

NESTLÉ DEUTSCHLAND
BERICHT ZUR GEMEINSAMEN
WERTSCHÖPFUNG



Nestlé

Good Food, Good Life

2014

QUALITÄT NEHMEN WIR
PERSÖNLICH

- ERNÄHRUNG
- UMWELT
- GESELLSCHAFT
- SICHERHEIT

INHALT

2	Geleitwort des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats
5	Vorwort des Vorstandsvorsitzenden Nestlé Deutschland
6	Qualität bedeutet mehr Nestlé Deutschland engagiert sich mit einem ganzheitlichen Blick auf Qualität: Ernährung, Umwelt, Gesellschaft und Sicherheit
12	Dialog und Transparenz Dialog mit Verbrauchern und Zivilgesellschaft als Eckpfeiler des Qualitätsprogramms
19	Mitarbeiter Breite Aufstellung des Programms nach innen treibt Fortschritte voran
23	Verantwortungsvolle Beschaffung Große Fortschritte bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards wichtiger Rohstoffe und bei der Einbindung von Lieferanten
29	Ernährung Systematische Überarbeitung der Produkte für guten Geschmack bei verbesserten Nährwerten
33	Umwelt- und Ressourcenschutz Kontinuierliche Verbesserung: In Produktion, Logistik und bei Verpackungen weitere Umweltentlastungen erreicht
38	Produktsicherheit Prävention vom Acker bis auf den Teller
41	Ziele und Fortschritte im Qualitätsprogramm
48	GRI Content Index
53	Impressum

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN

Verantwortungsvolle Beschaffung	2012	2013	2014¹	GRI-Indikator²
Anteil von 4C-verifiziertem Kaffee (in %, bezogen auf Produktion im Kaffeewerk Mainz)	19	72	98	G4-FP2
Anteil von zertifiziertem (UTZ Certified) Kakao aus dem <i>Cocoa Plan</i> am Kakaobedarf des Chocoladenwerks Hamburg (in %)	45,6	66	100	G4-FP2
Anteil von zertifiziertem (RSPO, mind. Green Palm o. Mass Balance) Palmöl (in %)	100	100	100	G4-FP2
Davon: Segregiertes, nach RSPO zertifiziertes Palmöl (in %)	-	-	55	
Davon: Mass Balance, nach RSPO zertifiziertes Palmöl (in %)	0	25,9	3	
Davon: Aus transparenten Lieferketten, verifiziert nach Nestlé Standard (in %)	0	11	42	
Anzahl der auf die Einhaltung des Nestlé Supplier Code überprüften Lieferanten (SMETA oder EcoVadis, kumulierte Zahl der Lieferanten mit gültigem Audit)	130	242	483	
Umwelt				
PRODUKTION/WERKE				
Gesamtproduktionsvolumen (in Tonnen)	515.234	531.000	673.356	
ENERGIE				
Gesamtenergieaufwand (in Terajoule)	3.098	2.960	2.616	G4-EN3
Spezifischer Energieverbrauch (in Gigajoule pro Tonne Produkt)	6	5,6	3,9	G3-EN5
Senkung des spezifischen Energieverbrauchs (Baseline und Bezug 2005, kumuliert in %)	4,7	10,8	22,0	
Anteil des Wärmebedarfs der Werke, der durch Wärmerückgewinnung gedeckt wird (in %)	-	22	22,1	
EMISSIONEN				
Klimaemissionen direkt (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	104.400	100.120	81.690	G4-EN15
Klimaemissionen indirekt (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	131.000	120.000	122.185	G4-EN16
Spezifische Klimaemissionen (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente pro Tonne Produkt)	0,46	0,44	0,31	G4-EN18
Senkung des spezifischen CO ₂ e -Ausstoßes gegenüber Vorjahr (in %)	-	4,3	1,6	
WASSER				
Gesamtwasserentnahme (in Mio. m ³)	4,4	4,1	3,2	G4-EN8
Spezifischer Wasserverbrauch (in m ³ pro Tonne Produkt)	8,4	7,8	4,7	
Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs (Baseline und Bezug 2005, kumuliert in %)	32,1	37,5	52,3	
INVESTITIONEN				
Investitionen in den Umweltschutz (in Mio. Euro) (nur unmittelbar zurechenbare Projekte ohne Investitionen mit anteiligem Umweltaspekt)	17,6	7,2	6,8	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)	0	100	100	
LOGISTIK (EIGENE DISTRIBUTIONSZENTREN + EIGENLOGISTIK)				
Spezifische Klimaemissionen Lagerung (in Tonnen CO ₂ e pro Tonne Produkt)	0,024	0,023	0,008 ¹	G4-EN18
Spezifische Klimaemissionen Logistik (in Tonnen CO ₂ e pro Tonne Produkt)	0,078	0,079	0,052 ¹	G4-EN18
ERNÄHRUNG				
Umsatzanteil der mittels des 60/40-Tests analysierten Produkte der Geschäftsbereiche Herta, Maggi, Nestlé Schöller, Nestlé Kaffee und Schokoladen sowie Wagner (in %)	39	41	39	
Umsatzanteil der Kinderprodukte, welche die Nestlé Nutritional Foundation erreichen (in %)	60	87	93	G4-PR1
Umsatzanteil der Produkte, welche die Nestlé Nutritional Foundation erreichen (in %) ³	47	49	51	G4-PR1
Mitarbeiter				
Personalbestand (Gesamtzahl der Mitarbeiter)	12.735	12.791	12.504	
Mitarbeiterfluktuation	2,7	2,7	2,5	
Frauen in Führungspositionen (in %)	30	31	31,8	
Nach OHSAS 18001 und CARE-Audits zertifizierte Standorte (in % aller Produktionsstandorte und eigenen Distributionszentren)	100	100	100 ⁴	
Verletzungsrate (pro Mio. Arbeitsstunden, Gesamtbelegschaft)	1,9	3,9	5,0	G4-LA6
Anteil der Investitionen der Pensionskasse in nachhaltige Unternehmen (in %)	70	75	75	

¹ Aufgrund des erweiterten Berichtsrahmens 2014 für Werke und Logistikstandorte sind die Daten nicht direkt vergleichbar.

² 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.

³ Ausgenommen sind Tiernahrung, klinische Ernährung und Kosmetikprodukte.

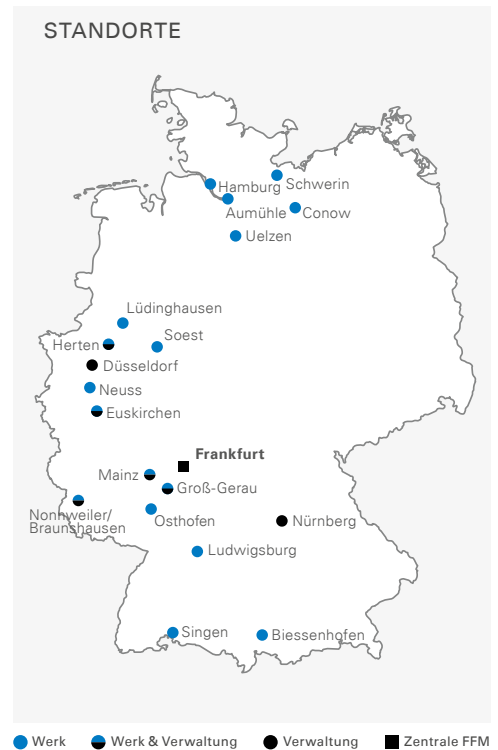
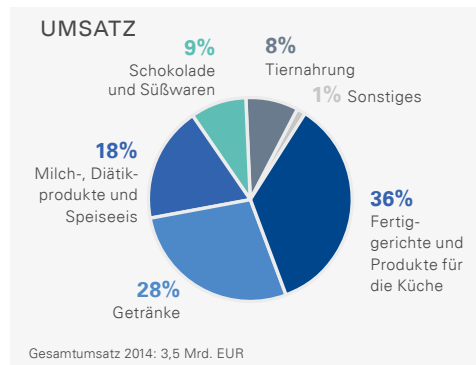
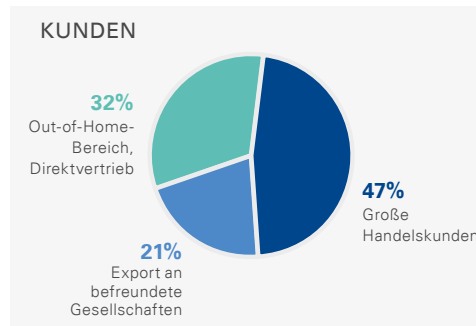
⁴ Die Zertifizierung des neuen Werkes Schwerin ist für 2015 terminiert.

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 Alete (Beikostprodukte) und des Werkes Weiding zum 1.1.2015; Verkauf der Marke Powerbar und des Werkes Voerde zum 1.10.2014; Verkauf Nestlé Waters Direct zum 1.12.2014 sowie Neuselters (Standort Löhnberg) zum 1.1.2015. Die Veränderungen werden in diesem Bericht rückwirkend zum 1.1.2014 berücksichtigt.

Veränderungen während des Berichtszeitraums:

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

Großinvestitionen 2014:

Inbetriebnahme Werk in Schwerin, Marke *Nescafé Dolce Gusto*
 Inbetriebnahme Werksneubau Herten, Marke *Herta*
 Inbetriebnahme neue Produktionslinie für Säuglingsmilchmahlung in Biessenhofen

Marken: 50 Marken und 7.110 verschiedene Produkte; Leitmarken: *Maggi, Thomy, Nescafé, KitKat, Smarties, Buitoni, Nespresso, Wagner, Vittel, Fürst Bismarck, Beba, Mövenpick (Speiseeis), Nestlé Schöller, Purina, Felix, Cini Minis*

Mitarbeiter: 12.504 Beschäftigte, davon: 350 leitende Angestellte und Topmanager, 413 Auszubildende, ca. 7.940 in gewerblich-technischen Funktionen und Angestellte der Produktionsstandorte

Produktion: 673.356 Tonnen

Standorte: 17 Werke: Aumühle, Biessenhofen, Conow, Euskirchen, Groß-Gerau, Hamburg, Herten, Lüdinghausen, Ludwigsburg, Mainz, Neuss, Nonnweiler, Osthofen, Schwerin, Singen, Soest, Uelzen

8 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.

100%

Kindereis und Pizza ohne künstliche Farbstoffe oder Aromen

71%

Produkte mit erfolgreichem Geschmackstest

130

Maggi Rezepturen für mehr Verständlichkeit überarbeitet

93%

Kinderprodukte erfüllen Nährwertvorgaben

33,3%

weniger CO₂ in der Produktion seit 2005

52,3%

weniger Wasser in der Produktion seit 2005

6,8 Mio. €

Investitionen in betrieblichen Umweltschutz

97%

des Palmöls nach strengen Standards zum Schutz von Wäldern

98%

Kaffee im Werk Mainz nach 4C-Standard

100%

Kakao für deutsche Süßwaren- und Speiseeisproduktion aus *Cocoa Plan* und UTZ-zertifiziert

241

Lieferantenaudits zur Einhaltung von Sozial- und Arbeitsstandards

1.046

junge Berufseinsteiger bei Nestlé

347

Produkte mit QR-Code

3.000

Etiketten überarbeitet nach neuer Lebensmittel-informationsverordnung

235

Qualitätsaudits bei Lieferanten

100%

der Werke zertifiziert nach ISO 9001, ISO 22000/FCCS 22000 und ISO 50001

Geleitwort des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats

Wir freuen uns, Ihnen diesen Bericht von Nestlé Deutschland präsentieren zu können, der unseren internationalen Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung 2014 ergänzt. Dieser evaluiert die Herausforderungen, die sich uns international stellen, und die echten Fortschritte, die wir in Bezug auf unsere gesellschaftlichen Verpflichtungen erzielt haben. Der Bericht verdeutlicht unsere feste Überzeugung, dass ein Unternehmen langfristig nur dann erfolgreich sein und Mehrwert für seine Aktionäre erzielen kann, wenn es auch Mehrwert für die Gesellschaft generiert. Unsere Verpflichtungen basieren auf unseren eigenen Überzeugungen, es geht nicht um Zweckdienlichkeit. Respekt für Menschen und andere Kulturen, für die Umwelt und die Zukunft unseres Planeten bildet die Basis der Gemeinsamen Wertschöpfung.

Diese Verpflichtungen sind nach außen wie innen gerichtet. Sie schaffen den Rahmen für unsere externe Kommunikation und dienen Führungskräften und Mitarbeitenden in allen Geschäftseinheiten, Zonen und Märkten als Leitfaden bei der gemeinsamen Umsetzung unserer spezifischen Ziele. Gleichzeitig beziehen sie die Sichtweisen unserer Anspruchsgruppen ein. Wir treffen uns regelmässig mit NGOs, Wissenschaftlern, multilateralen Organisationen, Regierungen und anderen Stellen, hören ihre Kritik und Anregungen an und lernen daraus. Dieser Dialog kommt unserer Arbeit zugute.

Geleitet werden wir auch von unseren Aktionären, die unsere gesellschaftlichen Verpflichtungen und deren geschäftlichen Nutzen kritisch hinterfragen. Unser Vorgehen hat einen guten Grund. Im Zentrum unserer Unternehmensstrategie steht das Ziel, das führende Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness zu sein. Dafür steht Nestlé als Unternehmen, denn die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen liegen uns am Herzen. Mit unserem Netzwerk aus Forschungszentren, dem Nestlé Institute of Health Sciences, Nestlé Health Science und dem neu gegründeten Unternehmen Nestlé Skin Health investieren wir in die Zukunft. Unsere Konsumenten fordern und die Gesellschaft benötigt ein fundiertes Verständnis von Ernährung und Zugang zu schmackhafteren, gesünderen Nahrungsmitteln und Getränken. Auch Wasser ist nicht nur zentral für eine gute Ernährung, sondern ein Menschenrecht und kritisch für die Ernährungssicherheit. Wir fördern aktiv gesundes Trinken in jedem Lebensalter und setzen alles daran, den Wasserverbrauch unserer Aktivitäten



Peter Brabeck-Letmathe, Präsident von Nestlé, auf dem CSV Forum 2014.



Paul Bulcke, Delegierter des Verwaltungsrats von Nestlé, im Food Safety Institute in Peking.

zu reduzieren. Daher möchten wir nach 2015 auch ein separates Entwicklungsziel zum Thema Wasser formulieren. Unsere neue Milchfabrik Cero Agua in Mexiko weist eine positive Wasserbilanz auf. Sie bringt beispielhaft unsere Verpflichtung zum Ausdruck, den Wasserverbrauch unserer Aktivitäten durch neue Technologien und Innovation zu senken. Wasser ist gleichermaßen eine geschäftliche Chance, eine operative Herausforderung und ein wichtiges gesellschaftliches Anliegen. Denn wie wir schon oft gesagt haben, wird uns das Wasser lange vor dem Öl ausgehen. Der Bereich ländliche Entwicklung, unsere Zusammenarbeit mit Bauern und unsere Richtlinien für verantwortungsbewusste Beschaffung unterstützen den Aufbau nachhaltiger Anbaugemeinschaften. Gleichzeitig helfen sie, die Frage der Konsumenten nach der Herkunft unserer Nahrung zu beantworten. Unsere Arbeit im Bereich ländliche Entwicklung sichert uns eine ausreichende Versorgung mit hochwertigen Rohstoffen für unsere wichtigsten Produktkategorien und macht die Landwirtschaft für zukünftige Generationen attraktiver.

Wir engagieren uns weiterhin aktiv für ökologische und soziale Nachhaltigkeit, eine unabdingbare Voraussetzung für den Betrieb unserer Fabriken und für das langfristige Wachstum und die Entwicklung der Gemeinschaften und Länder, in denen wir tätig sind. Unser Engagement zur Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit, die Initiative Nestlé Needs YOUth, trägt zur Förderung der Fertigkeiten und der Beschäftigungsfähigkeit von jungen Menschen in ganz Europa bei. Das Programm wird nun weltweit ausgedehnt. Gemeinsame Wertschöpfung ist die Art und Weise, wie wir Geschäfte tätigen und Teil unseres ganzheitlichen Managementansatzes. Wir erwarten von unseren Führungskräften und Mitarbeitern, dass sie geschäftliche Chancen mit gesellschaftlichen Ansprüchen verbinden. Dabei helfen uns interne Managementtools, etwa ein strategisches Portfoliotool, das uns die Beurteilung unserer Marken anhand von Finanz- und Nährwertzielen ermöglicht, und ein Investitionsprozess, der gesellschaftliche Indikatoren einbezieht. Dank unseres Rahmenprogramms für ländliche Entwicklung können wir die Bedürfnisse von Bauerneingemeinden, von Kakao-, Kaffee- und Milchbauern genau analysieren und unsere Anstrengungen und Investitionen besser bündeln. Die Herausforderung liegt für uns darin, eine einheitliche Methode zu ermitteln, um den geschäftlichen Nutzen der Gemeinsamen Wertschöpfung zu messen und nicht nur Aktivitäten, sondern

auch gesellschaftliche Auswirkungen zu beurteilen. Hieran werden wir 2015 weiter arbeiten.

Begleiten Sie uns auf unserem Weg der Gemeinsamen Wertschöpfung, der langfristigen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Erfolg eng verknüpft, so dass sich die Fortschritte gegenseitig befruchten. Drängende gesellschaftliche Probleme lassen sich so effektiver gemeinsam angehen. Dialog, Engagement und Partnerschaften sind gefordert, um Probleme wie die doppelte Last der Fehlernährung, Wasserknappheit, nachhaltigen Anbau, Klimawandel oder Menschenrechte zu bewältigen.

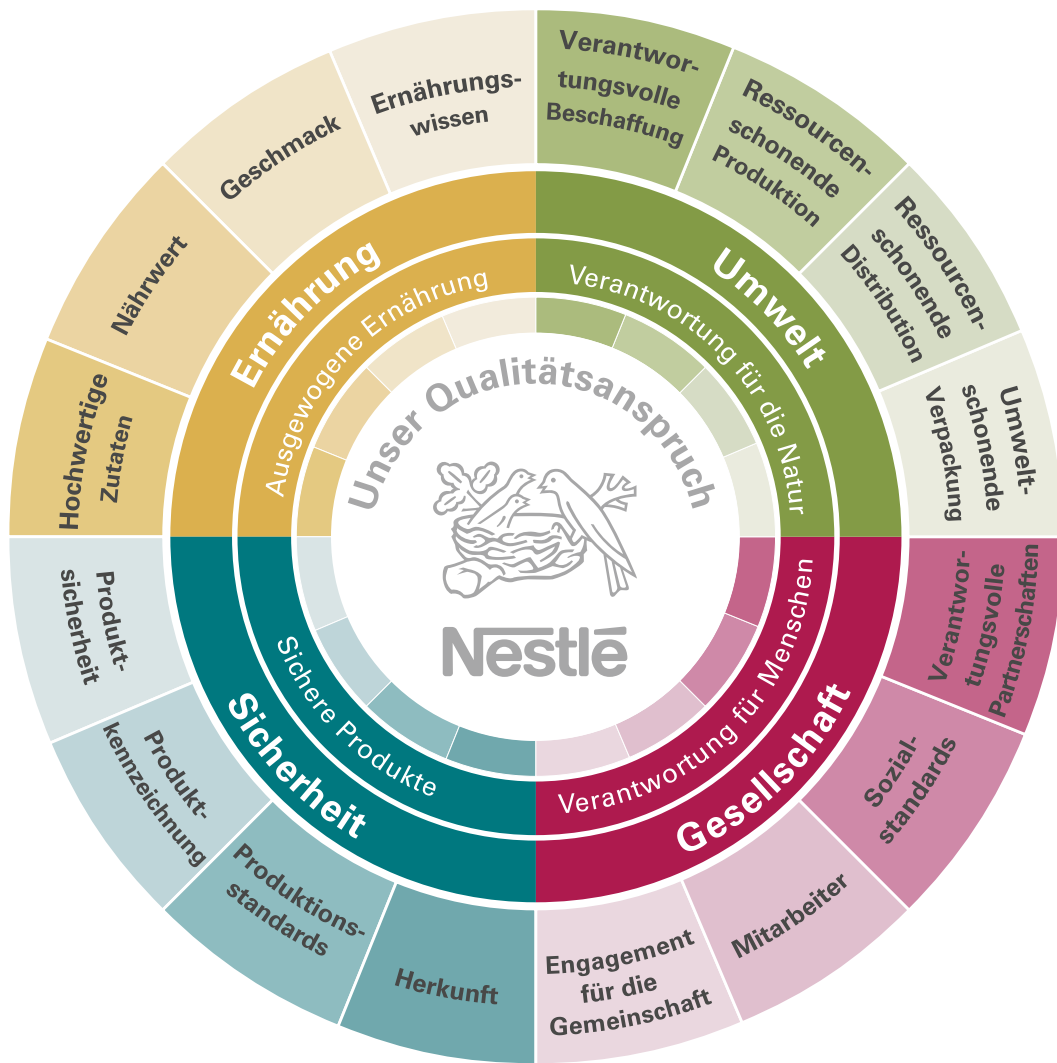
Dieses Jahr haben wir verschiedene neue Verpflichtungen eingeführt. Sie betreffen verantwortungsbewusstes Marketing an Kinder, Korruptionsbekämpfung und Schaffung interner und externer Beschwerdemechanismen. Mit unserem Bericht bekräftigen wir als Gründungsmitglied des UN Global Compact LEAD auch unsere Unterstützung dieser wichtigen Plattform für Führerschaft in unternehmerischer Nachhaltigkeit. Wir freuen uns auf Ihre Kommentare zu unseren Verpflichtungen und zu unserem internationalen Bericht.



PETER BRABECK-LETMATHE
PRÄSIDENT



PAUL BULKE
DELEGIERTER DES VERWALTUNGSRATS



Vorwort des Vorstandsvorsitzenden Nestlé Deutschland

„Qualität bedeutet mehr“ – unter diesem Leitmotiv hat Nestlé Deutschland im Jahr 2012 ein umfassendes Programm auf den Weg gebracht, das die Qualität unserer Produkte und Prozesse in den Mittelpunkt unseres Handelns stellt. Dabei legen wir ein ganzheitliches Qualitätsverständnis zugrunde, das auf den vier Dimensionen Ernährung, Umwelt, Gesellschaft und Sicherheit basiert. Mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln wollen wir einen Beitrag zur Lebensqualität der Verbraucher leisten. Dies ist die Grundlage dafür, dass wir als Unternehmen langfristig und profitabel wachsen und einen Gemeinsamen Mehrwert schaffen – für unsere Anteilseigner, die Verbraucher, unsere Partner und die Gemeinschaften, in denen wir arbeiten.

Wir beobachten, dass immer mehr Verbraucher in Deutschland ein Qualitätsverständnis entwickeln, das gesundheitliche Aspekte und die Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt noch stärker einbezieht. Gleichzeitig haben die steigende Nachfrage nach Lebensmitteln weltweit sowie klimatische und soziale Risiken einen Einfluss auf unsere Lieferketten. Deshalb sehen wir uns in der Verantwortung, unsere Arbeitsweise kontinuierlich zu hinterfragen und wo nötig zu verändern. Dafür arbeiten wir im engen Dialog mit unserem Experten- und NGO-Beirat und unserem Verbraucherbeirat, die unser Programm inhaltlich begleiten und Impulse für seine Weiterentwicklung geben. (GRI G4-18)

„Qualität bedeutet mehr“ bezieht alle Mitarbeiter, Werke, Produkte und Marken von Nestlé in Deutschland ein. Um der Komplexität dieser Aufgabe gerecht zu werden, haben wir ein Programmmanagement mit einem Netzwerk von Experten in allen Produkt- und Funktionsbereichen eingerichtet, das mir direkt berichtet.

2014 haben wir mit diesem Programm große Fortschritte gemacht: Wichtige Ziele konnten wir durch das Engagement der Mitarbeiter bereits vorzeitig erreichen – insbesondere bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards bei wichtigen Rohstoffen wie Kaffee, Kakao, Vanille oder Palmöl und bei der Überarbeitung von Produkten für Kinder. Gleichzeitig haben wir Investitionen in Werke, neue Produktionslinien und ressourcenschonende Prozesse zu einem erfolgreichen Abschluss gebracht.

Wir sehen trotz eines schwierigen Marktumfelds unsere Investitionen in die Verbesserung der Qualität belohnt. In fast allen Kategorien haben wir das Vertrauen weiterer Verbraucher in unsere Marken und Produkte gewonnen, was sich auch in den Marktanteilen positiv niederschlägt.



Ein wichtiger Meilenstein war für uns 2014 ein breiterer, offener Dialog mit den Verbrauchern. Wir haben zum 200. Geburtstag unseres Unternehmensgründers Henri Nestlé eine markenübergreifende Dialogkampagne gestartet. In dieser Kampagne haben wir über unsere Arbeit im Qualitätsprogramm informiert und Verbraucher zu Fragen und Diskussionen eingeladen. Aus diesem direkten Austausch haben wir viele interessante Rückmeldungen bekommen, die in unsere Arbeit einfließen.

Die bisherige Entwicklung bestätigt die Richtigkeit dieses Weges: Wir sehen eine zunehmende Anerkennung für unser Vorgehen auch bei kritischen Gruppierungen. Von Verbrauchern, Partnern und aus der Zivilgesellschaft haben wir viele positive Rückmeldungen erhalten, die uns ermutigen, 2015 den Dialog mit den Verbrauchern und der Zivilgesellschaft zu intensivieren. Dabei lassen wir vor allem unsere Mitarbeiter stärker zu Wort kommen, die in ihrer täglichen Arbeit für unsere Werte und die Qualität unserer Produkte stehen. Meine Mitarbeiter und ich freuen uns über Ihre Anmerkungen zu unserem Programm und zu diesem Bericht.

A handwritten signature in blue ink, reading "G. Berssenbügge". The signature is written in a cursive, flowing style.

