



Nestlé

Good Food, Good Life



Nestlé in der Gesellschaft

Gemeinsame Wertschöpfung und unsere sozialen Verpflichtungen 2014

Leistungsüberblick 2014

Die Leistungsindikatoren von Nestlé ermöglichen eine gezielte Messung und Berichterstattung über die Gemeinsame Wertschöpfung, die Nachhaltigkeit und die Compliance. Der folgende Leistungsüberblick ist Teil unseres Fortschrittsberichts über die Umsetzung der Grundsätze des Global Compact der Vereinten Nationen. Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die Leistungsindikatoren auf das am 31. Dezember 2014 endende Berichtsjahr. Die Referenzen in der GRI-Spalte beziehen sich jeweils auf den entsprechenden Indikator aus den G4-Richtlinien der Global Reporting Initiative.

Die Ergebnisse für die G4-Richtlinien und -Indikatoren der GRI sind unter Berücksichtigung der für uns relevanten Themen dargestellt. Diese Themen werden im Zuge unseres regelmässigen Austauschs mit unseren Anspruchsgruppen ermittelt und prägen auch unsere öffentlichen Verpflichtungen. Um die Transparenz für unsere Anspruchsgruppen zu gewährleisten, geben wir den Zusammenhang zwischen GRI-Indikatoren, unseren KPIs und Verpflichtungen an.

 Siehe www.nestle.com/csv/2014/kpis

Leistungsindikatoren für Nestlé in der Gesellschaft und für die Gemeinsame Wertschöpfung	GRI	2013	2014	Seite
Wirtschaftlich				
Gesamtumsatz der Gruppe (in Mio. CHF) ^(a)	G4-EC1	92 158	91 612	5
Reingewinn (in Mio. CHF) ^(b)	G4-EC1	10 015	14 456	k.A.
Ernährung				
Produkte, welche die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation erfüllen oder übertreffen (in % des Gesamtumsatzes) ^(c)	G4-EC1	76,0	78,5	10,11,12
Infolge ernährungs- oder gesundheitspezifischer Überlegungen überarbeitete Produkte ^(d)	G4-FP7	7 789	10 812	10,11,12
Zahl der Produkte mit gesteigertem Gehalt an nährstoffreichen Ingredienzien oder wichtigen Nährstoffen ^(d)	G4-FP7	4 778	6 359	10
Zahl der Produkte mit gesenktem Gehalt an Natrium, Zucker, Transfetten, Fett, Kalorien oder künstlichen Farbstoffen ^(d)	G4-FP6	4 221	6 973	11,12
Zahl der im Rahmen des 60/40+-Programms analysierten und verbesserten oder bestätigten Produkte (Umsatz in Mio. CHF) ^(e)	G4-PR1	33 001	33 233	10,11,12
Produkte mit Branded Active Benefits (Umsatz in Mio. CHF)	G4-FP7	6 836	6 687	10
Produkte mit <i>Nestlé Ernährungskompass</i> (in % des weltweiten Umsatzes) ^(f)	G4-PR3	92,5	92,8	13
Produkte mit Angabe des Richtwerts für die Tageszufuhr auf der Packungsvorderseite (in % des Umsatzes) ^(g)	G4-PR3	99,3	79,7	13
Produkte mit spezifischen Portionsangaben (Umsatz in Mio. CHF) ^(h)	G4-PR3	26 700	26 456	14
Bestandseinheiten von Popularly Positioned Products ⁽ⁱ⁾	G4-EC1	9 562	5 014	10
Popularly Positioned Products (Umsatz in Mio. CHF)	G4-EC1	11 803	12 205	10
Nestlé-Fernsehwerbung für Kinder unter 12 Jahren, die den Richtlinien für verantwortungsbewusstes Marketing entspricht (in %) ^(j)	G4-PR7	98,3	97,2	17
Verstösse gegen die Nestlé-Richtlinie und die Anweisungen zur Umsetzung des Internationalen WHO-Kodex für die Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten ^(k)	G4-PR7	27	29	18
Mitarbeitende in der Vermarktung von Säuglingsanfangsnahrung in «Hochrisiko-Ländern», die zum WHO-Kodex geschult wurden (in % des Personalbestands) ^(l)	G4-PR6	100	100	18
Ländliche Entwicklung				
Bauern, die durch Kompetenzaufbauprogramme geschult wurden		300 000	376 000	19,21,22
Von SAIN-Programmen (Sustainable Agriculture Initiative Nestlé) abgedeckte Märkte		48	51	24,26
Von SAIN-Programmen abgedeckte Direktbeschaffungsmärkte (in %)		100	100	24,26
Anteil der Lieferanten, die dem Lieferantenkodex von Nestlé vollumfänglich entsprechen	G4-FP1	74,0	73,0	20
Anteil des eingekauften Volumens, das dem Lieferantenkodex von Nestlé vollumfänglich entspricht	G4-FP1	92,0	95,0	20
Wasser ^(m)				
Gesamtwasserentnahme (in Mio. m ³)	G4-EN8	152	147	23
Gesamtwasserentnahme (in m ³ pro Tonne Produkt)	G4-EN8	2,92	2,74	23
Ökologische Nachhaltigkeit ⁽ⁿⁿ⁾				
Produktionsvolumen				
Gesamtproduktionsvolumen (in Mio. Tonnen)		52,1	53,7	k.A.
Materialien				
Rohstoffverbrauch (in Mio. Tonnen) ⁽ⁿ⁾	G4-EN1	25,1	25,8	k.A.
Verpackungsmaterialien (in Mio. Tonnen) ⁽ⁿ⁾	G4-EN1	5,7	5,6	29
Verringerung des Verpackungsvolumens an der Quelle (eingesparte Kilotonnen)		66,6	45,8	29
Energie				
Gesamter Energieverbrauch innerhalb der Organisation (in Petajoule)		97,7	95,8	28

Leistungsindikatoren für Nestlé in der Gesellschaft und für die Gemeinsame Wertschöpfung	GRI	2013	2014	Seite
Gesamter Energieverbrauch innerhalb der Organisation (in Gigajoule pro Tonne Produkt)		1,87	1,78	28
Gesamter Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen innerhalb der Organisation (in % des Gesamtverbrauchs)	G4-EN3	13,3	14,7	k.A.
Total direkter Energieverbrauch (in Petajoule)	G4-EN3	67,1	65,5	28
Total direkter Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen (in % des Totals direkter Energieverbrauch)	G4-EN3	10,8	11,3	k.A.
Total indirekter Energieverbrauch (in Petajoule)	G4-EN4	81,5	81,1	28
Biodiversität				
Gesamtfläche der Produktionsstandorte in Schutzgebieten (Hektar) ^(a)	G4-EN11	32,9	18,8	32
Emissionen, Abwasser und Abfall				
Direkter Treibhausgasausstoss (in Mio. Tonnen CO ₂ eq)	G4-EN15	3,99	3,81	31
Direkter Treibhausgasausstoss (in kg CO ₂ eq pro Tonne Produkt)	G4-EN15	76,0	71,0	31
Indirekter Treibhausgasausstoss (in Mio. Tonnen CO ₂ eq)	G4-EN16	3,81	3,80	31
Indirekter Treibhausgasausstoss (in kg CO ₂ eq pro Tonne Produkt)	G4-EN16	73,0	71,0	31
Gesamtabwasser (in Mio. m ³)	G4-EN22	91,0	87,0	25
Gesamtabwasser (in m ³ pro Tonne Produkt)	G4-EN22	1,74	1,63	25
Durchschnittliche Abwasserqualität (CSB in mg/l)	G4-EN22	76,0	72,0	25
Nebenprodukte (in kg pro Tonne Produkt)	G4-EN23	29,1	28,9	28
Abfall zur Entsorgung (in kg pro Tonne Produkt)	G4-EN23	4,9	4,0	28
Governance für ökologische Nachhaltigkeit				
Nach ISO 14001 zertifizierte Standorte (in % aller Produktionsstandorte)		91,0	92,0	k.A.
Menschenrechte und Compliance				
Gesamtzahl bedeutender Produktrückrufe oder Verstösse gegen die Compliance	G4-PR2	10	12	k.A.
Zahl der durchgeführten Menschenrechts-Folgenabschätzungen	G4-HR9	1	1	34
Zahl der zu Menschenrechten geschulten Mitarbeitenden		13 793	7 485	34
Unsere Mitarbeitenden				
Personalbestand (Gesamtzahl der Mitarbeitenden) ^(a)		333 214	339 456	5
Gesamtzahl der Neueinstellungen (in %) ^(p)	G4-LA1	10,7	10,3	k.A.
Gesamtzahl ausgeschiedener Mitarbeitender (in %) ^(p)	G4-LA1	11,1	11,7	k.A.
CARE-Befunde in den Bereichen Business Integrity und HR ^(q)		146	32	36
Davon: geringfügig		130	32	36
schwerwiegend		16	0	36
kritisch		0	0	36
Verletzungs- und erkrankungsbedingte Arbeitsausfälle (pro Mio. Arbeitsstunden) (Mitarbeitende, Vertragspartner auf Nestlé-Gelände und Besucher auf Nestlé-Gelände) ^(m)	G4-LA6	2,34	2,35	37
Gesamtzahl meldungspflichtiger Unfälle und Erkrankungen (pro Mio. Arbeitsstunden) (Mitarbeitende, Vertragspartner auf Nestlé-Gelände und Besucher auf Nestlé-Gelände) ^(m)	G4-LA6	4,10	3,98	37
Gesamtzahl der Todesfälle (Mitarbeitende, Vertragspartner auf Nestlé-Gelände und Besucher auf Nestlé-Gelände) ^(m)	G4-LA6	12	5	37
Durchschnittliche jährliche Zahl von Schulungsstunden pro Mitarbeitenden und Kategorie ^(l)	G4-LA9	23,0	28,8	39
Von Frauen bekleidete Führungspositionen (in %) ^(p)	G4-LA12	31,1	33,7	37
Einheimische Mitglieder lokaler Betriebsleistungen in Entwicklungsländern (in %) ^(s)	G4-EC6	52,0	56,4	k.A.

(a) Ohne Joint Ventures.

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

(c) Umfang der Überprüfung 2014: 73,8% des Gesamtumsatzes von Nestlé. Wir prüfen unsere Produkte anhand der Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation, die auf wissenschaftlichen Erkenntnissen und Ernährungsempfehlungen (seitens der WHO, des Institute of Medicine (IOM) und anderer Einrichtungen) beruhen.

(d) Basis: Berichte von rund 75% der weltweiten Produktentwicklungsteams. Ein Produkt kann gleichzeitig weniger von einer Ingredienz und mehr von einer anderen enthalten.

(e) Beim 60/40+-Programm werden die Produkte von einem Konsumentenpanel getestet; mindestens 60 der 100 Befragten müssen das Nestlé-Erzeugnis dem Wettbewerbsprodukt vorziehen. Dieser KPI reflektiert die Dynamik unseres 60/40+-Programms. Bei unveränderten Parametern sind diese Bewertungsergebnisse maximal drei Jahre gültig.

(f) Ausgenommen: Heimtiernahrung und in den USA Dreyer's sowie die lizenzierten Marken Häagen-Dazs und California Pizza Kitchen.

(g) Weltweit für 2014. 2013 gilt die Zahl für die EU 28 plus Norwegen, Schweiz, Adria-Region, Ukraine und Moldawien. Ausgenommen: normale Kaffee-, Tee- oder Wasserprodukte, Produkte für Nestlé Professional, Geschenkschokolade, Gewürze, Heimtiernahrung, Nestlé Health Science und Nestlé Nutrition.

