live-Auftritt verschiedener Nestlé-Mitarbeiter/-innen mit einer Verbandsvertreterin des DHB – Netzwerk Haushalt. Weitere Kernelemente der Kooperation waren ferner die Herausgabe einer Ausgabe der „Verbraucher Konkret“-Broschüre der Verbraucher Initiative e.V. zum Thema „Lebensmittel wertschätzen“ und ein breit ausgestrahlter Radiobeitrag mit Interviews von NGO- und Nestlé Vertretern.

Im Dialog mit Stakeholdern

Nestlé sucht über unterschiedlichste Gremien und Plattformen den direkten Austausch mit Stakeholdern, Experten und Konsumenten. Beispiele hierfür sind der im Jahr 2013 gegründete Experten- und NGO-Beirat sowie der Verbraucherbeirat, ein Gremium aus 18 Verbrauchern,

der Nestlé begleitet und berät. Eine feste Institution ist auch die jährliche Stakeholderkonferenz, bei der Nestlé einen Überblick über laufende Programme gibt und ausgewählte Themen in Workshops gemeinsam erarbeitet werden. Vertreter von Nestlé nehmen ihrerseits an externen

Workshops und Konferenzen verschiedener Anspruchsgruppen teil – wie beispielsweise an einem Forum vom Südwind-Institut zu Menschenrechten oder einer Diskussionsveranstaltung einer Abgeordneten des Europaparlaments zu Ernährung und Übergewicht.

Konferenz zu Menschenrechten und Entwicklung

Die Konferenz des Südwind-Instituts drehte sich um das Thema „Profit vs. Nachhaltige Entwicklung“. Als eine der führenden Nichtregierungsorganisationen in Deutschland zu nachhaltigen Lieferketten hatte das Institut neben Nestlé die Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Entwicklungspolitik sowie des Global Policy Forums eingeladen.

Die Experten diskutierten über Menschenrechte wie das Menschenrecht auf Wasser, nachhaltige Lieferketten, Kinderarbeit im Kakaoanbau sowie Verpackungsabfall. Nestlé berichtete als Teilnehmer über ein eigenes System zur Überwachung und Beseitigung von Kinderarbeit sowie die AWS (Alliance for Water Stewardship)-Zertifizierung an den

Wasserstandorten. Zu den Gästen zählten rund 40 Vertreter von Nichtregierungsorganisationen, Hochschulen sowie engagierte Konsumenten. Die Paneldiskussion zum Thema ist auf Facebook abrufbar.

Politik-Dialog: Kampf gegen Übergewicht

Raum für Kontroversen bot auch die Paneldiskussion „Zu süß, zu fett, zu salzig?“, die von der Abgeordneten des Europaparlaments Susanne Melior zusammen mit der Arbeiterwohlfahrt in der Gemeinde Seddiner See durchgeführt wurde.

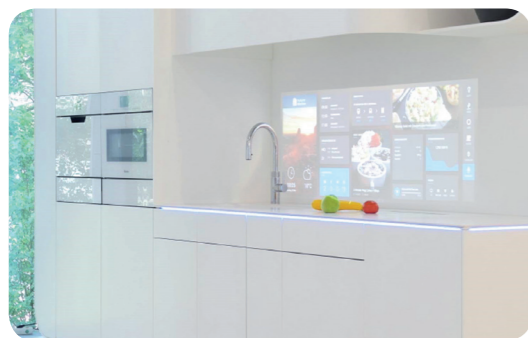
Zum weiteren Kreis der Gesprächsteilnehmer zählten neben einer Nestlé Expertin auch Vertreter von foodwatch, dem Deutschen Institut



Paneldiskussion beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis zum Thema „Wir müssen reden – Was Ethik für Nachhaltigkeit bedeutet.“

für Ernährungsforschung sowie der Stiftung „Ernährung, Bildung, Gesundheit“. Thema war, wie krankhaftes Übergewicht sowie Diabetes und Herz-Kreislauf-Erkrankungen in Deutschland reduziert werden können. Diskutiert wurde über eine Zuckersteuer, Werbeverbote, Nährwertkennzeichnungen sowie Ernährungsbildung. Außerdem ging es darum, wie Produkte reformuliert werden, um ihren Gehalt an Zucker, gesättigtem Fett oder Salz zu reduzieren.

Küche der Zukunft



Küche der Zukunft im Nestlé Competence Center

Die Digitalisierung nimmt immer mehr Einfluss darauf, wie wir kommunizieren, leben und arbeiten. Diese Veränderungen dringen bis in unseren Wohnbereich vor und bringen uns dazu, auch Küche ganz neu zu denken. Teil der Ausstellung im Nestlé Competence Center in Frankfurt ist ein Küchen-Prototyp, der aufzeigt, wie sehr sich die Küche künftig wandeln wird. Als digitales Herzstück der Wohnumgebung integriert sich die Küche so, dass sie nur dann zur Küche wird, wenn sie tatsächlich als solche benötigt wird.

Diese in Kooperation mit Partnern und Forschungseinrichtungen entwickelte „Nestlé Future Kitchen“ gibt einen Vorgeschmack auf die Zukunft und lädt ein zum Lernen, Testen und Erleben. Neue Geräte wie 3-D-Drucker, Tiefkühlfröster, Sous-vide-Garer und intelligente Küchenutensilien erhalten Einzug. Der Kühlschrank beispielsweise weiß, welche Lebensmittel er beinhaltet, bestellt bei Bedarf nach und gibt Hinweise auf bereits abgelaufene Produkte. Für die noch haltbaren

Lebensmittel bietet er passende Rezepte. Dies schont nicht nur den eigenen Geldbeutel, sondern setzt auch ein Zeichen gegen die Verschwendung von Lebensmitteln.

Mit neuer Ausstattung, neuen Schnittstellen und neuen Services ist die Zukunft immer nur einen Fingertipp entfernt. Eine Anbindung an das Internet und eine bedürfnisorientierte, digitale Küchenwand ermöglichen es, dass die Küche der Zukunft als Sorgenabnehmer fungiert. So bietet sie eine per-

sonalisierte Diätberatung oder medizinische Beratung, um beispielsweise Unverträglichkeiten bei Rezeptvorschlägen zu beachten. Darüber hinaus sind Lebensmittelbestellungen, Multimediaangebote, Schnittstellen zu Serviceangeboten, Termine, das Wetter oder Zugverbindungen direkt und interaktiv über das Dashboard abruf- oder steuerbar. Wer Rat beim Kochen benötigt, nimmt per Videoanruf Kontakt zum *Maggi* Kochstudio auf. Zunehmend ersetzen Sprach- und Berührungssignale die klassische Tastatureingabe zum Beispiel am Herd.

Alle Module der Küche sind individuell gestaltbar und mit den wichtigsten Geräten im Haushalt verbunden. Um die Digitalisierung von Küchengeräten voranzutreiben, hat Nestlé mit Samsung eine globale Partnerschaft geschlossen. Darüber hinaus beschäftigt sich das Unternehmen mit den Möglichkeiten des 3-D-Lebensmitteldrucks und sucht nach neuen Wegen, um Lebensmittel zuzubereiten und zu konservieren. Mehr zur Küche der Zukunft unter <https://www.youtube.com/watch?v=9DE816eRkJQ>.

FÜR EINZELNE UND FAMILIEN

Inspiziert vom Gründer Henri Nestlé, geleitet von den eigenen Werten und mit Ernährung als Kerngeschäft stellt Nestlé Einzelnen wie auch Familien Produkte, Dienstleistungen und Wissen bereit, die zu einer höheren Lebensqualität beitragen können. Bestreben des Unternehmens ist es, bis 2030 weltweit 50 Millionen Kindern zu einem gesünderen und glücklicheren Lebensstil zu verhelfen, unter anderem durch ein verbessertes Produktangebot sowie durch Information, Bildung und Programme zur Verhaltensänderung oder Angebote wie Kochkurse.



Ernährung

In immer mehr Ländern stellen nicht übertragbare Erkrankungen wie Über- und Untergewicht große Bürden für das Gesundheitssystem dar. Dabei spielen neben unzureichender Bewegung auch die Nahrungsmittelauswahl und die Nährstoffzufuhr eine entscheidende Rolle. Nestlé möchte Einzelne und Familien inspirieren, sich bewusster, vielfältiger und ausgewogener zu ernähren. Zum Angebot des Unternehmens gehören zu einem entsprechenden Produkte, also schmackhafte und zugleich gesündere Alternativen, zum anderen aber auch Informationen über das richtige Ernährungsverhalten. Mit Forschungsprojekten und Studien gewinnt das Unternehmen wissenschaftliche Erkenntnisse, die beispielsweise die Weiterentwicklung und Innovation von Produkten vorantreiben.