GERHARD BERSSENBÜGGE
VORSTANDSVORSITZENDER DER NESTLÉ DEUTSCHLAND AG

Qualität bedeutet mehr

Nestlé Deutschland engagiert sich mit einem ganzheitlichen Blick auf Qualität: Ernährung, Umwelt, Gesellschaft und Sicherheit

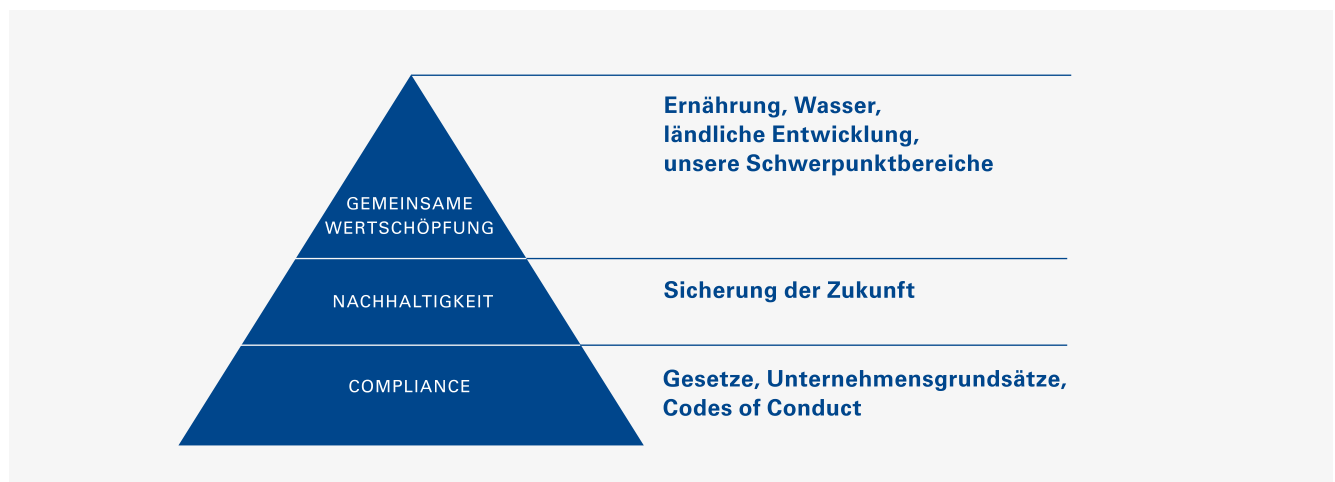
2012 startete Nestlé Deutschland ein umfassendes Qualitätsprogramm, mit dem das Unternehmen der veränderten Ernährungssituation und den Verbraucherbedürfnissen im deutschen Markt gerecht werden möchte. Dabei verfolgt Nestlé ein ganzheitliches Qualitätsverständnis, basierend auf den Dimensionen Ernährung, Umwelt, Gesellschaft und Sicherheit.

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 Verbraucher an die Qualität ihrer Lebensmittel. Nestlé legte die Erkenntnisse dieser Studien der strategischen Ausrichtung für den deutschen Markt zugrunde. Eine interne Analyse von Stärken und Verbesserungspotenzialen in Hinblick auf die Anforderungen der Verbraucher bildete die Grundlage für die Qualitätsinitiative. Aus Stakeholdergesprächen wurden Handlungsfelder und Ansätze für Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet. 2012 wurde das Programm gestartet, in weiteren Stakeholdergesprächen validiert und erste Maßnahmen umgesetzt. Über den Prozess und die Fortschritte im Jahr 2013 veröffentlichte Nestlé Deutschland einen ersten Bericht nach den Leitlinien GRI G4 (www.nestle.de/verantwortung). Mit der Maxime „Qualität gestalten – Fortschritte kommunizieren“ bekennt Nestlé sich zu einer offenen und transparenten Kommunikation von Fortschritten und Herausforderungen, unter Einbeziehung aller relevanten Anspruchsgruppen.

„Qualität bedeutet mehr“ verfolgt bewusst einen ganzheitlichen Ansatz, der Fragen der Lebensmittelsicherheit und zur Rolle der Nestlé Produkte in der Ernährung einbezieht. Der Gestaltungsanspruch von Nestlé bezieht dabei die vorgelagerten Wertschöpfungsketten mit ein, um Qualität der Rohstoffe und Versorgungssicherheit zu gewährleisten und Risiken vorzubeugen.

Das Leitbild der Gemeinsamen Wertschöpfung

Bei der besonderen Verantwortung für die Gesellschaft, die Nestlé als größter Nahrungsmittelkonzern der Welt und Marktführer in Deutschland trägt, folgt das Unternehmen dem Leitbild der Gemeinsamen Wertschöpfung (CSV – Creating Shared Value): Langfristiger Erfolg ist nur möglich, wenn die Tätigkeit des Unternehmens einen gemeinsamen Mehrwert für die Gesellschaft schafft. Ein hoher dauerhafter Mehrwert beginnt für Nestlé mit Produkten und Dienstleistungen, die Ernährung, Gesundheit und Wellness fördern. Das Prinzip der Gemeinsamen Wertschöpfung ist damit zur Antriebsfeder des Handelns von Nestlé geworden. Dieses Prinzip leitet auch das Qualitätsprogramm in Deutschland. In seiner Wertschöpfungskette hat Nestlé drei Bereiche identifiziert, in denen das Potenzial für eine Gemeinsame Wertschöpfung am größten ist: Ernährung, Wasser und ländliche Entwicklung.



Gemeinsame Wertschöpfung erfordert die Einhaltung höchster Standards der Geschäftspraxis – darunter internationale Standards und Vorschriften, ebenso wie den unternehmenseigenen „Code of Business Conduct“, die Unternehmensgrundsätze und die Management- und Führungsprinzipien. Ebenso ist sozial verantwortliches und ökologisch nachhaltiges Handeln Voraussetzung dafür, dass ein langfristiger Mehrwert aus den Aktivitäten des Unternehmens entstehen kann (siehe auch www.nestle.de/verantwortung).

Das Qualitätsprogramm von Nestlé Deutschland

Die Umsetzung und Weiterentwicklung des Programms (interne Bezeichnung „Q⁴“, Qualität in vier Dimensionen) unter Leitung des Vorstandsvorsitzenden der Nestlé Deutschland AG Gerhard Berssenbrügge bezieht alle Ebenen des Unternehmens ein (siehe Nestlé in Deutschland im Überblick).

- Die Programmmanagerin berichtet an den Vorstandsvorsitzenden. (GRI G4-22)
- 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 die Arbeit des Programms nach innen und außen. Zum Kernteam gehören Mitarbeiter der Funktionsbereiche Kommunikation (intern/extern), Public Affairs (Stakeholderbeziehungen) und Marketing (Verbraucherkommunikation, Dialogplattformen).
- Ein Netzwerk von 31 „Q⁴Champions“ als Koordinatoren in den Geschäftsbereichen und zentralen Funktionen (Einkauf, Umweltmanagement, Logistik, Verpackungstechnik u. a.) setzt das Programm operativ um (siehe Seite 19).
- Alle Geschäftsbereiche und zentralen Funktionen haben spezifische Qualitätsziele vereinbart, die für die Geschäftsleitungsebene und die Programmverantwortlichen mit persönlichen, meist bonusrelevanten Zielen unterlegt sind.

Das Qualitätsprogramm umfasst alle 26 Produktbereiche von Nestlé in Deutschland, einschließlich aller deutschen Produktionsstandorte und deren Lieferketten. Für alle Produktbereiche gel-

ten sowohl übergreifende als auch kategorie-spezifische Ziele und Maßnahmen. Rund 700 Einzelziele sind mit Maßnahmenplänen hinterlegt. Dabei setzt das Programm Ziele für die Jahre bis 2015 und bis 2020. „Qualität bedeutet mehr“ baut auf internationalen Verpflichtungen, Standards und Initiativen von Nestlé auf und verbindet sie zu einem kohärenten Programm, das auf die Verbraucher in Deutschland und ihre Bedürfnisse und Ansprüche ausgerichtet ist.

Das Qualitätsprogramm ist die Grundlage für diesen Bericht, der für alle deutschen Standorte gilt. Hinsichtlich der Mitarbeiter bezieht sich der Bericht insbesondere auf die Aspekte Vielfalt und Chancengleichheit sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz; hinsichtlich der Umweltleistungen werden insbesondere die Aspekte Materialien, Energie, Wasser, Emissionen und Investitionen betrachtet.

Der Bericht bearbeitet ferner die Aspekte Kundengesundheit und -sicherheit, Marketing und Kennzeichnung aller in Deutschland verkauften Nestlé Produkte. Über die Lieferanten von Nestlé Deutschland wird bezüglich der Aspekte Bewertung der ökologischen, gesellschaftlichen, arbeits- und menschenrechtsbezogenen Auswirkungen berichtet. (GRI G4-19, G4-20, G4-21)

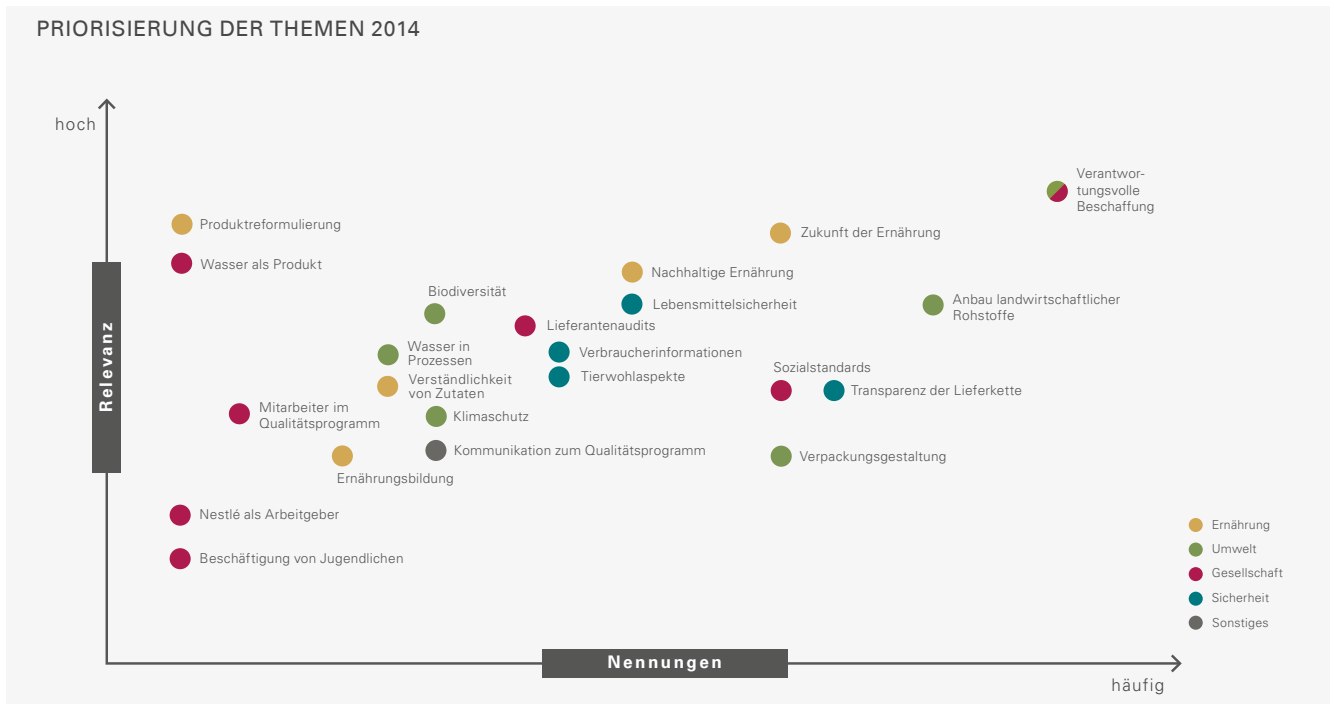
Die Konzeption und Weiterentwicklung des Qualitätsprogramms von Nestlé Deutschland orientiert sich an den Bedürfnissen von Millionen Verbrauchern. (GRI G4-18, G4-25) Umfangreiche Marktforschung wie die Nestlé Studien „So is(s)t Deutschland“ der Jahre 2009 und 2011 zu Verbraucherbedürfnissen und -einstellungen oder die Studie „So is(s)t Qualität“ im Jahr 2012 fließen in die Konzeption des Qualitätsprogramms ein. (GRI G4-24)

Zudem hat das Unternehmen bei der Aufstellung und Weiterentwicklung des Programms externe Stakeholder eingebunden. Dazu gründete Nestlé einen Experten- und NGO-Beirat und einen Verbraucherbeirat und organisiert seit 2012 einen jährlichen Stakeholderworkshop. Bilaterale Gespräche ergänzen den Stakeholderdialog. (GRI G4-24, G4-26)

»Mit dem Programm ›Qualität bedeutet mehr‹ lagen wir 2014 gut auf Kurs. Alle Unternehmensbereiche haben beachtliche Fortschritte erreicht, manche sogar mehr, als wir für dieses Jahr geplant hatten.«

JOLANDA SCHWIRTZ,
Q⁴ PROGRAMMMANAGERIN
NESTLÉ DEUTSCHLAND

PRIORISIERUNG DER THEMEN 2014



Die Häufigkeit der Bewertungen ist insofern nicht repräsentativ, weil zu bestimmten Themenfeldern wie etwa zu Einkaufsprozessen und Rohstoffen eine größere Anzahl von Stakeholdern eingebunden wurde; damit sollte auch den unterschiedlichen Fragestellungen bei verschiedenen Rohstoffen und Programmen Rechnung getragen werden. Die Bewertung hinsichtlich der Relevanz erfolgte auf einer Skala von eins (weniger wichtig) bis fünf (sehr wichtig); trotz geringfügiger Inkonsistenzen in den Antworten wird dies als Tendenz als hinreichend aussagekräftig interpretiert und geht entsprechend in die Weiterentwicklung des Qualitätsprogramms ein. (GRI G4-18, G4-26)

Schwerpunkte des Berichts

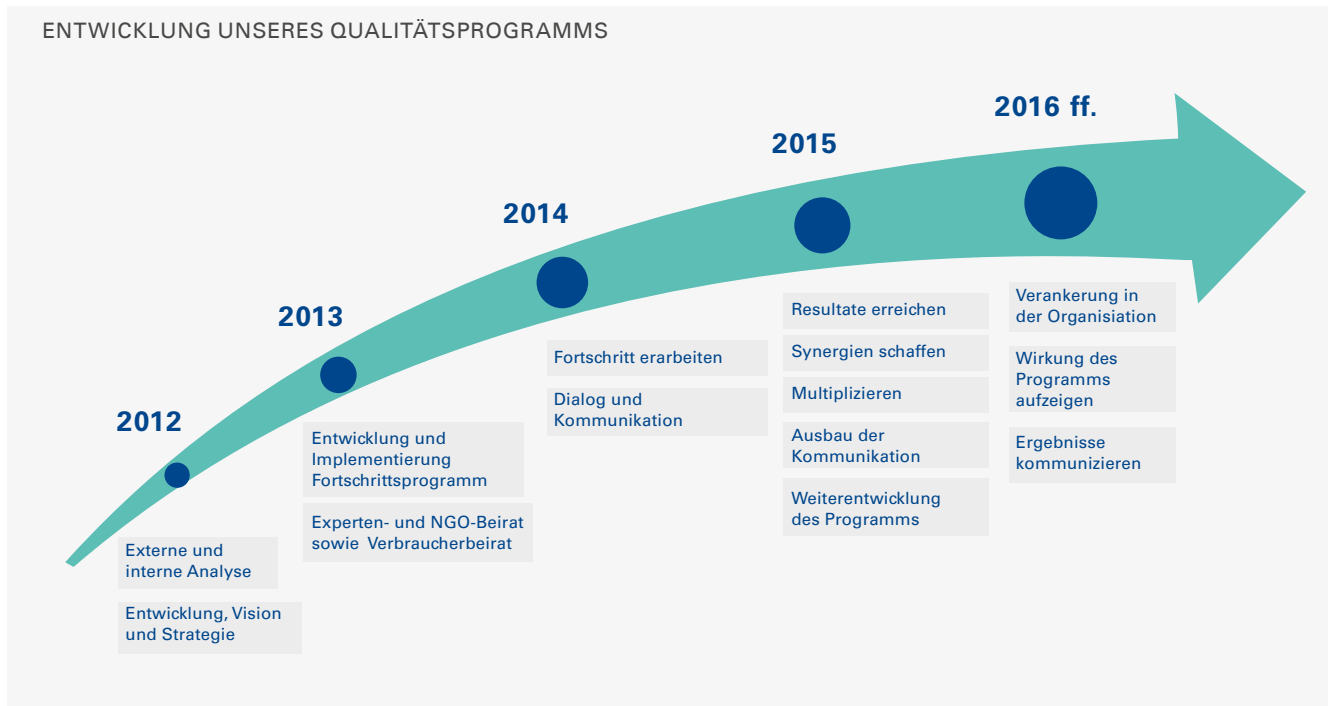
Bei der Bewertung und Priorisierung von Maßnahmen bindet Nestlé neben dem Experten- und NGO-Beirat weitere Vertreter der Zivilgesellschaft ein. (GRI G4-24) Die wichtigste Plattform hierfür ist der jährliche Stakeholderworkshop, der im Oktober 2014 in Frankfurt stattfand. Im Vorfeld des Workshops bat Nestlé Deutschland die eingeladenen Organisationen, die von den internen Q⁴ Champions vorgeschlagenen Themen und Handlungsfelder im Rahmen des Qualitätsprogramms in Hinblick auf deren Relevanz für Nestlé Deutschland zu bewerten. Zudem sollten sie weitere Themen benennen, die von Nestlé aufgenommen werden sollten. (GRI G4-18, G4-26) Einbezogen wurden Vertreter von 130 Organisationen mit Berührungspunkten zu Handlungsfeldern des Programms – darunter auch Branchenverbände, standardgebende Organisationen und NGOs aus den Bereichen Umwelt und Ernährung. (GRI G4-25) Diese Rückmeldungen wurden bei den Inhalten des Workshops und den Themenschwerpunkten in diesem Bericht zugrundegelegt:

- Die Stakeholder bestätigten die herausragende Bedeutung der Gestaltung der Lieferketten und der landwirtschaftlichen Rohstoffe, die entsprechend im Workshop und in diesem Bericht mit Priorität aufgenommen wurden.
- Eine durchschnittliche bis hohe Bedeutung wiesen sie verschiedenen ernährungsbezogenen Handlungsfeldern zu, wie der Reformulierung von Produkten und der Ernährungsbildung.

Arbeitsgruppen im Workshop vertieften diese beiden Themen (siehe auch Kapitel Ernährung, Seite 29 ff.).

- Klassische Umweltthemen wurden als durchschnittlich relevant eingeordnet (siehe Kapitel Umwelt, Seite 33 ff.).
- Neu aufgenommene Handlungsfelder waren Biodiversität und Tierwohl, die als relevant bewertet und entsprechend im Workshop behandelt wurden. Diese Themen wurden ferner bereits 2014 durch Gespräche mit spezialisierten Nichtregierungsorganisationen und durch Fachworkshops begleitet (siehe Funktion, Mitglieder und Ergebnisse der Gremienarbeit im Jahr 2014 auf Seite 17). (GRI G4-18, G4-27)
- Das Thema „Wasser als Produkt“ wurde vor dem Hintergrund aktueller Kontroversen zwar von vielen Stakeholdern als wichtig eingestuft, aber nur einzelne Teilnehmer wählten dieses als Arbeitsthema für den Workshop aus. Daher wird dieses Thema separat weiterverfolgt (siehe Kapitel Dialog und Transparenz).
- „Verbraucherinformation und Kommunikation zum Programm“ wurde von zahlreichen Teilnehmern als wichtig bewertet und entsprechend im Workshop behandelt.
- Neben den konkreten Handlungsfeldern fragte Nestlé neue Themen ab, die mittel- bis langfristig in das Programm einfließen sollen. „Die Zukunft der Ernährung“ und „nachhaltige Ernährung“ bewerteten die Stakeholder als sehr relevant. Beide Themen werden im Experten- und NGO-Beirat vertieft. (GRI G4-27)

ENTWICKLUNG UNSERES QUALITÄTSPROGRAMMS



Ausblick und Schwerpunkte 2015

Nachdem das Programm „Qualität bedeutet mehr“ über zwei Jahre hinweg aufgebaut und 2014 wichtige Fortschritte erreicht wurden, ist ein Arbeitsschwerpunkt 2015 die Weiterentwicklung des Programms. Nestlé Deutschland wird hierfür mit den Beiräten Anpassungen des Programms und neue Maßnahmen für den Zeitraum nach 2016 entwickeln. Gleichzeitig wird gemeinsam mit dem Experten- und NGO-Beirat die Wirkung des Programms und der umgesetzten Maßnahmen als ein Arbeitsschwerpunkt verfolgt.

Für 2015 sind folgende Schwerpunkte geplant:

- Nestlé wird den Dialog mit den Verbrauchern weiter ausbauen. Dabei kommen die Mitarbeiter im Qualitätsprogramm als Multiplikatoren im Internet noch stärker zu Wort.
- Angelaufene Maßnahmen für die eigenen Prozesse und Lieferketten werden konsequent umgesetzt und auf weitere Materialien und Lieferanten ausgeweitet.
- Informationen zu Fortschritten werden noch stärker in die Markenkommunikation integriert.
- Der QR-Code als Informationsinstrument wird weiter ausgerollt und inhaltlich ausgebaut.
- Bei der weiteren Umsetzung des Programms möchte das Unternehmen vermehrt Synergien zwischen den Produktbereichen schaffen und Maßnahmen aus Pilotprojekten für weitere Produkte und Produktkategorien multiplizieren.
- Zum Handlungsfeld Tierwohl wird der Maßnahmenplan erstellt und die Umsetzung eingeleitet. Das Thema Biodiversität wird im Experten- und NGO-Beirat vertieft; konkrete Maßnahmen werden geprüft und in Projekte integriert.
- Die Berichterstattung über das Programm wird fortgeführt. Insgesamt gestaltet Nestlé die Informationspolitik noch aktiver und möchte breitere Stakeholderkreise ansprechen, um über das Programm und seine Fortschritte zu informieren und Impulse für die Weiterentwicklung zu erhalten.
- Gleichzeitig soll das Programm stärker in die Lebensmittelbranche hineingetragen werden, auch um den Stellenwert von Qualität in der Branche gemeinsam voranzubringen und Standards weiterzuentwickeln.

Wichtige Fortschritte 2014



Fortschritte 2014: Rückmeldungen der Teilnehmer des Nestlé Stakeholderworkshops in Frankfurt.

ERNÄHRUNG

Hochwertige Zutaten

- Alle Speiseeisprodukte für Kinder, alle *Wagner* Pizzen und fast alle Kuchen von *Erlenbacher* (99,9% des Umsatzes) sind ohne künstliche Farbstoffe oder künstliche Aromen.
- 130 *Maggi* Rezepturen wurden auf Verständlichkeit und Länge der Zutatenliste überarbeitet.

Nährwerte

- 93% der Kinderprodukte erfüllten die Nährwertvorgaben des Nestlé Nutritional Profiling Systems. Alle Süßigkeiten und Eis für Kinder haben maximal 170 Kalorien pro Portion.
- Der Salzgehalt bei Produkten der Marken *Maggi* und *Wagner* wurde deutlich reduziert.

Geschmack

- 71% der Produkte überzeugten im Geschmackstest: Produkte, die 39% des Umsatzes ausmachen, wurden einem Verbraucherstest unterzogen.

Ernährungswissen

- Es gab 164.000 Anfragen und Antworten im Verbraucherservice von Nestlé.

- 3,7 Millionen Verbraucher besuchten die Internetplattform Nestlé Ernährungsstudio.

UMWELT

Verantwortungsvolle Beschaffung

- 42% des deutschen Palmöleinkaufs stammen aus transparenten Lieferketten nach den Vorgaben der strengen Nestlé Richtlinien zum Schutz von Wäldern. Weitere 55% sind „RSPO segregated“-zertifiziert.
- Im Tomatenanbau startete Nestlé ein Pilotprojekt mit einem Hauptlieferanten in Spanien, um die Anbaubedingungen, die Biodiversität und andere Aspekte zu verbessern.

Ressourcenschonende Produktion

- Nestlé hat den Verbrauch von Wasser in den Werken um 5,8% und den Energiebedarf um 4,5% gesenkt. Erreicht wurde dies durch 120 einzelne Projekte in den Werken.
- Kumuliert seit 2005 hat Nestlé den Energieverbrauch um 22%, den CO₂-Ausstoß um 33,3% und den Wasserverbrauch um 52,3% reduziert.
- 6,8 Millionen Euro investierte Nestlé Deutschland in Prävention im Umweltschutz und zur Steigerung der Umwelteffizienz.

- Alle Produktionsstandorte sind gemäß DIN EN ISO 14001 und DIN EN ISO 50001 zertifiziert.
- Das neue Kaffeekapselwerk in Schwerin wurde nach dem LEED-Standard für umweltfreundliches Bauen errichtet.

Ressourcenschonende Distribution

- Mehr Bahntransporte reduzierten den CO₂-Ausstoß um 682 Tonnen.
- Kürzere Lieferwege durch das neue Schweriner Werk reduzieren den CO₂-Ausstoß um 336 Tonnen.

Umweltschonende Verpackung

- 88% der Verpackungen sind effektiv für ein werkstoffliches Recycling geeignet.
- 114,6 Tonnen Kunststoff- und Verbundverpackungen und 131 Tonnen Papier und Karton wurden durch eine gezielte Überarbeitung von Verpackungen eingespart.
- 26 Projekte zur Verbesserung der Umwelteigenschaften von Verpackungen wurden umgesetzt.

GESELLSCHAFT

Verantwortungsvolle Partnerschaften

- Der Experten- und NGO-Beirat begleitet das Qualitätsprogramm und gibt Impulse für die Weiterentwicklung.
- In der Supply Chain Initiative engagiert sich Nestlé für Compliance und fairen Umgang in der Lieferkette. Hierfür wurden mehr als 2.100 Mitarbeiter geschult.
- Im Forum Nachhaltiger Kakao engagiert sich Nestlé mit Partnern aus Industrie, Handel und Zivilgesellschaft für bessere Bedingungen im Kakaoanbau.

Sozialstandards

- 98% des Kaffees im *Nescafé* Werk Mainz erfüllen den 4C-Standard.
- Der komplette Kakao für die Süßwarenproduktion im Hamburger Chocoladenwerk sowie für das Speiseeiswerk Uelzen stammt aus dem *Nestlé Cocoa Plan* und ist von UTZ zertifiziert.
- Als Mitglied der Fair Labor Association engagiert sich Nestlé für die Beseitigung von Kinderarbeit in den Lieferketten, vor allem für Kakao und Haselnüsse.
- Vanille für Speiseeis und Süßwaren stammt seit Mai 2014 vollständig aus kontrolliertem Vertragsanbau in Madagaskar.
- Alle Standorte sind bzw. werden nach OHSAS 18001 zertifiziert.
- Nestlé unterstützt den AIM Progress-Prozess und lässt Lieferanten nach dem SMETA-Standard auf die Einhaltung von Arbeits- und Sozialstandards auditieren. 241 Audits wurden für den deutschen Markt durchgeführt.

Mitarbeiter

- 31,8% der Führungspositionen waren 2014 mit Frauen besetzt, unterstützt durch Mentoring-Programme und Förderung von weiblichen Führungskräften auch in Teilzeitbeschäftigung.
- 450 Arbeitsplätze entstehen im neuen *Nescafé Dolce Gusto* Werk in Schwerin.
- 1.046 junge Menschen unter 30 bekamen einen Berufseinstieg bei Nestlé.

Engagement für die Gemeinschaft

- Mit der Alliance for YOUth engagieren sich Nestlé und 150 Partner für die Beschäftigungschancen junger Menschen. Fünf Auszubildende aus Spanien machen eine Ausbildung bei Nestlé Deutschland.

SICHERHEIT

Herkunft

- Die Transparenz der Lieferketten für wichtige Rohstoffe wurde weiter ausgebaut.
- Bei Kaffee und Kakao ermöglichen 4C-Standard und UTZ-Zertifizierung Transparenz bis in die Anbauregion/zur Kooperative.
- Bei Vanille ermöglichen kontrollierter Vertragsanbau und ECO-CERT-Zertifizierung Transparenz bis zur Plantage.
- Bei Soja als Rohstoff (Tiernahrung) ist die Lieferkette transparent bis zur Mühle und GMO-frei (identity preserved).
- Bei Frischfleisch als Zutat wird der QS-Standard angewendet.