(h) Produkte, die als Einzelportion verkauft werden und die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation erfüllen oder übertreffen; oder die über bzw. mit einem Spender bzw. Portionier verkauft werden, sodass sie als Portion abgegeben werden, welche die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation erfüllt oder übertrifft; oder die an Betreuungspersonal verkauft werden, zusammen mit ausführlichen Informationen zur Anpassung der Portion an die jeweiligen Ernährungsbedürfnisse. Dies repräsentiert derzeit nur einen Teil des Portfolios an Produkten mit Portionsangaben.

(i) Der Genauigkeit halber wurden die Bestandseinheiten neu berechnet und umfassen nun ausschliesslich aktuelle Bestandseinheiten.

(j) Der Prozentsatz widerspiegelt die gesamtjährige Compliance von Nestlé. Zugrunde gelegt wurde der im September 2011 auf 35% gesenkte striktere Grenzwert für ein kindliches Zielpublikum.

(k) Basierend auf internen und externen Prüfungen. Interne Prüfungen werden von Auditoren am Hauptsitz (Nestlé Group Audit) und in den jeweiligen Ländern (Nestlé Market Audit) durchgeführt. Die externen Audits wurden von Bureau Veritas durchgeführt.

(l) Wir richten uns nach den FTSE4Good-Kriterien zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten, laut denen Staaten mit Mortalitätsraten für unter Fünfjährige von über zehn pro 1000 oder mit akuter Mangelernährung bei über 2% der unter Fünfjährigen als «Hochrisiko-Länder» gelten. Alle anderen Staaten gelten als «Niedrigrisiko-Länder».

(m) Einschliesslich Joint Ventures.

(n) Zahl für 2013 aktualisiert, da einige unserer grossen Joint Ventures, die 2013 erstmals Umweltdaten veröffentlichten, zu der Zeit noch keine Daten zum Verbrauch von Verpackungsmaterial vorlegen konnten.

(o) Abweichung gegenüber 2013 aufgrund der Korrektur von Fabrikkoordinaten, der Klärung der Grenzen von Schutzgebieten und der Veräusserung von drei Fabriken.






(p) Umfasst alle Mitarbeitenden von Nestlé, die im HR-System erfasst sind (ca. 85% aller Mitarbeitenden).

(q) Unser weltweites externes Auditprogramm CARE wird von drei externen Firmen durchgeführt. Es wird geprüft, dass alle Mitarbeitenden und alle konzerneigenen oder von uns betriebenen Standorte lokale Vorschriften, die Nestlé Unternehmensgrundsätze und unseren Code of Business Conduct erfüllen. Die Prüfungen finden alle drei Jahre statt.

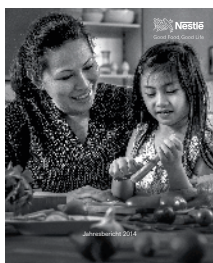
(r) Umfasst ca. 85% aller Mitarbeitenden über eine Kombination aus manueller Anmeldung seitens der Märkte und Schulungssystem.

(s) Umfasst alle Mitarbeitenden von Nestlé, einschliesslich Joint Ventures.

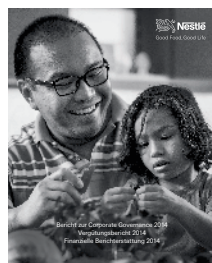
Inhalt

- 2 Geleitwort des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats
4 Gemeinsame Wertschöpfung bei Nestlé
6 Unsere Verpflichtungen im Überblick
- 8  **Ernährung**
Erfahren Sie mehr darüber, wie die Arbeit von Nestlé im Bereich Ernährung zur Verbesserung der Lebensqualität unserer Konsumenten beiträgt
- 19  **Ländliche Entwicklung**
Erfahren Sie mehr über unsere Arbeit mit Bauern und landwirtschaftlichen Gemeinden
- 23  **Wasser**
Lesen Sie mehr über unsere neue Verpflichtung zum verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser und über unsere Ziele
- 28  **Ökologische Nachhaltigkeit**
Erfahren Sie, wie wir unsere Produkte umweltverträglicher gestalten wollen
- 34  **Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance**
Lesen Sie über unsere Aktionspläne für die Kakao- und Haselnussversorgungsketten und unsere Arbeit zu Menschenrechts-Folgenabschätzungen
- 40 Einbindung der Anspruchsgruppen
42 Relevanz
44 Detaillierte Übersicht über unsere Verpflichtungen

Ergänzende Berichte



Jahresbericht 2014



Bericht zur Corporate Governance 2014
Vergütungsbericht 2014
Finanzielle Berichterstattung 2014

Titelseite

Ramón Malé Calcó aus Spanien ist technischer Leiter der Abfüllanlage der *Nescafé Dolce Gusto* Fabrik in Schwerin, Deutschland. Er ist einer von 10000 jungen Menschen, die Nestlé im Rahmen der Initiative «Nestlé needs YOUth» europaweit bis 2016 einstellen will. Mit der Initiative, die auch die Einstellung von 10000 Trainees oder Lehrlingen unter 30 Jahren umfasst, wollen wir junge Talente gewinnen und binden, die wir brauchen, um unser Geschäft ausbauen und entwickeln zu können.

Höhepunkte 2014

98%

unserer Kinderprodukte erfüllten Ende 2014 alle Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation für Kinder.

73

Unser weltweites «Nestlé Healthy Kids»-Programm erreichte 2014 mehr als 7,6 Millionen Kinder in 73 Ländern.

Top 3

Wir rangieren unter den drei führenden globalen Nahrungsmittel- und Getränkeherstellern im aktuellen Access to Nutrition Index.

73%

Wir prüften 8700 unserer 10000 Zulieferer der Stufe 1 und 73% entsprachen vollumfänglich unserem Lieferantenkodex.

FTSE4Good

Wir bleiben als einziger Hersteller von Säuglingsanfangsnahrung im ethischen FTSE-Index vertreten. Grundlage dafür bilden unsere Leistungen in den Bereichen Menschen- und Arbeitsrechte, verantwortungsbewusste Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten usw.

Leader

Wir belegten Platz 1 in der Oxfam-Studie 2014 «Behind the Brands», mit der die Wohltätigkeitsorganisation das Engagement für Ernährungssicherheit von zehn Nahrungsmittel- und Getränkeherstellern bewertete.

38%

Volumenanteil der wichtigsten Rohstoffkategorien, die bis zur Primärquelle zurückverfolgbar sind.

52%

Abwassermenge pro Tonne Produkt gegenüber 2005 um 52% reduziert.

72

Fabriken produzieren keinerlei Abfall zur Entsorgung.

12458

Bauern wurden 2014 über die Thematik der Kinderarbeit sensibilisiert.

11 832

«Nestlé needs YOUth» hat 2014 11 832 jungen Menschen in Europa zu einer Arbeits- oder Lehrstelle verholfen.

26%

Energieverbrauch pro Tonne Produkt gegenüber 2005 um 26% reduziert.

¹ Die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation beruhen auf ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen und Ernährungsempfehlungen seitens der WHO, des Institute of Medicine und anderer globaler und lokaler Einrichtungen. Unsere Produkte werden mithilfe des Nestlé Nährwertprofilsystems auf die Einhaltung dieser Kriterien geprüft. Dabei wird ihr Nährwert bestimmt und geprüft, ob sie die Anforderungen der Nestlé Nutritional Foundation erfüllen.

Geleitwort des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrats

Wir freuen uns, Ihnen diesen Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung 2014 präsentieren zu können. Er evaluiert die Herausforderungen, die sich uns 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 nach 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 braucht 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 zu reduzieren. Daher möchten wir nach 2015 auch ein separates Entwicklungsziel zum Thema Wasser formulieren. Unsere neue Milchfabrik Cero Agua in



Peter Brabeck-Letmathe am Forum für Gemeinsame Wertschöpfung 2014

Peter Brabeck-Letmathe, Präsident von Nestlé, begrüsst Gäste aus Politik, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Wirtschaft zum 6. Forum für Gemeinsame Wertschöpfung in der Schweiz, das Nestlé gemeinsam mit der Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung organisiert hat.



Paul Bulcke im Food Safety Institute in Peking

Paul Bulcke, Delegierter des Verwaltungsrats von Nestlé, besuchte im März 2014 Peking, um das Nestlé Food Safety Institute zu eröffnen, das den Behörden wissenschaftliche Grundlagen für die Entwicklung von Richtlinien und Standards zur Nahrungsmittelsicherheit liefert.

Mexiko weist eine positive Wasserbilanz auf. Sie bringt unsere Verpflichtung beispielhaft 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 ausgebaut.

Gemeinsame Wertschöpfung ist die Art und Weise, wie wir Geschäfte tätigen, und Teil unseres ganzheitlichen Managementansatzes. Wir erwarten von unseren Führungskräften und Mitarbeitenden, dass sie geschäftliche Chancen mit gesellschaftlichen Ansprüchen verbinden. Dabei helfen uns interne Managementtools, etwa ein strategisches Portfolio-Tool, 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 Bauerngemeinden, 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 verstärken. Drängende gesellschaftliche Probleme lassen sich so effektiver gemeinsam angehen. Dialog, Engagement und Partnerschaften sind gefordert, um Probleme wie die doppelte Last der Fehlernährung, Wasserknappheit, nachhaltiger Anbau, Klimawandel oder Menschenrechte zu bewältigen.

Dieses Jahr haben wir verschiedene neue Verpflichtungen betreffend verantwortungsbewusstes Marketing an Kinder, Korruptionsbekämpfung und Schaffung interner und externer Beschwerdemechanismen eingeführt. 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 diesem Bericht.

Peter Brabeck-Letmathe
Präsident

Paul Bulcke
Delegierter des Verwaltungsrats

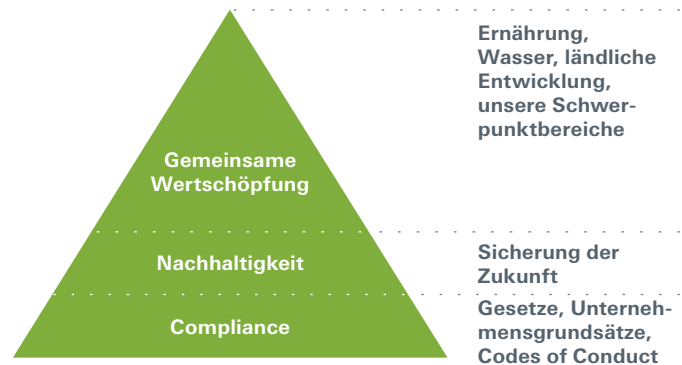
Gemeinsame Wertschöpfung bei Nestlé

In den fast 150 Jahren ihres Bestehens hat sich Nestlé vom Hersteller eines lebensrettenden Kindermehls zum global führenden Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness entwickelt. Unser Wachstum hat uns erlaubt, das Leben von Millionen von Menschen zu verbessern – durch unsere Produkte und Dienstleistungen, als Arbeitgeber, durch unsere Lieferantennetzwerke und unseren weltweiten volkswirtschaftlichen Beitrag. 4,1 Millionen Familien, darunter viele Kleinbauern in Entwicklungsländern, verdienen dank Nestlé ihren Lebensunterhalt. 2014 ermöglichten wir 149000 Lieferanten eine Existenzgrundlage und beschäftigten direkt 339456 Mitarbeitende. Insgesamt gaben wir fast CHF 16 Milliarden für Löhne und Gehälter aus und zahlten CHF 2859 Millionen an Steuern.