Weltweit hat sich Nestlé im Bereich Ernährung 15 Selbstverpflichtungen (Commitments) auferlegt. Je nach Relevanz für Deutschland arbeitet Nestlé Deutschland individuell an diesen Zielen oder in Zusammenarbeit mit den Kollegen in den internationalen Forschungs- und Produktentwicklungszentren.

Zu den Selbstverpflichtungen gehört die kontinuierliche Prüfung und Verbesserung von Rezepturen, mit dem Ziel, schmackhafte

und gleichzeitig gesündere Alternativen anzubieten. Je nach Produkt und Ausgangsrezeptur wird beispielsweise der Anteil an zugesetztem Zucker, Natrium (Kochsalz) oder der Gehalt an gesättigten Fettsäuren reduziert sowie der Anteil an Vollkorn, Gemüse, Hülsenfrüchten und Nüssen in den Produkten erhöht. Bei einem Teil der Produkte wird die Rezeptur so überarbeitet, dass die Zutatenlisten kürzer und für den Verbraucher einfacher und nachvollziehbarer werden. Bis 2020 sollen neue, innovative Produkte entwickelt werden, die vor allem die Ernährungsbedürfnisse von Schwangeren, jungen Müttern und Kindern berücksichtigen. Die Commitments beziehen sich aber nicht nur auf die Produkte selbst: Das Unternehmen hat sich auch der verantwortungsvollen Vermarktung von Säuglingsmilchnahrungen verschrieben. Darüber hinaus verzichtet es freiwillig auf Marketingmaßnahmen gegenüber Kindern unter sechs Jahren. Angebote wie das Nestlé Ernährungsstudio, umfassende Nährwertinformationen auf den Verpackungen, *Maggi* Kochkurse für Erwachsene und Kinder sowie die Rezepte auf maggi.de unterstützen Einzelne und Familien dabei, mit frischen Zutaten zu kochen, sich ausgewogen zu ernähren und insgesamt einen gesunden Lebensstil zu pflegen.

Nährwerte von Produkten beurteilen

Mit dem Nestlé Nutritional Profiling System (NNPS) hat das Unternehmen eine Beurteilungsgrundlage für die ernährungsphysiologische Qualität von Produkten entwickelt. Die Nährwertkriterien des NNPS basieren beispielsweise auf den Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO), der US-Akademie für Medizin (The Health and Medicine Division, HMD) und der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA). Da sich diese Empfehlungen jedoch auf die Gesamtzufuhr von Nährstoffen in einer ausgewogenen Ernährung beziehen, hat Nestlé diese Daten auf unterschiedliche Produktkategorien bezogen. So wird die tatsächliche Relevanz der jeweiligen Produktkategorie für die Ernährung berücksichtigt, also ob es sich beispielsweise um eine Hauptmahlzeit oder einen Snack handelt. Konkret bedeutet dies, dass im NNPS Höchstwerte für Energie (Kalorien), Natrium (Kochsalz), zugesetzten Zucker, Fruktose, Transfettsäuren und gesättigte Fettsäuren für die verschiedenen Produktkategorien wie beispielsweise Schokolade, Pizza, Suppen oder Soßen festgelegt worden sind.

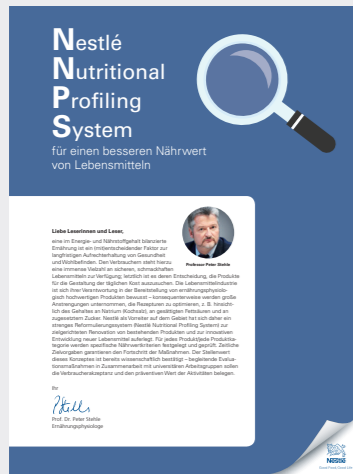
Ergebnisse der Produktverbesserungen bis 2016



Auch Minimalwerte für positive Inhaltsstoffe wie Calcium oder Protein sind für einzelne Produktkategorien vorgegeben, um den Verbraucher zu unterstützen, die empfohlene Aufnahmemenge zu erreichen. Ein Produkt, das alle Kriterien des Nestlé Nutritional Profiling erfüllt, erreicht die Nestlé Nutritional Foundation (NF).

Bestreben Zucker, Salz und Fette zu reduzieren

Nestlé hat bereits in den letzten Jahren schrittweise den Gehalt an zugesetztem Zucker, Natrium (Kochsalz) und gesättigten Fetten reduziert. So konnte Nestlé Deutschland zwischen 2014 und Ende 2016



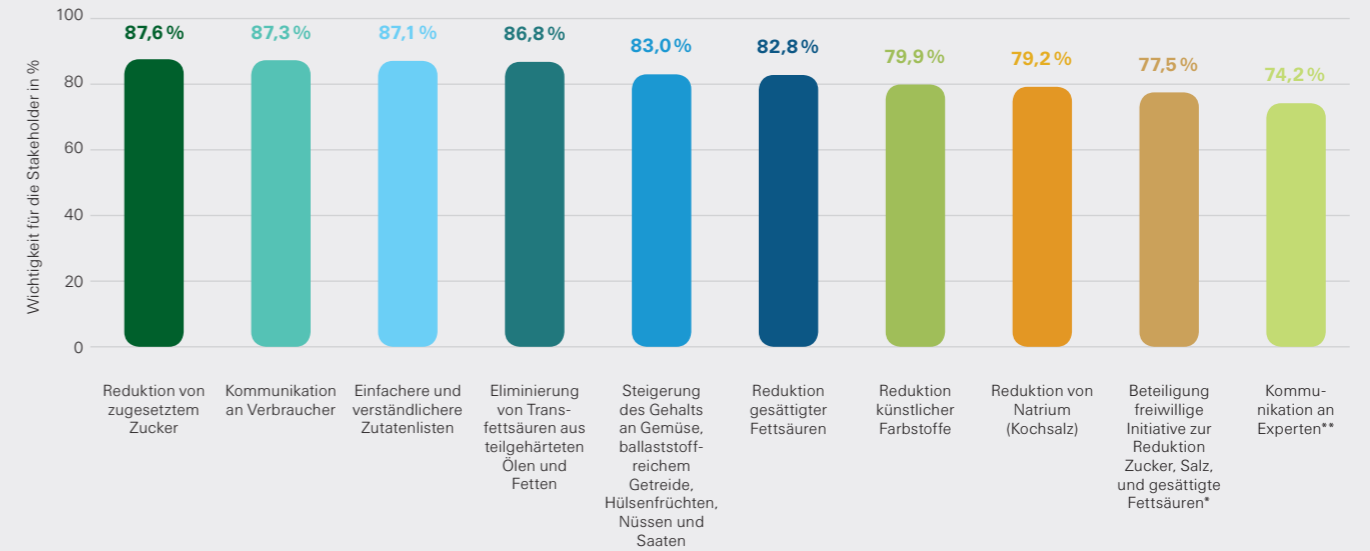
2017 hat Nestlé zusammen mit Prof. Peter Stehle aus dem Experten- und NGO-Beirat einen Infolyer zum NNPS erstellt, um das System, die Ziele und Fortschritte in Expertenkreisen vorzustellen

Engagement auf nationaler Ebene

In der 2016 veröffentlichten europäischen „Roadmap for Action on Food Product Improvement“ wird ein konzertiertes Vorgehen bei der Überarbeitung von Produkten gefordert. Die Unterzeichner verpflichten sich zu einer freiwilligen Überarbeitung von Produkten, basierend auf wissenschaftlichen Kriterien, und unterstützen die Umsetzung eines gemeinsamen Ansatzes. Zudem sind alle europäischen Mitgliedsstaaten durch den Europäischen Rat dazu aufgefordert, nationale Strategien zur Produktüberarbeitung zu entwickeln. Im Koalitionsvertrag der amtierenden Bundesregierung findet sich dieser Auftrag wieder: „Für die Nationale Reduktionsstrategie für Zucker, Fett und Salz in Fertigprodukten werden wir 2018 gemeinsam mit

den Beteiligten ein Konzept erarbeiten ...“. Bereits 2017 hatte das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft mit der Konzeption einer „Nationalen Strategie für die Reduktion von Zucker, Fetten und Salz in Fertigprodukten“ begonnen. Durch die Bundestagswahlen im Herbst 2017 war die Arbeit hieran jedoch unterbrochen worden. Nestlé unterstützt ein gemeinsames Vorgehen zur freiwilligen Reformulierung von Produkten, basierend auf realistischen und wissenschaftlich basierten Zielen für verschiedene Produktkategorien. Auch in Deutschland engagiert sich das Unternehmen für einen branchenweiten gemeinsamen Ansatz zur freiwilligen Überarbeitung von Rezepturen, mit dem Ziel, diese ausgewogener zu gestalten.