Produktionsstandards

- Alle Werke und Distributionszentren arbeiten nach den Standards für Qualitätsmanagement ISO 9001 und ISO 22000 / FCCS 22000.
- In allen Werken werden eigene Qualitätsaudits durchgeführt.

Produktkennzeichnung

- Die Etiketten von über 3.000 Produkten wurden nach den Anforderungen der Lebensmittelinformationsverordnung überarbeitet.
- 347 Produkte tragen einen QR-Code, der zu weiterführenden Informationen über das Produkt, Nährwerte und Herstellung führt.

Produktsicherheit

- Bei 235 Lieferanten des deutschen Marktes wurden Qualitätsaudits durchgeführt.

Dialog und Transparenz

Dialog mit Verbrauchern und Zivilgesellschaft als Eckpfeiler des Qualitätsprogramms

Der offene Dialog auch mit kritischen Organisationen und die Ausrichtung auf die Wünsche und Bedürfnisse der Verbraucher sind zentrale Säulen des Qualitätsprogramms von Nestlé Deutschland. Neben der Arbeit im Experten- und NGO-Beirat sowie im Verbraucherbeirat bildete der Aufbau des Dialogs mit den Verbrauchern einen wichtigen Schwerpunkt. (GRI G4-25)

So hat Nestlé Deutschland 2014 in der externen Kommunikation den Schritt in eine aktivere Kommunikation mit den Verbrauchern gewagt. Mit einer breit angelegten Dachmarkenkommunikation sollte die Verbindung zwischen Qualitätsprogramm und dem Unternehmensgründer Heinrich (Henri) Nestlé hergestellt werden.



Spots mit Henri Nestlé und Informationen der Marken warben für den Dialog auf www.nestle-marktplatz.de. Die Marke *Nescafé* informierte in ihrem Spot zum *Nescafé Plan*.

Verbraucherdialog im Namen von Henri Nestlé

Der 200. Geburtstag des als Heinrich Nestlé in Frankfurt geborenen Unternehmensgründers bildete den Anlass und Kern der Dachmarkenkampagne. Dabei wurden die Geschichte und Werte von Henri Nestlé mit den heutigen Qualitätszielen und Aktivitäten des Unternehmens und der Marken verknüpft.

Kampagne als Einladung zum Dialog

Firmengründer Henri Nestlé war geleitet von einem hohen Qualitätsanspruch, Innovationskraft, einem unermüdlichen Erfindergeist und Verantwortung gegenüber der Gesellschaft. Diese Werte spiegeln sich auch in seiner Erfindung des „Kindermehls“ wider, das den Grundstein für das heutige Unternehmen Nestlé legte. Dies griff Nestlé Deutschland 2014 mit einer Serie von TV-Spots auf, in denen die Person Henri Nestlé und seine Erfindung jeweils mit aktuellen Handlungsfeldern einer Marke verbunden wurden. Die Marken-Spots thematisierten je nach Produktbereich unterschiedliche Handlungsfelder aus dem Qualitätsprogramm. Die Themen reichten von der Auswahl von Zutaten und der Überarbeitung von Rezepturen bis zur Gestaltung nachhaltiger Lieferketten und zu heutigen Anforderungen an die frühkindliche Ernährung.

Diese im Fernsehen, Internet und über Newsletter verbreiteten Spots sollten die Zuschauer vor allem auf den Nestlé Marktplatz (www.nestle-marktplatz.de) leiten. Dort wurden die Themen aus den Spots in Berichten und Interviews mit Mitarbeitern vertieft. Auf einer eigens eingerichteten Dialogplattform auf dem Marktplatz kamen die Verbraucher selber zu Wort und fanden Raum für ihre Anliegen, Fragen, aber ebenso Kritik. Dabei wurde bewusst in Kauf genommen und angestrebt, dass auch kontroverse Themen angesprochen werden, die Teil der öffentlichen Diskussion zur Lebensmittelbranche und über Nestlé sind. Vor allem die Möglichkeit, falsche Informationen richtigzustellen und Hintergründe und Standpunkte von Nestlé zu erläutern wurde dabei als Chance gesehen.

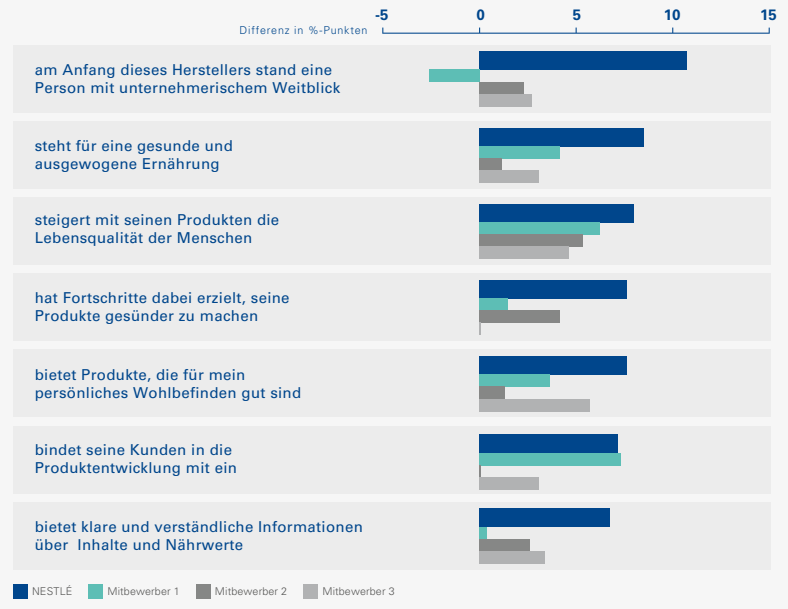
Differenzierte Wahrnehmung erreicht

Insgesamt erreichte die Fernsehkampagne 47 Millionen Menschen. Der Nestlé Marktplatz registrierte 2014 insgesamt 2,6 Millionen Visits, 63% mehr als im Vorjahr. Während der Kampagne zum Qualitätsprogramm besuchten 760.000 Verbraucher nestle-marktplatz.de, davon 175.150 den Themenbereich Qualität. 810 Verbraucher führten einen Dialog mit Nestlé. Häufig suchten sie Informationen, welche Produkte sie bei bestimmten Allergien, Unverträglichkeiten oder Überzeugungen unbedenklich konsumieren können. Andere stellten kritische Fragen zu Nachhaltigkeitsaspekten oder reklamierten Probleme mit von ihnen erworbenen Produkten. Grundsätzlich wurden alle Fragen beantwortet. Verbraucher hatten auch die Möglichkeit, die Antworten zu bewerten; diese Form der Rückmeldung wurde als Indikator für die Relevanz und Qualität der Antworten ebenso verfolgt wie die Resonanz auf die Fragen selber. Darüber hinaus ergab die Marktforschung, dass die Kommunikationsmaßnahmen 2014 wirkten. Im Zuge der Dialogkampagne wurden die genutzten Marktforschungstools angepasst. Die Wirkung der Kampagne wurde neben der Auswertung der Dialoge selbst durch eine regelmäßige Stichprobenbefragung (Brand Health Tracking) verfolgt. Die Menschen nahmen demnach wahr, dass Nestlé in den Bereichen Ernährung, Umwelt und Soziales aktiv geworden ist und Verbesserungen herbeigeführt hat. Insofern hat die Dialogkampagne zu einer differenzierten Wahrnehmung von Nestlé beigetragen, auch im Vergleich zu Wettbewerbern.

Fortsetzung des Dialogs im Jahr 2015

Besonders häufig thematisierten Verbraucher auf dem Nestlé Marktplatz Ernährungsfragen. Seltenere betraf der Dialog Rohstoffe, Umwelt oder weitere Themen, die keinen unmittelbaren Bezug zur Alltagswelt der Verbraucher haben. 2015 konzentriert Nestlé daher die Kommunikation auf Themen mit persönlichem Bezug zu den Menschen, vor allem auf die Ernährung. Dieser Ansatz wurde auch vom Verbraucherbeirat gewünscht. Unter dem Motto „Walk the talk“ wird das Unternehmen ganzjährig in Online-Medien zeigen, wie die Mitarbeiter in ihrem Arbeitsbereich den Anspruch des Unternehmensgründers umsetzen.

DIFFERENZIERTERE WAHRNEHMUNG VON NESTLÉ SEIT KAMPAGNENSTART



Basis: Eigene Marktforschung „Brand Health Tracking“, basierend auf einer repräsentativen Umfrage mit 400 Teilnehmern als Nullmessung vor Start der Verbraucherkampagne und 600 Teilnehmern während und nach der Ausstrahlung.

EINSCHÄTZUNG VON NACHHALTIGKEITSTHEMEN DURCH VERBRAUCHER (GRI G4-27)

NESTLÉ...	
kümmert sich um Umweltschutz vom Rohstoff bis zum Endprodukt:	ca. 30%
stellt sicher, dass seine Produkte hohe Standards bei der Produktsicherheit erfüllen:	ca. 65%
verlangt von seinen Lieferanten und Partnern die Einhaltung strikter Sozialstandards (z. B. keine Kinderarbeit):	ca. 40%
verwendet hochwertige und sichere Rohstoffe:	ca. 45%
bietet einmalige Geschmackserlebnisse:	ca. 50%
handelt gesellschaftlich verantwortungsvoll:	ca. 30%

Quelle: Brand Health Tracking für die Dachmarke Nestlé, Oktober 2014.



Informationen per QR-Code: Qualitäts- und Nachhaltigkeitsinformationen zu 347 Produkten.



Zugang zu Informationen und Einbindung der Verbraucher

QR-Codes führen zu weitergehenden Produktinformationen

Ein weiterer wichtiger Kommunikationskanal sind für Nestlé die QR-Codes auf den Verpackungen. Weltweit sollen alle Nestlé Produkte mit Ernährungskompass, die für den Endverbraucher bestimmt sind, mit einem QR-Code ausgestattet werden. Dieser führt Interessierte jeweils auf eine produktspezifische Microsite. Dort werden neben den klassischen Informationen wie Nährwertangaben etwa die Umweltauswirkungen im Produktlebenszyklus oder die Herkunft und der Anbau der Rohstoffe präsentiert; auch zum *Nescafé Plan* und zum *Cocoa Plan* werden Informationen angeboten.

Nestlé Deutschland koordiniert dazu ca. 800 Produkte für den deutschen Markt, die ab 2015 den QR-Code tragen sollen. Dabei werden Kinder- und Familienprodukte bevorzugt. Aufgrund der technischen Komplexität der zugrunde liegenden Produktdatenbanken und wegen des großen Umfangs von Informationen, die aufbereitet werden müssen, konnten 2014 nicht alle zunächst geplanten Produktbereiche umgestellt werden. Im Oktober 2014 war das Vorhaben für 347 Produkte bei zehn Marken umgesetzt.

Tag der Qualität in zwölf Nestlé Werken

Um den Verbrauchern Einblick in eine moderne Lebensmittelproduktion zu ermöglichen, öffnete

Nestlé Deutschland 2014 bereits zum dritten Mal die Werkstüren an zwölf Standorten. Die über 500 Besucher, darunter auch zahlreiche Blogger, konnten dabei den kompletten Herstellungsprozess vom Rohstoff bis zum fertigen Produkt verfolgen und nutzten auch die Gelegenheit, ihre Fragen zu stellen – etwa zum Produktionsablauf, zur Herkunft der Rohstoffe oder zu den Sozialstandards im Werk.

Bei Qualitätskontrollen im Prozess und bei den fertigen Produkten erlebten die Gäste die Sicherheit in der Produktion. Zum Thema Umwelt stellten die Mitarbeiter etwa im Werk Hamburg Projekte zum Recycling und zur Abfallvermeidung vor und erklärten die Herkunft der Rohstoffe. Auszubildende erklärten die Möglichkeiten, die ihnen durch eine Ausbildung bei Nestlé eröffnet werden, und Personalverantwortliche erläuterten das Modell des lebenslangen Lernens. Im Werk Singen gab es zudem einen regen Austausch über Rezepte und die Produktentwicklung mit den *Maggi-Köchen*.

Nestlé im Kunstmuseum und an der Universität

Heinrich Nestlé wurde 1814 in Frankfurt am Main geboren. Grund genug für Nestlé Deutschland, deren Hauptverwaltung in der Mainmetropole liegt, das Jubiläum des Firmengründers im renommierten Städel Museum in Frankfurt zu feiern. Bei freiem Eintritt sahen sich am 24. August 2014 4.000 Gäste historische Exponate des Museums an und nahmen an themenspezifischen

»Der Austausch mit Menschen, die von außen auf unsere Arbeit blicken, ist extrem hilfreich für uns. Unabhängige Besucher geben auch mit kritischen Fragen wichtige Impulse, um die Qualität unserer Produkte noch weiter zu steigern. Und darum geht es beim »Tag der Qualität« schließlich.«

WILFRIED TRAH,
WERKLEITER MAGGI-WERK
SINGEN



Am Tag der Qualität machten zwölf Nestlé Werke in ganz Deutschland moderne Lebensmittelproduktion erlebbar. Im Bild: Produktion von Teigwaren im Maggi-Werk Singen.

Führungen rund um das Thema Ernährung teil. Die Veranstaltung richtete sich neben der Öffentlichkeit vor allem an Nestlé Mitarbeiter und ihre Familien, die das traditionelle Sommerfest von Nestlé mit dem Besuch des Stadel verbanden.



4.000 Gäste feierten den 200. Geburtstag von Heinrich Nestlé im Stadel Museum in seiner Geburtsstadt Frankfurt.

Unter dem Motto „Goethe meets Nestlé“ luden die Goethe Universität in Frankfurt und Nestlé zu einer Podiumsdiskussion ins Campus Westend ein. Moderiert von F.A.Z.-Herausgeber Werner D’Inka diskutierten der Nestlé Deutschland Vorstandsvorsitzende Gerhard Berssenbrügge, die Geschäftsführerin des Instituts für Demoskopie Allensbach, Prof. Dr. Renate Köcher, Dr. Jürgen Hambrecht, Aufsichtsratsvorsitzender der BASF SE, Prof. Guido Friebel, Personalwirtschaftler und Mitglied des Dekanteams der Goethe Universität, sowie Nestlé Ehrenpräsident Dr. h. c. Helmut O. Maucher mit 450 Gästen über Unternehmenswerte und -kultur.

Informationen und Beratung durch den Verbraucherservice

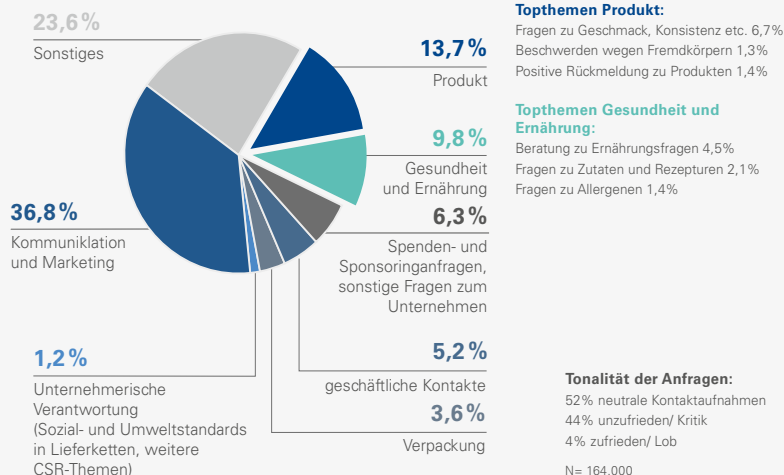
Insgesamt erreichten den Nestlé Verbraucherservice 2014 288.000 Anfragen, 115.000 mehr als im Vorjahr. 132.000 Verbraucher kontaktierten Nestlé über Facebook, 86.000 per E-Mail, 59.000 riefen an, 7.500 meldeten sich per Chat und 3.500 schickten einen Brief oder ein Fax. 90% der Anliegen konnten sofort geklärt werden – ein Plus von 3% gegenüber 2013. Viele Verbraucher stellten ernährungsspezifische Fragen beispielsweise zu Inhaltsstoffen und Allergien, zu Laktoseintoleranz oder glutenfreien Produkten, aber auch kritische Fragen zu Gentechnik, Kinderarbeit oder Wasser. Die meisten Anfragen betreffen Kommunikations- und Marketingthemen, die von Fragen zu Nestlé Apps oder Internetseiten über Unterrichtsmaterialien bis zu Kochkursen oder Promotions reichen. (GRI G4-26, G4-27)

Ernährungsbildung zum Thema gemacht

Kochen und Ernährung sind Kernkompetenzen von Nestlé – zu beiden Themen bietet Nestlé den Verbrauchern über die Produkte hinaus umfassende Informationen, wie über das Nestlé Ernährungsstudio oder die Kochkurse der Maggi Kochstudios.

Mit dem Internetportal Nestlé Ernährungsstudio bietet das Unternehmen eine Ernährungsberatung an. 2014 fand ein Relaunch des Portals statt, wodurch die mobile Nutzung optimiert wurde. Neben rund 300 redaktionellen Artikeln

ANFRAGEN BEIM VERBRAUCHERSERVICE NACH THEMEN



finden sich im Ernährungsstudio zahlreiche interaktive Tools wie BMI-Rechner, Kalorienrechner und Energiebedarfsrechner. 2014 nutzten 3,7 Millionen Verbraucher das Portal, darunter 5.400 registrierte Ernährungsexperten, Mediziner und Lehrer. Die Besucher stellten 2014 rund 5.200 Beratungsanfragen.

2014 fanden in den *Maggi* Kochstudios 321 Kochkurse statt, mit insgesamt 4.063 Teilnehmern, darunter 657 Kindern. Seit Oktober 2014 gibt es hier den „*Maggi* Mittwoch.“ Jeden Mittwoch kochen drei Personen in der eigenen Küche sowie eine Kochberaterin zeitgleich dasselbe Rezept und stehen dabei über ihre Webcam in Verbindung. Außerdem stellt Nestlé in Videos hilfreiche Tipps und Tricks vor, um das Kochen einfacher und kreativer zu machen.

Der Nestlé Verbraucherbeirat

Im Verbraucherbeirat behandelt Nestlé Deutschland die Bedürfnisse und Sichtweisen auf das Unternehmen von Verbrauchern besonders intensiv. Als Rat- und Impulsgeber hat das Gremium die Möglichkeit, zur Verbesserung von Informationen und Produktqualität beizutragen. Dieser Dialog mit den Verbrauchern ist für das Unternehmen ein weiterer Schritt zu mehr Transparenz und ein wichtiger Bestandteil der Initiative „Qualität bedeutet mehr“ (GRI G4-24, G4-25)

2014 trafen sich die 32 Verbraucherbeiräte zweimal, in der Zentrale und im Chocoladenwerk in Hamburg. (GRI G4-26) Der Beirat befasste sich

mit einer breiten Themenpalette, von Lebensmittelsicherheit über Umweltthemen bis zur Gestaltung von Lieferketten. Außerdem bearbeitete eine Projektgruppe des Verbraucherbeirats gemeinsam mit Nestlé das Thema „Recycling von Kaffeekapseln.“ Die Ergebnisse der Sitzungen und Empfehlungen des Beirats werden jeweils auf dem Nestlé Marktplatz veröffentlicht. (GRI G4-27)



Lebensmittelsicherheit war das Thema der gemeinsamen Sitzung von Verbraucher- sowie Experten- und NGO-Beirat.



Verbraucherbeirat: Die Kennzeichnung von Produkten war eines der Schwerpunktthemen der Beiratsarbeit.

Informationen zum Verbraucherbeirat auf dem Nestlé Marktplatz.



Dialog mit der Zivilgesellschaft

Neben der Kommunikation mit allen Verbrauchern hat Nestlé 2014 den Dialog und die Zusammenarbeit mit engagierten Interessensgruppen verstärkt.

Der Experten- und NGO-Beirat

Der 2012 gegründete Beirat mit Vertretern von Nichtregierungsorganisationen und Experten aus Wissenschaft und Praxis begleitet das Qualitätsprogramm und bringt gesellschaftliche Anforderungen und Expertise zu den Qualitätsdimensionen in das Programm ein. Durch seine Impulse und Empfehlungen trägt der Beirat wesentlich zur kontinuierlichen Bewertung von Fortschritten und Projekten und zur Weiterentwicklung des Programms bei. (GRI G4-25) 2014 tagte der Experten- und NGO-Beirat viermal, unter Beteiligung von Projektmanagement und Q⁴ Champions zu den jeweiligen Themengebieten. Mitglieder des Beirats nahmen zusätzlich an themenspezifischen Workshops teil, bei denen konkrete Programminhalte und Maßnahmen erarbeitet wurden. Außerdem beteiligten sich Beiratsmitglieder an Stakeholderreisen, Expertengesprächen und Lieferantenbesuchen, um Empfehlungen zu entwickeln und dem Beirat über die Erkenntnisse zu berichten. (GRI G4-26)

Wichtige Themen der Beiratsarbeit waren 2014 unter anderem verantwortungsvoller Einkauf von Rohstoffen wie Kaffee, Kakao, Palmöl und Vanille sowie Gemüse und Kräutern. Zudem diskutierten die Mitglieder die Prävention von Kinderarbeit im Kakaoanbau, die Kontroverse um das Menschenrecht auf Wasser, die Überarbeitung von Produkten und Portionsgrößen unter Ernährungsaspekten, Umweltaspekte von Verpackungen sowie Tierwohl, biologische Vielfalt an Unternehmensstandorten und in der Lieferkette. Der Beirat entwickelte ferner Empfehlungen zur Verbraucherkommunikation, zur Gestaltung von Dialogformaten und zur inhaltlichen Weiterentwicklung des Qualitätsprogramms. Gemeinsam mit dem Beirat konnte Nestlé Projekte und Maßnahmen für das Jahr 2015 entwickeln und auf den Weg bringen. (GRI G4-27)

Mitglieder des Experten- und NGO-Beirats (GRI G4-24)

Georg Abel,

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.
(Sprecher des Beirats)

Peter Bednarz,

Ev. Kirchen von Westfalen/Amt für
Jugendarbeit (bis Dezember 2014)

Marion Hammerl,

Global Nature Fund

Stefan Hörmann,

Global Nature Fund

Martin Kleene,

Kleene Consulting GmbH

Franz-Josef Möllenberg,

Gewerkschafter/ehem. Vorsitzender
der Gewerkschaft NGG

(ab September 2014)

Prof. Dr. Peter Stehle,

Institut für Ernährungs- und
Lebensmittelwissenschaften der
Universität Bonn

Dr. Jenny Teufel,

Öko-Institut e. V.

Elke Wiczorek,

DHB – Netzwerk Haushalt. Berufsverband
der Haushaltführenden e. V.



Die Dialogbereitschaft von Nestlé unterstreicht die Ernsthaftigkeit des Programms

Das Qualitätsprogramm von Nestlé ist ein dauerhafter, ambitionierter Prozess und muss daher über das Jahr 2015 hinaus fortgesetzt werden. Konkrete Prozessziele und Zeitfenster verbunden mit der entsprechenden Transparenz gehören zu diesem Veränderungsprozess mit 700 Teilprojekten.

Zum Qualitätsprogramm gehört auch ein breit angelegter Dialog mit der Zivilgesellschaft. Der Experten- und NGO-Beirat mit acht Fachleuten aus den Bereichen Umwelt, Soziales, Ernährungswissenschaft und Verbraucherarbeit unterstreicht diese gesellschaftliche Verankerung. Ergänzend zu diesem regelmäßigen, themenbezogenen Austausch bietet Nestlé weiteren Nichtregierungsorganisationen auf dem jährlichen Stakeholderforum die Möglichkeit zum Austausch über das Qualitätsprogramm. Diese Dialogbereitschaft und -fähigkeit zahlt auf die Qualität des Programms ein und unterstreicht die Ernsthaftigkeit, mit der Nestlé seine Produkte weiterentwickelt.

Die Qualitätsinitiative ist Teil des Nachhaltigkeitsengagements von Nestlé, das Erzeuger und Mitarbeiter einbezieht. Hier muss stärker in Kooperationen – wie in Branchenlösungen zum Beispiel beim Thema Tierwohl oder in Kooperationen mit dem Handel – gedacht werden. Zukünftig wird es auch darum gehen, wie Querschnittsthemen wie etwa Biodiversität im Programm verankert werden.

GEORG ABEL,

BUNDESGESCHÄFTSFÜHRER VON DIE VERBRAUCHER
INITIATIVE E. V. UND SPRECHER DES EXPERTEN- UND
NGO-BEIRATES

Jährlicher Stakeholderworkshop

In einem Stakeholderworkshop am 16. Oktober 2014 in Frankfurt am Main diskutierten Management und Mitarbeiter von Nestlé Deutschland mit 40 Fachleuten unter anderem von WWF, NABU, GIZ, Südwind Institut, den Organisationen 4C und UTZ Certified sowie Vertretern des Nestlé Experten- und NGO-Beirats und weiteren Organisationen und Partnern. (GRI G4-24) Nach einer Einführung in das Programm wurden konkrete Themen in Arbeitsgruppen thematisiert und erarbeitet, u. a. zu verantwortungsvoller Beschaffung wichtiger Rohstoffe, Tierwohlstandards, Ernährungs- und Verpackungsfragen, Lebensmittelsicherheit sowie Verbraucherinformationen und -bildung.

Vor allem ging es Nestlé in den Arbeitsgruppen darum, Rückmeldungen zu den erreichten Fortschritten und Empfehlungen für die Weiterentwicklung der Programme zu erhalten. (GRI G4-25) Viele der Fortschritte wurden als positiv und relevant für die Branche bewertet. Die Teilnehmer gaben Hinweise zur Weiterentwicklung von Standards und Anforderungen sowie zu neuen Handlungsfeldern. Ferner ermutigten die Teilnehmer Nestlé, den offenen Dialog mit Verbrauchern und anderen Anspruchsgruppen fortzusetzen und zu intensivieren. Die Empfehlungen aus dem Workshop wurden auch im Experten- und NGO-Beirat diskutiert und in die Programmarbeit aufgenommen. (GRI G4-26, G4-27)



40 Vertreter von NGOs, Wissenschaft und Partnerorganisationen auf dem Nestlé Stakeholderworkshop in Frankfurt.

Kontroverse: Das Thema Wasser im Dialog

Wasser ist eines der Schwerpunktthemen von Nestlé im Rahmen der Strategie der Gemeinsamen Wertschöpfung. Bevölkerungswachstum und Klimaveränderung verknappen Wasser in vielen Regionen, zudem haben viele Menschen in bestimmten Gebieten keine ausreichende Wasserversorgung. Diese Entwicklungen haben in den vergangenen Jahren in Deutschland zu einer breiten öffentlichen Diskussion über Wasser geführt. Dabei standen Privatisierung und auch das Angebot von abgefülltem Wasser im Fokus. Nestlé unterstützt ausdrücklich das Menschenrecht auf Wasser. In die Unternehmensgrundsätze ist das Recht auf Wasser für den Grundbedarf, insbesondere für die persönliche Flüssigkeitsversorgung und für die Basishygiene, explizit aufgenommen.