Wir betrachten diese Wertschöpfung als grundlegend für den Unternehmenserfolg, doch dies ist längst nicht alles. Als global führendes Unternehmen sind wir nicht nur einer verantwortungsvollen Geschäftsführung, sondern auch der Schaffung von langfristigem Wert für die Gesellschaft verpflichtet. Diese Gemeinsame Wertschöpfung ist integraler Bestandteil des ganzheitlichen, unternehmensweiten Managementansatzes von Nestlé.

Unser Ziel ist es, das führende Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness zu sein. Aufgrund von Bevölkerungswachstum und wachsenden Herausforderungen im Gesundheitswesen gewinnt unsere Arbeit im Bereich Nutrition permanent an Wert. Deshalb stehen Nutrition, Gesundheit und Wellness im Zentrum der Gemeinsamen Wertschöpfung. Zwei weitere Prioritäten sind Wasser und ländliche Entwicklung – wichtige gesellschaftliche Themen, die geschäftliche Chancen und operative Herausforderungen mit sich bringen. Wir betrachten es als unsere Pflicht, knappe natürliche Ressourcen für die Zukunft zu bewahren. Durch unsere Verpflichtung zu ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit beteiligen wir uns weiterhin an der langfristigen Lösung. Um die drängendsten gesellschaftlichen Herausforderungen zu meistern und die gemeinsame Wertschöpfung zu optimieren, sind besonders eine engere Zusammenarbeit und gemeinsames Handeln gefordert.

Gemeinsame Wertschöpfung



Unsere Leistungen in Bezug auf die folgenden führenden Umwelt- und Nachhaltigkeitsindizes zeigen die Fortschritte, die wir 2014 bei der Umsetzung unserer Verpflichtungen erzielt haben:

Carbon Disclosure Leadership Index – Im Oktober 2014 wurden wir von CDP, einer Agentur, die die ökologische Nachhaltigkeit von Unternehmen bewertet, mit 96 von 100 Punkten und dem Climate Disclosure Leadership Index Award ausgezeichnet.

Carbon Disclosure Project Water – Das CDP Water Programme fördert das nachhaltige Wassermanagement durch Unternehmen. Nestlé wurde 2014 erstmals bewertet. Wir erzielten eine Höchstbewertung («Leadership») mit einer Bestnote von 20; anerkannt wurden unsere Wasserstrategie und unsere öffentliche Verpflichtung in der Wasserpolitik.

Dow Jones Sustainability Indizes – Diese Indizes messen die Leistung der bezüglich Nachhaltigkeit weltweit führenden Unternehmen. 2014 erzielten wir erneut 88 Punkte und belegten damit innerhalb unserer Branche Platz 2.

FTSE4Good – Nestlé bleibt im FTSE4Good-Index, der die Leistung von Unternehmen misst, die global anerkannten Standards im Bereich Unternehmensverantwortung entsprechen.

Oxfam «Behind the Brands» – Nestlé führte 2014 erneut die Oxfam-Studie «Behind the Brands» an, welche die zehn größten Nahrungsmittel- und Getränkehersteller der Welt anhand von sieben Aspekten (u. a. Frauen in der Versorgungskette, Bauern und Bodenrechte) beurteilt.

CHF 91,6 Milliarden
Gesamtumsatz der Gruppe



Über 1 Milliarde
Portionen werden
täglich konsumiert



4,1 Millionen
Familien, die durch uns eine
Existenzgrundlage haben



339 456
Mitarbeitende im Jahr 2014



**Gemeinsame
Wertschöpfung**

CHF 16 Milliarden
Gesamter Personalaufwand (Löhne
und Sozialaufwand) der Gruppe



695 000
Bauern arbeiten direkt
mit Nestlé



442
Fabriken weltweit



CHF 2859 Millionen
bezahlte Unternehmenssteuern 2014



Unsere Verpflichtungen

Unsere Verpflichtungen stehen in direktem Zusammenhang mit unseren relevanten Themen (siehe Seite 43). Sie treiben kontinuierliche Verbesserungen voran und ermöglichen es Anspruchsgruppen, Nestlé für ihre Versprechen zur Verantwortung zu ziehen. Der Klarheit und Transparenz halber haben wir gegenüber dem Vorjahr einige Verpflichtungen neu formuliert, unsere Ziele sind jedoch unverändert geblieben.

☞ Weitere Einzelheiten zu unseren Ansätzen, Richtlinien und Verfahren sind im vollständigen Bericht unter www.nestle.com/csv/downloads zu finden.



Ernährung

Wissensführerschaft in kindlicher Ernährung

Branchenführend in Ernährungs- und Gesundheitsforschung durch Kooperationen

Ernährungstechnisch ausgewogene Produkte für Kinder

Reduktion des Risikos von Unterernährung durch Mikronährstoffanreicherung

Weniger Natrium (Salz) in unseren Produkten

Weniger Zucker in unseren Produkten

Reduktion des Gehalts an gesättigten Fettsäuren und Entfernung von Transfetten aus unseren Produkten²

Förderung des Verzehrs von Vollkornprodukten und Gemüse

Nährwertinformationen und -aufklärung auf all unseren Etiketten

Portionsangaben für Konsumenten

Förderung von gesunder Ernährung und Lebensweise, einschliesslich Sport

Förderung von gesundem Trinken im Rahmen eines gesunden Lebensstils

Aufklärungsprogramme für bessere Ernährungs- und Fütterungsgewohnheiten

Verantwortungsbewusste Marketingkommunikation an Kinder

Verantwortungsbewusste Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten



Seite 8



Ländliche Entwicklung

Ausweitung des Rahmenprogramms für ländliche Entwicklung, um die Bedürfnisse von Bauern zu verstehen

Umsetzung der verantwortungsbewussten Beschaffung in unserer Versorgungskette

Ausweitung des *Nestlé Cocoa Plan* bei Kakaobauern

Ausweitung des *Nescafé-Plans* bei Kaffeebauern



Seite 19

² Diese Verpflichtung bezieht sich auf Transfette aus teilweise gehärteten Ölen in unseren Produkten.



Wasser

Verbesserung der Wassereffizienz und -nachhaltigkeit in unseren Aktivitäten

Engagement für eine bessere Wasserpolitik und einen verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser

Wirksame Aufbereitung unseres Abwassers

Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, allen voran in der Landwirtschaft

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



Seite 23



Ökologische Nachhaltigkeit

Effizientere Ressourcennutzung in unseren Aktivitäten

Verbesserung der Umwelleistung unserer Verpackungen

Beurteilung und Reduzierung der Umweltauswirkungen unserer Produkte

Vorreiterrolle im Umgang mit dem Klimawandel

Erhaltung von Naturkapital, einschliesslich Wäldern

Aussagekräftige und akkurate Umweltinformationen und Dialog



Seite 28



Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance

Beurteilung von Menschenrechtsfolgen in unseren Aktivitäten und Versorgungsketten und Suche nach Lösungen

Beseitigung von Kinderarbeit bei wichtigen Rohstoffen

Gewährleistung eines Umfelds, in dem alle Mitarbeitenden und Anspruchsgruppen mögliche Compliance-Verstösse melden können

Bekämpfung von Korruption und Bestechung

Gewährleistung der erforderlichen Systeme für einen grundlegenden Sicherheits- und Gesundheitsschutz für alle Mitarbeitenden

Ausgewogeneres Geschlechterverhältnis unserer Mitarbeitenden


Arbeitsmöglichkeiten für 20 000 junge Menschen unter 30 Jahren bei Nestlé in Europa

Schulung unserer Mitarbeitenden in Gemeinsamer Wertschöpfung, Nutrition (Nutrition Quotient NQ) und ökologischer Nachhaltigkeit



Seite 34

Unser Ziel ist es, das weltweit führende Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness zu sein. Unsere globalen Verpflichtungen in den Bereichen Forschung, Produktüberarbeitung und -innovation, Nährwertkennzeichnung, verantwortungsbewusstes Marketing an Kinder und Förderung eines gesunden Lebensstils helfen uns dabei, dieses Ziel zu erreichen.

 Bei allen unseren Zielsetzungen wollen wir unsere jeweilige Verpflichtung bis zum 31. Dezember des angegebenen Jahres erfüllen.

Unsere Verpflichtung

Wissensführerschaft in kindlicher Ernährung

Unser Ziel

Bis 2016 – Lancierung grosser Forschungsprojekte in mindestens zehn Ländern wie den USA, Mexiko, China und Russland, um mehr Wissen über die kindliche Ernährung zu gewinnen und dieses in unsere Produkt- und Serviceentwicklung einzubeziehen.³

Unser Fortschritt

Die Anregung zur neuen Verpflichtung, Studien in mindestens zehn Ländern durchzuführen, um kindliche Nährstoffversorgung, Ernährungsmuster und lebensstilbedingte Faktoren zu erforschen, gab uns der Erfolg der Nestlé Feeding Infants and Toddlers Study (FITS). Diese wurde bereits zweimal in den USA und in unterschiedlichem Umfang in fünf weiteren Ländern durchgeführt. In den USA ist die dritte Feldstudie angelaufen. In Mexiko und China, wo derzeit die gesammelten Daten ausgewertet werden, wurde auch die Ernährung der Mütter untersucht.

In den USA, in Mexiko und China läuft derzeit die Kids Nutrition and Health Study zur Ernährung von Kindern von vier bis zwölf Jahren. In mehreren anderen Ländern arbeiten wir mit Anspruchsgruppen an der Lancierung weiterer Studien.

Die Forschungsergebnisse sind 2014 an mehreren internationalen Kongressen und Gesundheitstagungen präsentiert worden und in die Entwicklung innovativer neuer Produkte eingeflossen.

Unsere Perspektive

Durch Produkte, Aufklärung und Information wollen wir Eltern dabei helfen, ein gesundes Wachstum und eine gute Entwicklung ihrer Kinder zu fördern. Neben Nährstoffzufuhr und Essgewohnheiten untersuchen wir Familiendynamiken, welche die Ernährung und den Lebensstil von Kindern beeinflussen, und dokumentieren Grösse und Gewicht der Kinder. Die Ergebnisse fliessen in die Produktrezepturen, in unsere Konsumentenkommunikation und in Aufklärungsprogramme ein.

Die Forschung und Zusammenarbeit mit lokalen Experten weltweit birgt ein enormes Wissenspotenzial, aber auch Herausforderungen. Beispielsweise kann die genaue Dokumentation kindlicher Essgewohnheiten schwierig und heikel sein. Durch das Nestlé Nutrition Institute stellen wir unsere Forschungsergebnisse über 240 000 Meinungsführern im Gesundheitswesen sowie Drittorganisationen und Kinderärzten zur Verfügung, um ihre möglichst breite Nutzung zu ermöglichen.

Unsere Verpflichtung

Branchenführend in Ernährungs- und Gesundheitsforschung durch Kooperationen

Unsere Ziele

Bis 2016 – Weiterentwicklung und Integration der Kapazitäten und klinischen Strategien des Nestlé Institute of Health Sciences (NIHS) und der Einheit für klinische Entwicklung von Nestlé im Bereich molekulare Ernährung, um eine bessere Behandlung von Krankheiten durch Ernährungslösungen zu erreichen.

Bis 2016 – Refokussierung des Nestlé-Forschungszentrums (NRC) auf fünf Schwerpunktbereiche: Gesundes Altern; Gesunder Genuss; Die ersten 1000 Tage und «Nestlé Healthy Kids»; Nachhaltige Ernährung; Nahrungsmittelsicherheit und -integrität.