Die Bewertungen der externen Stakeholder zur Reformulierung spiegeln die Erwartungen an Nestlé wider.



* Initiiert durch die Bundesregierung
** Kommunikation von Zielen, Maßnahmen und Fortschritten hinsichtlich der Produktüberarbeitung an Experten

in Produkten, die noch nicht den Anforderungen des NNPS entsprachen, die Menge an zugesetztem Zucker um durchschnittlich 6,6 Prozent, für Natrium um durchschnittlich 10,2 Prozent und für gesättigte Fettsäuren um durchschnittlich 8,4 Prozent reduzieren. Auch künftig wird Nestlé daran arbeiten, die Nährwerte der Produkte kontinuierlich zu verbessern.

Bis Ende 2020 soll der Gehalt an zugesetztem Zucker um durchschnittlich weitere 5 Prozent und Natrium (Kochsalz) um 10 Prozent reduziert werden. Zudem wird bis 2020 weiter an der Zielsetzung gearbeitet, bei Produkten, die noch nicht den NF-Kriterien für gesättigte Fette entsprechen, den Gehalt um durchschnittlich 10 Prozent gegenüber 2014 zu reduzieren.

Befragung von Stakeholdern

Im Rahmen der 2017 wiederholt durchgeführten Stakeholderbefragung wurden die Teilnehmer auch dazu eingeladen, die verschiedenen, mit Rezepturüberarbeitungen

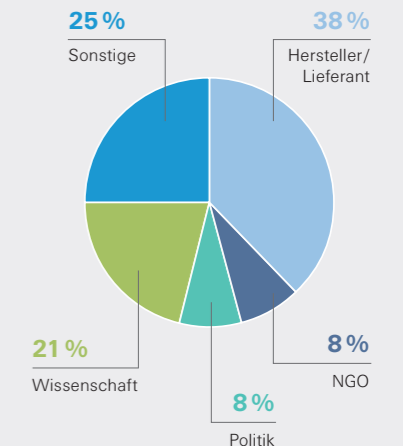
verbundenen Unterthemen zu priorisieren und Fragen bezüglich bereits erfolgter Kommunikationsmaßnahmen zum Nestlé Nutritional Profiling System zu beantworten.

Besondere Relevanz für die Befragten hat die Reduktion von Zucker (87,6 Prozent), gefolgt von einer an Verbraucher gerichteten Kommunikation der Reformulierungsziele, Maßnahmen und Fortschritte (87,3 Prozent) sowie die Arbeit an einfacheren und verständlicheren Zutatenlisten (87,1 Prozent). Insgesamt wurden alle Themenfelder als wichtig eingestuft, keines erhielt weniger als 74,2 Prozent. Dies spiegelt die hohen Erwartungen der Stakeholder an Nestlé wider.

Selbst bei einer schrittweisen Reduktion von zugesetztem Zucker, Natrium (Kochsalz) oder gesättigten Fetten schmecken die überarbeiteten Produkte oft anders als vor der Rezepturüberarbeitung. Eine nährwert- oder gesundheitsbezogene Kommunikation gegenüber Verbrauchern ist jedoch gesetzlich sehr strikt geregelt. So darf beispielsweise eine Zuckerreduktion nur dann gegenüber Verbrauchern kommuniziert werden, wenn

der Zuckergehalt der neuen Rezeptur um mindestens 30 Prozent verringert wurde oder die Rezeptur mindestens 30 Prozent weniger Zucker als vergleichbare Produkte enthält. Das grenzt die Kommunikationsmöglichkeiten stark ein.

Teilnehmer der Befragung zu Reformulierung



Steinofen Pizza mit weniger Salz

30 Tonnen eingespart

Gemäß des *Wagner* Qualitätsversprechens „Echt *Wagner*“ arbeiten die Ernährungsexperten des Unternehmens kontinuierlich an der Optimierung von Rezepturen. Dabei geht es darum, die Produkte geschmacklich noch besser und vor allem ausgewogener zu machen.

Hauptquellen für Salz sind Broterzeugnisse, Fleisch- und Wurstwaren sowie Milchprodukte und Käse – allesamt leckere Bestandteile von Pizza. Nestlé *Wagner* hat es sich

zum Ziel gesetzt, den Salzanteil bei den Produkten zu verringern.

Die Herausforderungen bei der Verwendung von weniger Salz liegen dabei auf der Hand: Salz hat sowohl geschmackliche als auch technologische Einflüsse auf das Produkt.

Neben dem Einfluss etwa auf Gärverhalten, Wasserbindung und Geschmeidigkeit des Teiges kommt es beim Geschmack auch darauf an, in welchen Komponenten das Salz insbesondere vorkommt.

Was zuerst den Gaumen berührt, prägt den Geschmackseindruck am stärksten. Das muss bei der Optimierung der Rezepturen ebenfalls mit bedacht werden. Kräuter, Gewürze oder auch Säurenoten können hier zur Optimierung des Geschmacks beitragen.

Nestlé *Wagner* hat 2017 schließlich bei allen Sorten der Steinofen Pizza die Teigrezeptur geändert. Unter Annahme gleichbleibender Produktionsmengen wurden dabei in Deutschland von April bis Dezember 2017 30 Tonnen Salz eingespart.

KitKat zuckerreduziert

Geschmack bleibt gleich

Seit einigen Jahren verfolgt Nestlé weltweit das Ziel, den Zuckeranteil über alle Produktkategorien hinweg zu reduzieren. Erste Erfolge verzeichnet das Unternehmen bereits: Zwischen 2014 und Ende 2016 verringerte das Unternehmen die Mengen an zugesetztem Zucker global um 39.000 Tonnen bzw. acht Prozent.

Seit April 2017 wurde auch beim Schokoladenriegel *KitKat* der Anteil an zugesetztem Zucker reduziert, im Gegenzug wurde der Anteil an Milch und Kakao erhöht. Unberührt blieben die Größe des Riegels und der Geschmack. Nestlé verringerte so die Menge an verarbeitetem Zucker in den für den deutschen Markt produzierten *KitKat*-Produkten um jährlich 235 Tonnen. Dies entspricht einer Füllmenge von mehr als 1.500 Badewannen.



Europaweit werden sogar 1.800 Tonnen weniger eingesetzt.

Um an diese Erfolge anzuknüpfen, hat sich Nestlé im Februar 2017 dazu verpflichtet, bis 2020 weltweit mindestens 18.000 Tonnen Zucker einzusparen und so den Verbrauch um durchschnittlich weitere fünf Prozent zu senken.

Nestlé Cerealien

Ein guter Start in den Tag

Die Ernährungsstrategie von Nestlé Cerealien stützt sich auf drei Selbstverpflichtungen, die das Ziel verfolgen, die Relevanz des Frühstücks aufzuzeigen und zu kommunizieren. So werden kontinuierlich Rezepturen verbessert, verantwortungsvolles Marketing betrieben und auf unterschiedlichen Kanälen über ein ausgewogenes Frühstück für Kinder informiert.