Um ein besseres Verständnis für Fragestellungen aus der Zivilge-

sellschaft zu entwickeln, hat Nestlé die Wasser-Kontroverse im Experten- und NGO-Beirat thematisiert. Hierfür organisierte das Unternehmen im Juli 2014 ein Gespräch mit Experten für Quellenmanagement und Umweltfragen des Geschäftsbereichs Nestlé Waters. Im Ergebnis bestätigten die Mitglieder des Beirats, dass das Management des Quelleneinzugsbereichs der Marke *Vittel* in Frankreich sowie weitere Maßnahmen zum Schutz von Quellen in Westeuropa vorbildlich seien. Kritisch hinterfragten die Mitglieder die Übertragung der Praktiken auf Quellen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Die Ergebnisse dieser Diskussionen gehen in strategische Überlegungen bei Nestlé Waters ein. Für 2015 plant Nestlé die Fortführung des Dialogs mit kritischen Anspruchsgruppen in Deutschland.

Um mögliche Missverständnisse und eine aus Sicht von Nestlé verzerrte Wahrnehmung der Aktivitäten des Unternehmens richtigzustellen, hat das Unternehmen zudem einen umfangreichen Fragen- und Antwortenkatalog online gestellt. Ferner hat das Unternehmen 2014 eine Stellungnahme auf nestle.de zur Position von Nestlé zum Thema Wasser veröffentlicht.

Kontroversen über Produkte

Die Organisation foodwatch hat im Rahmen einer Kampagne über „Kinderlebensmittel“ den Getreide-Milchbrei „Alete Mahlzeit zum Trinken“ für den „Goldenen Windbeutel“ nominiert, einen Negativpreis, der seit mehreren Jahren an Unternehmen der Lebensmittelbranche verliehen wird. In der Begründung bezog sich die Organisation vor allem auf eine bereits mehrere Jahre zurückliegende Kritik von Kinderärzten an der Produktkategorie, der aus Sicht des Unternehmens durch eine umfassende Überarbeitung von Rezeptur und Kennzeichnung des Produktes aber bereits entsprochen wurde. Bei dem Besuch von Vertretern von foodwatch und Medien hat ein Vertreter von Nestlé die Unternehmensposition erläutert und den Preis als sachlich ungerechtfertigt zurückgewiesen.

Die Änderung von Verpackungsgrößen ist Gegenstand einer Kampagne der Verbraucherzentrale Hamburg zu sogenannten „Mogelpackungen“. Dabei wurde auch ein Schokoladenriegel von Nestlé nominiert. Bei dem Produkt wurden im Zusammenhang mit Kostensteigerungen und einer Rezepturänderung die Anzahl der Riegel in einem Multipack sowie das Einzelgewicht der Riegel verändert. Die Organisation kritisierte die nach ihrer Einschätzung nicht sofort ersichtliche Füllmengenreduzierung bei unveränderter unverbindlicher Preisempfehlung. Nestlé hat zu der Kritik schriftlich und online Stellung genommen. Da die Verbraucherwahrnehmung bei Produktanpassungen und verändertem Preis-Leistungs-Verhältnis als grundsätzlich wichtiges Thema anerkannt wird, beabsichtigt Nestlé, dieses Thema im Verbraucherbeirat zur Diskussion zu stellen, um Hinweise für zukünftige Änderungen zu erhalten.

Mitarbeiter

Breite Aufstellung des Programms nach innen treibt Fortschritte voran

Die Mitarbeiter nehmen im Qualitätsprogramm eine zentrale Rolle ein – ein Netzwerk von Projektmanagement und Koordinatoren in allen Geschäftsbereichen und zentralen Funktionen treibt das Programm voran. Gleichzeitig setzt Nestlé auf die Mitarbeiter als Multiplikatoren nach innen und außen. Daher verstärkte Nestlé 2014 die Einbindung der Mitarbeiter und die interne Kommunikation des Programms. Durch das Engagement zahlreicher Mitarbeiter in Produktbereichen, Werken und zentralen Funktionen konnte das Unternehmen wichtige Ziele des Programms frühzeitig erreichen.

Einbindung aller Mitarbeiter

Breite Umsetzung des Programms durch die Q⁴ Champions

Für die operative Umsetzung des Programms verantwortlich und zentraler Ansprechpartner für ihren Produktbereich sind die Q⁴ Champions. Dies sind insgesamt 31 Nestlé Mitarbeiter aus den Bereichen Lebensmitteltechnologie, Ernährungswissenschaften, Logistik und Organisation sowie Marketing und Kommunikation. Sie arbeiten unmittelbar im Qualitätsprogramm mit – entweder als Verantwortliche für einen zentralen Funktionsbereich oder als Koordinatoren für einen Produktbereich. Üblicherweise berichten sie an den jeweiligen Geschäftsführer oder an ein Vorstandsmitglied sowie fachlich an das Projektmanagement. Die Mitarbeiter im Programm tauschen sich mindestens zweimal jährlich bei einem Treffen sowie bei regelmäßigen Telefonkonferenzen aus. Grundsätzlich haben alle Q⁴ Champions ein persönliches, je nach Funktionsstufe auch bonusrelevantes, Ziel für die Umsetzung des Programms. Nestlé hat Aspekte des Qualitätprogramms 2014 systematisch in Mitarbeiter- und Managementtrainings integriert – unter anderem in Schulungen für neue Mitarbeiter, Nachwuchs- und Führungskräfte sowie in verschiedene Fachseminare. Eine E-Learning-Software zum Qualitätsprogramm ist in Vorbereitung.

Q⁴ Stehmeetings zu kontroversen Themen

Mitarbeiter werden auch in ihrem privaten Umfeld immer wieder auf Themen aus dem Umfeld von Nestlé angesprochen. Die Q⁴ Stehmeetings sind eine wichtige Plattform, um mit den Mitarbeitern über kontroverse Themen und die Fortschritte im Qualitätsprogramm ins Gespräch zu kommen. Diese Treffen finden in der Zentrale statt und erreichen über das unternehmensinterne „Business

TV“ auch die Mitarbeiter in den Werken. Vier dieser Stehmeetings fanden 2014 statt, zu den Themen Glutamat in Lebensmitteln, Verpackungsabfall und Recycling sowie Lebensmittelverschwendung. Außerdem gab es einen Reisebericht von der Stakeholderreise zum Kakaoanbau an die Elfenbeinküste. Jeweils zwischen 100 und 200 Mitarbeiter nahmen an den Stehmeetings teil.

Botschafterreisen

Einen Blick über den eigenen Tellerrand bieten die Q⁴ Botschafterreisen: Auch die Mitarbeiter sollen die Wertschöpfungsketten vom Lieferanten bis zum Nestlé Werk kennenlernen und das Gelernte an Kollegen weitergeben. 2014 haben sich 124 Mitarbeiter als Q⁴ Botschafter beworben. Im Juni besuchten 15 Botschafter zunächst einen Lieferanten von Weiß- und Frischkäse.



30 Nestlé Mitarbeiter bereisen als Q⁴ Botschafter Werke von Nestlé und Lieferanten.

Danach ging es zum Werk Biessenhofen, wo die Botschafter die Abfüllung hypoallergener Säuglingsnahrung besichtigten. Im Oktober 2014 reisten 15 Botschafter zum *Nescafé* Werk Mainz. Hier konnten sich die Mitarbeiter ein umfassendes Bild des Qualitätsanspruchs von *Nescafé* machen: vom Einkauf der Rohstoffe im Rahmen des *Nescafé Plans* bis zum Umweltmanagement.

Schulungen für Experten

Alle Einkaufsbereiche bei Nestlé werden regelmäßig zu den Anforderungen für verantwortungsvolle Beschaffung geschult. 2014 führte das Responsible Sourcing Team zehn Schulungen durch. Themen der Schulungen waren u. a. Gestaltung von Rückverfolg-

barkeit, Audits und Tools, Lieferantenanforderungen, Arbeitsbedingungen und Arbeitssicherheit sowie der Umgang mit kritischen Verstößen.

Die Nestlé Werke in Deutschland tauschen sich in monatlichen Telefonkonferenzen zum betrieblichen Umweltschutz aus. Zudem gab es 2014 einen dreitägigen Workshop der Umweltkoordinatoren, um Erfahrungen und Best Practices zu teilen. Assessments und Audits in verschiedenen Disziplinen mit variierenden Teilnehmern ergänzen den Wissenstransfer.

Für die Umsetzung des Ökodesign-Tools NEATpack (siehe Seite 36) baute der Verpackungsbereich 2014 einen internen Expertenpool für die Software EcodEX auf und schulte jeweils einen Verpackungeningenieur für jeden Geschäftsbereich in der Anwendung des neuen Tools.

Außerdem führten die Verpackungsexperten von Nestlé im Juni 2014 einen Workshop mit Vertretern des Verbraucherbeirats durch. Hier lag der Schwerpunkt auf Kapselsystemen. Um das Wissen über Recyclingmöglichkeiten zu erweitern, besuchten die Workshop-Teilnehmer eine Sortieranlage in Oppin.

Nestlé als Arbeitgeber: Qualität für die Mitarbeiter

Nestlé ist durch vielfältige Leistungen und Entwicklungsmöglichkeiten ein attraktiver Arbeitgeber, gerade für junge Absolventen. So belegt Nestlé im trendence Young Professional Barometer 2014 unter Deutschlands Top-Arbeitgebern für Absolventen Platz 35. Nestlé steht seit 2008 für familienbewusste Unternehmens- und Personalpolitik und wurde von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung insgesamt für alle Standorte als familienfreundlicher Arbeitgeber zertifiziert.

Chancengleichheit und Familienfreundlichkeit

Die Förderung von Frauen und Vereinbarkeit von Beruf und Familie hat für Nestlé eine hohe Priorität. Mit den Management- und Führungsprinzipien wird jede Führungskraft bei Nestlé explizit dazu verpflichtet, die Vielfalt in Teams zu fördern, und damit die Vorteile zu nutzen, die mit einem ausgewogenen Geschlechterverhältnis einhergehen. Die Anzahl von Frauen in Führungspositionen lag bei Nestlé Deutschland 2014 bei 31,8%. Ein Steering Committee, das vom Leiter der Supply Chain und der Leiterin Personalentwicklung geführt wird, koordiniert die Maßnahmen über einen Gender Balance Masterplan. So musste 2014 erstmals bei der Nachfolgeplanung immer auch mindestens eine Frau je Position nominiert werden. Hierzu wurden ab 2015 konkrete Ziele für die Anzahl von Frauen in der Nachfolgeplanung gesetzt, wobei der Anteil bei Neubesetzungen mindestens 33% betragen soll. Außerdem nehmen pro Jahr bis zu vier weibliche Führungskräfte am „Cross Mentoring“-Programm teil, bei dem Mitarbeiterinnen von Mentoren anderer Unternehmen beraten und unterstützt werden. Das

Nestlé interne Netzwerk „Female Leaders“ hat 2014 den Austausch zu verschiedenen Schwerpunktthemen intensiviert.

Darüber hinaus nahm Nestlé 2014 am „Aktionsplan Gleichstellung“ des Frauenreferats Frankfurt teil. Weitere Maßnahmen werden 2015 aus der Ende letzten Jahres bei weiblichen Führungskräften durchgeführten Umfrage „Frauen und Karriere“ abgeleitet.

Mit dem Neubau des Nestlé Campus auf dem Gelände der Nestlé Zentrale in Frankfurt werden weitere Akzente für Familienfreundlichkeit und Gesundheit der Mitarbeiter gesetzt: In zwei neuen Gebäuden entstehen neben einem neuen Personalwarenladen und Konferenzräumen ein firmeneigenes Fitnesscenter und eine mit der Gesellschaft zur Förderung betrieblicher und betriebsnaher Kindereinrichtungen e. V. betriebene Kindertagesstätte mit 50 Krippenplätzen. Drei Viertel der Krippenplätze stehen Nestlé für Kinder eigener Mitarbeiter zur Verfügung, die übrigen Plätze Bewohnern des Stadtteils.



Nestlé initiierte die Youth Employment Initiative und ermöglichte in Deutschland 1.046 jungen Menschen den Berufseinstieg.

Engagement für den Nachwuchs in Europa

Als Teil der von Nestlé initiierten Youth Employment Initiative hat Nestlé in Deutschland 2014 1.046 jungen Menschen unter 30 Jahren einen Berufseinstieg ermöglicht. Davon waren 568 Direkteinsteiger und 478 Nachwuchskräfte, wie Trainees, Praktikanten und Auszubildende. Insgesamt 522 Nestlé Mitarbeiter haben in 84 Veranstaltungen wie Karriereberatungen, Trainings u. a., aktiv dabei geholfen, junge Menschen auf den Berufseinstieg vorzubereiten. Eine wichtige Säule der Initiative ist das „deutsch-iberische Solidaritätsprogramm“, bei dem spanische und portugiesische Jugendliche und Nachwuchskräfte in Deutschland eingestellt werden. Fünf

Auszubildende aus Spanien sind seit August an drei Standorten in einer dualen Ausbildung. Das Unternehmen unterstützt die jungen Menschen durch ein umfassendes Betreuungsangebot, Sprachkurse, ein „Buddy System“ und Wohnungszuschüsse. Außerdem hat Nestlé Praktikanten aus Spanien und Portugal eingestellt, mit dem Ziel, diese langfristig an das Unternehmen zu binden. Die ersten beiden Praktikanten aus diesem Programm wurden bereits in eine feste Anstellung als Trainee übernommen. 150 Lieferanten und Kunden konnte Nestlé als Partner der Alliance for YOUTH gewinnen – mit dem Ziel, Beschäftigung für junge Menschen aus Europa über das eigene Unternehmen hinaus zu fördern.

Ernährungstraining für Mitarbeiter

Knapp 3.000 Mitarbeiter von Nestlé Deutschland nahmen 2014 an internen Ernährungstrainings teil. Sie bekamen Wissenswertes über eine ausgewogene Ernährung vermittelt und wurden so bei einem gesunden Lebensstil unterstützt. Zudem informierten sie sich in den Schulungen über die Vorgehensweise und Zielsetzungen der Nestlé Deutschland im Bereich Ernährung und lernten beispielsweise die Nutritional Foundation für die Nestlé Produkte kennen (siehe Seite 29).

Dabei gingen die Trainer thematisch auch auf die besonderen Bedürfnisse der Teilnehmer ein, so gab es beispielsweise ein spezielles Training mit Informationen für die Ernährung bei Schichtarbeit. In der Frankfurter Zentrale fanden zehn Advanced- und zwei Spezialisten-Trainings für rund 300 Mitarbeiter statt. Zusätzlich gab es Trainings an neun Werksstandorten für etwa 2.640 Werksmitarbeiter insgesamt. Zum ersten Mal war 2014 die Teilnahme am Nutritional Quotient (NQ) Training bonusrelevant. Auch ein E-Learning steht für die wichtigsten Informationen zum Thema Ernährung zur Verfügung. Seit 2007 durchliefen mehr als 15.000 Mitarbeiter bei Nestlé Deutschland ein Ernährungstraining.

Leistungen für die Mitarbeiter

Seit April 2014 gilt für 700 Beschäftigte in der Frankfurter Zentrale wieder ein Tarifvertrag. Insbesondere werden die heutigen Entgeltstrukturen in den kommenden sechs Jahren in die Vergütungssysteme der Nahrungsmittelindustrie hineinentwickelt sowie die Gewährung sonstiger Leistungen (z. B. Urlaubsgeld, Altersvorsorgebei-

trag etc.) tarifvertraglich gestaltet. Damit fallen 67% der Mitarbeiter an allen Standorten unter tarifvertragliche Regelungen. Bis auf einen Produktionsstandort, für den im vergangenen Jahr die Gespräche zur Gestaltung tariflicher Regelungen bereits aufgenommen wurden, sind alle anderen Werke tarifgebunden. Einzelne Gesellschaften, wie die deutsche Holding oder spezifische IT- oder Vertriebsaktivitäten, unterliegen zwar keiner formalen Tarifbindung, orientieren sich aber bei den Beschäftigungsbedingungen an diesen Regelungen. Für alle Standorte bietet Nestlé den Mitarbeitern umfangreiche Leistungen – lokale Gesundheitsangebote, Ernährungstrainings, Betriebssport und Beratungsangebote zu beruflichen und privaten Problemen, u. a. über eine Partnerschaft mit einem Familienservice.

Nestlé hat im November 2014 – wie alle anderen Nestlé Gesellschaften weltweit – eine Befragung von 11.000 Mitarbeitern in Deutschland durchgeführt, um eine Rückmeldung der Mitarbeiter zur Zufriedenheit und zu speziellen Themen wie persönliche Entwicklung, Anerkennung, Führung oder Effizienz zu erhalten. Die Rücklaufquote lag in Deutschland bei knapp 70% und damit rund fünf Prozentpunkte über dem Ergebnis der letzten Umfrage im Jahr 2010. Die Ergebnisse der Befragung werden im ersten Quartal 2015 vorgestellt und mit den Mitarbeitern in allen Bereichen besprochen, um dann effektive Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten.

Arbeitssicherheit: Ein Unfall ist einer zu viel

Arbeitssicherheit wird an allen Werksstandorten und in den Verwaltungen groß geschrieben. Dabei setzt Nestlé vor allem auf verhaltensbasierte Prävention und die Aufmerksamkeit der Mitarbeiter auf allen Ebenen.

Das Unternehmen hat OHSAS 18001 in allen eigenen Werken umgesetzt, das neue Werk in Schwerin wird 2015 auditiert. CARE-Audits wurden ebenfalls in allen Werken, eigenen Distributionszentren und Verwaltungen bestanden; auch hier folgt Schwerin 2015.

Die gesamte Belegschaft ist in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten, die sich 2014 mindestens viermal trafen. Strategische Entscheidungen im Arbeitsschutz werden seit August 2014 unter Beteiligung der Arbeitnehmervertreter in einem marktweiten Quartalsmeeting gemeinsam getroffen.



Aus dem Praktikum ins Traineeprogramm

Nachdem ich meinen Einstieg in die Youth Employment Initiative als Praktikantin im Bereich International Sales gefunden habe, absolviere ich aktuell ein Traineeprogramm in „Marketing & Sales“ bei der Nestlé Tochter Erlenbacher Backwaren. Zwar vermissen ich Familie und Freunde in Spanien, jedoch haben es mir die Kollegen im Unternehmen leicht gemacht, mich schnell zu integrieren und sehr wohl in Deutschland zu fühlen.

IRENE RODRÍGUEZ RUBIO,
TRAINEE MARKETING & SALES
BEI ERLENBACHER

Um dem Ziel „Null Unfälle“ näher zu kommen, wurden auch präventive Aktionen gegen Beinaheunfälle in das Reporting aufgenommen. Die dadurch verstärkte Aufmerksamkeit und Fürsorge der Vorgesetzten führte allerdings auch dazu, dass mehr Kleinereignisse genauer untersucht wurden und Mitarbeiter häufiger danach den Arzt aufsuchten, was sich in einem Anstieg der ausgewiesenen internen Unfallrate auf 5,0, aber auch einer deutlich gesunkenen Ausfalltagequote widerspiegelt.

Die Erkenntnisse aus Vorfällen wurden 2014 noch intensiver hinterfragt und die abgeleiteten Aktionen mit allen Werken detailliert besprochen. Dabei wurden auch Standards zur Prävention an Unfallschwerpunkten überarbeitet, wie zum Beispiel das Erlaubnis-scheinverfahren für potenziell riskante Tätigkeiten.

KENNZAHLEN ZU MITARBEITERN UND ARBEITSSICHERHEIT

GESAMTZAHL DER BESCHÄFTIGTEN NACH ARBEITSVERTRAG UND GESCHLECHT

	Unbefristet	Befristet	Auszubildende
Weiblich	4.448	347	127
Männlich	6.907	389	286

GESAMTZAHL DER FEST ANGESTELLTEN MITARBEITER NACH BESCHÄFTIGUNGSART UND GESCHLECHT

	Vollzeit	Teilzeit
Gesamt	9.812	1.543
Männlich	6.649	258
Weiblich	3.163	1.285

ZUSAMMENSETZUNG AUFSICHTSRAT

22% (Frauen)	78% (Männer)	
0% (bis 29 Jahre)	10% (30–50 Jahre)	90% (ab 51 Jahren)

- Die in den von Partnern der Nestlé Deutschland betriebenen Distributionszentren beschäftigten Mitarbeiter sind keine Beschäftigten von Nestlé Deutschland.
- Anteil an Zeitarbeitnehmern (weisungsgebunden) 2014: 3,2%
- Die Zahl der Arbeitnehmer der Operative Nestlé Schöller ist während der Saison des Speiseeisgeschäfts in den Sommermonaten höher.
- Fluktuationsrate 2014: 2,5%

VERLETZUNGS- UND KRANKHEITSRATEN, AUSFALLTAGE, ABWESENHEIT IM JAHR 2014

Verletzungsrate:	5,0
Berufskrankheitsrate:	0,05
Ausfalltagerate:	0,04
Abwesenheitsrate:	5,6

Die Zahlen beziehen sich auf die gesamte Belegschaft. Die Verletzungsrate (pro Mio. Arbeitsstunden) beträgt differenziert nach Geschlecht für Frauen 3,8 und für Männer 5,5. Kleine Verletzungen, bei denen nur einfache Erste-Hilfe-Maßnahmen erforderlich waren, sind hier nicht einbezogen. Die Berufskrankheitsrate beträgt differenziert nach Geschlecht 0,05 (Frauen) und 0,05 (Männer). Ausfalltagerate: gezählt werden Kalendertage ab dem ersten Tag nach dem Unfall. Bei der angegebenen Berufskrankheitsrate handelt es sich um Näherungswerte nach anonymisierter Rückmeldung durch die Berufsgenossenschaft. Keine arbeitsbedingten Todesfälle/tödlichen Arbeitsunfälle im Jahr 2014.

ÜBERSICHT MITARBEITER NACH ALTER, GESCHLECHT UND EINSATZGEBIET

	Verwaltung	Außendienst	Produktion
Bis 29 Jahre	536 (4,3%)	245 (2,0%)	1.415 (11,3%)
30–50 Jahre	1.803 (14,4%)	871 (7,0%)	3.926 (31,4%)
Ab 51 Jahren	681 (5,4%)	426 (3,4%)	2.601 (20,8%)
Weiblich	1.542 (51,1%)	683 (44,3%)	2.697 (34,0%)
Männlich	1.478 (48,9%)	859 (55,7%)	5.245 (66,0%)

Verantwortungsvolle Beschaffung

Große Fortschritte bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards wichtiger Rohstoffe und bei der Einbindung von Lieferanten

Nestlé Deutschland hat 2014 bei der verantwortungsvollen Beschaffung bereits wichtige Meilensteine erreicht: Bei kritischen Rohstoffen wie Kaffee, Kakao, Palmöl und Vanille liegt Nestlé Deutschland ein Jahr vor der ursprünglichen Planung und hat Ziele für 2015 für zahlreiche Marken und mehrere Werke bereits erreicht. Gleichzeitig hat die Zusammenarbeit und Auditierung direkter Lieferanten sehr gute Fortschritte gemacht.

Die Gestaltung der vorgelagerten Lieferketten hat eine zentrale Bedeutung im Qualitätsprogramm. Nur mit qualitativ hochwertigen Rohstoffen können hochwertige Produkte hergestellt werden. Dies schließt Fragen der Lebensmittelsicherheit, des Geschmacks, aber ebenso der sozialen und ökologischen Bedingungen entlang der gesamten Lieferkette ein. Daher umfaßt das Lieferantenmanagement je nach Rohstoff und Material über die unmittelbaren Zulieferer hinaus auch deren Lieferketten, einschließlich der landwirtschaftlichen Produktion. Nestlé Deutschland bezieht und verarbeitet auch Rohstoffe, die außerhalb Deutschlands und Europas erzeugt werden. Je nach Rohstoff oder Material und Sitz des Lieferanten erfolgt daher eine enge Zusammenarbeit zwischen lokalem und internationalem Einkauf.

Dabei kommt den direkten Lieferanten als Partnern eine Schlüsselfunktion zu. Nur transparente Lieferketten ermöglichen es den Nestlé Mitarbeitern, verantwortungsvolle Beschaffung und Qualität in den Lieferketten zu gestalten. Nestlé steckte deshalb 2014 viel Energie in die Zusammenarbeit mit Lieferanten: Audits, gemeinsame Entwicklungsprojekte, Schulungen, Workshops und ein Forum in Frankfurt zu gemeinsamen Standards in der Lieferkette verfestigten langfristige Beziehungen mit strategisch wichtigen Lieferanten.



Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards bei wichtigen Rohstoffen vor dem Zeitplan

Nestlé hat international zwölf für das Unternehmen strategisch relevante Rohstoffe definiert: Kaffee, Kakao, Palmöl, Zucker, Soja, Vanille, Haselnüsse, Fleisch, Fisch und Meeresfrüchte, Milch, Sheabutter, Zellstoff und Papier.

Bei Kaffee, Kakao, Palmöl, Vanille und Papier ist es Nestlé Deutschland gelungen, viele für Ende 2015 gesetzte Ziele bereits 2014 zu erreichen. Mehrere Produktionsstandorte und Marken konnten bereits vollständig auf Kaffee, Kakao, Palmöl und Vanille aus verantwortungsvoller Beschaffung umgestellt werden.

Für die zwölf Risikomaterialien hat Nestlé konkrete Anforderungen definiert und Programme aufgelegt – das Ergebnis von Hot-Spot-Analysen für die Lieferkette bis zurück in den Anbau. Ziel ist

»Früher war verantwortungsvolle Beschaffung ein Risikomanagementtool zum Schutz der Marken vor inakzeptablen Praktiken in der Lieferkette. Morgen wird verantwortungsvolle Beschaffung den Marken genau den Mehrwert liefern, der benötigt wird, um sich zu differenzieren.«

MATTHIAS FLEISCHER,
LEITER SUPPLY CHAIN
NESTLÉ DEUTSCHLAND

es, konkrete Nachhaltigkeitsrisiken bei diesen Rohstoffen auszu-schließen. Dabei geht es beispielsweise um Verletzung von Arbeit-nehmerrechten und Kinderarbeit, Wahrung von Landrechten, den Erhalt von Primärwäldern, Tierschutz oder den Umgang mit Wasser. Bei der Analyse der Lieferketten und der Umsetzung von Program-men arbeitet Nestlé eng mit den Lieferanten und unabhängigen Partnern zusammen. Wichtige Partner sind The Forest Trust für Palmöl und Zellstoffe, UTZ Certified, FairTrade 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.