Unser Fortschritt

Im Januar 2014 unterzeichnete das Nestlé Institute of Health Sciences (NIHS) eine langfristige Vereinbarung mit Cellular Dynamics International (CDI), einem US-amerikanischen Entwickler von Stammzelltechnologien. Das NIHS kann

dadurch Zellprodukte aus nicht-embryonalen Stammzellen von Erwachsenen nutzen, die dem Schutz der Gesundheit und der Diabetes- und Adipositasprävention dienen.

2014 ging Nestlé zudem eine strategische Partnerschaft mit der staatlichen Wissenschaftsagentur A*STAR in Singapur ein, um globale Forschungsprogramme in Lebensmittelwissenschaft und -technik einzurichten.

Die NRC-Forschungsteams konzentrieren sich nun auf fünf Schwerpunktbereiche: Nahrungsmittelsicherheit und -integrität; Die ersten 1000 Tage und «Nestlé Healthy Kids»; Gesundes Altern; Gesunder Genuss und Nachhaltige Ernährung.

Ende 2014 liefen im NRC 33 klinische Studien, von denen das NRC zehn selbst beauftragt hatte und 23 im Auftrag von Nestlé-Gesellschaften durchführte.

Unsere Perspektive

Wir haben die Verantwortung, unser Know-how und unsere F&E-Kapazitäten zum Nutzen der Gesellschaft einzusetzen. Unser Ziel ist es, durch Investition in

Innovation und den Einsatz modernster Wissenschaft eine neue Branche zwischen Nahrungsmittel- und Pharmaindustrie zu schaffen. Ihre Basis bilden sichere Ernährungstherapien mit echtem Nutzen für die Lebensqualität und nachweislichem klinischem und gesundheitsökonomischem Wert. Nestlé Health Science möchte dazu beitragen, den Stellenwert der Ernährungstherapie im Gesundheitsmanagement von Konsumenten und Patienten und bei unseren Partnern im Gesundheitswesen zu erhöhen. Der Weg von der wissenschaftlichen Forschung zum kommerziellen Produkt ist jedoch lang und komplex. Besonders schwierig ist die Definition von medizinischen Nahrungsmitteln – d.h. solchen, die auf die spezifischen Ernährungsbedürfnisse von Patienten mit bestimmten Erkrankungen oder Gesundheitszuständen abgestimmt sind. Hier gibt es noch zahlreiche Fragen zu klären, die wiederum Auswirkungen auf Produktversprechen, Etikettierung und Marketing haben.



Der erste Schritt zu individuellen Vitaminpräparaten

Das Nestlé Institute of Health Sciences (NIHS) und die Waters Corporation in Massachusetts (USA) arbeiten an einem bahnbrechenden Forschungsprojekt, welches das molekulare Zusammenspiel verschiedener Nährstoffe und deren Wirkung bei Patienten unterschiedlichen Alters beleuchtet und zur Entwicklung individueller Vitaminkombinationen führen könnte. Ziel ist es, neue Tests zur Bestimmung von Vitaminen in Körperflüssigkeiten wie Blut und Urin zu entwickeln, um irgendwann den Nährstoffbedarf von Individuen oder Gruppen ermitteln und entsprechend decken zu können.

3 Russland hat Frankreich als eines der Länder dieser Zielsetzung ersetzt.

4 Nestlé verwendet in ihrer Forschung keine menschlichen Embryo-Stammzellen.

Unsere Verpflichtung

Ernährungstechnisch ausgewogene Produkte für Kinder

Unsere Ziele

Bis 2014 – 100% unserer Kinderprodukte⁵ erfüllen die Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation für Kinder. Diese basieren auf ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen und Ernährungsempfehlungen der WHO und des Institute of Medicine.

Bis 2015 – 100% unserer Kinderprodukte⁵ entsprechen weiterhin allen Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation für Kinder.

Unser Fortschritt

98%⁶ unserer Kinderprodukte⁵ erfüllten Ende 2014 alle Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation für Kinder (2013: 96%). Wir haben die Kriterien in Zusammenarbeit mit renommierten Wissenschaftlern weiter auf ihre Stärke und Bandbreite geprüft. Folgende Produkte wurden 2014 in Anpassung an die Kriterien überarbeitet: *Milkybar*-Cremedessert (Reduktion des gesättigten Fettsäuren um 40%; geplante Einführung 2015); *Pirulo*-Eisbällchen (Zuckerreduktion um 35%) und *Mio*-Joghurt (Zuckerreduktion um 18%).

Ab Januar 2015 entsprechen alle unsere Kinderprodukte den Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation.

Unsere Perspektive

Unser Ziel ist es, das Ernährungsumfeld von Kindern zu verbessern, indem wir alle unsere Kinderprodukte⁵ auf Einhaltung internationaler Gesundheitsempfehlungen, beispielsweise der WHO und des Institute of Medicine, prüfen.

Wir produzieren und verkaufen unsere Produkte in vielen Ländern. Dies bringt ernährungs- und gesundheitswissenschaftliche Herausforderungen mit sich und erfordert von unserem Nährwertprofilsystem eine Anpassung an veränderliche Prioritäten in der Gesundheitspolitik. Schwierig ist auch die Erfassung und Verfolgung aller weltweit von uns entwickelten Rezepturen in einem einzigen IT-System. Über 1 Milliarde Nestlé-Portionen werden täglich konsumiert und bei einem weiter wachsenden Produktportfolio ist dies eine umfangreiche und fortlaufende Aufgabe.



Reduktion des Zuckergehalts von Nestlé Nesquik-Pulverprodukten

Seit 2014 haben wir den Zuckergehalt von sämtlichen Nesquik-Pulverprodukten weltweit erheblich reduziert – um 1200 Tonnen – um die Anforderungen der Nestlé Nutritional Foundation zu erfüllen, ohne die Konsumentenpräferenz zu beeinträchtigen. Trotz des reduzierten Zuckergehalts ist es uns gelungen, weiterhin eine Geschmackspräferenz zu erzielen, indem wir den Anteil an Kakao erhöht haben. Neue technische Lösungen werden dazu beitragen, dass der Zuckergehalt 2015 noch deutlicher gesenkt werden kann.

Unsere Verpflichtung

Reduktion des Risikos von Unterernährung durch Mikronährstoffanreicherung

Unsere Ziele

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

Bis 2015 – Entwicklung biofortifizierter Kulturen und Einführung neuer Produkte in den wichtigsten Märkten zur Ausweitung unserer Palette an angereicherten Produkten und zur Unterstützung ländlicher Bauerngemeinden.

Unser Fortschritt

2014 näherten wir uns weiter unserem Ziel und stellten weltweit über 183 Milliarden Portionen angereicherter Nahrungsmittel bereit (2013: über 167 Milliarden). Wir erhöhten die Reichweite von Produkten für Kinder und Frauen im gebärfähigen Alter, wie angereicherte Zerealien für Kleinkinder und Kindermilchprodukte.

In verschiedenen Ländern entwickeln und testen wir zusammen mit Agrarforschungsinstituten biofortifizierte Sorten von Grundnahrungsmitteln. Derzeit bauen wir verstärkt Versorgungsketten auf, um diese Produkte in kommerziellen Mengen verfügbar zu machen. 2014 konzentrierten wir uns auf vier vielversprechende biofortifizierte Nutzpflanzen: Mais, Weizen, Süßkartoffeln und Reis.

98%⁶ unserer
Kinderprodukte⁵ entsprachen
den Kriterien der Nestlé
Nutritional Foundation für Salz



Unsere Perspektive

Nestlé verpflichtet sich dem Kampf gegen den Mikronährstoffmangel durch die Anreicherung erschwinglicher und nahrhafter Nahrungsmittel und Getränke. Durch die Entwicklung neuer biofortifizierter Sorten von Grundnahrungsmitteln erhöhen wir den Nährstoffgehalt unserer Produkte und tragen zur Behebung von Mikronährstoffmängeln in der Ernährung lokaler Gemeinschaften bei. Dies ist jedoch ein komplexer und oft mehrjähriger Prozess: Neue Pflanzensorten müssen unter verschiedenen Klimabedingungen auf Ertrag, Schädlingsresistenz und Nährwert geprüft werden. Im Anschluss daran gilt es, behördliche Zulassungen einzuholen und eine stabile Versorgung mit erstklassigem Saatgut sicherzustellen. Zum erfolgreichen Anbau ist oft eine Schulung und Unterstützung der Bauern nötig. Wichtig ist es auch, Methoden zur Messung des Effekts unserer biofortifizierten Nahrungsmittel zu finden.

Unsere Verpflichtung

Weniger Natrium (Salz) in unseren Produkten

Unsere Ziele

Bis 2014 – 100% der Kinderprodukte⁵ erfüllen die Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation für Natrium, um den kindlichen Salzkonsum zu senken.

Bis 2016 – Weitere Reduktion des Salzgehalts um 10% in allen relevanten Produkten, die diesen Kriterien¹ nicht entsprechen, um auch bei schwerer veränderbaren Produkten unseres Portfolios eine allmähliche Salzreduktion zu erreichen.



Weniger Salz in Tomaten-Mozzarella-Suppe

Wir haben den Salzgehalt von *Maggi* Tomaten-Mozzarella-Suppe in Deutschland um 34% reduziert. Dabei war es wichtig, den Geschmack nicht zu verändern. Unsere Forschungsköche wählten und optimierten daher die besten Zutaten, um das Geschmacksprofil neu auszubalancieren. Gleichzeitig konnten wir den Zuckergehalt um 36% und die gesättigten Fettsäuren um mehr als 53% reduzieren. In Geschmackstests erzielte die neue Rezeptur eine 66/34-Präferenz, d.h. 66% der Konsumenten bevorzugten sie gegenüber dem Konkurrenzprodukt. Der Relaunch ist für Juni 2015 geplant.

Unser Fortschritt

2014 entsprachen 98%⁶ unserer Kinderprodukte⁵ den Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation für Natrium (2013: 96%).

Wir haben alle unsere Produkte auf Einhaltung der Natriumkriterien der Nestlé Nutritional Foundation geprüft. Insgesamt reduzierten wir den Salzgehalt um 4,7%. Wir suchen nach möglichen Lösungen für Produkte, die derzeit nicht den Anforderungen entsprechen.

Zahlreiche Produkte wurden bereits in salzreduzierter Form neu lanciert:

- *Maggi* «Fix» Spaghetti Bolognese in Deutschland (17% weniger Natrium),
- *Maggi Juicy* Chicken Knoblauch und *Maggi Juicy* Chicken Paprika in Russland (12% und 19% weniger Natrium),
- *Maggi*-Suppensortiment in Österreich (14,5%–22,5% weniger Natrium) und
- *Stouffer's* Gemüselasagne in den USA (19% weniger Natrium).

Unsere Perspektive

Natrium ist ein essenzielles Mineral. Zu viel davon wird jedoch in Form von Salz bei der Herstellung von Nahrungsmitteln, beim Kochen oder Nachsalzen bei Tisch zugesetzt. 2013 versprochen wir, den Salzgehalt unserer herzhaften Nahrungsmittel gemäss den Salzempfehlungen der WHO (5 Gramm Salz pro Person und Tag bis 2025) zu senken. Bei manchen Produkten ist eine Reduktion des Salzanteils jedoch technisch schwierig. Ausser als Würze ist Salz auch für die Konservierung und Konsistenz von Speisen wichtig.

Zudem geht es darum, den Salzgehalt zu reduzieren, ohne dass die Konsumenten nachsalzen oder zu salzigeren Alternativen greifen. Daher verringern wir die Salzmenge allmählich und optimieren durch veränderte Zutatenkombinationen den Geschmack.