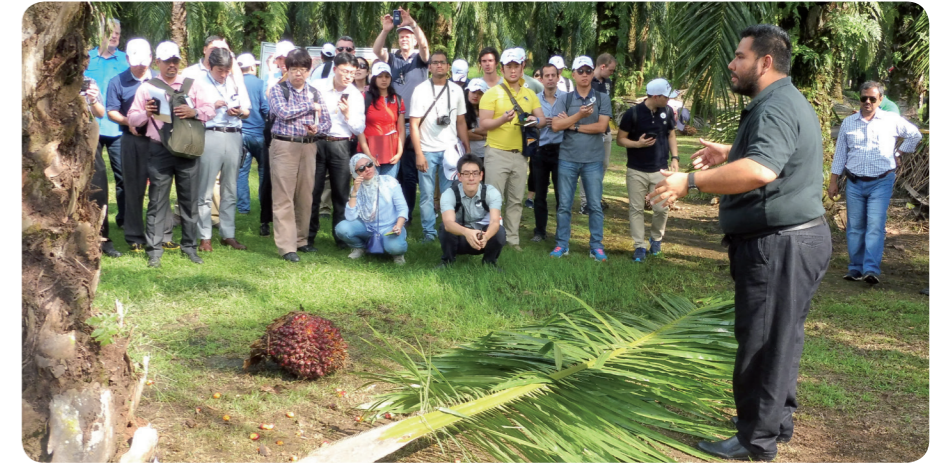
Cereal Partners Deutschland (CPD), ein Joint Venture von Nestlé und General Mills, verzichtet auf Werbung, die sich explizit an Kinder un-

ter zwölf Jahren richtet. Stattdessen adressiert es Teens und junge Erwachsene als Zielgruppen sowie Entscheidungsträger in Familien. Gesetzlich ist der Rückzug aus der Kinderwerbung nicht vorgeschrieben, die Entscheidung beruht auf einer Selbstverpflichtung des Joint Ventures. CPD geht es aber nicht nur um das Marketing für Cerealien: Seit über zehn Jahren werden auch Rezepturen konsequent weiterentwickelt. Somit konnte erreicht werden, dass Vollkorn die Zutat Nummer eins in allen Produkten mit Vollkorn ist, also mengenmäßig den größten Bestandteil im Produkt darstellt. Gleichzeitig wird der Zuckeranteil reduziert, so-

dass in Kindercerealien maximal neun Gramm Zucker pro Portion enthalten sind. Neu ab 2018 ist, dass im nahezu gesamten traditionellen Cerealien-Sortiment keine künstlichen Aromen und künstlichen Farbstoffe eingesetzt werden. Zudem wird daran gearbeitet, Palmöl aus den Produkten zu entfernen. Um über die Relevanz eines ausgewogenen Kinderfrühstücks zu informieren, werden Maßnahmen wie eine Verbraucherbroschüre auf Basis von Expertenmeinungen aus den Gebieten Ernährungswissenschaften, Kindermedizin, Ernährungsmedizin sowie Ernährungspsychologie erarbeitet.

FÜR UNSERE GEMEINSCHAFTEN

Nestlé arbeitet weltweit mit Hunderten von Partnern, Tausenden von Lieferanten und Millionen von Bauern zusammen und beschäftigt alleine in Deutschland 10.247 Mitarbeiter. Wir haben daher einen wichtigen Hebel, um florierende Gemeinschaften zu fördern und ländliche Entwicklung zu unterstützen – auch in Deutschland, aber vor allem in den Ländern, aus denen wir unsere Rohstoffe beziehen. Unsere Programme und Verpflichtungen sollen dazu beitragen, unsere Versorgungskette nachhaltig zu sichern und Menschenrechte zu fördern sowie Vielfalt und gute Arbeitsbedingungen sicherzustellen.



Florierende, widerstandsfähige Gemeinschaften fördern

Wir unterstützen nachhaltige Landwirtschaft

Gemeinsam mit den Landwirten, von denen wir unsere Rohstoffe beziehen, unterstützen wir nachhaltige Anbaumethoden. Globale Programme von Nestlé sichern den verantwortungsvollen Einkauf von Rohstoffen wie Kaffee, Kakao oder Palmöl und helfen, die Lebensbedingungen der Landwirte und ihrer Familien in den Anbauländern zu verbessern. Gleichzeitig arbeiten wir auch mit Lieferanten in Deutschland und Europa, um insbesondere den verantwortungsvollen Umgang mit Wasser und den Erhalt von Biodiversität zu fördern. Beispiele hierfür sind unsere Programme für den Anbau von Gemüse und Kräutern, etwa Tomaten in Spanien und Italien, die derzeit auf weitere Lieferanten ausgerollt werden.

Menschenrechte in unseren Lieferketten

Die Durchsetzung von Menschenrechten in unseren Lieferketten erfordert Transparenz und enge Zusammenarbeit mit den Partnern vor Ort. Compliance-Audits unserer direkten Lieferanten sowie unsere Programme für ver-

antwortungsvollen Einkauf tragen dieser Aufgabe besonders Rechnung – wie im Einkauf von Palmöl, aber auch anderen Rohstoffen. Kinderarbeit im Kakaoanbau ist weiterhin eine Herausforderung für die Branche. Mit einem eigens eingerichteten Child Labour Monitoring and Remediation System erreicht Nestlé mehr als 1.500 ländliche Gemeinschaften in unserer Lieferkette für Kakao an der Elfenbeinküste und kann über Vertrauensleute vor Ort Kinderarbeit effektiv bekämpfen.

Vielfalt und Engagement für die Jugend

Mit der Alliance for Youth engagiert sich Nestlé für die Qualifizierung und den Berufseinstieg junger Menschen – in Deutschland und weltweit. Alleine in Deutschland konnte Nestlé so 920 jungen Menschen beim Berufseinstieg helfen. Programme wie „Reverse Mentoring“ unterstützen Vielfalt und dynamische Lernprozesse im Unternehmen – sei es bei der Förderung von Mitarbeiter/-innen oder der Digitalisierung. Mit „Nestlé hilft“ unterstützt Nestlé junge Flüchtlinge bei der beruflichen Orientierung in Deutschland in Form von Praktika und Ausbildungsplätzen sowie durch Mentoring-Angebote.

Vor Ort: Palmölplantagen in Malaysia

Höhere Standards durchsetzen

Derzeit werden weltweit insgesamt 64 Millionen Tonnen Palmöl produziert. Davon bezieht Nestlé weltweit ca. 420.000 Tonnen, also 0,66 Prozent des globalen Verbrauchs. Auf Nestlé Deutschland entfallen anteilig 4.500 Tonnen, was 0,007 Prozent des weltweit hergestellten Palmöls entspricht. Die größte Nachfrage kommt aus Indien, China und den USA. Zugleich ist das Interesse an nachhaltigem Palmöl in diesen Ländern jedoch am geringsten, was zur Folge hat, dass aktuell nur rund 25 Prozent des weltweiten Palmölanbaus aus nachhaltiger Bewirtschaftung stammen.

Nestlé hat sich viel vorgenommen und will global bis 2020 sowohl Transparenz in der Lieferkette mit allen Palmöllieferanten schaffen als auch die RSG-Kriterien (Responsible Sourcing Guideline) umsetzen. In Deutschland ist das Unternehmen schon weiter: In der Lieferkette besteht hundertprozentige Transparenz, und sämtliches Palmöl für den deutschen Markt stammt aus verantwort-

ungsvollem Anbau. Das heißt, dass mindestens die RSPO-Kriterien (Roundtable on Sustainable Palm Oil) eingehalten werden, in vielen Fällen auch die RSG-Kriterien. Diese sehen unter anderem den Schutz und Erhalt von Torfmooren sowie von Wäldern mit hohem CO₂-Speicherwert vor. Außerdem darf das Palmöl nur von solchen Farmen stammen, die lokale Gesetze und Regulierungen einhalten.

Reise zu Palmölplantagen in Malaysia

Im März 2017 reisten zwei Mitarbeiterinnen von Nestlé Deutschland zu den malaysischen Anbaugeländen, von denen Nestlé Palmöl bezieht. Die Reise diente dazu, noch besser zu verstehen, wie Palmöl gewonnen wird, wie der Stand der Umsetzung der oben genannten Strategie ist, und Ansätze zu finden, wie die Nachhaltigkeitsziele besser erreicht werden können. Außerdem ging es darum, neue Projektideen zu entwickeln.



Sime Darby erklärt die Palmfrucht-Ernte und den verantwortungsbewussten Anbau



Ein Mitarbeiter erntet die in bis zu 30 Meter Höhe wachsende Frucht

Wie entsteht überhaupt Palmöl?

Am ersten Tag besuchten die deutschen Mitarbeiterinnen die Plantage eines großen Lieferanten und verschafften sich einen Eindruck davon, wie Palmöl genau entsteht. Die Erntehelfer sägen zunächst einen Palmwedel ab, auf dem die reife Staude sitzt, und pressen dann das Öl in mehreren Schritten mithilfe von Mühlen aus den Kernen der Früchte. Während der Palmwedel als natürlicher Dünger dient, wird das Öl in der Raffinerie bearbeitet. Aus einer Palme lassen sich bis zu 16 Früchte im Jahr gewinnen, die Ernte erfolgt ganzjährig. Im Vergleich zu anderen Pflanzenfetten weisen Ölpalmen einen hohen Flächenertrag auf; für die vergleichbare Menge an Sonnenblumenöl benötigt man die vierfache Fläche.