WICHTIGE ROHSTOFFE STAMMEN AUS NACHHALTIGEN QUELLEN			
	2012	2013	2014
Anteil von 4C-verifiziertem Kaffee im Kaffeewerk Mainz	19%	72%	98%
Anteil von 4C-verifiziertem Kaffee im Kaffeewerk Schwerin (Produktionsbeginn Mai 2014)	-	-	80%
Anteil von UTZ-zertifiziertem Kakao			
– im Schokoladenwerk Hamburg	45,6%	66%	100%
– im Speiseeiswerk Uelzen	-	-	100%
Anteil von Vanille aus kontrolliertem Vertragsanbau, gem. Nestlé RSG in dt. Speiseeisproduktion u. Süßwaren	-	-	100%
Anteil von Palmöl aus transparenten Lieferketten oder zertifiziert nach RSPO segregated	-	11%	97%

Kaffee bei Nescafé komplett nach 4C-Standard

Die Nestlé Einkaufsrichtlinien für Kaffee setzen den 4C-Standard als Mindeststandard. Der „Common Code for the Coffee Community“ beinhaltet soziale, ökologische und ökonomische Kriterien – von Arbeiterrechten über Schutz der Artenvielfalt bis zur Kaffeequalität. Außerdem definiert der Code zehn Ausschlusskriterien, von Kinderarbeit bis zum Einsatz illegaler Pestizide. Bereits 2013 entsprachen im deutschen Nescafé Kaffeewerk in Mainz 72% des Rohkaffees dem 4C-Standard. 2014 konnte Nestlé den Umstellungsprozess erfolgreich abschließen; per Ende des Jahres lag der Anteil bei 98%. Die Umstellung ist Teil des internationalen Nescafé Plan, mit dem Nestlé Kaffeebauern bei der Einführung besserer Anbaumethoden unterstützt. 4C ist in diesem Rahmen der Referenzstandard, der Transparenz und einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess gewährleisten soll. Der Nescafé Plan sieht jährlich mindestens 10.000 Schulungen vor, um Anbau- und Lebensbedingungen zu verbessern. Außerdem stellt Nestlé bis 2020 220 Millionen Setzlinge bereit und baut den Direkteinkauf aus – 2015 sollen es 20% sein (180.000 Tonnen).

In dem neuen Werk für Kaffee kapseln in Schwerin wird seit Beginn der Produktion im Mai 2014 ebenfalls mit dem 4C-Standard gearbeitet. Das Werk setzt aber unter anderem Kaffee aus Äthiopien ein. Für diesen Kaffee ist derzeit die Umsetzung des 4C-Standards noch nicht möglich, weil in Äthiopien der Kaffeehandel über die staatliche Kaffeebörse abgewickelt werden muss. Derzeit laufen hierzu Gespräche mit Regierungsstellen, um die Einführung des Standards zu ermöglichen.

Kakao aus dem Cocoa Plan für alle in Deutschland hergestellten Schokoladenprodukte und Speiseeis

Das ambitionierte Ziel, den gesamten Kakao für ihre Schokoladenproduktion in Deutschland aus dem unternehmenseigenen Programm, dem Cocoa Plan, zu beziehen, hat Nestlé bereits 2014 erreicht – auch hier ein Jahr früher als geplant. Sowohl im wichtigen Schokoladenwerk in Hamburg (*After Eight, Choco Crossies, KitKat, Smarties*) als auch im Speiseeiswerk in Uelzen (*Nestlé Schöller, Mövenpick*) kommt ausschließlich UTZ-zertifizierter Kakao aus dem Cocoa Plan zum Einsatz. Die Umstellung weiterer Produkte läuft – im Januar 2015 wurde die UTZ-Zertifizierung für das Werk Mainz abgeschlossen, das neben Kaffee auch Nesquik produziert.

Grundlage für den Erfolg ist die gute Entwicklung des Nestlé Cocoa Plan und die Ausweitung auf immer mehr Kooperativen. Die Bauern profitieren von besserem Pflanzenmaterial, Schulungen in besseren Anbaumethoden und Prämien für Qualität und Zertifizierung. Die UTZ-Zertifizierung unterstützt bei der Durchsetzung höherer Standards durch Schulungen und Kontrollen, und sie ist die Grundlage für Rückverfolgbarkeit von der Verarbeitung zurück bis zur Kooperative.

Mit Unterstützung der Fair Labor Association und der International Cocoa Initiative hat Nestlé auch damit begonnen, ein engmaschiges Kontrollsystem einzuführen, um Kinderarbeit und weitere Verstöße gegen Sozialstandards effektiv bekämpfen zu können. In 22 Partnerkooperativen und deren Dörfern ist das System bereits etabliert.



Nescafé Plan: Nestlé unterstützt Kaffeebauern bei der Einführung nachhaltiger Anbaumethoden.

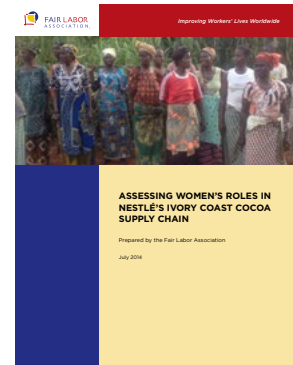
Cocoa Plan International

Der *Cocoa Plan* in Zahlen 2010–2014:

- 5,1 Millionen leistungsfähige Pflanzen an Bauern abgegeben.
- In 22 von derzeit 67 Kooperativen ist ein Monitoringssystem zur Bekämpfung von Kinderarbeit eingerichtet.
- 40 Schulen in Zusammenarbeit mit der World Cocoa Foundation und Winrock erbaut oder instand gesetzt.
- 91.800 Tonnen Kakao bezog Nestlé 2014 bereits aus dem *Cocoa Plan*.

Die FLA hat 2013 auf Bitte von Nestlé die Wirkung des Monitoringsystems in fünf Kooperativen und zehn angeschlossenen Dörfern vor Ort überprüft.

Dabei wurden unangekündigt 200 der 2.800 Farmen besucht. Die Ergebnisse wurden im Juli 2014 veröffentlicht. Der Bericht zeigt bereits systematische Verbesserungen im Vergleich zur Ausgangssituation, gibt aber auch Hinweise auf Verbesserungsbedarf, die bei der Ausweitung des Systems einbezogen werden. Bei festgestellten Verstößen wurden von Nestlé umgehend Korrekturmaßnahmen eingeleitet. Außerdem hat die FLA einen Bericht zur Rolle von Frauen im Kakaoanbau veröffentlicht. Nestlé hat diese Empfehlungen in einem Aktionsplan aufgegriffen und bereits erste Maßnahmen umgesetzt – von Trainings in den Kooperativen, der Aufnahme von Frauen in Farmer Field Schools bis zur Schaffung zusätzlicher Einkommensmöglichkeiten wie durch den Anbau ertragsstärkerer Kassaava-Sorten.



Die Fair Labor Association untersuchte für Nestlé die Wirksamkeit des *Cocoa Plan* und die Rolle von Frauen im Kakaoanbau. Mehr Informationen unter www.fairlabor.org/affiliate/nestle

Palmöl aus transparenten Lieferketten

2010 wurde Nestlé mit dem Vorwurf konfrontiert, Palmöl zu beziehen, für dessen Anbau Regenwälder zerstört würden. Das Unternehmen hat daraufhin mit Unterstützung von The Forest Trust (TFT) strenge Richtlinien eingeführt und damit begonnen, die Lieferkette bis in den Anbau zu untersuchen und entsprechend umzustellen. Dabei reicht die Einhaltung der RSPO-Kriterien nicht aus – Nestlé erwartet Transparenz bis über die Ölmühle hinaus und verlangt u. a. den Schutz von Torfmooren und Wäldern mit hohem CO₂-Speicherwert. Flächen, die nach 2005 gerodet wurden, sind ebenso ausgeschlossen wie Palmöllieferanten, die Rechte Indigener verletzen. Nach Plan sollen bis Ende 2015 mindestens 50% des deutschen Palmöleinkaufs von Nestlé diesen Anforderungen entsprechen. 2013 waren es 11%, 2014 konnte der Anteil auf 42% gesteigert werden. Weitere 55% sind „RSPO segregated“:

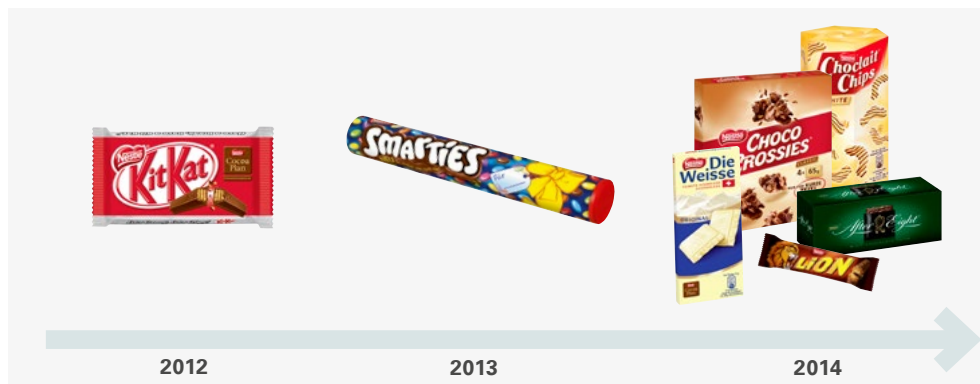
Lediglich 3% sind nur nach RSPO Mass Balance Standard zertifiziert – als Zutat einer Margarine, deren Lieferant bislang keinen höheren Standard bieten kann. Damit entsprachen Ende 2014 bereits 97% den Nestlé Richtlinien für Palmöl.

Nestlé führt mit den Lieferanten ferner Systeme zur Rückverfolgbarkeit ein, die auch Kleinbauern einbeziehen. Daneben beteiligt sich Nestlé u. a. an Aufforstungsprojekten in Malaysia, wie dem Projekt „RiLeaf“.

Speiseeis:

Vanille aus zertifiziertem Vertragsanbau

Nestlé Deutschland setzt für Speiseeis nicht nur auf natürliche Vanille – sondern achtet auch auf die Bedingungen in deren Anbau. Seit Mai 2014 bezieht das Speiseeiswerk in Uelzen (Marken *Mövenpick*, *Nestlé Schöller*) die Vanille vollständig von einem Lieferanten im Nordosten von



Umstellung der in Deutschland hergestellten Süßwaren auf den *Cocoa Plan*.



Partnerschaft für Biodiversität im Tomatenanbau

Die Fundación Global Nature (FGN) ist eine vor 20 Jahren gegründete private Umweltorganisation. In Spanien spielt Landwirtschaft für den Umweltschutz und den Schutz der Artenvielfalt eine sehr wichtige Rolle. Nachhaltige Landwirtschaft leistet neben Ernährungssicherheit und Arbeitsplätzen einen Mehrwert für die Gesellschaft, wie der Erhalt der biologischen Vielfalt, Kohlenstoffspeicherung oder die Verbesserung des Bodens.

FGN arbeitet mit der Landwirtschaft zusammen, um zu zeigen, dass Wettbewerbsfähigkeit und der Schutz der Ökosystemleistungen kein Widerspruch sind. Nestlé und die FGN kooperieren, um die Nachhaltigkeit im Tomatenanbau in Spanien zu verbessern: Die besten Umweltschutzpraktiken werden anhand objektiver und transparenter Indikatoren identifiziert und bewertet und sollen in die Nestlé Responsible Sourcing Initiative übernommen werden. Außerdem müssen die Maßnahmen aus landwirtschaftlicher Sicht realistisch sein. Ziel der Zusammenarbeit ist es, umweltfreundlicheren Anbau von Tomaten in der Region Extremadura zu fördern und dieses Modellprojekt auf andere europäische Länder auszuweiten. Die FGN ist sicher, dass die gemeinsame Initiative wertvolle Erkenntnisse liefern wird, um die nachhaltige Landwirtschaft voranzubringen.

EDUARDO DE MIGUEL,
GESCHÄFTSFÜHRER FUNDACIÓN GLOBAL NATURE

Madagaskar, der entsprechend der Nestlé Richtlinien für Vanille auf die Einhaltung fairer Arbeitsbedingungen und Umweltstandards kontrolliert wurde. Der Lieferant ist von ECOCERT zertifiziert und wurde zusätzlich nach SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) von einem unabhängigen Auditor überprüft. Arbeitsschutz und Gesundheitsversorgung, Schulbesuch für die Kinder der Arbeiter sowie umweltschonender Plantagenanbau – insgesamt übertrifft der Betrieb die landesüblichen Praktiken bei Weitem.

Darüber hinaus arbeitet Nestlé mit zwei Hauptlieferanten daran, den Menschen in der Region Zugang zu Bildung zu ermöglichen und die Bauern und ihre Familien technisch zu unterstützen.



Tomatenanbau in Spanien: Pilotprojekt zum Erhalt von Biodiversität gestartet.

Tomaten als Modell für nachhaltigen Gemüseanbau

Gemüse und Kräuter sind vor allem für die Marke *Maggi* wichtige Rohstoffe. Bis 2020 sollen die 21 wichtigsten Gemüse und Kräuter – und damit 95% dieser Materialkategorie – nach definierten Sozial- und Umweltkriterien bezogen werden. 2014 hat Nestlé dazu ein Pilotprojekt mit Tomaten gestartet, dem vom Volumen her wichtigsten Gemüse. Die Erfahrungen sollen in Standards für weitere Gemüsesorten und Kräuter einfließen.

Projektpartner in der Region Extremadura ist der größte Lieferant für Tomaten in Spanien. Als Grundlage wurde die Anbausituation mit dem von der Fachhochschule Bern entwickelten „RISE“-Tool untersucht. In einem Workshop mit Experten des Lieferanten, mehr als 70 Landwirten und der Umweltorganisation Fundación Global Nature (FGN) entwickelten die Partner die Maßnahmen für 2015, u. a. zu Wasser, Pestizid- und Düngemittleinsatz und Anlage von Blühstreifen und Echsenhügeln zum Erhalt von Biodiversität. Nach der Ernte 2015 wird Nestlé die Maßnahmen mit FGN evaluieren. Neben Vorteilen für die Umwelt erhoffen sich die Projektpartner höhere Wettbewerbsfähigkeit für die Landwirte und eine bessere Produktqualität.

Das Projekt wurde im Experten- und NGO-Beirat besprochen; die Einbindung der FGN erfolgte auf Vermittlung der Bodensee-Stiftung.

Höhere Tierwohlstandards als Ziel

Nestlé hat 2014 eine global geltende Verpflichtung zum Tierwohl veröffentlicht. Auf dieser Grundlage hat Nestlé Deutschland 2014 an der Konkretisierung und Umsetzung für den deutschen Markt gearbeitet. Ziel ist die Erstellung eines Maßnahmenplans.

Auf Grundlage der internationalen Tierwohlrichtlinie wurden Tierwohlstandards in die Auditprotokolle der Lieferkette für Schweinefleisch integriert und 2014 mit ersten Lieferanten getestet. Zwei Workshops zum Thema Tierwohl vertieften die Planungen zur Umsetzung. Gemeinsam mit Lieferanten, einer Auditgesellschaft und Mitgliedern des Experten- und NGO-Beirats fand ein Erfahrungs- und Informationsaustausch statt.

Für Milch wurde als Ausgangsbasis der QM-Milch-Standard diskutiert. Zudem wird Nestlé die Entwicklung eines Nachhaltigkeitsmoduls zum QM-Milch-Standard verfolgen.

Da Nestlé als Fleischverarbeiter nur bestimmte Teile der Schlachttiere bezieht, wie z. B. Hinterschinken vom Schwein, ist ein isoliertes Vorgehen nicht realistisch. Ein Pilotprodukt der Marke *Herta* im Jahr 2013 hatte bereits Erkenntnisse zu den erheblichen Mehrkosten einer segregierten Lieferkette mit höchsten Tierwohlstandards ergeben. Eine Ausweitung dieses Modells in breitem Maßstab wurde als nicht realisierbar zurückgestellt. Daher ist das Ziel, vorrangig auf bestehenden Standards aufzusetzen und Systeme der Branche mit weiterzuentwickeln, um die Nestlé Anforderungen zu erfüllen. Nestlé arbeitet bereits mit dem QS-Standard und unterstützt die Einführung der Initiative Tierwohl unter dem Dach der QS. Mit ihr sollen langfristig Tiergesundheit und Tierwohl verbessert werden. Ein konkreter Maßnahmenplan mit Anforderungen für die verschiedenen tierischen Rohstoffe wird 2015 fertiggestellt und veröffentlicht.

Zusammenarbeit mit Lieferanten: Langfristige Partnerschaften und Kontrollen

Nestlé hat einen Lieferantenkodex eingeführt, der nicht verhandelbarer Bestandteil der Lieferverträge ist und verlangt, die ethischen Grundsätze des Unternehmens ebenso wie die gesetzlichen Vorgaben umzusetzen. Er basiert auf internationalen Standards wie den OECD-Leitsätzen für internationale Unternehmen, den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, den Kernüberkommen 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.

Über 15.000 direkte Lieferanten bilden die Lieferbasis von Nestlé Deutschland – von vereinzelt kleinen Lieferungen von z.B. Büromaterial bis hin zu strategischen Rohstoffen. Hieraus hat Nestlé Deutschland aufgrund der strategischen Bedeutung der Geschäftsbeziehung, der Materialart und anhand von Risikoanalysen rund



Von der Lieferkette zur Verantwortungskette

Wenn über 100 Unternehmen der Einladung von Nestlé Deutschland folgen, um sich über verantwortungsvolle Beschaffung zu informieren und auszutauschen, ist das ein starkes Signal. Es zeigt, dass die Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit in der Lieferkette ernst genommen werden. Diese Relevanz ist auch auf die Kundenerwartungen zurückzuführen: Sie wollen Herstellern und Handel vertrauen können, dass soziale, ethische und ökologische Aspekte in der gesamten Wertschöpfungskette beachtet werden. In Audits und Assessments wird deshalb systematisch abgefragt, Risiken werden aufgedeckt und Verstöße festgehalten. Die Anforderungen sind weitgehend bekannt. Doch was geschieht im Fall der „Non-Compliance“? Bei offensichtlichen Defiziten (wie zum Beispiel bei baulichen Maßnahmen oder im Bereich der Arbeitssicherheit) kann der Verbesserungsbedarf relativ klar benannt und umgesetzt werden. Bei anspruchsvollen ökologischen und sozialen Herausforderungen geht das nur in enger langfristiger Zusammenarbeit mit den Lieferanten und anderen Stakeholdern. Dieser Prozess sollte genauso anspruchsvoll geführt werden wie Risiko-Assessments und Auditierungen. Denn je enger die Zusammenarbeit mit den Lieferanten, umso wertvoller kann der gemeinsame Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit sein. Und das geht dann weit über „Compliance“ hinaus.

MARTIN KLEENE,
MITGLIED DES EXPERTEN- UND NGO-BEIRATS

»Wir stellen hohe Anforderungen an unsere Lieferanten – gerade mittelständischen Unternehmen fordern die Bereitschaft zu Transparenz und die SMETA-Audits viel ab. Immer mehr unserer Partner sehen darin aber auch eine Chance, sich weiterzuentwickeln und im Wettbewerb zu stärken.«

ANKE STÜBING,
EINKAUFSLEITERIN
NESTLÉ DEUTSCHLAND

1.000 Unternehmen ausgewählt, die als „bevorzugte Lieferanten“ einer eingehenden Überprüfung auch durch unabhängige Audits unterliegen.

241 Lieferantenaudits 2014

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) Audit, durchgeführt von unabhängigen Auditoren, und das Nachhaltigkeitsperformance-Assessment EcoVadis.

Insgesamt wurden innerhalb dieses Programms Audits und Assessments bei 483 Lieferanten durchgeführt, 241 davon allein 2014.

SMETA ist eine weltweit anerkannte soziale Auditmethodologie, um Risiken in der Lieferkette zu minimieren. Das Audit 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.

Die Nichteinhaltung des Verhaltenskodex wird in drei Stufen bewertet, erstens in „kritisch“ (Verstöße mit der Folge unmittelbarer Gefahr von Leib und Leben von Arbeitnehmern oder schwerwiegender Verletzung von Arbeitnehmerrechten), zweitens in „schwerwiegend“ (Verstöße mit der Folge der Gefährdung von Arbeitnehmern oder mit systematischen Schwächen in der Kodexanwendung) und drittens in „gering“ (mit isolierten oder geringfügigen Verstößen).

2014 wurden 153 Lieferanten bezüglich SMETA bewertet. Es kann im Vergleich zu 2013 umfassender über Verstöße berichtet werden. Zusätzlich zu kritischen werden auch schwerwiegende Verstöße offengelegt.

2014 wurden in SMETA-Audits bei vier Lieferanten insgesamt sechs als kritisch eingestufte Verstöße gegen den Lieferantenkodex beanstandet, zwei davon im Bereich Arbeitssicherheit, vier im Bereich Arbeitsbedingungen: Beanstandungen bezüglich Arbeitssicherheit bei einem Lieferanten bezogen sich auf die Funktionsfähigkeit von Notausgängen. Beanstandungen bezüglich Arbeitsbedingungen bei zwei Lieferantenproduktionsstätten lagen bei Zeiterfassungsaufzeichnungen bzw. Überstunden.

2014 gab es bei 38 Lieferanten als schwerwiegend eingestufte Verstöße, davon 23 bei der Arbeitssicherheit und 15 bei den Arbeitsbedin-

gungen. Hierbei handelte es sich sowohl um Verstöße gegen Gesetze als auch gegen den Kodex, beispielsweise unzureichende Notausgänge oder exzessive Überstunden.

Alle betroffenen Lieferanten behoben die Mängel in den Bereichen Arbeitssicherheit und Arbeitsbedingungen bzw. setzen die vereinbarten Maßnahmenpläne um.

Das EcoVadis-Assessment wird hauptsächlich im indirekten Einkauf eingesetzt (z. B. Marketingagenturen). Es basiert im ersten Schritt auf einer Selbsteinschätzung der Lieferanten und untersucht die Bereiche Umwelt, Arbeitspraktiken und Menschenrechte, 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. 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. 2014 erreichten ca. 65% der Lieferanten mehr als 40%.

Veranstaltung mit Lieferanten zur verantwortungsvollen Beschaffung

Nestlé Deutschland veranstaltete im Herbst 2014 das AIM Responsible Sourcing Forum in Frankfurt. Mehr als 240 Vertreter von 100 Lieferanten und Herstellern von Markenartikeln tauschten sich zur verantwortungsvollen Beschaffung aus. Für die Nestlé Lieferanten ergab das Forum folgende Schritte: Registrierung zum Audit oder Assessment, Weiterbegleitung der Prozesse durch Nestlé Mitarbeiter und Anwendung von Maßnahmen entlang der Lieferkette.

Ernährung

Systematische Überarbeitung der Produkte für guten Geschmack bei verbesserten Nährwerten

Wie bereits im Vorjahr hat sich Nestlé Deutschland auch 2014 besonders darauf konzentriert, den Nährstoffgehalt von Kinderprodukten zu verbessern. 93% der Kinderprodukte erfüllen jetzt die Vorgaben des Nestlé Nutritional Profiling Systems NNPS (siehe unten). Auch mit Blick auf die gesamte Produktpalette hat das Unternehmen 2014 weitere Fortschritte bei den Rezepturen gemacht. In vielen wichtigen Produkten konnte das Unternehmen Salz und Fett erheblich reduzieren. 2014 erfüllten 51% aller Produkte die strengen Nährstoffvorgaben des NNPS (2013: 49%). Darüber hinaus wurden die Rezepturen mehrerer Nestlé Marken 2014 so umgestellt, dass künstliche Aromen und Farbstoffe komplett aus den Produkten verbannt wurden.

Nestlé legt großen Wert auf Lebensmittel, die gut in eine ausgewogene Ernährung passen. Wenn die Produkte den Verbrauchern aber nicht schmecken, kommen die Bemühungen des Unternehmens um eine bessere Ernährung nicht beim Verbraucher an. Um Geschmack und Nährwerte systematisch aufeinander abzustimmen, hat Nestlé bereits vor Jahren den „60/40 +“-Test entwickelt (siehe unten). Diese Methode zeigte auch 2014, dass die Nährwertverbesserungen nicht auf Kosten des Geschmacks gingen. Die hier berichteten Produktveränderungen beziehen sich auf alle Nestlé Produkte im deutschen Markt außer klinische Ernährung, Tiernahrung und Kosmetikprodukte, also auf 88% des Gesamtumsatzes.

Wissenschaftliche Methodik für Produkte mit verbessertem Nährwertprofil

Nestlé hat ein eigenes Verfahren entwickelt, um die Nährwerte ihrer Produkte zu optimieren: das Nestlé Nutritional Profiling System (NNPS). Zugrunde liegen unter anderem die Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO), des US-Instituts für Medizin (IOM) und der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA). Da diese sich jedoch auf Empfehlungen für die Gesamtaufuhr von Nährstoffen wie Salz, Zucker oder Fett in einer ausgewogenen Ernährung beziehen, hat Nestlé daraus spezifische Nährwertkriterien für die unterschiedlichen Produktkategorien wie Eis, Pizza oder Saucen abgeleitet. Bei Einhaltung dieser Kriterien erreicht ein Produkt die Nutritional Foundation (NF). Sie orientieren sich an der tatsächlichen Relevanz der jeweiligen Produktkategorie



Tag der Qualität in Singen: Köche von Maggi bereiten in der Testküche Produkte zu. Bei der Überarbeitung von Rezepturen werden die Produkte bis zu 50-mal zubereitet.

für die gesamte Ernährung und unterscheiden nach verschiedenen Verzehranlässen wie Mahlzeit oder Snack. Nestlé testet jedes neue oder veränderte Produkt auf die Nutritional Foundation, nachdem bereits das gesamte Produktportfolio einmal dem Test unterzogen wurde. Ausgenommen davon sind lediglich Produkte, die die NF per Definition erreichen, beispielsweise purer Kaffee und Wasser.

Im NNPS sind sechs Höchstwerte vorgegeben, von denen kein einziger überschritten werden darf, um den NF-Test zu bestehen: Energie (Kalorien), Natrium (Salz), zugesetzter Zucker, Fruktose, Transfettsäuren und gesättigte Fettsäuren. Zusätzlich gibt es für manche Produktkategorien Minimalwerte für positive Inhaltsstoffe wie Calcium. Wer Nestlé Produkte, die die NF erfüllen, in eine ausgewogene Ernährung integriert, hat dadurch eine gute Grundlage, um die empfohlenen Höchstwerte für Salz, Zucker, etc. nicht zu überschreiten, auch bei regelmäßigem Verzehr. Bei einer häufigen Nutzung von Produkten ohne NF sollte die restliche Lebensmittelauswahl besonders sorgfältig erfolgen. Im November 2014 stellte Nestlé das NNPS beim World Congress of Public Health der wissenschaftlichen Öffentlichkeit vor. Zudem wurde eine wissenschaftliche Publikation zur Funktionsweise und Zielsetzung des NNPS zur Einreichung bei einem wissenschaftlichen Journal fertiggestellt.