1 Die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation beruhen auf ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen und Ernährungsempfehlungen seitens der WHO, des Institute of Medicine und anderer globaler und lokaler Einrichtungen. Unsere Produkte werden mithilfe des Nestlé Nährwertprofilsystems auf die Einhaltung dieser Kriterien geprüft. Dabei wird ihr Nährwert bestimmt und geprüft, ob sie die Anforderungen der Nestlé Nutritional Foundation erfüllen.

5 Produkte, deren Konsumenten zu mindestens 50% unter 12 Jahren alt sind oder die für diese Altersgruppe entwickelt worden sind oder entsprechend wahrgenommen werden.

6 Wir haben alle Produkte ermittelt, die zu den ausstehenden 2% gehören und sich in unterschiedlichen Phasen des Genehmigungs-/Registrierungsverfahrens auf Marktstufe befinden, bevor das Produkt lanciert werden kann.



Unsere Verpflichtung

Weniger Zucker in unseren Produkten

Unsere Ziele

Bis 2015 – Reduktion des Zuckergehalts aller Frühstückszerealienmarken für Kinder⁵ oder Jugendliche⁹ auf maximal 9 Gramm pro Portion, um den kindlichen Zuckerkonsum zu senken.

Bis 2016 – Weitere Reduktion des Zuckergehalts um 10% in allen relevanten Produkten, welche die Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation nicht erfüllen, um auch bei schwerer veränderbaren Produkten unseres Portfolios kontinuierliche Verbesserungen zu erreichen.

Unser Fortschritt

Ende 2014 erfüllten 98%⁶ unserer Kinderprodukte⁵ die Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation für Zucker (2013: 96%).

Wir senken den Zuckergehalt von Nestlé-Frühstückszerealienmarken auf 9g Zucker oder weniger pro Portion (30g). Dies gilt für *Nesquik*, *Chocapic*, *Honey Cheerios*, *Lion* und *Milo* und über 15 weitere Nestlé-Frühstückszerealienmarken. Verschiedene andere Produkte wurden bereits in zuckerreduzierter Form neu lanciert:

- Weltweites Sortiment von *Nesquik*-Pulverprodukten (Reduktion des Zuckergehalts um 1200 Tonnen, siehe Seite 10);
- *Belte*-Eistee in Italien (18% weniger Kalorien).

Unsere Perspektive

Gesundheitsbehörden empfehlen eine Reduktion des Zuckerkonsums, vor allem weil Zucker essenzielle, nahrhafte Speisen aus der Ernährung verdrängen kann. Kindern ein ausgewogenes Frühstück – oder überhaupt ein Frühstück – schmackhaft zu machen, ist oft schwierig. Wir reduzieren die Zuckermenge daher allmählich, um die langfristige Geschmacksanpassung zu erleichtern. In manchen Fällen ist es schwierig, den Zuckergehalt zu reduzieren, ohne Geschmack, Konsistenz, Struktur, Farbe und Haltbarkeit zu verändern. Zudem ist bei manchen Produkten wie beispielsweise gesüsster Kondensmilch die Zusammensetzung gesetzlich geregelt. Bei diesen Erzeugnissen bemühen wir uns um eine bessere Nährwertkennzeichnung und Portionsangaben.

Unsere Verpflichtung

Reduktion des Gehalts an gesättigten Fettsäuren und Entfernung von Transfetten aus unseren Produkten²

Unsere Ziele

Bis 2014 – 100% unserer Kinderprodukte⁵ erfüllen die Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation für gesättigte Fettsäuren, um den kindlichen Konsum dieser Fettsäuren zu senken.

Bis 2016 – Weitere Reduktion des Gehalts an gesättigten Fettsäuren um 10% in allen relevanten Produkten, welche die Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation nicht erfüllen, und Entfernung von Transfetten aus teilweise gehärteten Ölen (PHO), um auch bei schwerer veränderbaren Produkten unseres Portfolios kontinuierliche Verbesserungen zu erreichen.

Unser Fortschritt

Ende 2014 erfüllten 98%⁶ unserer Kinderprodukte⁵ die Kriterien¹ der Nestlé Nutritional Foundation für gesättigte Fettsäuren (2013: 96%).

Insgesamt erfüllen rund 10% unserer Produkte die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation für gesättigte Fettsäuren noch nicht. Wir arbeiten daran, Lösungen für einige dieser Produkte zu finden.

2014 haben wir unsere Richtlinie zur Entfernung aller Transfette aus PHO aus unseren Nahrungsmitteln und Getränken verschärft. 96% der Öle, die wir verwenden, erfüllen jetzt die Nestlé-Richtlinie zu Transfetten.

Verschiedene Produkte wurden mit weniger gesättigten Fettsäuren neu lanciert:

- Bouillon in Polen (Reduktion um 13%),
- Kräutersauce in Deutschland (Reduktion um 33%),
- Zwiebelsuppe in Frankreich (Reduktion um 80%) und
- *Uncle Toby's Le Yoghurt Topps* in Australien (Reduktion um 34%).

Unsere Perspektive

Nahrungsfette sind wichtiger Teil einer gesunden, ausgewogenen Ernährung. Ein Zuviel an gesättigten Fettsäuren stellt jedoch ein erhebliches Risiko für nicht übertragbare Krankheiten wie Herz-Kreislauf-Erkrankungen dar. Bei manchen Produkten ist es schwierig, den Gehalt an gesättigten Fettsäuren ohne Auswirkungen auf Sicherheit, Konsistenz, Aussehen und Geschmack zu verringern.

1 Die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation beruhen auf ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen und Ernährungsempfehlungen seitens der WHO, des Institute of Medicine und anderer globaler und lokaler Einrichtungen. Unsere Produkte werden mithilfe des Nestlé Nährwertprofilsystems auf die Einhaltung dieser Kriterien geprüft. Dabei wird ihr Nährwert bestimmt und geprüft, ob sie die Anforderungen der Nestlé Nutritional Foundation erfüllen.

2 Diese Verpflichtung bezieht sich auf Transfette aus teilweise gehärteten Ölen in unseren Produkten.

3 Produkte, deren Konsumenten zu mindestens 50% unter 12 Jahren alt sind oder die für diese Altersgruppe entwickelt worden sind oder entsprechend wahrgenommen werden.

4 Wir haben alle Produkte ermittelt, die zu den ausstehenden 2% gehören und sich in unterschiedlichen Phasen des Genehmigungs-/Registrierungsverfahrens auf Marktstufe befinden, bevor das Produkt lanciert werden kann.

5 Nicht unter relevante Produkte fallen Ausnahmen (Nestlé Nutrition, Nestlé Health Science, Nestlé Professional, Nestlé Purina PetCare, normale Wasser-/Kaffee-/Teeprodukte, Geschenksüßwaren, frei dosierbare und Tischgewürze sowie Produkte für Kinder unter 4 Jahren, da hier andere gesetzliche Vorschriften gelten) sowie Fälle, in denen solche Vorschriften nicht zulässig sind.

6 Produkte, deren Konsumenten zu mindestens 50% unter 18 Jahren alt sind, wobei der Anteil Jugendlicher grösser ist als der Anteil Kinder.

7 Produkte, die zur Alltagsnahrung von Menschen (nicht Haustieren) gehören, die Kalorien enthalten und deren Packungsgröße für die Angabe des Richtwerts für die Tageszufuhr ausreicht.



In Milch- und Fleischprodukten sind Transfette von Natur aus enthalten. Der überwiegende Teil von Transfetten in unserer Ernährung stammt jedoch aus Nahrungsmitteln, die teilweise gehärtete pflanzliche Öle (PHO) enthalten, wie Backwaren und herzhafte Snacks. Wir wollen alle Transfette aus PHO aus unseren Produkten entfernen und arbeiten mit unseren Lieferanten an der Beschaffung und Entwicklung neuer Zutaten.



Entfernung von Transfetten aus flüssigem Coffee-mate

2014 überarbeitete unser führendes Produkt-Technologiezentrum die Rezeptur für flüssiges Coffee-mate und stellte damit althergebrachte Annahmen zur Ölstabilität infrage. Gemeinsam mit unserem Öllieferanten ist es uns gelungen, das teilgehärtete Öl aus Soja/Baumwollsaat durch Sojaöl mit hohem Ölsäuregehalt zu ersetzen. Die neue Ölsaat wurde erstmals in grossem Massstab angebaut und gemäss unseren Qualitätsanforderungen erfolgreich industrialisiert. Damit können wir schon jetzt jährlich 16 000 Tonnen PHO in unseren Produkten vollständig ersetzen. 2014 haben wir auf diese Weise 6 000 Tonnen Transfette entfernt – ohne Abstriche beim Geschmack, Akzeptanzprobleme seitens der Konsumenten oder Erhöhung des Gehalts an gesättigten Fettsäuren. 2015 werden wir 26 000 Tonnen Öl ersetzen und 10 000 Tonnen reine Transfette entfernen. Die Umstellung wird bis September 2015 abgeschlossen sein.

Unsere Verpflichtung

Förderung des Verzehrs von Vollkornprodukten und Gemüse

Unsere Ziele

Bis 2015 – Frühstückszerealien für Kinder⁵ oder Jugendliche⁸ enthalten Vollkorngetreide als Hauptzutat, um einen hohen Nährstoffgehalt zu gewährleisten.

Bis 2015 – Das Maggi-Kochkursprogramm läuft in 30 Ländern, um das Kochen mit Vollkornprodukten und Gemüse zu fördern.

Bis 2015 – 90% der Maggi-Produkte weltweit fördern das Kochen zu Hause und Mahlzeiten mit Gemüse.

Unser Fortschritt

Mindestens 95% der Frühstückszerealien für Kinder⁵ und Jugendliche⁸ enthalten heute Vollkorngetreide als Hauptzutat (2013: 74%). Wir haben uns verpflichtet, diesen Anteil bis 2015 auf 100% zu erhöhen. Frühstückszerealien mit mehr als 8 Gramm Vollkorn pro Portion können Konsumenten jetzt am grünen Banner auf der Packung erkennen.

Ende 2014 lief das Maggi-Kochkursprogramm in 20 Ländern (2013: 16). Heute fördern 73% der Maggi-Produkte auf ihrer Verpackung oder in Werbematerialien das Kochen zu Hause und Mahlzeiten mit Gemüse (2013: 68%).

Unsere Perspektive

Vollkornprodukte und Gemüse sind entscheidend für eine gesunde Ernährung. Untersuchungen zufolge nehmen jedoch neun von zehn Menschen nicht genug davon zu sich. Deshalb verwenden wir in unseren Frühstückszerealien Vollkorngetreide und bemühen uns, in unsere neuen und überarbeiteten Produkte mehr Vollkorn zu integrieren. Dabei erzielen wir konstante Fortschritte. Ein höherer Vollkornanteil beeinflusst jedoch alles – vom Geschmack über die Konsistenz bis zur Haltbarkeit. Um eine nachhaltige, dauerhafte Verbesserung zu erreichen, gehen wir umsichtig vor. Wir sind zuversichtlich, dass bis Ende 2015 alle unsere Frühstückszerealien für Kinder⁵ oder Jugendliche⁸ mehr Vollkorngetreide enthalten werden. Beim Gemüseverzehr ist es schwierig zu verfolgen, ob unsere Bemühungen zu langfristigen Verhaltensänderungen bei den Konsumenten führen.