Dialog

An den Folgetagen der Reise suchten die Kolleginnen den Dialog mit den Toplieferanten und weltweiten Öl-Einkäufern. Im Rahmen der POC-Konferenz* in Kuala Lumpur, bei der

sich Vertreter der Palmölindustrie aus über 50 Ländern trafen, tauschten sie sich auf internationaler Ebene über Ideen und Trends der Palmölgewinnung aus. Klare Botschaft von Nestlé an die Top-Ten-Lieferanten war, dass das Unternehmen ab 2020 nur noch mit den Lieferanten zusammenarbeiten wird, die sich den RSG-Kriterien verpflichten und für ausreichend Transparenz in der Lieferkette sorgen. Auch wird erwartet, dass sie die Nestlé Kriterien an ihre eigenen Lieferanten weitergeben. Mit diesen Ansprüchen setzt Nestlé Maßstäbe im Palmölanbau und profiliert sich als Treiber im Bereich Nachhaltigkeit.

Im Rahmen der POC-Konferenz entwickelten die beiden Mitarbeiterinnen von Nestlé Deutschland auch die Idee für ein Projekt in Papua-Neuguinea. Bei der näheren Betrachtung der Lieferkette für Palmöl aus Papua-Neuguinea wurde festgestellt, dass es vor Ort unter anderem an grundlegender Wasserversorgung mangelt.



Bis zum finalen Palmöl werden mehrere Öl-Stufen während der Raffinierung gewonnen

Zugang zu sauberem Wasser in Papua-Neuguinea

Auf der Reise nach Malaysia wurde nicht nur vereinbart, die Palmöllieferkette aus Papua-Neuguinea genauer zu betrachten, sondern auch zusätzliche Maßnahmen zur RSPO-Zer-

tifizierung und Implementierung der RSG-Kriterien zu ergreifen. Der Lieferant und Nestlé sowie The Forest Trust erkannten Herausforderungen beim Zugang zu sauberem Trinkwasser in Papua-Neuguinea. 2017 wurde in 21 Dorfgemeinschaften eine Umfrage zum Thema Wasser, Zugang zu Wasser und Wasserqualität durchgeführt. Die Gemeinden sollten die Wasserqualität beschreiben sowie die Wasserquelle und deren Entfernung. Das Ergebnis zeigte, dass die meisten Gemeinden Oberflächenwasser nutzen, das nicht ständig verfügbar und qualitativ unsicher ist. Zudem müssen die Bewohner mindestens fünf bis zehn Minuten Fußweg zurücklegen, manche sogar mehr als eine Stunde, um zur Wasserquelle zu gelangen. Ab März 2018 werden deshalb 42 Brunnen errichtet, je Monat drei bis fünf neue. Bis Mitte 2019 werden auf diese Weise rund 5.600 Menschen in Papua-Neuguinea Zugang zu sauberem Trinkwasser haben.

* Palm and Lauric Oils Price Outlook Conference & Exhibition

Herausforderung in der Lieferkette

Beitrag von Thomas Feldhaus, erschienen im CSR-Magazin, Ausgabe 4/2017

Kakao, Kinderarbeit, Nestlé – das gehört für viele Verbraucher zusammen. 2011 hat der Schweizer Lebensmittelkonzern damit begonnen, Kinderarbeit auf den Plantagen in Afrika zu beseitigen. Über Erfahrungen, Rückschläge und Erfolge hat Nestlé nun einen Bericht veröffentlicht und zeigt sich darin sehr offen.

Kakaobohnen aus Afrika, speziell aus Ghana und der Elfenbeinküste, sind die wichtigste Rohstoffquelle für viele Marken des Nestlé Konzerns. In beiden Ländern arbeiten nach einer Studie der Tulane University, die 2013/2014 im Auftrag des US-Arbeitsministeriums durchgeführt wurde, rund zwei Millionen Kinder auf den Kakaoplantagen. Ein Problem für Nestlé, denn der Konzern

wird immer wieder mit diesem Umstand konfrontiert. „Wir sind entschieden gegen alle Formen der Ausbeutung von Kindern und verpflichten uns, Kinderarbeit überall dort zu verhindern und zu beseitigen, wo sie in unserer Lieferkette auftritt“, lautet entsprechend das öffentliche Bekenntnis. Mit dem nun veröffentlichten Bericht „Tackling Child Labour“ soll dokumentiert werden, dass den Worten auch Taten folgen.

Die aktive Bekämpfung der Kinderarbeit begann 2011. Zwar hatte es auch vorher schon Maßnahmen gegeben, doch die hätten nicht den gewünschten Erfolg gebracht. Also bat man die Fair Labor Association (FLA), die Lieferkette zu analysieren und wirksame Lösungsvorschläge zu unterbreiten. Herausgekommen sind eine umfangreiche Bestandsaufnahme und die Empfehlung, ein „Child Labour Monitoring and Remediation System“ (CLMRS) einzuführen. Diesem Vor-



Thomas Feldhaus, Chefredakteur, CSR-Magazin

schlag ist Nestlé gefolgt und hat als erstes Unternehmen damit begonnen, die Lieferkette bis auf die Plantage zu überwachen, um Kinderarbeit zu verhindern.

Rund 40.000 Kinder im Alter zwischen 5 und 17 Jahren werden im Rahmen des Programms von Nestlé und der International Cocoa Initiative (ICI) beobachtet. Dabei wurden rund 7.000 Kinder identifiziert, die auf Plantagen oder in Kooperativen, die Partner

des Nestlé *Cocoa-Plans* sind, arbeiten. Für 5.232 Kinder konnten Alternativen gefunden werden. Allerdings, so räumt Nestlé ein, sei dies eine Zeitpunktbetrachtung, die Rückkehr in die Arbeit könne nicht ausgeschlossen werden. Für eine langfristige Beurteilung sei es zudem noch zu früh, aber die ersten Erfolge geben Hoffnung, man beobachte einen signifikanten Einfluss.

Im Durchschnitt sind die Kinder zwischen 10 und 11 Jahre alt, wobei rund ein Drittel zwischen 14 und 17 Jahre alt ist und seine Schulausbildung bereits abgeschlossen hat. Die scheint besonders im Zusammenhang mit den überwiegenden Tätigkeiten der Kinder relevant. Rund 85 Prozent der betroffenen Kinder müssen bei ihrer Arbeit schwere Lasten tragen. Entscheidend ist auch die Beziehung zum Farmer, 95 Prozent der

arbeitenden Kinder sind ausschließlich auf den Plantagen der eigenen Familien tätig.

Die dauerhafte Beobachtung der Kinder ist eine der großen Herausforderungen, denn die Plantagen sind oft weit entfernt von größeren Straßen und Orten und nur mühsam zu erreichen. Deshalb setzt Nestlé auf sogenannte Community Liaison Persons (CLP), die im direkten Kontakt mit den Familien stehen. Sie melden Vorfälle an den Child Labour Agent (CLA), der die Informationen überprüft und weitergibt. Danach können entsprechende Maßnahmen greifen. Vor allem die Motivation der aktuell 1.246 CLPs sicherzustellen ist eine weitere Herausforderung und von besonderer Bedeutung für den Erfolg des Programms.

Die Ergebnisse, Herausforderungen und Erfahrungen teilt Nestlé mit anderen ICI-Mit-

gliedsunternehmen, die das System inzwischen als akzeptierten Standard ebenfalls einsetzen. Dieser branchenweite Austausch, so die Erwartung, wird zunehmend zu besseren Ergebnissen im Kampf gegen Kinderarbeit führen.

Vorgelagerte Lieferkette am Beispiel Meerrettich

Für Nestlé geht es nicht nur um die Einhaltung sozialer und ethischer Kriterien bei den direkten Lieferanten und deren Produktionsbetrieben, sondern auch um die vorgelagerte Lieferkette. Mehr zu diesem Thema und dem Beispiel der Meerrettichernte in Ungarn erfahren Sie unter www.nestle.de/Verantwortung.

Reverse Mentoring

Ältere Lernen von Jüngeren: Digitalisierung vorantreiben durch Reverse Mentoring

In der Regel lernen die Jüngeren von den Älteren, in manchen Fällen hat der Nachwuchs auch einen erfahrenen Mentor an seiner Seite. Beim Reverse Mentoring Programm von Nestlé verhält es sich genau umgekehrt. Seit 2016 sind es die Digital Natives, also die nach 1980 Geborenen, die insbesondere älteren Mitarbeitern und Führungskräften Kenntnisse aus der digitalen Welt vermitteln. Das Programm bringt Mitarbeiter verschiedener Generationen und Hierarchieebenen zusammen und fördert eine moderne, offene Unternehmenskultur. In rund sechs Sitzungen werden digitale Interessenschwerpunkte abgesteckt und Sichtweisen vermittelt. Ziel ist es, das grundlegende Verständnis des Mentees zu fördern und ihm eine effizientere Nutzung digitaler Werkzeuge zu ermöglichen. Er erfährt mehr über die Denkweisen und Präferenzen der jungen Generation. Nestlé profitiert aber noch aus



Junger Mitarbeiter erklärt als „Digital Native“ den Umgang mit digitalen Werkzeugen

einem weiteren Grund: Das Unternehmen versteht als Arbeitgeber und Hersteller von Lebensmitteln die Bedürfnisse der jungen Zielgruppe besser.