»Die Nährwertzusammensetzung eines Produktes gewinnt für den Verbraucher zunehmend an Bedeutung. Deshalb haben wir mit den neuen Rezepturen auch die Nährwertprofile unserer Produkte grundlegend überarbeitet. Im Fokus standen hier vor allem Salz, gesättigte Fettsäuren und Zucker.«

ANDREA SCHWALBER,
NUTRITION, HEALTH & WELLNESS-
MANAGERIN BEI MAGGI

Überarbeitung von Produkten

Besonderer Fokus auf Kinderprodukte

Die gezielte Überarbeitung von Kinderprodukten sowie von Produkten, die mehrheitlich von Kindern verzehrt werden, war 2014 wieder ein wichtiger Schwerpunkt der Entwicklungsarbeit von Nestlé Deutschland. Politische Entscheidungen im letzten Jahr bestärkten Nestlé in diesem Ansatz: Im Februar 2014 wurde auf europäischer Ebene der EU Action Plan on Childhood Obesity verabschiedet. Dort werden unter anderem die Produktreformulierung sowie die Reduzierung von Portionsgrößen als Maßnahmen vorgeschlagen, um einen positiven Beitrag zur Kindesernährung zu leisten.

Von 52 Kinderprodukten unter einer Nestlé Marke entsprachen im Dezember bereits 48 der Nutritional Foundation (NF). Dies entspricht 93% des Umsatzes aller in Deutschland verkauften Kinderprodukte von Nestlé.

Eines der vier Kinderprodukte, welche die NF 2014 noch nicht erfüllten, war das umsatzstarke Eis „Bum Bum“ von Nestlé Schöller. Ab Frühjahr 2015 wird es nun mit der überarbeiteten, NF-konformen Rezeptur produziert. Um die Anforderung der NF von maximal 170 kcal pro Portion zu erfüllen, musste das Eis etwas verkleinert werden. Zudem ist es jetzt frei von künstlichen Geschmacks- und Farbstoffen, enthält natürliche Vanille aus verantwortungsvollem Anbau und hat einen zuckerfreien Kaugummistiel. Letzteres war, genauso wie der Austausch des roten Farbstoffs, eine besondere Herausforderung. Ab 2015 produziert Nestlé Schöller alle Eisprodukte für Kinder ohne künstliche Geschmacks- und Farbstoffe.

Ein weiteres Beispiel einer erfolgreichen Überarbeitung ist das Eis „Pirulo Tropical“ von Nestlé Schöller, bei dem Nestlé die Portionsgröße und den Zuckergehalt verringert hat, sodass die NF für Kinder erreicht wird.

Und beim Smartieskuchen von Nestlé Schöller Backwaren erreichte Nestlé die NF, indem durch eine Rezepturoptimierung der Zucker- und Fettanteil reduziert werden konnte.

Weniger Salz, weniger gesättigte Fettsäuren, weniger Zucker

Für Produkte, die bei der Nährwertprüfung nicht alle Kriterien des NNPS einhalten, greifen interne Richtlinien zur Überarbeitung der Produkte – bei-

spielsweise die Nestlé Salt Policy zur Salzreduktion. Anhand solcher Richtlinien reduziert Nestlé schrittweise den Gehalt von Salz, Zucker und gesättigten Fetten sowie Transfettsäuren. Bis Ende 2016 will Nestlé den Gehalt der Produkte an Salz, Zucker und gesättigten Fettsäuren um durchschnittlich 10% reduzieren, wenn die NF aufgrund dieser Nährstoffe nicht erreicht wird. Zudem sollen Transfettsäuren aus teilweise gehärteten Fetten bis Ende 2016 vollständig aus den Produkten verschwinden.

Mit der Marke Maggi hat Nestlé Deutschland die bereits 2013 begonnene Salzreduktion weiter fortgesetzt: Bei Produkten, die 30% des Umsatzes der Marke Maggi ausmachen, senkte das Unternehmen 2014 den Salzgehalt. Die durchschnittliche Salzreduktion betrug dabei gegenüber 2013 10,1% bei Suppen, 5,6% bei „Für-Genießer-Saucen“ und 5,6% bei Fix-Produkten. Zeitgleich hat Nestlé die gesättigten Fette deutlich reduziert. Bei Maggi Suppen, die 7,8% des Umsatzes der Marke Maggi entsprechen, belief sich die Reduktion der gesättigten Fettsäuren gegenüber 2013 beispielsweise auf durchschnittlich 35%.

Auch bei Wagner-Produkten, die 69% des Gesamtumsatzes der Marke ausmachen, wurde Salz reduziert. So senkte Nestlé bei den Pizzen der Wagner-Marke „Die Backfrische“ den Salzgehalt um durchschnittlich 8%.

In der Produktkategorie Cerealien wurde weiter an der Reduzierung des Zuckergehalts in mehreren Produkten gearbeitet. Dabei wurde bei mehreren Produkten eine Zuckerreduktion in einer Bandbreite von 13% bis 31% erreicht. Die überarbeiteten Produkte kommen im Frühjahr 2015 auf den Markt.

„60/40 +“-Methode für Geschmack und Nährwerte

Bei dem „60/40“-Test werden wichtige Produkte in einem Blindtest von Konsumenten verkostet. Nur wenn 60% der Tester das Nestlé Produkt einer getesteten Alternative, beispielsweise vom Mitbewerber, vorziehen, hat es den Test bestanden. Ändert sich die Rezeptur bei Nestlé oder bei der Alternative des Mitbewerbers, steht der „60/40“-Test erneut an. Das „+“ im Namen der Methode „60/40 +“ steht dafür, dass die Produkte zusätzlich zum „60/40“-Test auf Geschmack auch dem NF-Check unterzogen werden.

2014 hat Nestlé Deutschland zahlreiche Produkte der Marken Herta, Maggi, Schöller, Wagner



Natürliche Vanille aus verantwortungsvollem Anbau, keine künstlichen Geschmacks- und Farbstoffe und zuckerfreier Kaugummistiel.



Zuckerreduzierung bei Cerealien.

und der Kaffee- und Schokoladen-Marken dem „60/40“-Test unterzogen. Die Produkte machen 39% des Gesamtumsatzes dieser Marken aus; 71% der Tests waren erfolgreich.

Erwünschte Zutaten, verständlichere Rezepturen

Nestlé berücksichtigt bei den Zutaten und deren Angabe auf der Packung auch die Wünsche der Verbraucher. Daher verzichtete die Marke *Maggi* auf Zutaten, die Verbraucher kritisch wahrnehmen. Um zu erfahren, wie Verbraucher bestimmte Zutaten wahrnehmen und einschätzen, wurden im Auftrag von *Maggi* in einer repräsentativen Studie 2.400 Verbraucher über 165 Zutaten befragt. Diese Erkenntnisse wurden intern von einem interdisziplinären Team bewertet. Auf dieser Grundlage erfolgte die Überarbeitung der *Maggi*-Produkte.

So wurde beispielsweise bei vielen Rezepturen auf modifizierte Stärke verzichtet. Bis Ende 2014 hat Nestlé auf Grundlage der Verbraucherforschung mehr als 130 *Maggi*-Rezepturen überarbeitet. Die ersten Produkte mit neuer Rezeptur sind bereits im Handel, weitere folgen im April und Juni 2015. Mittelfristig will Nestlé auch die restlichen *Maggi*-Rezepturen überarbeiten.

Außerdem hat sich *Maggi* das Ziel gesetzt, Zutatenlisten verständlicher und kürzer zu gestalten. So weist die Zutatenliste jetzt konkret „Kartoffelstärke“ aus, statt unspezifisch „Stärke“. Gewürze und Kräuter sind an einer Stelle gebündelt, werden aber einzeln namentlich ausgewiesen.

Die Marke *Erlenbacher Backwaren* verzichtet seit Ende 2014 mit Ausnahme eines Produktes auf die bei vielen Verbrauchern unbeliebten Farbstoffe. Dazu tauschte Nestlé fünf natürliche Farbstoffe gegen färbende Lebensmittel aus und überarbeitete zudem 26 farbstoffhaltige Rohstoffe oder verzichtete ganz auf deren Einsatz. Bei einem Kuchen beispielsweise konnte für die Dekorations-Möhren aus Marzipan keine Alternative mit färbenden Lebensmitteln gefunden werden, die nach dem Auftauen noch farbstabil gewesen wären. Daher entschied sich *Erlenbacher* konsequent gegen diesen Aufleger und verziert diesen Kuchen nur noch mit Dekorpuder.

Die Marke *Wagner* stellte im August 2014 bei einigen Sorten der „*Big Pizza*“ testweise auf Beta-Carotin-freien Käse um. Da der Test erfolgreich verlief, verzichtet Nestlé künftig bei allen *Wagner*-Rezepturen auf Beta-Carotin.

Ernährungsinformationen für die Verbraucher

Nestlé nutzt die Verpackung eines Produktes als wesentliche Quelle ernährungsspezifischer Informationen für Verbraucher. Diese finden dort im Nestlé Ernährungscompass die Nährwerttabelle, Tipps zur Ernährung, Produktinformationen und Kontaktdaten, wie die des Nestlé Ernährungsstudios, um weitere Fragen klären zu können. Seit 2014 gibt es den Ernährungscompass auch auf den Produkten von *Herta*, mit Ausnahme der Verpackungen, die nicht genug Platz bieten. Bei *Maggi* konnte der Anteil der Verpackungen mit Ernährungscompass von 69% auf 78%, bezogen auf den Umsatz, gesteigert werden. Ernährungsinformationen zu dem Produkt findet der Verbraucher auch über den QR-Code, der sich auf immer mehr Nestlé Verpackungen befindet (siehe Seite 14).

Damit sich Verbraucher beim Lebensmittelkauf noch umfassender über die Zusammensetzung von Produkten informieren können, trat im Dezember 2014 die neue Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) in Kraft. Zu den Änderungen zählen neue Vorgaben für die Nährwertkennzeichnung sowie die besondere Hervorhebung von Allergenen, wodurch Allergiker künftig noch leichter herausfinden können, ob ein Produkt für sie geeignet ist. Insgesamt musste Nestlé Deutschland für die Umsetzung der LMIV über 3.000 Produkte noch einmal prüfen und die Etiketten an die neuen Vorgaben anpassen. Hierfür mussten zunächst alle erforderlichen Angaben



Umstellung auf Käse ohne Beta-Carotin.



Salzreduzierung im Pizzasortiment von Wagner.

Buchstaben-Suppe

Buchstaben-Suppe mit einem Kochlöffel in 11 Kochstunden Wasser einbringen.

Ei mittelgroß wässern, 8 Min. kochen, gelegentlich umrühren.

Nährwertwerte pro 100ml

	100ml	250ml	500ml
Energie	121 kJ	297 kJ	594 kJ
Fett	0,3 g	0,8 g	1,6 g
Proteine	0,2 g	0,5 g	1,0 g
Kohlenhydrate	0,2 g	0,5 g	1,0 g
aus denen Zucker	0,2 g	0,5 g	1,0 g
Ballaststoffe	0,0 g	0,0 g	0,0 g
Eiweiß	1,0 g	2,5 g	5,0 g
Salz	0,0 g	0,0 g	0,0 g

*Nährwertangaben für einen durchschnittlichen Verbraucher (3000 kJ/7000 kcal). In Beutel enthält 4 Portionen. Portionen sollten für Kinder entsprechend klein über angepasst werden.

Gute Zutaten für guten Geschmack

Guter Geschmack beginnt mit guten Zutaten. Wir legen großen Wert auf Qualität und unsere Produkte. Das gilt auch für unsere Rohstoffe. Hier verzichten wir auf Aromastoffe, die sich von den Empfehlungen abweichen. Damit ein gutes Gewürz und Salz Ihren Kuchen und Brot gehören für uns bei **MAGGI** einsteht. Mehr Informationen zu unseren Produkten und Rezepten für alle Köche und großen Köche auf www.maggi.de

Mehr Informationen

Good Food. Good Life.

KOCHLÖFFEL

Rezepte, Services & Tipps unter 1-800-77-11-41 und www.maggi.de

© Reg. Trademark of Société des Produits Nestlé S.A. Minéralien haltig bei Ende

Inhalt: 100 g e

Ergibt: 11

Maggi GmbH, 78221 Singen (Baden-Württemberg)

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



„Tag der Qualität“ bei Nestlé Wagner in Nonnweiler.

für das gesamte Produktangebot im Stammdaten-Management hinterlegt werden. Ernährungsfachliche Berater der Nestlé Professional unterstützten Kunden im Bereich Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung bei der Umsetzung der Verordnung durch Schulungen und Informationsmaterial bezüglich der Allergenkennzeichnung von loser Ware.

das Maggi Kochstudio (siehe Seiten 15, 16). Außerdem führte das Unternehmen in diesem Jahr umfangreiche Ernährungstrainings für die Mitarbeiter durch (Seite 21).

Beschränkung von Werbung gegenüber Kindern

»Durch die enge Abstimmung mit den Kollegen in den Produktbereichen haben wir sichergestellt, dass wir die Vorgaben des EU Pledge für Marketing gegenüber Kindern eingehalten haben.«

SARA MRUCK,
PUBLIC AFFAIRS MANAGERIN

Nestlé hat sich gemeinsam mit Wettbewerbern auf europäischer Ebene zu einer verantwortungsvollen Werbung gegenüber Kindern unter zwölf Jahren verpflichtet. Dieser sogenannte EU Pledge regelt die Werbekommunikation in den Bereichen Print, TV, Online und im schulischen Umfeld. 2012 wurden im EU Pledge erstmals Nährwertkriterien aufgenommen, die bis spätestens Ende 2014 in den Unternehmen beachtet werden müssen. Nestlé berücksichtigte diese Regeln bereits seit 2013 in ihren neu geplanten Werbemaßnahmen. 2014 ergab die jährliche unabhängige Prüfung des EU Pledge für Nestlé Deutschland keine Hinweise auf Verstöße.

Weitere Formate, über die Nestlé Deutschland 2014 Ernährungsaspekte kommunizierte, sind das Nestlé Ernährungsstudio (siehe Seiten 15, 16) und

Umwelt- und Ressourcenschutz

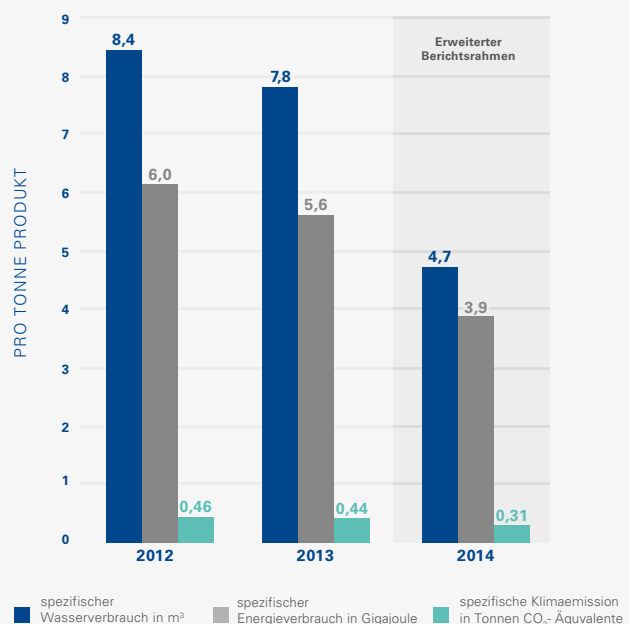
Kontinuierliche Verbesserung: In Produktion, Logistik und bei Verpackungen weitere Umweltentlastungen erreicht

Produktions- und Logistikprozesse sind bei Nestlé von hohen Standards und übergreifenden Programmen zur kontinuierlichen Verbesserung geprägt. Die Optimierung von betrieblichen Abläufen und Erweiterungsinvestitionen nutzt Nestlé systematisch, um Verbesserungen der Umweltleistung von Produktionsstandorten und Prozessen zu nutzen – auch im betriebswirtschaftlichen Interesse. Nestlé hat mit dem Nestlé Environment Managementsystem (NEMS) bereits in den 90er Jahren ein Managementsystem eingeführt, das weltweit hohe Standards vorgibt und kontinuierliche Verbesserungen ermöglicht, wie dies die globalen Umweltrichtlinien und Einsparziele von Nestlé vorgeben. Dank dieses Vorgehens arbeiten die Produktionsstandorte von Nestlé in Deutschland bereits auf einem hohen Niveau, was Ressourceneffizienz, Vermeidung von Abfällen und klassischen Umweltschutz angeht.

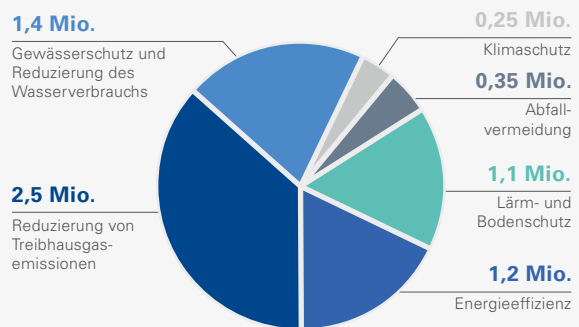
Trotzdem hat Nestlé es auch 2014 wieder geschafft, in Werken und Logistik ehrgeizige Reduzierungsziele im Energie- und Wassereinsatz zu erreichen sowie den Aufwand an Verpackungsmaterialien weiter zu verringern: Den Verbrauch von Wasser senkten die Werke gegenüber dem Vorjahr projektbezogen um 5,8% und den Energiebedarf um 4,5%. Damit hat Nestlé die eigenen Ziele von 5,0% bzw. 3,0% übertroffen. Dieser Erfolg geht auf 120 Einzelmaßnahmen zurück. Da die Werke bereits auf einem hohen Niveau arbeiten, wird es zunehmend anspruchsvoller, durch einzelne große Projekte signifikante Verbesserungen zu erreichen. Stattdessen setzt das Unternehmen auf systematische Prozesse zur kontinuierlichen Verbesserung, unter Einbindung aller Experten und Bereiche in den Werken. Interne Erfahrungen und neue Technologien erleichtern den Einsatz z. B. von Wärmerückgewinnung und Kreislaufnutzung von Wasser in unterschiedlichen Produktionsansätzen. Weitere Einsparpotenziale werden durch den Ersatz von Dampf z. B. durch Abwärme sowie durch die Nutzung von Abwärme benachbarter Standorte erwartet. Hierzu werden derzeit mehrere Projekte geprüft.

Insgesamt hat Nestlé Deutschland 2014 in die Prävention im Umweltschutz und in Maßnahmen zur Steigerung der Umwelteffizienz 6,8 Millionen Euro investiert. Mit rund 2,5 Millionen Euro lag der größte Schwerpunkt auf der Luftreinhaltung, gefolgt von Gewässerschutz, Energieeffizienz und Lärmschutz.

STEIGERUNG DER UMWELTEFFIZIENZ IN DER PRODUKTION



INVESTITIONEN IN DEN UMWELTSCHUTZ 2014



Gesamtinvestitionen*: 6,8 Mio. Euro
*nur unmittelbar zurechenbare Projekte ohne Investitionen mit anteiligem Umweltaspekt

Weniger Gerüche und
Energieverbrauch im
Kaffeewerk Mainz.



»Da wir an unseren deutschen Standorten bereits in den vergangenen Jahren stark in Energieeffizienz und sparsamen Umgang mit Wasser investiert haben, wird es immer anspruchsvoller, weitere Einsparungen zu erreichen.«

FRIEDRICH SCHMIDT,
LEITER UMWELT UND ENERGIE
NESTLÉ DEUTSCHLAND

Umweltschutz in den Werken

Alle aktuell 17 Produktionsstandorte von Nestlé in Deutschland sind gemäß DIN EN ISO 14001 und DIN EN ISO 50001 zertifiziert. Bei der Zertifizierung nach ISO 50001 werden die elektronische Erfassung verbessert und die Darstellung der Energieverbräuche und somit auch die gezielte Optimierung an den einzelnen Verbrauchsstellen ermöglicht. Zudem hat Nestlé Deutschland im Rahmen der „Nestlé Continuous Excellence“-Initiative an allen Standorten ein „Functional Compliance Assessment“ mit den Schwerpunkten Umwelt und Arbeitssicherheit durchgeführt. Das 2013 eingeführte weltweite Erfassungsprogramm Safety Health & Environment Performance Monitoring (SHE-PM) hat sich als monatliches Management-Review zu Umwelt- und Arbeitssicherheitsdaten bewährt und wird weiter ausgebaut. Für Maßnahmen zu Wasser und Energie hat Nestlé ein „Project Tracking Tool“ mit individuellen Zielvorgaben für die einzelnen Standorte und einer quartalsweisen Leistungskontrolle im technischen Management installiert. Auf dieser Grundlage kann der kontinuierliche Verbesserungsprozess mit einem standortbezogenen Total Performance Management weiter vorangetrieben werden.

Laufende Veränderungen in Produktionsvolumen und Produktportfolio erschweren einen Vorjahresvergleich der Leistungsdaten auf Unternehmensebene. Im Vergleich zum Vorjahresbericht werden keine Zahlen zu den Werken Weiding

und Voerde berichtet, da diese 2014 bzw. zum 1.1.2015 veräußert wurden. (GRI G4-23) Daher werden die Fortschritte in der Produktion jeweils auf Projektbasis gemessen und ausgewiesen, also in Form von Ergebnissen einzelner Projekte. (GRI G4-20)

Die wichtigsten Maßnahmen 2014 in ausgewählten Werken:

Mainz

Zwei wesentliche Ziele verfolgt die Einführung einer neuen Verfahrenstechnik bei den Extraktionsprozessen in der Herstellung von löslichem Kaffee: Durch Wärmerückgewinnung und Einbau eines Kondensators für den entstehenden Dampf soll zum einen eine Geruchsbelastung durch das Werk deutlich reduziert werden. Zum anderen sollen durch die im November 2014 begonnenen Maßnahmen rund 8.000 MWh Energie eingespart und entsprechend 1.900 t CO₂/Jahr vermieden werden. Das Projekt ist das Ergebnis eines 2011 im Werk durchgeführten „Energy Target Setting“-Programms; ferner gingen der Baumaßnahme Gutachten zu Geruchsquellen voraus. Das Verfahren soll nach erfolgreicher Umsetzung weltweit in Nestlé Kaffeewerken zum Einsatz kommen. Das Werk Mainz nutzt bereits seit Jahren Kaffeesatz als nachwachsenden Brennstoff.

Hamburg

Seit 2007 hat Nestlé sukzessive die Versorgungstechnik im Chokoladenwerk Hamburg modernisiert. Obwohl die Produktionsmenge seitdem um

10% gesteigert wurde, sank der Wasserverbrauch um über 60%, was dem Bedarf von 2.200 Einfamilienhaushalten entspricht. Der Energieverbrauch verringerte sich um 20% – zuletzt durch die Installation einer Wärmerückgewinnung für den Backofen, in dem die Waffeln für *KitKat* gebacken werden. Neben dem ökologischen Effekt spart das Unternehmen durch die Maßnahmen mehr als eine Million Euro Betriebskosten ein.

Biessenhofen

Eine Erweiterung der Produktion für hypoallergene Kindernahrung wurde genutzt, um die Energieeffizienz der Produktion weiter zu optimieren. Bereits durch Maßnahmen in den vergangenen fünf Jahren konnte das Werk den Wasserverbrauch halbieren und den Energieverbrauch um mehr als 20% senken.

Schwerin

In Schwerin nahm 2014 das europaweit größte Werk zur Produktion von *Nescafé Dolce Gusto*-Kapseln nach zweijähriger Bauzeit den Betrieb auf. Bei der Vergabe der Bauleistungen wurde darauf Wert gelegt, dass vor allem Unternehmen aus der Region zum Einsatz kamen und so zusätzliche Wertschöpfung vor Ort entsteht: Die Hälfte der Aufträge ging an Unternehmen in Mecklenburg-Vorpom-



Größtes europäisches Kaffeekapselwerk von Nestlé in Schwerin eröffnet.

mern, vom Gerüstbau über Elektrotechnik bis zu Betonbauteilen für die Halle. Das Werk ist nach dem LEED-Standard für umweltfreundliches Bauen konzipiert – dazu gehören höchste Standards für Energie- und Wassereffizienz und z. B. die Verwendung von Holz als Baumaterial im Hallentragwerk sowie der Verzicht auf Lösungsmittel im Innenausbau.

UMWELTDATEN IM VERGLEICH

Energie	2012	2013	2014*
Gesamtenergieaufwand (in Terajoule)	3.098	2.960	2.616
Spezifischer Energieverbrauch (in Gigajoule/Tonne Produkt)			
(unter Berücksichtigung der Energiearten Brennstoffe, Dampf, Strom, verkaufte Energie)	6,0	5,6	3,9
Gesamtstromverbrauch (in Terajoule)	-	941	954
Anteil des Strombezugs aus erneuerbaren Quellen (in %)	-	18,5	19,9
Anteil des Strombezugs aus nicht erneuerbaren Quellen (in %)	-	81,5	80,1
Brennstoffstoffverbrauch aus nicht erneuerbaren Quellen (in Terajoule)	-	1.630	1.135,1
Brennstoffstoffverbrauch aus erneuerbaren Quellen (in Terajoule)	-	257	272,4
Bezogener Dampf (in Terajoule)	-	181	106,8
Bezogener Strom (in Terajoule)	-	941	954,4
Verkaufte Energie (in Terajoule)	-	49	29,4
Klimaemissionen			
Klimaemissionen direkt (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	104.400	100.120	81.690
Klimaemissionen indirekt (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	131.000	120.000	122.185
Spezifische Klimaemissionen (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente/ Tonne Produkt) (Scope 1 und Scope 2)	0,46	0,44	0,31
Emissionen bei der energetischen Nutzung von Kaffeesatz (in Tonnen CO ₂ -Äquivalente)	rd. 26.000	27.500	
Wasserverbrauch	4,4	4,1	3,2
Gesamtwasserentnahme (in Mio. m ³),			
davon: aus eigenen Quellen (in Mio. m ³)	-	2,8	1,9
aus kommunaler Versorgung (in m ³)	-	940.000	920.000
aus Oberflächenwasser (in m ³)	-	360.000	290.000

*2014 zu 2013 nicht vergleichbar durch erweiterten Berichtskreis



Kooperation für besseres Recycling

Die „Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH“ (DSD) hat seit 1990 das weltweit erste duale System zum Recycling von Verkaufsverpackungen aufgebaut und organisiert und von Anfang an vertrauensvoll mit Nestlé Deutschland zusammengearbeitet. Nestlé Deutschland hat sich das Ziel gesetzt, alle Verpackungen recyclingfähig zu gestalten, und sich dazu das Know-how unserer Unternehmensgruppe gesichert. In speziellen Workshops erfahren Nestlé Spezialisten vor Ort, wie sich ihre Verpackungen in der Sortierung und in den Recyclingprozessen verhalten und wie sich die Eigenschaften gezielt optimieren lassen. Kriterienkataloge und softwaregestützte Designtools, die wir gemeinsam erarbeiten, unterstützen den Gestaltungsprozess.

MICHAEL WIENER,
GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER
UND CEO DER DSD



Video auf www.nestle.de:
Recycling von Verpackungen.



Gestaltet nach Ökodesign-Aspekten:
Die neue „Thomy Squeeze-Bottle“.