Unsere Verpflichtung

Nährwertinformationen und -aufklärung auf all unseren Etiketten

Unsere Ziele

Bis 2016 – Richtwertangaben für die Tageszufuhr auf der Vorderseite all unserer relevanten⁹ Nahrungsmittel- und Getränkeprodukte weltweit, um die Konsumenten über den Nährstoffgehalt zu informieren.

Bis 2016 – Kinderspezifische Tagesrichtwerte auf allen Produkten für Kinder⁵ (soweit gesetzlich zulässig), um Eltern eine ernährungsbewusste Wahl für ihre Kinder zu ermöglichen.

Bis 2016 – Weitere Produkt- und Nährwertinformationen über QR-Code (Quick Response) auf der Verpackung per Smartphone abrufbar, um den Zugang zu Informationen zu erleichtern.

Zusatzinformationen jenseits der Verpackung

Medienberichten zufolge sollten 2014 in Indien und China über 500 Millionen Smartphones gekauft werden. Damit wäre Indien allein der weltweit zweitgrösste Markt für Smartphones. Um Nährwertinformationen für Konsumenten leichter zugänglich zu machen, verwendet unsere Marke Maggi in Indien QR-Codes zum Herunterladen der Daten per Smartphone. Maggi Suppen hat eine (durch Scannen des QR-Codes auf der Verpackung aufrufbare) Microsite eingerichtet, die Tipps zu Portionsgrösse und Gemüseverzehr gibt.

Unsere Verpflichtung

Unser Fortschritt

Nachdem auf vielen unserer Produkte in ganz Europa Richtwertangaben für die Tageszufuhr eingeführt worden sind, weiten wir diesen Ansatz jetzt auf andere Regionen aus. Ende 2014 enthielten 79,7% unserer relevanten⁷ Produkte Richtwertangaben für die Tageszufuhr auf der Vorderseite (2013: 53,5%). In 53 Ländern, in denen dies gesetzlich zulässig ist, enthielten 62,7% der relevanten Produkte für Kinder kinderspezifische Tagesrichtwerte.

Mittlerweile stellen wir auf über 2000 Produkt-Websites¹⁰ Produktinformationen für mehr als 31 Marken in 43 Ländern bereit, allen voran Marken für Kinder und Familien.

Unsere Perspektive

Wir befürworten Nährwertangaben auf Produkten, die Konsumenten über den Kalorien-, Zucker-, Fett- und Nährstoffgehalt im Verhältnis zur empfohlenen Tageszufuhr informieren. Die Prozentangabe relativ zum Richtwert für die Tageszufuhr sollte dabei auf einer angemessenen Portionsgrösse statt auf einer abstrakten 100-Gramm-Menge beruhen.

Wichtig sind hierbei die gesetzlichen Vorschriften für Nährwertangaben. Wir wollen den Konsumenten eine bewusstere Wahl ermöglichen. Deshalb haben wir begonnen, auf Kinderprodukten, soweit zulässig, kinderspezifische Richtwerte für die Tageszufuhr anzugeben. Wo dies nicht gestattet ist, werben wir bei Behörden, Ernährungsexperten und Branchenverbänden für die Vorteile von Richtwertangaben für die Tageszufuhr und arbeiten an der Aufklärung und Einbindung der Konsumenten.

Portionsangaben für Konsumenten

Unser Ziel

Bis 2015 – Portionsangaben auf allen Produkten für Kinder⁵ und Familien⁸, um den Verzehr gesunder Portionen zu fördern.

Unser Fortschritt

Ende 2014 enthielten schätzungsweise 30,2% der Produkte für Kinder⁵ und Familien⁸ in unserem Portfolio spezifische Portionsangaben.

Unsere Perspektive

Nestlé Portion Guidance¹¹ ist eine freiwillige Initiative, die Ernährungsempfehlungen in benutzerfreundlicherer Form präsentiert, um Konsumenten zum Verzehr vernünftiger Portionsgrössen anzuhalten. Eine solche Neudefinition der Standard-Portionsgrössen ist besonders bei energiedichten Nahrungsmitteln wichtig, bei denen die durchschnittlichen Portionsgrössen im Laufe der Zeit

gewachsen sind. Praktische Angaben auf der Verpackung sollen den Konsumenten helfen, intuitiv die richtige Portionsgrösse und Menge zu wählen.

Das Verändern von Portionierungsgewohnheiten ist ein komplexes Unterfangen, das innovative Lösungen und die Zusammenarbeit von Ernährungs-, Erziehungs- und Branchenexperten erfordert. Hierbei ist auch die Wahrnehmung wichtig. Konsumenten an kleinere Portionsgrössen heranzuführen, erfordert oft ein kulturelles Umdenken, das sich nur allmählich durchsetzt. Zudem müssen wir bei unseren Anspruchsgruppen Vertrauen und Verständnis dafür gewinnen, dass wir in Bezug auf die Förderung gesünder Portionsgrössen die Branche anführen wollen.



Richtig portionieren

Der Nestlé-Portionsleitfaden für Pizza enthält Nährwertinformationen und zeigt, wie sich Pizza in eine ausgewogene Mahlzeit integrieren lässt.

Unser weltweites «Nestlé Healthy Kids»-Programm erreichte 2014 **mehr als 7,6 Millionen** Kinder in **73 Ländern**



Unsere Verpflichtung

Förderung von gesunder Ernährung und Lebensweise, einschliesslich Sport

Unser Ziel

Bis 2015 – Das weltweite «Nestlé Healthy Kids»-Programm läuft in 80 Ländern; Start des «Kids' Athletics»-Programms des Welt-Leichtathletik-Verbands (IAAF), um Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden von Kindern weltweit zu verbessern.

Unser Fortschritt

Ende 2014 beteiligten sich mehr als 294 Partner in 73 Ländern an unserem weltweiten «Nestlé Healthy Kids»-Programm (2013: 68 Länder). 67 der insgesamt 77 «Nestlé Healthy Kids»-Programme schliessen sportliche Aktivitäten ein, für welche die IAAF unser Hauptpartner ist (siehe Fallstudie). Allein im Jahr 2014 haben wir mehr als 7,6 Millionen Kinder erreicht (2013: 6,9 Millionen).

Unsere Perspektive

Die Umstellung auf eine gesündere Ernährung und Lebensweise ist eine weltweite Herausforderung. Nestlé möchte jungen Menschen vermitteln, wie wichtig ausgewogene Ernährung und regelmässige Bewegung sind. Wir unterstützen Initiativen, die zeigen, wie Ernährung und Sport zu Gesundheit und Wohlbefinden beitragen können, und wir entwickeln wissenschaftlich fundierte, wirkungsvolle Projekte, die die Gesundheit in lokalen Schulgemeinschaften fördern.

Den langfristigen Erfolg des weltweiten «Nestlé Healthy Kids»-Programms effektiv zu messen, ist besonders wichtig, gelegentlich aber schwierig. Auch der nachhaltige Erfolg selbst ist eine Herausforderung, da er von guten Partnerschaften abhängt sowie davon, ob das Bildungssystem Ernährungsaufklärung und Sportangebote in Schulen anbietet. Nestlé verpflichtet sich, Behörden weltweit dabei zu unterstützen, Kinder zu gesunder Ernährung und körperlicher Aktivität zu animieren und damit ihre Entwicklung und Lernfähigkeit zu fördern. Gemeinsam mit unseren Partnern müssen wir in Schulen weiterhin ganzheitliche Ansätze vorantreiben, die Ernährung und Gesundheit als wichtigen Teil der kindlichen Entwicklung betrachten.



Leichtathletikprogramm für australische Kinder

Im April 2014 lancierte Athletics Australia das Pilotprojekt IAAF Nestlé Healthy Active Kids' Athletics, das mehr Kinder für Leichtathletik begeistern soll. Das Angebot ist Teil des landesweiten ausserschulischen Betreuungsprogramms für australische Kinder. Zur Eröffnung nahmen 100 Kinder an einem Sportworkshop teil, der von australischen und amerikanischen Spitzensportlern geleitet wurde.

- 5 Produkte, deren Konsumenten zu mindestens 50% unter 12 Jahren alt sind oder die für diese Altersgruppe entwickelt worden sind oder entsprechend wahrgenommen werden.
- 7 Nicht unter relevante Produkte fallen Ausnahmen (Nestlé Nutrition, Nestlé Health Science, Nestlé Professional, Nestlé Purina PetCare, normale Wasser-/Kaffee-/Teeprodukte, Geschenksüsswaren, frei dosierbare und Tischgewürze sowie Produkte für Kinder unter 4 Jahren, da hier andere gesetzliche Vorschriften gelten) sowie Fälle, in denen solche Vorschriften nicht zulässig sind.
- 8 Produkte, deren Konsumenten zu mindestens 50% unter 18 Jahren alt sind, wobei der Anteil Jugendlicher grösser ist als der Anteil Kinder.
- 10 Im Sinne einer solideren Erfassung werden Produkt-Websites 2014 innerhalb der jeweiligen Produktlinien ausgewiesen.
- 11 Wir schreiben Portionsangaben gross und unterscheiden und bevorzugen diese gegenüber einfachen Mengenangaben, weil sie für die Konsumenten anschaulicher sind.

Unsere Verpflichtung

Förderung von gesundem Trinken im Rahmen eines gesunden Lebensstils

Unser Ziel

Bis 2014 – Weitere Umsetzung unseres faktenbezogenen Informationsprogramms zu gesundem Trinken für Gesundheitsexperten, Betreuer und Eltern weltweit, um über die Vorteile von Wasser im Rahmen des gesunden Trinkens aufzuklären.



Carrying on the love of water to the next generation

Drink Better. Live Better.

Drink Better. Live Better. mit Nestlé Waters

Nestlé Waters unterstützt die «Drink Up»-Initiative der «Partnership for Healthier America», die zum Trinken von mehr Wasser anregen will. *Nestlé Pure Life* informierte über die Partnerschaft auf Wasserflaschen und Lkws, durch Werbung sowie durch Diskussionen in sozialen Medien mit einem englisch- und spanischsprachigen Publikum. Das Programm *Drink Better. Live Better.* von Nestlé Waters liefert einen Extraanreiz zum Wassertrinken: Familien können damit Punkte sammeln und diese gegen Preise eintauschen.

Unser Fortschritt

2014 untersuchten wir anhand der Daten einer landesweiten Ernährungsumfrage den Wasserkonsum von Kindern im Alter von 1 bis 18 Jahren in Mexiko. Die in einem Peer-Review-Journal erschienene Studie zeigte, dass Kinder täglich weniger als die vom Institute of Medicine empfohlene Wassermenge zu sich nehmen. In Kürze werden wir die Ergebnisse einer ähnlichen Studie für Ägypten veröffentlichen.

Wir sensibilisieren weiter für gesundes Trinken, insbesondere mit Kampagnen in den USA und der Türkei. Gesundes Trinken ist jetzt auch Teil des weltweiten «Nestlé Healthy Kids»-Programms. Über nationale Programme in Nigeria, Jordanien und China sowie weltweite Veranstaltungen zum Weltwassertag hat Nestlé Waters zudem die Module der WET-Initiative (eines globalen Wasser-Aufklärungsprogramms) zum Thema gesundes Trinken einem breiteren Publikum nahegebracht. Allein am Weltwassertag 2014 informierten wir mehr als 20 000 Kinder darüber, wie wichtig gesundes Trinken ist.

Wir bleiben der Förderung von gesundem Trinken als Teil eines gesunden Lebensstils verpflichtet. Nachdem wir unsere Ziele für 2014 erreicht haben, arbeiten wir jetzt mit unseren Märkten und Anspruchsgruppen an den Zielen für 2015 und darüber hinaus. Mehr dazu erfahren Sie im nächstjährigen Bericht.