Mehr Chancen durch die Digitalisierung

Die Digitalisierung ist für Nestlé Herausforderung und Chance zugleich. Unternehmen und Verbraucher kommunizieren heute

schnell und direkt, was ein flexibles Agieren ermöglicht. Gegenüber den eigenen Mitarbeitern führt die direkte Interaktion dazu, dass Prozesse schneller angepasst und verschlankt werden können. Neue Vertriebsmöglichkeiten erlauben es, rund um die Uhr und direkt beim Hersteller einzukaufen und teilweise auch personalisierte Produkte zu erwerben. Im ersten Halbjahr 2017 wuchs bei Nestlé der erzielte Online-Umsatz um etwa 12 Prozent und damit drei- bis viermal so schnell wie der Gesamtumsatz.

FÜR UNSEREN PLANETEN

Der Klimawandel trägt vielfach zu Dürren, Überschwemmungen und anderen Naturkatastrophen bei. Als Hersteller von Lebensmitteln sind Nestlé und viele weitere Branchenvertreter von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen. Denn einige der Rohstoffe bezieht Nestlé aus Regionen, die sich bereits heute und in Zukunft noch intensiver mit den Folgen auseinandersetzen müssen. Beispielsweise bezieht Nestlé Kakao aus der Elfenbeinküste und Kaffee aus Vietnam. Um langfristig Lieferketten zu sichern und die Lebensqualität der Lieferanten zu verbessern, sind der Klima- sowie Umweltschutz essenziell. Das Ziel bis 2030 ist daher, danach zu streben, dass das Handeln des Unternehmens die Umwelt möglichst nicht beeinflusst. Hierzu wurden drei strategische Handlungsfelder identifiziert und mit insgesamt zwölf Selbstverpflichtungen hinterlegt.



Wasser im Fokus

Wir möchten Sorge für das Wasser tragen

Der verantwortungsbewusste Umgang mit Wasser ist eines der wichtigsten Handlungsfelder und umfasst die gesamte Wertschöpfungskette. Dabei geht Nestlé über einen wassereffizienten Betrieb der Produktionsstätten hinaus. Das Unternehmen unterstützt Landwirte bei der Bewässerung ihrer Felder und den Zugang von Menschen zu Wasser.

Gegen den Klimawandel handeln

Die Reduktion der Treibhausgasemissionen ist für Nestlé ein starker Hebel, um gegen den Klimawandel zu wirken. Wärmerückgewinnung, Einsatz von natürlichen Kältemitteln, Nutzung erneuerbarer

Energien sowie mehr Effizienz in Lagerung und Vertrieb führen zu einer schrittweisen Reduktion der Treibhausgasemissionen. Die stetigen Bemühungen treffen auf Anerkennung und unterstreichen die globale Vorreiterrolle von Nestlé im Umgang mit dem Klimawandel. So wurde das Unternehmen in die Climate-A-Liste von CDP (Carbon Disclosure Project) aufgenommen und belegt mit 100 Punkten Rang 1 in der Kategorie „Umwelt und Klimawandel“ des Dow Jones Sustainability Index 2016.

Die Umwelt schützen

Umweltschutz bedeutet für Nestlé, gezielt negative Einflüsse zu vermindern und positive zu stärken. Ein systematisches Vorgehen auf Grundlage von Ökobilanzen

der Produkte hilft dabei, Umweltauswirkungen zu reduzieren. Darüber hinaus arbeitet das Unternehmen daran, Verpackungen zu reduzieren und für das Recycling zu optimieren. Ein weiteres Handlungsfeld beschäftigt sich mit der Lebensmittelverschwendung, welche in allen Ländern der Erde eine ernst

zunehmende Herausforderung ist. Denn statistisch gesehen wird jedes dritte Lebensmittel weggeworfen. Auch hier arbeitet Nestlé gemeinsam mit Partnern an einer Reduktion von Lebensmittelverlusten in der gesamten Wertschöpfungskette. Darüber hinaus ist Nestlé davon überzeugt, durch den

Erhalt von Naturkapital und Wäldern einen positiven Beitrag zum Umweltschutz leisten zu können.

Eine Übersicht über die wichtigsten Fortschritte in Deutschland finden Sie in der aufgeführten Tabelle auf Seite 22.

Gemeinsame Verantwortung für Wasser: Mit NGOs in der Nestlé Fabrik in Sheikhpura in Pakistan

Im März 2018 besuchte eine Delegation aus mehreren europäischen Nestlé Märkten gemeinsam mit einem Journalisten und NGO-Vertretern die Region Lahore in Pakistan. Das Werk von Nestlé in Sheikhpura bei Lahore war der erste Standort von Nestlé weltweit, der nach dem neuen Standard der Alliance for Water Stewardship (AWS) zertifiziert wurde. Das Ziel der Reise: die Wassersituation in Pakistan verstehen und Erfahrungen zur AWS-Zertifizierung austauschen.

Rund 90 Prozent des Wassers in Pakistan werden von der Landwirtschaft verbraucht – und rund die Hälfte davon wird durch ineffiziente Bewässerungsmethoden verschwendet. In der Folge sinken die Grundwasserspiegel, und die Wasserqualität ist gefährdet – vor allem durch steigende Konzentration von Arsen, das natürlich im Boden enthalten ist. Dies führt dazu, dass Wasser für die Grundversorgung der Bevölkerung aufwendig aufbereitet werden muss. Über 18 Millionen Menschen in Pakistan haben derzeit keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser, und 250.000 Kinder sterben jedes Jahr aufgrund von verunreinigtem Wasser. Über 100 Millionen Menschen haben keinen Zugang zu angemessenen sanitären Einrichtungen.

In Sheikhpura, einem Industriestandort rund 30 Kilometer von Lahore entfernt, betreibt Nestlé seit 1992 ein Werk mit rund 3.000 Mitarbeitern. Das Werk stellt verschiedene Milchfrischprodukte, Milchpulver, Säfte und Trockennudeln her – und füllt seit 1998



Das Nestlé Werk in Sheikhpura

aus einem Tiefbrunnen Wasser der Marke Nestlé Pure Life für den lokalen Markt ab.

Der kritische Dokumentarfilm „Bottled Life“ aus dem Jahr 2012 kritisierte das Geschäft mit abgefülltem Wasser und unterstellte unter anderem, das Nestlé Werk in Sheikhpura würde Wasserprobleme in Pakistan verstärken.

Bei dem Besuch der Delegation im März ergab sich hingegen ein ganz anderes Bild: Das Werk hat keine negativen Auswirkungen auf Grundwasserspiegel und Wasserversorgung vor Ort. Der Grundwasserspie-

gel in Sheikhpura ist aufgrund der Lage zwischen zwei Flüssen stabil; Wasserentnahmen und Grundwasserspiegel werden strikt überwacht. Und Nestlé Pakistan engagiert sich auf vielfältige Weise: strikte Wassereffizienz im Werk selbst, Unterstützung für die lokalen Gemeinschaften beim Zugang zu Wasser und Engagement für wassersparende Bewässerungsmethoden in der Landwirtschaft. Vor diesem Hintergrund sehen die Partner vor Ort Nestlé in einem ganz anderen Licht: Sie sehen Nestlé als Vorreiter, der seine Verantwortung für Wasser auch über die Werkstore hinaus vorbildlich wahrnimmt.



Jeder Tropfen zählt. Moustapha Yousaf erklärt die Tröpfchenbewässerung auf seinem Feld

Nestlé Pakistan Water Plan und Alliance for Water Stewardship

Nestlé strebt das ehrgeizige Ziel an, dass von den eigenen Aktivitäten keine negativen Auswirkungen auf die Umwelt ausgehen – „Zero Environmental Impact“. Aufgrund der angespannten Wassersituation in Pakistan hat Nestlé gemeinsam mit lokalen Partnern wie dem WWF den „Nestlé Pakistan Shared Water Plan“ erarbeitet, der alle Maßnahmen rund ums Wasser bündelt.