Verpackungsdesign und stoffliches Recycling

Sekundärrohstoffe und Materialreduzierung

Deutschland verfügt über ein flächendeckendes System zur Sammlung von Verpackungen. Häufig funktionieren Sortierung und Verwertung aber in der Praxis aufgrund ungünstiger Materialauswahl und -verbindungen nicht optimal. Neben der Reduzierung von Verpackungsmaterial achtet Nestlé daher darauf, dass gut sortier- und verwertbare Materialien zum Einsatz kommen. Hierfür arbeitet Nestlé eng mit Verpackungsherstellern und Verwertungsbetrieben zusammen. So betrug der Anteil der Verpackungen, die effektiv für ein werkstoffliches Recycling geeignet sind, 2014 mit 88% deutlich mehr als 2013 (plus 13 Prozentpunkte). Vorgehen und weitere Verbesserungsmöglichkeiten wurden auch beim Stakeholderworkshop und im Verbraucherbeirat diskutiert.

Der Anteil an Verpackungen aus Sekundärrohstoffen stieg gegenüber dem Vorjahr um zwei Prozentpunkte auf 50% im Jahr 2014. Jeder Einsatz von Recyclingmaterial bedarf aber einer eingehenden Prüfung, um den Eintrag von Schadstoffen zu vermeiden. Aus Gründen der Lebensmittelsicherheit wird bei Lebensmittelkontakt überwiegend Karton aus Frischfasern verwendet; bei einzelnen Produkten wie Kartons für Tiefkühlpizza mit Innenfolie ist hingegen der Einsatz von Recyclingkarton weiterhin möglich.

Insgesamt konnte Nestlé das Gewicht der Verpackungsmaterialien von 141.000 auf 138.390 Tonnen verringern (43.234 Tonnen aus nachwachsenden Rohstoffen, 95.156 Tonnen aus nicht erneuerbaren). Bei der Reduktion des Verpackungsgewichts durch konkrete Projekte gab es vor allem Fortschritte bei Kunststoff- und Verbundverpackungen (-114,6 Tonnen) und Papier und Karton (-131 Tonnen). Insgesamt wurden 2014 durch gezielte Verbesserungsmaßnahmen 245,6 Tonnen Material eingespart.

Ein Beispiel für die Überarbeitung einer Verpackung nach Ökodesign-Aspekten ist die neue „Thomy Squeeze-Bottle“. Ursprünglich bestand die Flasche aus PET mit einem Verschluss aus PP und einem Etikett aus PE. Obwohl alle drei Kunststoffe grundsätzlich recyclingfähig sind, hat Nestlé festgestellt, dass diese in den Sortieranlagen kaum zu trennen sind und oft in der Abfallverbrennung landen. Die neue Squeeze-Bottle besteht nun komplett aus PP und kann dem Recycling zugeführt werden.

Design for Recycling

Herzstück des „Design for Recycling“-Ansatzes ist „NEATpack“. In diesem Prozess werden die Verpackungen bereits bei der Entwicklung an die spezifischen deutschen Bedingungen im Bereich Recycling angepasst und optimiert. 2014 führte Nestlé hierzu die neue Software EcodEX ein, die ein Screening Life Cycle Assessment ermöglicht. Die Bewertung erfolgt anhand von fünf Indikatoren (Treibhausgasemissionen, Wasserverbrauch, Einsatz nicht erneuerbarer Energien und Mineralien, Auswirkungen auf Ökosysteme sowie Flächennutzung).

Ab 2015 will Nestlé schrittweise auch alle bereits existierenden Verpackungen analysieren. In zwei Schulungen wurden 2014 Ver-

packungsingenieure aller Geschäftsbereiche in das neue Tool eingewiesen.

Recycling von Kaffeekapseln

Ein Schwerpunkt 2014 war die Optimierung des Recyclings von Kaffeekapseln, die Nestlé auch mit dem Verbraucherbeirat in einem zweitägigen Workshop diskutierte. Durch die Sechste Novelle der Verpackungsverordnung im Sommer 2014 sind Kapseln, die Kaffeesatz enthalten, aus der Erfassung und Verwertung über die dualen Systeme herausgenommen worden. Nestlé will weiterhin eine stoffliche Verwertung der Kapseln sicherstellen und lizenziert die Kapseln freiwillig. Alle Kapseln der Getränkesysteme können und sollten daher weiterhin über das Duale System der Verwertung zugeführt werden. Bei dem Workshop ging es unter anderem darum, dies für die Verbraucher so klar und einfach wie möglich zu machen.

Die Kapseln haben die Aufgabe, den Kaffee vor Licht und Sauerstoff zu schützen und das Aufbrühen unter hohem Druck zu ermöglichen. Daher ist es eine Herausforderung, diese Eigenschaften zu erhalten und gleichzeitig die Verpackung ökologischer zu gestalten. Mit Aluminium und Kunststoff bestehen die Kapseln von *Nespresso* und *Nescafé Dolce Gusto* schon heute aus wiederverwertbaren Materialien. Zudem arbeitet Nestlé daran, das Aluminium dünner zu gestalten und die Kunststoffzusammensetzung für Recyclinganlagen zu optimieren. Bis 2020 soll bei *Nespresso* das gesamte Aluminium aus zertifiziert nachhaltigem Abbau stammen. Auch die Recyclingquote will das Unternehmen bis dahin auf 100% erhöhen.

Systematische Optimierung von Verpackungen

Alle Verpackungsprojekte, bei denen Umweltaspekte relevant sind, erfasst Nestlé auf Environmental Scorecards. Insgesamt wurden 2014 so 57 Projekte erfasst. Davon hat das Unternehmen 2014 26 Projekte umgesetzt und zwölf gestoppt. 19 Projekte werden 2015 weitergeführt.

Neben den Nachhaltigkeitsaspekten hat sich Nestlé seit 2013 verstärkt auf die Anforderungen von Transport, Handel und von Verbrauchern konzentriert. Teil der Initiative zur „verbraucherzentrierten Verpackung“ (consumer centric packaging, CCP) ist die Beurteilung von 16 Teilaspekten aus den Bereichen „Verkaufen“, „Einkaufen“ und „Konsumieren“, einschließlich der Stabilität beim Transport, der Lesbarkeit der Packungsinformationen, der einfachen Entnahme und der Umweltauswirkungen. 2013 und 2014 hat Nestlé Deutschland 29 Produktverpackungen entsprechend analysiert und optimiert.

Logistik und Transport

Reduzierung von Treibhausgasen in der Logistik

2014 konnten Nestlé Waters, Nestlé Wagner und Nestlé Health-Care Nutrition mit in die Berichterstattung aufgenommen werden,

d. h. es wird über die Aspekte Energie und Emissionen in unseren (eigen- und fremdbetriebenen) Distributionszentren Rangsdorf, Weiding, Singen, Lüdinghausen, Uelzen, Nürnberg, Worms, Otzenhausen und Erkrath berichtet. Dadurch erhöht sich die ausgelieferte Tonnage von 420.635 Tonnen auf 1.099.396 Tonnen und es werden mehr als 95% der Auslieferungen von Nestlé in Deutschland abgedeckt.

Weil 2014 das Wasser-Geschäft mit seiner extensiven Logistik mitberücksichtigt wird, sind die spezifischen CO₂-Emissionen stark gesunken (0,008 CO₂/Tonnen Produkt in der Lagerung und 0,052 in der Logistik). Die Daten für 2014 sind daher nur eingeschränkt mit den Vorjahren vergleichbar.

In Bezug zur Basis von 2013 (ohne neu aufgeführte Logistikbereiche) wurde der CO₂-Ausstoß durch vermehrte Bahntransporte um 682 Tonnen gesenkt.

Weitere rund 500 Tonnen CO₂ konnten durch die Verdichtung kleiner Warensendungen eingespart werden. Auch der Neubau des Werks in Schwerin reduziert die CO₂-Emissionen um 336 Tonnen jährlich, indem es kürzere Lieferwege ermöglicht. Alle Kühlanlagen in der Distribution verwenden ausschließlich natürliche Kältemittel. Weitere Reduzierungen der Treibhausgasemissionen konnten durch den Ausbau des Einsatzes erneuerbarer Energien erreicht werden (28,8% bei normaltemperierter Ware und 14,6% bei Tiefkühlprodukten).

Einbindung von Logistikpartnern

Nestlé Deutschland hat Leitlinien für eine nachhaltige Logistik aufgestellt, die sowohl die eigenen und fremdbetriebenen Distributionszentren und Läger als auch Eigen- und Fremdtransporte einschließen. Der Anteil der fremdbetriebenen Läger und der Transportdienstleister an der Auslieferung beträgt jeweils mehr als 90%. (GRI G4-21)

Um die Umweltleistung zu optimieren, hat Nestlé 2014 18 Strategietreffen und fünf Telefonkonferenzen mit Logistikdienstleistern durchgeführt. Ein wichtiger Schwerpunkt war dabei auch die Vermeidung von Arbeitsunfällen. Hintergrund ist die gestiegene Zahl von Arbeitsunfällen in Distributionszentren (2013 fünf Unfälle, 2014 zehn). Daher verlangt Nestlé zukünftig von allen Logistikdienstleistern die Zertifizierung nach ISO 14001, SA 8000 und OHSAS 18001.

Biodiversität an Standorten

Der Erhalt von Biodiversität an den deutschen Nestlé Standorten wurde 2014 als ein neues Handlungsfeld geprüft. Hierzu führte ein Experte der Bodensee-Stiftung im Rahmen des Programms Biologische Vielfalt an der Nestlé Hauptverwaltung in Frankfurt und dem Kaffeekapselwerk in Schwerin Erstbegehungen durch. Seine Empfehlungen prüft Nestlé unter Lebensmittelsicherheitsaspekten und sie werden gegebenenfalls im Jahr 2015 in die Gestaltung des Geländes einfließen. Die Zielkonflikte einer naturnahen Gestaltung von Lebensmittelproduktionsstandorten mit Anforderungen der Lebensmittelsicherheit werden Anfang 2015 zudem in einem Workshop mit Vertretern der Bodensee-Stiftung behandelt.

Produktsicherheit

Prävention vom Acker bis auf den Teller

Die Sicherheit von Lebensmitteln ist eine komplexe Aufgabe, die über die gesamte Wertschöpfungskette eines Produktes reicht: Es genügt nicht, Hygiene und lebensmittelrechtliche Vorschriften in den eigenen Werken sicherzustellen. Die Prävention von Risiken muss bereits beim Anbau beginnen und jede Verarbeitungsstufe sowie Logistik, Lagerung und Zubereitung einbeziehen. Die größten Risiken liegen dabei in der Nichteinhaltung der guten landwirtschaftlichen Praxis, z. B. beim Pestizideinsatz oder mangelhafter Hygiene. Der Verpackung kommt eine wichtige Schutzfunktion zu – sie schützt vor Verunreinigung und Verderb, kann potenziell aber auch durch chemische Verunreinigungen zu möglichen Gesundheitsrisiken beitragen.

Entsprechend verfolgt Nestlé Deutschland einen ganzheitlichen Ansatz und arbeitet mit hohen Standards und Kontrollen. Alle Maßnahmen in der gesamten Prozesskette müssen sinnvoll ineinandergreifen. Der strategische Leitgedanke zur Lebensmittelsicherheit ist dabei für Nestlé die bestmögliche Prävention.

Bei Transport und Lagerung kommt es z. B. darauf an, dass die Kühlkette durchgängig gewährleistet ist, und dass Substanzen der Verpackung nicht in den Inhalt übergehen. So bilden sich bei Speiseeis Kristalle, wenn das Produkt beim Ausladen im Handel antaut und erneut eingefroren wird. Nur wenn jedes Glied der Warenkette – einschließlich Verbraucher – sachgerecht die Kühlkette aufrechterhält, kann das Produkt einwandfrei verzehrt werden.

Qualitätsmanagement bei Lieferanten und in den Werken

Durch Qualitätsaudits bei allen Lieferanten überwacht Nestlé, dass diese die Vorgaben des Unternehmens einhalten. Bei 235 Audits im Jahr

»Zielkonflikte zwischen verschiedenen Dimensionen von Qualität zeigen sich immer wieder – zum Beispiel konkurrieren Hygieneanforderungen unter Umständen mit wassersparender Bewässerung, Sicherheit in der Kühlkette mit Energieeffizienz. Daher brauchen wir einen ganzheitlichen Blick auf Qualität. Sicherheit und Nachhaltigkeit dürfen kein Widerspruch sein.«

DR. GUNTER FRICKE,
LEITER QUALITÄTSMANAGEMENT
NESTLÉ DEUTSCHLAND

2014 gab es keine Beanstandungen; im Vorjahr wurden zwei Lieferanten ausgeschlossen, da sie Anforderungen nicht erfüllen konnten. Auditiert wurden 60 Packmittel-, 107 Rohmaterial- und 68 Lieferanten von Fertig- und Halbfertigprodukten. Dabei strebt Nestlé eine langfristige, partnerschaftliche Zusammenarbeit an, um Lieferanten gezielt weiterzuentwickeln und zu verlässlichen Partnern zu machen. Vor Aufnahme eines neuen Lieferanten erfolgt grundsätzlich die Überprüfung der Betriebsstätten durch eigene Auditoren; Spezifikationen und Prozesse werden auch gemeinsam entwickelt, um höchstmögliche Qualität der Endprodukte sicherzustellen.

Die eigenen Werke überwacht Nestlé Deutschland ebenfalls durch Qualitätsaudits. Alle 20 Audits 2014 blieben – wie schon im Vorjahr – ohne Beanstandung. Eine wichtige Grundlage dafür hat Nestlé gelegt, indem das Unternehmen in allen Werken und Distributionszentren die Qualitätsstandards ISO 9001 und ISO 22000 / FCCS 22000 anwendet. Externe Kontrolleure überprüfen regelmäßig deren Einhaltung. Zudem bildet Nestlé alle Mitarbeiter mindestens einmal jährlich zu den Themen Hygiene und Lebensmittelsicherheit, Verbesserung interner Abläufe oder Compliance weiter.

Kontinuierliche Weiterentwicklung der Lebensmittelsicherheit

Lebensmittelsicherheit ist ein kontinuierlicher Prozess. Bessere Analyseverfahren produzieren laufend neue Erkenntnisse. Nestlé erfasst diese Erkenntnisse aus der Wissenschaft und der Praxis in einem strukturierten Prozess weltweit und bewertet deren Relevanz. Dabei berücksichtigt das Unternehmen die Empfehlungen von nationalen und internationalen Sicherheitsbehörden. Entsprechend der möglichen Konsequenzen für die eigenen Produkte ergreift Nestlé dann geeignete Vorbeugemaßnahmen.

Prävention in enger Kooperation mit Lieferanten

Engmaschige Kontrollen und die eingehende Analyse möglicher Risiken bilden die Grundlage für Lebensmittelsicherheit. Die globale Präsenz von Nestlé ist dabei ein Vorteil: Das Unternehmen arbeitet zum einen weltweit mit den gleichen hohen, meist europäischen Standards, die in vielen Regionen strenger sind als die lokale Gesetzgebung. Zum anderen verfügt Nestlé in fast allen Ländern über Mitarbeiter, die mit der jeweiligen Sprache, Kultur und auch den Bedingungen bei Lieferanten und in der Landwirtschaft vertraut sind. Bei Problemen arbeiten eigene Agronomen direkt mit den Lieferanten zusammen, um unerwünschte Praktiken zu beenden oder bessere Anbaumethoden einzuführen – im Sinne von Lebensmittelsicherheit, aber auch Umwelt- und Arbeitsschutz. Auch Lieferanten von verarbeiteten Rohstoffen oder Verpackungsmaterialien werden von Nestlé Auditoren aus der Region geprüft – auf Basis weltweit gültiger Unternehmensstandards und Verfahren. Somit ist Nestlé nicht ausschließlich von externen Auditoren und Zertifizierungen abhängig und kann bei Bedarf in Zusammenarbeit mit den Lieferanten Standards und Verfahren weiterentwickeln.

Umgang mit Herausforderungen

Schnelle Reaktion bei Problemen

Trotz aller Präventionsmaßnahmen treten gelegentlich Fehler bei Produkten auf. Um darauf schnell reagieren zu können, hat Nestlé feste Prozesse und Zuständigkeiten definiert. Das Unternehmen wertet dazu auch die Reklamationen von Verbrauchern aus und analysiert sie auf mögliche Risiken. Von rund 164.000 Anfragen beim Nestlé Verbraucherservice insgesamt gaben etwa 1,6% Anlass zu eingehenden Untersuchungen, z. B. auf Fremdkörper wie Nusschalen und Obstkerne oder mikrobiologische Risiken. Auch wenn in der weit überwiegenden Zahl der Fälle ein Zusammenhang mit dem Produkt sicher ausgeschlossen werden konnte, erfordert jeder einzelne Fall eine Prüfung. In zwei Fällen führte Nestlé 2014 einen Produktrückruf durch, um mögliche Risiken für die Verbraucher auszuschließen.

Reklamationen auf den Kern gehen

Ein Reklamationsgrund war beispielsweise Anlass für Maßnahmen mit einem Lieferanten für Kirschen: Verbraucher hatten sich über Kirschkerne im Schwarzwälder-Kirsch-Eis von *Mövenpick* beschwert. Für das Eis werden zugelieferte Fruchtstücke verwendet. In der Produktion bei Nestlé ist es nicht mehr möglich, die Kerne auszusieben, ohne die Fruchtstücke ebenfalls zu entfernen. Deshalb wurde Nestlé zur Vermeidung von Fremdkörpern am Anfang der Kette im Anbaugebiet der Kirschen aktiv. In enger Zusammenarbeit mit dem Lieferanten vor Ort wählte ein Nestlé Team Kirscharten und Fruchtgröße so aus, dass sie verlässlich entsteint werden können und überarbeitete zudem das Entsteinungsverfahren. Unter anderem wurde im Prozess des Lieferanten ein eigens entwickeltes Sieb installiert. Im Ergebnis sanken die Reklamationen wegen Kirschkernen 2014 um 84%.



Verunreinigung von Beeren

Im April 2014 bestand der Verdacht auf eine Kontaminierung einer Waldbeerenmischung auf einem Kuchen von Nestlé mit Hepatitisviren. Wie war das möglich?

G. F.: Aufgrund unserer hohen Qualitätsstandards wollen wir frische Früchte verwenden. Wenn wir die Früchte kochen, verlieren sie Form und Qualität. Viren treten nur sporadisch auf und können auch bei engmaschigen Kontrollen nicht 100% erfasst werden. *Wodurch können die Viren auf die Beeren kommen?*

G. F.: Das kann davon abhängen, wie in den Anbaugebieten Pflanzen auf den Feldern bewässert werden und wie hygienisch die Erntehelfer arbeiten. Das Problem kann so nur vorne in der Lieferkette vermieden werden. *Wie reagierte Nestlé auf den Verdacht?*

G. F.: Wir haben den Kuchen sofort zurückgerufen, ohne erst auf die endgültigen Ergebnisse zu warten. Gleichzeitig haben wir die Lieferkette auf mögliche Quellen einer Verunreinigung untersucht.

Welche Maßnahmen hat Nestlé konkret ergriffen?

G. F.: Gemeinsam mit den Lieferanten und der Nestlé Niederlassung vor Ort haben wir ein Projekt aufgesetzt, um mikrobiologische Kontrollen bei der Bewässerung zu etablieren. Außerdem wird die Hygiene der Arbeiter vom Anbau bis zur Weiterverarbeitung verbessert. Dazu haben wir auch ergänzende Kontrollen eingeführt, die an kritischen Punkten die Einhaltung der Vorgaben sicherstellen sollen.

DR. GUNTER FRICKE,
LEITER QUALITÄTSMANAGEMENT
NESTLÉ DEUTSCHLAND



Qualitätskontrolle bei Kakao.

Handlungsempfehlungen für Verbraucher

Risiken für die Lebensmittelsicherheit liegen auch unmittelbar beim Verbraucher selbst. Die richtige Lagerung und Zubereitung und nicht zuletzt angemessene Hygiene in der Küche spielen dabei eine zentrale Rolle.

Nestlé unterstützt dabei die Verbraucher auf unterschiedliche Art und Weise: Rezept- und Zubereitungstipps auf Produkten oder Online-Plattformen wie dem *Maggi* Kochstudio geben Hinweise zum bedarfsgerechten Einkauf und zur Zubereitung. Verpackungsinformationen zur Einhaltung der Kühlkette und zur richtigen Lagerung, aber auch weiterführende Informationen zur Lagerung von Lebensmitteln im Nestlé Ernährungsstudio sollen den Verbrauchern eine Hilfestellung bieten. Bedarfsgerechte Portionseinheiten und Schutzverpackungen schützen vor Verderb und tragen dazu bei, Lebensmittelabfälle zu vermeiden. Auch in den Kursen des *Maggi* Kochstudios werden Hinweise zu Hygiene, Lagerung und Zubereitung vermittelt.

2014 hat Nestlé Deutschland zudem für alle Produkte die Etiketten überarbeitet, um die erweiterten Kennzeichnungsanforderungen der neuen Lebensmittelinformationsverordnung umzusetzen. Allergene sind danach deutlicher gekennzeichnet. Für Verbraucher

mit Allergien oder Unverträglichkeiten ermöglicht das ein noch höheres Maß an Sicherheit – wenngleich Nestlé Allergene bereits seit Jahren freiwillig ausweist. Ebenso wichtig wie die Kennzeichnung ist aber die Vermeidung von Allergenen in der Produktion: Durch die gezielte Gestaltung von Werken und Produktionslinien vermeidet Nestlé Kreuzkontaminationen mit Allergenen, Mitarbeiter in der Produktion werden entsprechend geschult.

Lebensmittelsicherheit war im Herbst 2014 Thema bei der ersten gemeinsamen Sitzung des Nestlé Verbraucherbeirats und des Experten- und NGO-Beirats. Ziel der Arbeitssitzung war, ein besseres Verständnis der Verbrauchersicht zu erhalten und mögliche Handlungsfelder für Nestlé an der Schnittstelle zu den Verbrauchern zu diskutieren. Dabei zeigte die Diskussion teilweise erhebliche Abweichungen zwischen realen Risiken und der Wahrnehmung der Verbraucher. Bessere Informationen zu Prozessen und Herkunft von Zutaten einerseits und Angebote zur Verbraucherbildung für Haushaltsführung und sicheren Umgang mit Lebensmitteln andererseits wurden als mögliche Handlungsfelder auch für Nestlé identifiziert. (GRI G4-27)

ZIELE UND FORTSCHRITTE IM QUALITÄTSPROGRAMM

SICHERHEIT

Zielsetzung	Geltungsbereich	Erreicht bis	Status quo & Fortschritt
HERKUNFT			
Wir sichern die Transparenz unserer Lieferketten	Kaffee Kakao Haselnüsse Vanille Soja Fleisch Eier Papier und Karton Milchprodukte (Frischmilch, milchbasierende Rohstoffe) Palmöl <i>Für alle in Deutschland hergestellten Produkte</i>	2015	Die gesetzlich definierte Transparenz (Chargenrückverfolgbarkeit) liegt für alle Materialien vor. Darüber hinaus überprüfen wir unsere Lieferketten im Rahmen unserer Programme für verantwortungsvolle Beschaffung mit dem Ziel, bei Risikomaterialien Transparenz bis in den Anbau sicherzustellen. Kaffee: Der 4C-Standard ermöglicht die geforderte Rückverfolgbarkeit bis in die Anbauregion. Status quo Ende 2014: Mainz: 98%; Schwerin: 80% Kakao: Die UTZ-Zertifizierung gewährleistet die geforderte Transparenz bis zur Ebene der Kooperative. Status quo Ende 2014: Hamburg: 100%; Uelzen: 100% für Kakaomasse und Butter Haselnüsse: Responsible Sourcing Audits untersuchen die Transparenz bis zum Knacken der Nüsse (Cracker); die Cracker haben Transparenz bis in die Anbauregion. 2013: 65%; 2014: 80% Vanille: Kontrollierter Vertragsanbau und ECOCERT-Zertifikat bieten Transparenz bis zur Plantage. Soja als Rohstoff in Tiernahrung: 100% transparente Lieferkette bis zur Mühle; GMO-frei (identity preserved) Frischfleisch: 100% Transparenz bis zum Schlachthof; Umsetzung des QS-Standards Eier: vollständig aus Bodenhaltung Milch: Frischmilch (ohne Derivate) für die Werke Uelzen, Biessenhofen vollständig aus Deutschland, transparente Lieferkette bis zur Molkerei; Milchviehhaltung überwiegend NRW und Bayern Palmöl: 97%, davon 42% aus transparenten Lieferketten (rückverfolgbar bis Ölmühle/Anbauregion) und 55% RSPO Segregated
	PRODUKTIONSSTANDARDS		
ISO 9001 und ISO 22000 (Qualitätsmanagement)	In eigenen Werken In eigenen Distributionszentren	kontinuierlich	100%
PRODUKTKENNZEICHNUNG			
Verbraucher erhalten relevante produktspezifische Informationen zu allen Endverbraucherprodukten über digitale Kommunikationswege (QR-Code/Social Media/Websites)	QR-Code: Alle in Deutschland hergestellten Produkte mit Ernährungskompass QR-Codes auf importierten Produkten werden in den Produktionsländern umgesetzt	2015	2013: QR-Code bei <i>Thomy</i> und <i>Nescafé Dolce Gusto</i> eingeführt, insgesamt 132 Produkte Ende 2014: 347 Produkte mit QR-Code Wegen der Überarbeitung von Rezepturen wurde die Umstellung bei einigen Kategorien zunächst zurückgestellt. Ziel für Ende 2015: 785 Produkte tragen den QR-Code.

Zielsetzung	Geltungsbereich	Erreicht bis	Status quo & Fortschritt
PRODUKTSICHERHEIT			
100% der Lieferanten sind qualitätsauditiert	Rohstoffe Verpackungen Indirekte Materialien	kontinuierlich	2014: Alle Lieferanten für den deutschen Markt sind qualitätsauditiert. In Deutschland wurden 2014 107 Lieferanten von Rohstoffen, 60 Lieferanten von Packmaterialien und 68 Lieferanten von Fertig- und Halbfertigprodukten auditiert.
Inclusive Packaging ist fester Bestandteil des Produktentwicklungsprozesses	Gesamtes Produktportfolio	kontinuierlich	Seit 2014: Jährliches Screening der Verbraucherfreundlichkeit von Verpackungen bestehender Produktkategorien 2014 vier Schulungen für die bedeutsamsten Neueinführungen bzw. Verpackungsänderungen durchgeführt

ERNÄHRUNG

Zielsetzung	Geltungsbereich	Erreicht bis	Status quo & Fortschritt
HOCHWERTIGE ZUTATEN			
Erhöhung des Anteils der natürlichen Aromen und Farbstoffe (im Austausch gegen künstliche)	<i>Schöller</i> (nur Kinderprodukte) <i>Wagner</i> <i>Erlenbacher</i>	2015	2014: <i>Schöller</i> : 100% natürliche Farbstoffe und Aromen bei allen Speiseeisprodukten für Kinder <i>Wagner</i> : 100% natürliche Aromen und Farbstoffe <i>Erlenbacher</i> : 99,9% des Umsatzes mit Produkten ohne künstliche Farbstoffe (nur noch ein Dekoartikel mit künstlichem Farbstoff)
Steigerung des Anteils an Rezepturen mit verkürzten Zutatenlisten sowie eliminierten unerwünschten und unverständlichen Zutaten	<i>Maggi</i> (bei neuen Produkten und bei Überarbeitung bestehender Produkte)	kontinuierlich	2014: 130 <i>Maggi</i> Rezepturen überarbeitet, d. h. 43% der Rezepturen bezogen auf die Gesamtanzahl an <i>Maggi</i> -Produkten
NÄHRWERTPROFILE			
Verbesserung der Rezepturen hinsichtlich des ernährungsphysiologischen Wertes	Alle Produkte (ohne Tiernahrung, klinische Ernährung und Kosmetikprodukte)	kontinuierlich	2012: 47% des Umsatzes 2013: 49% des Umsatzes 2014: 51% des Umsatzes
<i>Gemessen an der Anzahl der Produkte mit Nestlé Nutritional Foundation (NF) bezogen auf den Gesamtumsatz der Nestlé Deutschland</i>			
Durchschnittlich 10% Natriumreduktion in allen relevanten Produkten ohne Natrium-NF bis Ende 2016	Alle Produkte, die nicht den Grenzwert des NNPS für Natrium erfüllen	2016	2013: 4% Salzreduktion bei <i>Maggi</i> (gegenüber 2012) Bei Produkten, die 20% des Umsatzes der Marke entsprechen, wurde der Salzgehalt reduziert. 2014: 6% Salzreduktion (gegenüber 2012) Bei Produkten, die 30% des Umsatzes der Marke <i>Maggi</i> entsprechen, wurde der Salzgehalt reduziert.