Unsere Perspektive

Was man trinkt, ist für die Gesundheit ebenso wichtig wie bewusstes Essen und regelmässige Bewegung. Wasser – ob aus der Leitung oder der Flasche – ist kalorienfrei und sollte deshalb im Alltag die wichtigste Flüssigkeitsquelle darstellen. Gesunde Trinkgewohnheiten beginnen früh im Leben. Unsere Untersuchungen in vier Ländern zeigen jedoch, dass zwei Drittel der Kinder morgens ungenügend hydriert in die Schule kommen. Daher geben wir den verantwortlichen Lehrern, Eltern und Erziehern die nötigen Instrumente und Informationen in die Hand, um Kinder über die Vorteile von gesundem Trinken aufzuklären.

Unsere Verpflichtung

Aufklärungsprogramme für bessere Ernährungs- und Fütterungsgewohnheiten

Unsere Ziele

Unterstützung von Eltern und Betreuern bei der gesünderen Erziehung von Kindern und von Gesundheitsexperten für einen grösseren positiven Einfluss auf Ernährungssaspekte in der Betreuung zukünftiger Generationen.

Fortlaufend – Angebot von Diensten und Programmen zur Ernährungserziehung für Fachkräfte, die sich mit Mangel- und Fehlernährung befassen (Nestlé Nutrition Institute).

Fortlaufend – Wissenschaftsbasierte praktische Ernährungserziehung für Eltern und Betreuer mit Schwerpunkt auf den ersten 1000 Lebenstagen (von der Befruchtung bis zum zweiten Geburtstag); Themen sind u. a. die Ernährung von Schwangeren und Stillen als optimaler Start ins Leben (*Start Healthy Stay Healthy*).

Bis 2015 – Das Nestlé Nutrition Institute (NNI) erreicht durch Online-Aufklärung in neun Sprachen über eine Million Fachkräfte.

Bis 2015 – Die mehrsprachigen Online-Ernährungsinformationen von Nestlé *Start Healthy Stay Healthy* erreichen über fünf Millionen Mütter und Betreuer.

Unser Fortschritt

Das NNI bietet medizinischen Fachkräften in 195 Ländern Informationen. Seine Website mit Lernmaterial hat über 243000 registrierte Anwender aus dem Gesundheitswesen und ist die weltgrösste private Quelle von Ernährungsinformationen: Mitgliedern stehen über 3000 Publikationen zum kostenlosen Download zur Verfügung. Seit seiner Gründung 1981 hat das NNI 85 internationale Ernährungsworkshops und über 700 Online-Konferenzen veranstaltet und pro Jahr acht bis zehn Doktorandenstipendien an junge Ärzte aus Entwicklungsregionen vergeben. Durch die Liveübertragung von NNI-Workshops im Internet erreichten wir 2014 zehnmal mehr Mediziner als in früheren Jahren.

Unser neues interaktives wissenschaftliches Aufklärungsprogramm *Start Healthy Stay Healthy* informiert Mütter und Betreuer über eine gute, der Entwicklung angepasste Ernährung in den wichtigen ersten 1000 Lebenstagen.

Unsere Perspektive

Nestlé betrachtet es als ihre Verantwortung, ihre Ernährungs- und Konsumentenkenntnisse zum Nutzen der Gesellschaft einzusetzen. Besonderes Gewicht legen wir dabei auf die Förderung der Gesundheit in den ersten 1000 Lebenstagen. Eine unzureichende Ernährung der Mutter beeinträchtigt das Fötuswachstum und die kognitiven Funktionen und erhöht die Säuglingsmorbidity und -mortality. Kinder, die in jungen Jahren an Mangelernährung leiden, bleiben in ihrer körperlichen und kognitiven Entwicklung zurück und haben später ein erhöhtes Krankheitsrisiko. Unsere Aufklärungsprogramme richten sich an alle, die an der Umsetzung guter Praktiken in den ersten 1000 Lebenstagen beteiligt sind. Sie helfen Eltern und Betreuern bei der gesünderen Erziehung von Kindern und Fachkräften bei der positiven Beeinflussung des Aspekts Ernährung in der Betreuung zukünftiger Generationen. Wichtig ist dabei, dass wir in unserer Arbeit mit Wissenschaftlern und öffentlichen Gesundheitsstellen den Eindruck von Interessenkonflikten vermeiden. Daher achten wir in unseren Kooperationen und bei der Durchführung und Publikation wissenschaftlicher Forschungs- und Aufklärungsprogramme auf maximale Transparenz, wissenschaftliche Strenge und ethische Standards.

Unterstützung von ESPGHAN in Afrika

Um möglichst viele Gemeinschaften in aller Welt durch ihre Programme zu fördern, unterstützt Nestlé einen Diplomkurs der Europäischen Gesellschaft für pädiatrische Gastroenterologie, Hepatologie und Ernährung (ESPGHAN), der Kinderärzte in Afrika in Gastroenterologie und Ernährung ausbildet. Seit 2012 wurden 87 Ärzte aus 18 afrikanischen Ländern geschult; weitere 30 werden 2015 hinzukommen. Ziel ist es, eine ausreichende Anzahl gastroenterologisch und ernährungsphysiologisch ausgebildeter Kinderärzte aufzubauen, die ihr Wissen an Kollegen weitergeben können.

Unsere Verpflichtung

Verantwortungsbewusste Marketingkommunikation an Kinder

Unser Ziel

Bis 2015 – Umsetzen einer verschärften Richtlinie für Marketingkommunikation an Kinder.

Unser Fortschritt

2002 haben wir unsere Grundsätze der Unternehmenskommunikation und 2008 die Richtlinie für Marketingkommunikation an Kinder eingeführt, die eine weltweite Einhaltung der Standards für verantwortungsbewusste Werbe- und Marketingkommunikation an Kinder sicherstellen. Wir bekennen uns zu externen Verpflichtungen wie der IFBA-Richtlinie¹², dem «EU Pledge» und lokalen Zusagen. 2014 entsprachen 97,2% der Nestlé-Fernsehwerbung für Kinder unter 12 Jahren den Richtlinien für verantwortungsbewusstes Marketing¹³ (2013: 98,3%).

Unsere Richtlinie für Marketingkommunikation an Kinder legt fest, dass wir kein direktes Marketing an Kinder unter sechs Jahren betreiben. Von Dezember 2015 an ist direktes Marketing an 6- bis 12-Jährige nur für Produkte zulässig, welche die Ernährungskriterien des «EU Pledge» oder, wo keine solchen vorliegen, die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation erfüllen. Unabhängig von der Einhaltung dieser Kriterien betreiben wir kein direktes Marketing an Kinder für Biskuits, Süßwaren- oder Schokoladenprodukte.¹⁴ Diese Richtlinie gilt für Fernsehen, Radio, Printmedien, Kino-, Digital-, Mobil- und Games-Werbung, Consumer-Relationship-Marketing, virales Marketing, Apps, E-Mails/SMS, Nestlé-Websites, Film-Tie-ins, Werbeaktionen, Wettbewerbe, Produktsponsoring, Veranstaltungen und Probierangebote. Mit der neuen Richtlinie haben wir einen Katalog qualitativer Kriterien entwickelt, der die «Anziehungskraft» von Marketingkommunikation an Kinder unter 12 Jahren definiert.

Detaillierte interne Richtlinien gewährleisten eine konsequente und wirksame Umsetzung der Verpflichtungen. Externe Anspruchsgruppen werden gebeten, etwaige Bedenken über unser System «Tell us» zu melden (siehe Seite 36).

Unsere Perspektive

Wir sind dabei, das Marketing in Schulen einzustellen, und betreiben stattdessen vermehrt Aufklärung zum Thema Gesundheit und Wellness. Im Vordergrund stehen Massnahmen, welche die kindliche Entwicklung fördern und die von Regierungen angestrebte Steigerung der körperlichen Aktivität (beispielsweise durch die Sportförderungsprogramme von *Nestlé Milo*) unterstützen.

12 Globale Richtlinie der IFBA (International Food and Beverage Association) für Werbe- und Marketingkommunikation an Kinder.

13 Der Prozentsatz widerspiegelt die gesamtjährige Compliance von Nestlé. Zugrunde gelegt wurde der im September 2011 auf 35% gesenkte striktere Grenzwert für ein kindliches Zielpublikum.

14 Eine Marketingkommunikation gilt als an 6- bis 12-Jährige gerichtet, wenn mindestens 35% des Publikums des Medienkanals in diese Altersgruppe fallen. Zudem werden die Art des Medienkanals sowie der Inhalt und allgemeine Eindruck der Marketingkommunikation berücksichtigt.

Unsere Verpflichtung

Verantwortungsbewusste Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten

Unsere Ziele

Fortlaufend – Veröffentlichung unserer Fortschritte bei der verantwortungsbewussten Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten im Rahmen unserer anhaltenden Bemühungen zur Förderung von guter Ernährung in den ersten 1000 Lebenstagen und des Stillens.

Bis 2014 – Unsere neu erworbene Babynahrungssparte Wyeth Infant Nutrition erfüllt die Kriterien des FTSE4Good-Index.

Bis 2015 – Weitere Stärkung unserer Verfahren, damit Nestlé Infant Nutrition und Wyeth Infant Nutrition durchwegs die Kriterien des FTSE4Good-Index für Muttermilchersatzprodukte erfüllen.

Unser Fortschritt

Wir sind seit 2011 im ethischen Aktienindex FTSE4Good vertreten – dem einzigen Index weltweit mit klaren Kriterien für die Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten bis zum Alter von zwölf Monaten in 152 «Hochrisiko-Ländern». Die Richtlinien und Verfahren von Wyeth Infant Nutrition wurden mittlerweile den FTSE4Good-Kriterien für die Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten angepasst.

2014 wurden unsere Verfahren in 50 Ländern von internen und in sechs Ländern von externen Auditoren geprüft.¹⁵

Aufgrund dieser und früherer Empfehlungen haben wir die Schulung von Drittverteilern verbessert und diese verstärkt zur Einhaltung nationaler Gesetze sowie der Nestlé-Richtlinie und der Anweisungen zur Umsetzung des WHO-Kodex verpflichtet. Ausserdem haben wir durch das System «Tell us» unsere Mechanismen für die Meldung von Bedenken, vor allem durch externe Anspruchsgruppen, verbessert (siehe Seite 36).

Unsere Perspektive

Muttermilch ist die beste Ernährung für Säuglinge; aus diesem Grund befürworten wir das Stillen. Oft ist dies jedoch nicht problemlos möglich. Beschliessen Mutter und Familie in Absprache mit ihrem Gesundheitsversorger, dass ein Kind nicht optimal gestillt werden kann, ist Säuglingsanfangsnahrung – laut WHO das einzige geeignete Muttermilchersatzprodukt – für die Versorgung des Säuglings mit essenziellen Nährstoffen entscheidend. Wir verpflichten uns zu höchsten Standards bei der verantwortungsbewussten Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten. So verpflichten wir uns zur Einhaltung des Internationalen Kodex der WHO und dessen Umsetzung durch die Regierungen sowie der Nestlé-Richtlinie und der Anweisungen zur Umsetzung des WHO-Kodex. Wir versprechen, unsere Praktiken durch strenge Verfahren und Systeme zu überwachen. Im Interesse einer weiteren Verbesserung ermutigen wir auch unsere Anspruchsgruppen, uns ihre Meinung zu sagen. 2015 werden wir weiter daran arbeiten, ein positives Umfeld für stillende Mitarbeiterinnen zu schaffen. Zudem führen wir den Dialog mit den Schlüsselakteuren fort, um Zusammenarbeit und verantwortungsbewusstes Verhalten zu fördern und einen akzeptierten Standard zur Prüfung der Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten zu etablieren.