Um Wasserrisiken systematisch und gemeinsam mit den relevanten Akteuren in einem Wassereinzugsgebiet anzugehen, wurde 2014 die Alliance for Water Stewardship (AWS) gegründet – eine Initiative von WWF und weiteren Partnern in Zivilgesellschaft und Unternehmen. Nestlé Waters hat sich entschieden, alle Standorte in Regionen mit Wasserrisiken nach dem von der AWS entwickelten Zertifizierungsstandard überprüfen zu lassen – und das Werk in Sheikhpura war das erste Werk von Nestlé, das diesen Prozess durchlaufen hat. Seit Herbst 2017 ist das Werk nach dem AWS-Standard zertifiziert.

Dazu Sohaib Anwar, Senior Officer Freshwater Programme, WWF Pakistan: „Um eine Wirkung zu erzielen, ist ein gemeinsames Vorgehen erforderlich. Dafür braucht es breitere Netzwerke – auch um kleinere Unternehmen zu erreichen und einzubinden, die nicht das Know-how und die Möglichkeiten

lauf verwendet, und sogar das in der Milch enthaltene Wasser wird in der Produktion zurückgewonnen und für Kühl- und Reinigungszwecke genutzt. Rund 235.000 m³ Wasser spart der Standort so jährlich ein. Das Werk betreibt auch eine eigene Wasser-aufbereitungsanlage – als einziger Betrieb im Industriegebiet von Sheikhpura.

Allerdings ist der Einfluss des Werks auf die Wassersituation in Pakistan begrenzt – auf alle drei Werke von Nestlé in Pakistan zusammen entfallen nur 0,001 Prozent der gesamten Frischwasserentnahmen in Pakistan. Der größte Hebel für eine Verbesserung der Situation liegt in den landwirtschaftlichen Lieferketten. Daher engagiert sich Nestlé gemeinsam mit Partnern auch dafür, den Wassereinsatz in der Landwirtschaft zu reduzieren. So unterstützt Nestlé gemeinsam mit dem Landwirtschaftsministerium die Einführung wassersparender Tröpfchenbewässerung und mit der Universität Lahore innovative Messsysteme für Wassermanagement – 400 Millionen Liter Wasser jährlich

wie Nestlé haben. Mit Nestlé verbinden den WWF in Pakistan gemeinsame Ziele – der Nestlé Pakistan Water Plan zahlt auf die Water Stewardship Initiative des WWF ein und unterstützt das gemeinsame Anliegen.“

Das Werk selbst ist Vorreiter in Bezug auf Wassermanagement: Wasser wird im Kreis-



sollen durch diese Maßnahmen bis 2019 eingespart werden.

Im Umfeld des Werks Sheikhpura unterstützt Nestlé Pakistan lokale Gemeinschaften beim Zugang zu Wasser: Sechs moderne Brunnen und Wasseraufbereitungsanlagen versorgen mehr als 60.000 Menschen mit sauberem Trinkwasser. Ergänzt wird dies durch Sensibilisierungs- und Schulungsmaßnahmen rund um Wasser und Hygiene für die lokale Bevölkerung.

Wasser Community Programm – aufwendig und mit Hindernissen

Auch in Bhati Dilwan, einem kleinen Dorf, das an das Werk angrenzt, hat Nestlé eine solche Anlage errichten lassen: Sie hat eine Kapazität von 2.500 Litern pro Tag und drei Entnahmestellen. Durch die verbesserte Trinkwasserversorgung ist die Zahl der was-



Sicheres Wasser für den lokalen Markt – in Sheikhpura werden Flaschen der Marke Pure Life von Nestlé Waters abgefüllt

serbedingten Krankheiten im Dorf um über 80 Prozent zurückgegangen.

Dabei verlief der Betrieb der Anlage nicht immer reibungslos: Zunächst hatte Nestlé eine Anlage errichten lassen und den laufenden Betrieb in die Hände der Dorfgemeinschaft gegeben.

Die war mit dem Betrieb der anspruchsvollen Anlage aber überfordert, sodass Nestlé zur Vermeidung von Problemen auch die regelmäßige Wartung übernommen hat. Die Filtertechnik stammt von einer deutschen Firma, GEH Wasserchemie, deren pakistanische Tochtergesellschaft auch den laufenden Betrieb überwacht.

Biodiversität



Tomatenfeld des Lieferanten CONESA in der Extremadura, Spanien

Engagement für Artenvielfalt

Der Erhalt von Biodiversität ist für Nestlé Deutschland ein zentrales Anliegen, da die Artenvielfalt eine wesentliche Grundlage für eine nachhaltige Landwirtschaft und Lebens-

mittelproduktion darstellt. Das Unternehmen fördert verschiedene Projekte in Spanien, Italien und Deutschland, sowohl in den Bereichen Gemüse als auch Weizen. Wesentliche Erkenntnisse aus der Projektarbeit sind in die „Responsible Sourcing Guidelines for

Vegetables“ eingeflossen. Die Erfahrungen dienen künftig als Grundlage für die Zusammenarbeit mit weiteren Lieferanten, die davon profitieren sollen.

Responsible Sourcing Guidelines for Vegetables

Die Guidelines wurden seit 2014 von der NGO Fundación Global Nature (FGN) im Auftrag von Maggi erarbeitet und beschäftigten sich zunächst mit der Optimierung des Tomatenanbaus. Im Laufe des Jahres 2015 arbeitete die FGN mit 50 Landwirten in der spanischen Extremadura zusammen, die 80 Felder mit einer Ausdehnung von rund 1.300 Hektar bewirtschaften. In der Zusammenarbeit wurden die aktuellen Umweltpraktiken beurteilt und Maßnahmen zur Verbesserung vorgeschlagen. Erstes Ergebnis war, dass die Umweltstandards bereits sehr gut waren und sich die Branche dem Umwelt-

schutz verpflichtet fühlt. Im weiteren Verlauf wählten die FGN und der Lieferant CONESA eine repräsentative Gruppe von Landwirten aus, die die gemeinsam ausgewählten neuen Umweltmaßnahmen umgesetzt und dokumentiert haben. Dazu gehören auch Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität. Die protokollierten Ergebnisse bildeten die Grundlage für das Handbuch. Ab 2018 sollen die Erkenntnisse mit allen Tomatenlieferanten und weiteren deutschen Gemüselieferanten sukzessive umgesetzt werden.

Zwei Initiativen zum Schutz der Artenvielfalt

Mit zwei Initiativen, die beide mit der FGN umgesetzt werden, unterstreicht Nestlé ihren Einsatz für mehr Artenvielfalt. In der Region Extremadura werden von Maggi seit 2016 nachhaltige Methoden im Tomatenanbau gefördert und gleichzeitig Maßnahmen umgesetzt, die der Artenvielfalt zugutekommen. Im italienischen Piacenza setzt sich Nestlé Wagner dafür ein, die natürliche Artenvielfalt zu unterstützen. Zu den geförderten Maßnahmen an beiden Standorten zählen beispielsweise Nisthilfen für Fledermäuse, weil diese als natürliche Feinde gegen Schädlinge wirken und so den Einsatz von Pestiziden verringern. Über das Pflanzen von Bäumen und Sträuchern wird Lebensraum für Insekten geschaffen. Außerdem spielen Bäume eine wichtige Rolle für die Wasserqualität,



Verbraucher besichtigen mit Nestlé Biodiversitätsprojekte der Marke Maggi in der Extremadura, Spanien

da sie den Abfluss von Düngemitteln in den jeweils angrenzenden Fluss verhindern.

EU-Life-Projekt

Das EU-Life-Projekt „Biodiversitätskriterien in Standards und Labels der Lebensmittelbranche“ wird unter anderem vom Global Nature Fund und der Bodensee-Stiftung durchgeführt und hat das Ziel, den Schutz der biologischen Vielfalt in der Landwirtschaft zu verbessern. Die EU-weite Initiative richtet sich an Standards und Labels für die Lebensmittelbranche sowie Unternehmen mit eigenen Anforderungen an Erzeuger und Lieferanten. Im Kontext des EU-Life-

Projektes hat sich Nestlé bereit erklärt, Erzeuger in ein Pilotprojekt einzubinden und mittelfristig die Anforderungen an den Schutz der Biodiversität für Lieferanten und Erzeuger zu verbessern. 2018 werden zwei Weizenlieferanten von Nestlé als Pilotbetriebe eingebunden. Zum Schutz der Biodiversität setzen Betriebe Maßnahmen aus einer Liste an Empfehlungen um, die im Rahmen des Projektes erarbeitet wurde. Die Maßnahmen werden dokumentiert und ihre Wirkung anhand von wenigen praktischen Kennzahlen und Indikatoren evaluiert. Durch die Anwendung eines sogenannten Biodiversity Performance Tools steht landwirtschaftlichen Betrieben ein Instrument zur Verfügung, das die Implementierung bestimmter Umweltmaßnahmen auf ihre Relevanz im gegebenen Kontext prüft und somit eine Entscheidungshilfe für den Landwirt darstellt. Ziel ist es, bis März 2019 abgestimmte Vorschläge zur Verbesserung des Schutzes der biologischen Vielfalt bei zwei Betrieben präsentieren zu können und letztlich die Nestlé Lieferanten und Erzeuger zu sensibilisieren und zu informieren.