Zielsetzung	Geltungsbereich	Erreicht bis	Status quo & Fortschritt
< 1% Transfettsäuren aus gehärteten Fetten	Alle Produkte	2016	2013: 98% der Produkte enthalten < 1% Transfettsäuren aus gehärteten Fetten. 2014: 99,54% der Produkte enthalten < 1% Transfettsäuren aus gehärteten Fetten.
Alle Kinderprodukte erfüllen die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation für Kinder	Alle Kinderprodukte <i>Produkte, deren Konsumenten zu mindestens 50% unter 12 Jahren alt sind oder die für diese Altersgruppe entwickelt worden sind</i>	2014	2012: 60% 2013: 87% des Umsatzes, entspricht 43 Produkten mit Nutritional Foundation gegenüber zehn ohne 2014: 93% des Umsatzes mit NF, entspricht 48 Produkten mit NF und vier Produkten ohne NF (per Ende 2014) Mehrere Produkte wurden aufgelassen.
Alle Süßigkeiten und Speiseeis für Kinder haben maximal 170 Kalorien pro Portion	Alle Kinderprodukte in den Kategorien Süßwaren und Speiseeis	2015	2013: Von 29 Produkten in dieser Gruppe haben 28 maximal 170 kcal, ein Produkt mehr als 170 kcal. 2014: 100% haben maximal 170 kcal.
Alle Frühstückscerealien für Kinder enthalten weniger als 9 g Zucker pro Portion (30 g Cerealien ohne Milch)	Alle Frühstückscerealien für Kinder	2015	2013: Alle Kinderprodukte enthalten maximal 9 g Zucker pro Portion (entspricht Zuckerreduktion zwischen 17% und 30% gegenüber 2012). 2014: unverändert erreicht

GESCHMACK

Durchführung von „60/40“-Tests zur Ermittlung der Verbraucherpräferenz	Umsatzstärkste Produkte sowie Schlüsselinnovationen der Geschäftsbereiche Herta, Maggi, Nestlé Schöller, Nestlé Kaffee und Schokoladen und Nestlé Wagner	2015	2013: Für 41% Tests durchgeführt, bezogen auf den Umsatz der relevanten Geschäftsbereiche mit einer durchschnittlichen Win-Rate von 64% 2014: Für 39% Tests durchgeführt, bezogen auf den Umsatz der relevanten Geschäftsbereiche mit einer durchschnittlichen Win-Rate von 71%
--	--	------	--

ERNÄHRUNGSWISSEN

Durch das Nestlé Ernährungsstudio tragen wir zur Ernährungsbildung in der Bevölkerung bei		kontinuierlich	Nestlé Ernährungsstudio: 2013: 4,2 Mio. Besucher 2014: 3,7 Mio. Besucher
---	--	----------------	--

UMWELT

Zielsetzung	Geltungsbereich	Erreicht bis	Status Quo & Fortschritt
VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG			
50% des Palmöls ist transparent und auf Einhaltung von anerkannten Sozial- und Umweltstandards verifiziert <i>Entsprechend den Nestlé Responsible Sourcing Guidelines = RSPO + Schutz von Torfmooren und Wäldern mit hohem CO₂-Speicherwert</i>	In allen in Deutschland produzierten Produkten	2015	2014: Palmöl als Rohstoff vollständig nach RSPO-Anforderungen, davon: 42% stammen aus transparenten Lieferketten, die nach den erweiterten Nestlé Richtlinien überprüft wurden (rückverfolgbar bis Ölmühle/Anbauregion). 55% RSPO Segregated 3% RSPO Mass Balance (betrifft Palmöl in einem Margarineprodukt, das noch nicht anders verfügbar ist)

Zielsetzung	Geltungsbereich	Erreicht bis	Status quo & Fortschritt
Eier stammen zu 100% aus Bodenhaltung	In allen in Deutschland hergestellten Produkten	2015	2014: 100%
21 ausgewählte Gemüse und Kräuter (nach Volumen bzw. Wert priorisiert) stammen aus nachhaltigen Quellen	Maggi Produkte	2020	2014: Tomaten: <ul style="list-style-type: none"> – Assessments der Anbaumethoden in der Pilotregion Extremadura, Spanien mittels des RISE-Tools – Entwicklung der RSG für Tomaten – RSG-Audits mit zwei Lieferanten (Spanien, Italien) durchgeführt – Pilotprojekt im Tomatenanbau in Spanien auf Basis RSG und Ergebnissen der RISE-Assessments gestartet – Workshop mit Lieferanten, Bauern, Einkäufern und einer lokalen Umweltorganisation als Projektpartner (Dezember 2014)

RESSOURCENSCHONENDE PRODUKTION

ISO 14001 (Umwelt)	In eigenen Werken	kontinuierlich	100%; Zertifizierung durch TÜV Nord; Zero Landfill
Senkung des spezifischen CO ₂ -Ausstoßes in der Produktion um 30% (Baseline 2005)	In eigenen Werken <i>Werte zu Vorjahr: Aktuelle Werke Kumuliert: Bezogen auf Abgrenzung von 2005</i>	2015	2005 bis 2014: Reduktion des spezifischen CO ₂ -Ausstoßes um 33% kumuliert 2014: Reduktion um 1,6% zu Vorjahr
Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs in der Produktion um 30% (Baseline 2005)	In eigenen Werken <i>Werte zu Vorjahr: Aktuelle Werke Kumuliert: Bezogen auf Abgrenzung von 2005</i>	2015	2005 bis 2014: Reduktion des Wasserverbrauchs um 52,3% kumuliert 2014: 120 Einzelprojekte zur Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs durchgeführt. Einsparung 3,1% zu Vorjahr effektiv, projektbezogen 5,8%
Senkung des spezifischen Energieverbrauchs in der Produktion um 30% (Baseline 2005)	In eigenen Werken <i>Werte zu Vorjahr: Aktuelle Werke Kumuliert: Bezogen auf Abgrenzung von 2005</i>	2015	2005 bis 2014: Reduktion des Energieverbrauchs um 22% kumuliert 2014: 1,3% effektiv, projektbezogen 4,5% gegenüber Vorjahr <i>(Abweichung durch Änderungen in Produktionsstruktur und -menge)</i>
ISO-50001-Zertifizierung (Energiemanagement)	In eigenen Werken in Deutschland	2015	2013: Uelzen auditiert 2014: Schwerin in Zertifizierung aufgenommen

RESSOURCENSCHONENDE DISTRIBUTION

ISO 14001 (Umwelt)	In eigenen Distributionszentren	kontinuierlich	100%
10% Reduzierung des CO ₂ -Ausstoßes (Baseline 2010)	In eigenen Distributionszentren (nur normaltemperierte Ware)	2015	2014: Reduktion um 37,3% (v. a. aufgrund Auflösung eines Standorts sowie kontinuierlicher Optimierungsmaßnahmen)

Zielsetzung	Geltungsbereich	Erreicht bis	Status quo & Fortschritt
10% Anteil Energie aus erneuerbaren Quellen (Baseline 2010)	In eigenen Distributionszentren (nur normaltemperierte Ware)	2015	2013: Anteil 28% 2014: Anteil 52% Zwei Standorte mit PV-Anlage auf dem Dach, ein Standort mit Zukauf von Strom aus Wasserkraft

UMWELTSCHONENDE VERPACKUNG

Alle Verpackungen werden kontinuierlich auf werkstoffliches Recycling optimiert		kontinuierlich	2013: 75% der Verpackungen (nach Gewicht) können werkstofflich recycelt werden. 2014: 80% der Verpackungen (nach Gewicht) können werkstofflich recycelt werden.
Eliminierung von PVC-haltigen Verpackungen			2014: 95% der Verpackungen sind PVC-frei. Die verbleibenden PVC-haltigen Verpackungen sind identifiziert und Projekte zur Eliminierung gestartet.
Eliminierung von BPA in Verpackungsmaterialien			2014: bei 87% der metallhaltigen Verpackungen werden BPA-freie Lacke eingesetzt. Alle Verpackungen, die BPA enthalten können, sind in Projekten erfasst. Es wurden alternative Lacksysteme ausgewählt und – wo machbar – eingeführt. Ende 2014 sind die Tests bei vier Produktkategorien aufgrund der langen MHD noch nicht abgeschlossen. Bis Ende 2015 soll der Umstellungsprozess abgeschlossen sein.
Alle Verpackungen sind auf ihre Umwelteigenschaften untersucht. Von zwei vergleichbaren Verpackungsalternativen wird die umweltfreundlichere umgesetzt. Alle neuen Verpackungen werden systematisch unter Umweltaspekten gestaltet		2015	Bereits durchgeführt für neue Verpackungen Ab 2015: für existierendes Portfolio, um Optimierungsbedarf aufzuzeigen 2013: Um 438 t Verpackung reduziert 2014: Um 246 t Verpackung reduziert Prüfung ist als Teil des regulären Prozesses in der Verpackungsentwicklung verankert

GESELLSCHAFT

Zielsetzung	Geltungsbereich	Erreicht bis	Status quo & Fortschritt
SOZIALSTANDARDS IN UNSEREN LIEFERKETTEN			
100% Responsible-Sourcing-Auditierung von Lieferanten <i>Überprüfung durch SMETA-Audits oder gleichwertige Zertifizierungen/Audits</i>	Bevorzugte Lieferanten des deutschen Marktes	2015	2012 und 2013 wurden insgesamt 242 Lieferanten des deutschen Marktes als compliant eingestuft. 2014: 241 RS-Audits für Deutschland durchgeführt Europaweit wurden mehr als 800 Audits durchgeführt.

Zielsetzung	Geltungsbereich	Erreicht bis	Status quo & Fortschritt
100% des Kakaos stammen aus dem <i>Cocoa Plan</i> und/oder sind durch unabhängige Dritte zertifiziert	Alle von Nestlé in Deutschland produzierten kakaohaltigen Produkte	2015	2013: Kakao für alle <i>KitKat</i> Produkte und <i>Smarties</i> stammt aus dem <i>Cocoa Plan</i> /von UTZ Certified zertifizierten Kooperativen. Ende 2014: Der gesamte Kakao für die Süßwarenproduktion im Werk Hamburg stammt aus dem <i>Cocoa Plan</i> und ist von UTZ zertifiziert (Marken <i>KitKat</i> , <i>Smarties</i> , <i>Choco Crossies</i> , <i>After Eight</i>). Seit Mai 2014: Der Kakao für alle in Deutschland produzierten Speiseeisprodukte (Werk Uelzen) stammt aus dem <i>Cocoa Plan</i> und ist von UTZ zertifiziert.
100% des Kaffees stammen aus dem <i>Nescafé Plan</i> und/oder erfüllen mindestens den 4C-Standard	Alle in Deutschland verkauften kaffeehaltigen Produkte	2015	2013: 72% des Kaffees im Werk Mainz erfüllen den 4C-Standard. 2014: 98% des Kaffees im Werk Mainz erfüllen den 4C-Standard (Marke <i>Nescafé</i>). 80% des Kaffees im Werk Schwerin erfüllen den 4C-Standard (Marke <i>Nescafé Dolce Gusto</i>).
100% der Vanille sind von unabhängigen Dritten auf die Einhaltung fairer Arbeitsbedingungen sowie Umweltstandards verifiziert	In allen in Deutschland produzierten Produkten	2015	Seit Mai 2014: Natürliche Vanille für die deutsche Speiseeisproduktion (Werk Uelzen) stammt vollständig aus kontrolliertem Vertragsanbau und ist von ECOCERT zertifiziert.
100% der Haselnüsse sind auf die Einhaltung anerkannter Arbeits- und Sozialstandards bewertet	In allen in Deutschland produzierten Produkten	2015	2013: Responsible Sourcing Guideline definiert und Aktionsplan für Haselnüsse erstellt 2014: Lieferantenaudits durchgeführt 80% der Haselnüsse stammen aus transparenten Lieferketten und erfüllen die Anforderungen der Nestlé RSG.

SOZIALSTANDARDS

OHSAS 18001 (Arbeitssicherheit)	In eigenen Werken und Distributionszentren	kontinuierlich	100% der bestehenden Werke Zertifizierung Werk Schwerin steht für 2015 an
Durchführung von CARE-Audits	In eigenen Werken, Distributionszentren und Verwaltungen	kontinuierlich	100% CARE-Audits bestanden
Bekämpfung von Kinderarbeit Bis 2015: Umsetzung internationaler Aktionspläne für die Rohstoffe Kakao, Haselnüsse und Vanille, für die deutsche Lieferkette	Rohstoffe für die Produktion in Deutschland	kontinuierlich/ bis 2015	Kakao: Umsetzung des <i>Nestlé Cocoa Plan</i> in Zusammenarbeit mit der Fair Labor Association und weiteren Partnern. Haselnüsse: Fortsetzung der Zusammenarbeit mit der Fair Labor Association zum Haselnussanbau in der Türkei. Auditierung der Lieferkette für 80% des Volumens 2014 erreicht. Unterstützung eines Gemeinschaftsprojektes der Branche. Vanille: Audit mit Lieferanten für Vanille aus Madagaskar durchgeführt. Umstellung der Speiseeisproduktion entsprechend Responsible Sourcing Guideline für Vanille im Mai 2014 abgeschlossen.

Zielsetzung	Geltungsbereich	Erreicht bis	Status quo & Fortschritt
MITARBEITER			
30% der Führungspositionen sind mit Frauen besetzt		2015	2012: 30% 2013: 31% 2014: 32% Ziel 2015: 33%
Investitionen der Pensionskasse zu 75% in Unternehmen, die zumindest gleichwertigen Unternehmensgrundsätzen wie den Nestlé Corporate Business Principles folgen		2015	2012: 70% 2013: 75% 2014: 75%
<i>Basierend auf UN Global Compact und Standards internationaler Arbeitsorganisationen</i>			
Einbindung aller Mitarbeiter bei der Optimierung interner Prozesse (NCE-Initiative; Ressourcenschonung entlang der Wertschöpfungskette)		kontinuierlich, Einführung gemäß Fortschrittsplan	Alle Geschäftsbereiche sind gestartet, insbesondere Operations. Messbare Ergebnisse in Prozessverbesserungen, Arbeitsabläufen und Mitarbeiterereinbindung. Erhöhung der Arbeitszufriedenheit 2014: sieben Standorte/Bereiche erfolgreich gestartet (entspricht 6.400 Mitarbeitern) Ziel bis 2017: 10.700 Mitarbeiter einbezogen
ENGAGEMENT FÜR DIE GEMEINSCHAFT			
Youth Employment Initiative: Im Zeitraum 2014-2016 unterstützt Nestlé in Deutschland mehr als 2.000 junge Menschen unter 30 Jahren dabei, eine Arbeit zu finden		2014–2016	2013: Bewerbungsverfahren für junge Mitarbeiter aus Spanien und Portugal begonnen 2014: 1.041 Mitarbeiter unter 30 Jahren (davon 475 Trainees, Praktikanten und Auszubildende) haben 2014 die Möglichkeit zum beruflichen Einstieg bei Nestlé erhalten. Fünf Auszubildende aus Spanien sind an drei Standorten in Ausbildung. 150 Lieferanten eingebunden in die Alliance for YOUth als unternehmensübergreifende Initiative

G4 Allgemeine Standardangaben**Verweis auf Berichtsseiten / Kommentare****Externe
Assurance****Strategie und Analyse**

1	Statement der höchsten Entscheidungsträger/-innen zum Stellenwert der Nachhaltigkeit und zur strategischen Nachhaltigkeitsausrichtung	S. 2, 3, 5, 9, 27, 28	–
---	---	-----------------------	---

Organisationsprofil

3	Name der Organisation	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick	–
4	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick	–
5	Hauptsitz der Organisation	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick	–
6	Anzahl der Länder	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick	–
7	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick	–
8	Märkte, Branchen, Kundenstruktur	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick	–
9	Größe	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick	–
10	Arbeitskräfte	S. 22	–
11	Kollektivvereinbarungen	S. 21	–
12	Lieferkette	S. 11, 25, 26, 39 Siehe Bericht 2013: Anforderungen an unsere Lieferkette, S. 19 Siehe Bericht Nestlé in der Gesellschaft 2014, S. 19, 35, 47	–
13	Bedeutende Veränderungen während des Berichtszeitraums	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick S. 35	–
14	Berücksichtigung des Vorsorgeansatzes bzw. -prinzips	S. 6, 23, 38	–
15	Externe Chartas, Prinzipien und Initiativen, denen sich die Organisation verpflichtet hat	S. 2, 3, 24, 25, 27, 37	–

16	Mitgliedschaft in Verbänden	Auswahl von Mitgliedschaften von Nestlé in Verbänden: Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie, 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

17	Organisationseinheiten	Siehe Nestlé in Deutschland im Überblick/Umschlagsseite, Konzernstruktur	–
18	Berichtsinhalt, Aspekt-Grenzen, Anwendung der Prinzipien zur Festlegung des Berichtsinhalts	S. 5, 7, 8 Siehe ausführliche Herleitung im Fortschrittsbericht Nestlé Deutschland 2013: S. 4, S. 5 (Geltungsbereich des Programms), S. 6–7 (Beteiligung der Zivilgesellschaft), S. 8 (Themenschwerpunkte des Fortschrittsberichts)	–
19	Liste der wesentlichen Aspekte	S. 7	–
20	Grenzen der wesentlichen Aspekte innerhalb der Organisation	S. 7, 34	–
21	Grenzen der wesentlichen Aspekte außerhalb der Organisation	S. 7, 37	–
22	Neuformulierungen gegenüber früheren Berichten	Das bisherige Steering Committee für das Q ⁴ Programm wird abgelöst durch Berichtsstrukturen mit direkter Anbindung an den Vorstand, siehe S.7	–
23	Veränderungen von Berichtsumfang und Grenzen	S. 34	–

Stakeholder-Engagement

24	Liste der Stakeholder	S. 7, 8, 16, 17, 18	–
25	Grundlage der Stakeholder-Identifizierung	S. 7, 8, 12, 16, 17, 18	–
26	Einbeziehung von Stakeholdern, auch bezüglich dieses Berichts	S. 7, 8, 15, 16, 17, 18	–

GRI CONTENT INDEX

G4	Allgemeine Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten / Kommentare	Externe Assurance
27	Wichtigste durch Stakeholder-Beteiligung hinzugefügte Themen und Bedenken	S. 8, 13, 15, 16, 17, 18, 40	–
Berichtsprofil			
28	Berichtszeitraum	1. Januar 2014 – 31. Dezember 2014	–
29	Veröffentlichung des letzten Berichts	April 2014	–
30	Berichtszyklus	Jährlich	–
31	Ansprechpartner	Siehe Impressum	–
32	Content Index	S. 48 Siehe Impressum	–
33	Externe Assurance	Keine externe Prüfung	–
Governance			
34	Governance-Struktur	S. 7, 19	–
Ethik und Integrität			
56	Werte, Prinzipien und Verhaltensregeln	S. 6, 7	–

G4	Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten / Kommentare	Externe Assurance
WIRTSCHAFT			
Beschaffung			
	Angaben zum Managementansatz	S. 10, 23, 24, 25, 27, 28	–
FP1	Anteil der Lieferanten, die dem Lieferantenkodex von Nestlé vollumfänglich entsprechen	100% S. 27	–
FP2	Anteil des eingekauften Volumens, das dem Lieferantenkodex von Nestlé vollumfänglich entspricht	100% S. 24 Siehe Ausgewählte Kennzahlen	–

UMWELT			
Materialien			
	Angaben zum Managementansatz	S. 36, 37	–
EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	S. 36	–
EN2	Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialereinsatz	S. 36	–
Energie			
	Angaben zum Managementansatz	S. 33, 34, 37	–
EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	S. 35 Siehe Ausgewählte Kennzahlen	–
EN5	Energieintensität	S. 35 Siehe Ausgewählte Kennzahlen	–
Wasser			
	Angaben zum Managementansatz	S. 18, 33	–
EN8	Gesamtwasserentnahme nach Quellen	S. 35 Siehe Ausgewählte Kennzahlen	–
Emissionen			
	Angaben zum Managementansatz	S. 33, 37	–
EN15	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S. 35 Siehe Ausgewählte Kennzahlen	–

GRI CONTENT INDEX

G4 Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten / Kommentare	Externe Assurance
EN16 Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	S. 35 Siehe Ausgewählte Kennzahlen	–
EN18 Intensität der THG-Emissionen	S. 35, 37 Siehe Ausgewählte Kennzahlen	–
Insgesamt		
Angaben zum Managementansatz	S. 33, 34	–
EN31 Die gesamten Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz nach Art	S. 33 Siehe Ausgewählte Kennzahlen	–
Bewertung von Lieferanten hinsichtlich ökologischer Auswirkungen		
Angaben zum Managementansatz	S. 23, 24, 25, 26, 28	–
EN32 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	100% S. 27	–
EN33 Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	S. 27, 28 bei 4,5% der auditierten Lieferanten Verstöße festgestellt, davon bei 62,5% 2014 Abhilfe geschaffen bei 37,5% besteht ein Maßnahmenplan zur Behebung	–
GESELLSCHAFT		
ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG		
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		
Angaben zum Managementansatz	S. 21, 22, 34, 37	–
LA5 Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, die in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten ist	S. 21	–
LA6 Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle	S. 22 Siehe Ausgewählte Kennzahlen	–
Vielfalt und Chancengleichheit		
Angaben zum Managementansatz	S. 20	–
LA12 Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie	S. 22	–
Bewertung von Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken		
Angaben zum Managementansatz	S. 23, 24, 25, 26, 28	–
LA14 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden	100% S. 27, 28	–
LA15 Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	S. 27, 28 bei 29% der auditierten Lieferanten Verstöße festgestellt, davon bei 60% 2014 Abhilfe geschaffen bei 40% besteht ein Maßnahmenplan zur Behebung	–

GRI CONTENT INDEX

G4 Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten / Kommentare	Externe Assurance
MENSCHENRECHTE		
Bewertung von Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten		
Angaben zum Managementansatz	S. 23, 24, 25, 28	–
HR10 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	100% S.27, 28	–
HR11 Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	S. 27, 28 bei 14,6% der auditierten Lieferanten Verstöße festgestellt, davon bei 53,9% 2014 Abhilfe geschaffen bei 46,1% besteht ein Maßnahmenplan zur Behebung	–
GESELLSCHAFT		
Bewertung von Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen		
Angaben zum Managementansatz	S. 23, 24, 25, 28	–
SO9 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft überprüft wurden	100% S. 27, 28	–
SO10 Signifikante aktuelle und potenzielle negative Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette sowie ergriffene Maßnahmen	S. 27, 28 Keine Beanstandungen	–
PRODUKTVERANTWORTUNG		
Kundengesundheit und -sicherheit		
Angaben zum Managementansatz	S. 29, 30, 38, 39, 40	–
PR1 Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden	S. 29, 30, 38 Siehe Ausgewählte Kennzahlen	–
PR2 Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit nicht eingehalten wurden	S. 38	–
FP5 Prozentsatz des Produktionsvolumens, das durch eine unabhängige Institution nach international anerkannten Standards für Lebensmittelsicherheits-Managementsysteme zertifiziert ist	S. 38	–
FP6 Prozentsatz des Gesamtumsatzes an Gebrauchsartikeln mit reduziertem Anteil an gesättigten Fetten, Transfetten, Natrium und Zuckerzusätzen	S. 30	–
Kennzeichnung von Produkten		
Angaben zum Managementansatz	S. 11, 12, 13, 14, 29, 31 Siehe Bericht 2013: Mehr Informationen über QR-Code, S. 37	–
PR3 Art der Produkt- und Dienstleistungsinformationen, die durch die Verfahren der Organisation für Informationen über und die Kennzeichnung von Produkte(n) erforderlich sind, sowie Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, die solchen Informationspflichten unterliegen	S. 14, 31	–

GRI CONTENT INDEX

G4	Spezifische Standardangaben	Verweis auf Berichtsseiten / Kommentare	Externe Assurance
PR4	Gesamtzahl der Verstöße gegen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf die Informationen über und die Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	<ul style="list-style-type: none"> – keine Beanstandungen wegen Kennzeichnungsfragen, die zu Bußgeldern oder Strafen führten – eine Beanstandung wegen der Berechnungsgrundlage für die Kennzeichnung eines Additivs, schwebendes Verfahren – elf geringfügige Beanstandungen wegen Kennzeichnungsfehlern, einvernehmlich beigelegt bzw. nicht weiterverfolgt – keine Verstöße gegen freiwillige Kennzeichnungsregeln – eine freiwillige Änderung von Verpackungsinformationen auf Anregung einer Verbraucherorganisation 	–
PR5	Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	S. 13, 31	–
Marketing			
Angaben zum Managementansatz		S. 29, 32	–
PR7	Gesamtzahl der Verstöße gegen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring	S. 32	–

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Nestlé Deutschland AG
Lyoner Straße 23
D-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
.lichtl Ethics & Brands

VISUELLES KONZEPT UND

GESTALTUNG

.lichtl Ethics & Brands

ANWENDUNG DER GRI-LEITLINIEN

triple innova

FOTOGRAFIE

Bildrechte: Nestlé Deutschland AG,
mit Ausnahme Seiten
17, Georg Abel, privat;
26, Fundación Global Nature;
27, Martin Kleene, privat;
36, Duales System Deutschland
Titelbild: Achim Drewes

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.

© April 2015, Nestlé 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. Durch den Materiality Disclosure Service der GRI wurde geprüft, ob die Standardangaben G4-17 bis G4-27 vollständig im Berichtstext und im Content Index aufgeführt sind. Bei der Erstellung des Berichtes wurde das Food Processing Sector Guidance Dokument der GRI beachtet.