Nestlé wird außerdem die im Projekt erarbeiteten Fortbildungsmodule für Produkt- und Qualitätsmanager nutzen. Weiterhin ist das Unternehmen interessiert am standardübergreifenden Monitoringsystem, das 2019 für Lebensmittelstandards und -unternehmen zur Verfügung stehen wird.



Das Ansiedeln von Fledermäusen durch Nistkästen hilft, den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln zu reduzieren

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN

	2015	2016	2017
Gesamtproduktionsvolumen (in Tonnen)	623.374	615.312	557.277
FÜR EINZELNE UND FAMILIEN			
Umsatzanteil der mittels des 60/40-Tests analysierten Produkte der Geschäftsbereiche <i>Herta, Maggi, Nestlé Kaffee</i> und <i>Schokoladen</i> sowie <i>Wagner</i> (in %)	42	41	38
Umsatzanteil der Kinderprodukte, welche die Nestlé Nutritional Foundation erreichen (in %)	97	96	96
Umsatzanteil der Produkte, welche die Nestlé Nutritional Foundation erreichen (in %)	65	68	71
GDA (in %)	90	100	100
Portion Guidance bei Kinder- und Familienprodukten	30	42	55
NES-Zugriffe in Mio.	3,4	4,2	4,7
FÜR UNSERE GEMEINSCHAFTEN			
Anteil von (nach 4C-Standard) verifiziertem Kaffee (in %) (bezogen auf Produktion im Kaffeewerk Mainz & Schwerin)	99	96	96 ¹
Anteil von zertifiziertem (UTZ Certified) Kakao aus dem <i>Cocoa Plan</i> am Kakaobedarf des Schokoladenwerks Hamburg (in %)	96	100	100
Anteil von zertifiziertem (RSPO, mind. Green Palm o. Mass Balance) Palmöl (in %)	100	100	100
Davon: Mass Balance, nach RSPO zertifiziertes Palmöl (in %)	1,4	0	0
Davon: segregiertes, nach RSPO zertifiziertes Palmöl (in %)	36,7	41	34,6
Davon: aus transparenten Lieferketten, verifiziert nach Nestlé Standard (in %)	61,9	59	65,4
Fisch: Anteil von zertifiziertem (MSC oder ASC) Fisch (in %) für <i>Wagner</i>	N.A. ²	26	31,8
Milch: Anteil von (nach Nestlé Standard) zertifizierter Milch (in %)	N.A. ²	N.A. ²	40
Gemüse: Anteil von (nach Nestlé Standard) zertifiziertem Gemüse für <i>Maggi</i> und <i>Wagner</i>	N.A. ²	N.A. ²	69
Totale Anzahl der (von Nestlé Deutschland)* auf die Einhaltung des Nestlé Supplier Code überprüften Lieferanten (SMETA oder EcoVadis, kumulierte Zahl der Lieferanten mit gültigem Audit)	N.A. ³	N.A. ³	270
... (in %) des lokalen Spend/Volumens	N.A. ³	N.A. ³	54%
Personalbestand (Gesamtzahl der Mitarbeiter)	10.284	10.419	10.247
Mitarbeiterfluktuation (in %)	3,1	3,5	3,8
Frauen in Führungspositionen (in %)	30,7	30,9	30,8
Nach OHSAS 18001 und CARE-Audits zertifizierte Standorte (in %) aller Produktionsstandorte und eigenen Distributionszentren	100	100	100
Anteil der Investitionen der Pensionskasse in nachhaltige Unternehmen (in %)	75	75	75
FÜR UNSEREN PLANETEN⁴			
Energie- und Ressourceneffizienz in der Produktion			
Wasser (Gesamtwasserentnahme in Mio. m ³)	2,7	2,6	2,6
Spezifischer Wasserverbrauch in m ³ pro Tonne Produkt	5,48	5,52	5,24
Veränderung des spezifischen Wasserverbrauchs kumuliert (in %)	-36,4%	-35,9%	-39,2%
Veränderung des spezifischen Wasserverbrauchs gegenüber Vorjahr (in %)	7,77%	0,75%	-5,11%
Eingesparte Wassermenge der Nestlé Werke gegenüber Vorjahr in m ³	110.823	76.270	36.782
Energie (Gesamtenergieaufwand in Terajoule)	2.493	2.436	2.320
Spezifischer Energieverbrauch in Gigajoule pro Tonne Produkt	4,00	3,96	4,16
Veränderung des spezifischen Energieverbrauchs kumuliert (in %)	-8,0%	-6,9%	-14,0%
Veränderung des spezifischen Energieverbrauchs gegenüber Vorjahr (in %)	-2,02%	1,24%	-7,67%
Anteil des Strombezugs aus erneuerbaren Quellen	17,8%	20,0%	41,1%
Treibhausgas (Klimaemissionen direkt in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	79.140	79.877	72.441
Klimaemissionen indirekt in Tonnen CO ₂ -Äquivalente	116.888	113.095	6.466
Spezifische Klimaemissionen in Tonnen CO ₂ -Äquivalente pro Tonne Produkt	0,4	0,4	0,2
Veränderung des CO ₂ -Ausstoßes (in %)	-5,4%	-3,8%	-58,9%
Veränderung des spezifischen CO ₂ -Ausstoßes gegenüber Vorjahr (in %)	-1,34%	1,77%	-57,28%
Logistik			
Spez. Klimaemissionen Lagerung (in Tonnen CO ₂ pro Tonne Produkt)	0,006	0,005	0,005
Spez. Klimaemissionen Logistik (in Tonnen CO ₂ pro Tonne Produkt)	0,046	0,045	0,046
Klimaschutz in der Produktion			
Energiebezogene CO ₂ -Emissionen direkt und indirekt	206.746	202.765	89.601
Abwasseraufbereitung und -einleitung			
Gesamte Abwassereinleitung in die Umwelt in tausend m ³	2.820	2.962	2.894

¹ Aufgrund von Liefer- und Qualitätsproblemen in einzelnen Lieferregionen konnte nicht der gesamte Kaffee nach 4C-Standard bezogen werden.

² Die Projekte/verantwortungsvolle Beschaffung für die genannten Rohstoffe wurden 2017 gestartet.

³ Nicht vergleichbar mit den Vorjahren. Seit 2017 bezieht sich die Kennzahl ausschließlich auf die Überprüfung lokaler Lieferanten durch Nestlé Deutschland, nicht auf Lieferanten mit Sitz im Ausland, die durch die jeweiligen Nestlé Gesellschaften auditiert werden.

⁴ Die Werte sind aufgrund von Veränderungen in Werksstruktur und Berichtsrahmen nur eingeschränkt mit den Vorjahren vergleichbar.

IMPRESSUM

Herausgeber

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

Verantwortlich

Nils Wettengel, Public Affairs
E-Mail: nils.wettengel@de.nestle.com
Telefon: 069 / 66 71 25 44

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

Fotografie

Titelbild: Stakeholderreise zum
AWS-zertifizierten Standort in
Sheikhupura, Pakistan

Kapitel „Für unsere Gemeinschaften“,
Seite 15, Bildrecht: Thomas Feldhaus,
privat

Alle anderen Bildrechte: Nestlé

Druck

Arvato Distribution 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.

© Juni 2018, Nestlé Gruppe
Deutschland AG, Public Affairs

Hinweis zur Berichtsform

Der vorliegende Bericht ergänzt die internationale Berichterstattung, welche nach den Leitlinien der internationalen Global Reporting Initiative (GRI) verfasst wurde.
Einsehbar unter: <https://www.nestle.com/csv/downloads>

Die Kennzahlen in diesem Bericht wurden soweit verfügbar in Anlehnung an die Leitlinien der internationalen Global Reporting Initiative GRI erhoben.
Weitere Details zu den Fortschritten der Nestlé Deutschland unter www.nestle.de/verantwortung