«Super Babys» werben in Indien fürs Stillen

Anlässlich der Weltstillwoche startete Nestlé Indien im August 2014 eine Social-Media-Kampagne, die über die Bedeutung des Stillens informierte. Die Kampagne mit rappenden «Super Baby»-Cartoonfiguren sollte dazu beitragen, die im Vorjahr erreichte Zahl von einer halben Million Stillversprechen zu übertreffen. Ziel war es, die öffentliche Unterstützung – durch Diskussionen über die Vorteile des Stillens und die Einbindung der breiten Öffentlichkeit – in aktives Handeln zu überführen. Bis Ende 2014 verzeichnete das «Super Baby»-Video zwei Millionen Aufrufe.

¹⁵ Die interne Prüfung neu erworbener Geschäftsbereiche wird gemäss der bestehenden Unternehmenspraxis geringfügig ab, da nach dem Erwerb eine gewisse Zeit zur Angleichung der Richtlinien und Verfahren erforderlich ist. Die Prüfung von Wyeth Nutrition wird ab 2015 im Rahmen unseres üblichen Auditzyklus erfolgen.



Ländliche Entwicklung

Für unsere Produkte sind wir von einer sicheren und nachhaltigen Versorgung mit Rohstoffen abhängig. Wir setzen uns zudem dafür ein, dass diese verantwortungsbewusst produziert werden. Indem wir verstehen, wo und wie unsere Rohstoffe erzeugt werden, und unsere Geschäftstätigkeit an lokalen Prioritäten ausrichten, können wir einen Beitrag zur ländlichen Entwicklung, zur Bekämpfung von Kinderarbeit und zu besseren Anbaumethoden leisten.

i Bei allen unseren Zielsetzungen wollen wir unsere jeweilige Verpflichtung bis zum 31. Dezember des angegebenen Jahres erfüllen.

¹⁶ Das Rahmenprogramm bündelt alle unserer Verpflichtung zur ländlichen Entwicklung entsprechenden Aktivitäten. Es umfasst drei Bereiche, die durch Abstimmung, Zusammenarbeit und Advocacy-Strategie gestützt werden: erfolgreiche Bauern; produktive und respektierte Landarbeiter; florierende Gemeinschaften.

Unsere Verpflichtung

Ausweitung des Rahmenprogramms für ländliche Entwicklung, um die Bedürfnisse von Bauern zu verstehen

Unsere Ziele

Unser Rahmenprogramm für ländliche Entwicklung¹⁶ gibt uns Einblick in die Bedürfnisse von Bauern und Bauerngemeinden und ermöglicht uns gezieltere Investitionen.

Bis 2015 – Weitere Erhebung der Ausgangssituation in Ländern, die für unser Geschäft besonders wichtig sind und in denen der soziale Bedarf gross ist, um unsere Aktivitäten auf die Prioritäten der lokalen Gemeinschaften abzustimmen.

Unser Fortschritt

2013 starteten wir unser Rahmenprogramm für ländliche Entwicklung mit Projekten im Kaffeeanbau in China und Vietnam und in der Beschaffung von Kaffee, Kakao und Maniok in Côte d'Ivoire. Um eine Vorstellung von der Lage zu erhalten und entsprechende Schritte zu planen, prüften wir zunächst die Ausgangssituation. Die im Juli 2014 veröffentlichten Ergebnisse zeigen ein oft mangelhaftes Ressourcenmanagement und einen unzureichenden Zugang zu sauberem Wasser, sanitären Einrichtungen und Nährstoffen. Vereinzelt wurden auch Landbesitzfragen, der Status von Frauen und fehlendes Agrarwissen als Probleme ermittelt.

Feedback von Anspruchsgruppen zum Thema Menschenrechte und ländliche Entwicklung im April 2014 veranlasste uns, unseren diesbezüglichen Ansatz zu ändern und in Mexiko, Kolumbien, Kenia, Äthiopien, Indonesien und den Philippinen aktiv zu werden. Ein Teil der gewonnenen Erkenntnisse wurde bereits in die Geschäftspläne der Länder integriert. Andere müssen noch mit Partnern, Gemeinschaften und Regierungsbehörden erörtert werden, um unsere Anstrengungen abzustimmen und Überschneidungen zu vermeiden.

Unsere Perspektive

Nestlé kauft Agrarrohstoffe bei Millionen von Bauern weltweit ein und spielt damit für ländliche Gemeinschaften eine äusserst wichtige Rolle. Diese Bauern sind wesentlich für unseren anhaltenden Geschäftserfolg. Allerdings wird die weltweite Agrarbevölkerung zunehmend älter und immer mehr Menschen wandern in Städte ab. Unser Rahmenprogramm für ländliche Entwicklung hilft uns dabei, unsere

Geschäftstätigkeit den lokalen Entwicklungsprioritäten anzupassen. Neben Zugang zu finanzieller Unterstützung bietet unser Modell des «Agripreneurship» Landwirten auch Möglichkeiten, sich weiterzubilden.

Die Attraktivität ländlicher Regionen als Lebens-, Arbeits- und Investitionsort hängt jedoch von mehr als unserer Versorgungskette ab. Auch saubere Energie, Bank- und Finanzdienste, Gesundheitsversorgung, Telekommunikation und weitere Infrastrukturen sind für die Landbevölkerung wichtig. Mit dem Weltwirtschaftsrat für nachhaltige Entwicklung (WBCE) und seinen Mitgliedsunternehmen prüfen wir, wie verschiedene Sektoren gemeinsam und gezielt in ländlichen Gebieten investieren können. Auch die Ernährungssituation ist für viele Gemeinschaften noch immer eine ernste Herausforderung. Diesen Aspekt berücksichtigt unser Rahmenprogramm bislang vielleicht nicht ausreichend.



Entwicklung der Milchwirtschaft in China

Unsere Fabrik in Shuangcheng, China, besteht seit 1987. Um die Nachhaltigkeit unserer Milch-Versorgungskette zu sichern, verpflichteten wir uns 2012 zur Gründung des Nestlé Dairy Farming Institute. Einer der Schwerpunkte unserer ländlichen Entwicklungsstrategie besteht darin, Bauern beim Aufbau von Wissen und Fertigkeiten zu unterstützen. Bewährte Praktiken helfen ihnen, Produktivität, Handelsbeziehungen und Kostenkontrolle zu verbessern. Auf den drei Musterbetrieben für Milch des Instituts gewinnen Hofbesitzer und Landarbeiter Einblick in das Betriebsmanagement und den Umgang mit modernen Technologien und sammeln praktische Erfahrung zur Ausweitung ihrer Tätigkeiten. 2014 startete das Institut Schulungsprogramme in Milchfarmwirtschaft und Milchviehzucht.



Unsere Verpflichtung

Umsetzung der verantwortungsbewussten Beschaffung in unserer Versorgungskette

Unsere Ziele

Bis 2015 – Verbesserung und Nachweis der Einhaltung des Lieferantenkodex von Nestlé; Durchführung von 10 000 Audits zur verantwortungsbewussten Beschaffung, 70% davon mit vollständiger Compliance.

Bis 2015 – 40% des Volumens unserer zwölf wichtigsten Rohstoffkategorien (Palmöl, Soja, Zucker, Zellstoff und Papier, Kaffee, Kakao, Milchprodukte, Fisch und Meeresfrüchte, Sheabutter, Vanille, Haselnüsse sowie Fleisch, Geflügel und Eier) sind rückverfolgbar.

Unser Fortschritt

Bis Ende 2014 prüften wir 8700 unserer 10 000 Zulieferer der Stufe 1 (2013: 6500). 73% entsprachen vollumfänglich unserem Lieferantenkodex. Für 2015 sind 1300 weitere Audits geplant. Bei Erreichen von 10 000 Audits bis Ende 2015 werden wir 60% unserer Rohstoff- und Verpackungslieferanten geprüft haben, auf die 95% unserer Gesamtausgaben entfallen.

Derzeit sind 38% des eingekauften Volumens unserer wichtigsten Rohstoffkategorien rückverfolgbar (2013: 17%), d. h. alle an der Lieferung dieser Rohstoffe beteiligten Bauern (einschliesslich Dritter) sind bekannt und durch Nestlé oder unsere Lieferanten identifizierbar. 28% (2013: 9%) stammen zudem aus verantwortungsbewusster Beschaffung, d. h. die Plantage oder Farm entspricht unseren Richtlinien für verantwortungsbewusste Beschaffung oder hat Verbesserungsmaßnahmen eingeleitet bzw. entspricht einem gleichwertigen Zertifizierungsprogramm.

2014 begannen operative Massnahmen für Fleisch, Milchprodukte, Sheabutter und Fisch. Wir sind zuversichtlich, dass 2015 40% des Volumens unserer wichtigsten Produktkategorien rückverfolgbar sein werden und 30% verantwortungsbewusst beschafft werden.

Unsere Perspektive

Konsumenten und Anspruchsgruppen achten zunehmend darauf, woher ihre Nahrung kommt und wie sie hergestellt wird. Verantwortungsbewusste Beschaffung ist daher eine wichtige Investition in die Zukunft von Nestlé und der Produzenten, von denen wir abhängig sind.

Unsere Versorgungsketten sind komplex und ihre laufende Verbesserung bedingt, dass alle Beteiligten soziale und ökologische Probleme angehen. Durch die Förderung guter landwirtschaftlicher Praktiken und den Aufbau von Know-how sowie durch Wissensweitergabe und Schulungen ist es uns gelungen, kontinuierliche Fortschritte zu erzielen und die Nachhaltigkeit unserer Lieferanten zu verbessern.

Wir prüfen zusammen mit NGOs wie Proforest und The Forest Trust unsere Versorgungsketten für Zucker, Soja, Palmöl und Papier. Lieferanten von Bestandteilen tierischen Ursprungs kontrollieren wir aktiv auf Einhaltung der Tierschutzvorschriften in unserer Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung. Wir setzen uns gegen die Abholzung von Wäldern und gegen Kinderarbeit in unseren Versorgungsketten ein.

Globale Partnerschaft für Tierschutz

Im März 2014 ging Nestlé als erster grosser Nahrungsmittelhersteller eine globale Partnerschaft mit einer internationalen Tierschutzorganisation, World Animal Protection, ein. Nestlé verwendet in verschiedensten Erzeugnissen Milchprodukte, Eier, Fleisch und Geflügel und hat sich öffentlich zur weiteren Verbesserung des Tierwohls in ihrer globalen Versorgungskette verpflichtet. World Animal Protection gibt im Rahmen der Partnerschaft ihr Wissen über Gesundheit, Pflege und Wohl von Nutztieren weiter. Nestlé bietet der Organisation durch ihre Tätigkeiten im Bereich der verantwortungsvollen Beschaffung im Gegenzug Gelegenheit, Lieferanten anzusprechen und das Wohl von Nutztieren in der Nahrungsmittelindustrie zu fördern.



Wir prüften 8700 unserer 10000 Zulieferer der Stufe 1 und **73%** entsprachen vollumfänglich unserem Lieferantenkodex



Unsere Verpflichtung

Ausweitung des *Nestlé Cocoa Plan* bei Kakaobauern

Unsere Ziele

Der *Nestlé Cocoa Plan* zielt darauf ab, das Leben von Kakaobauern und die Qualität des von uns eingekauften Kakao zu verbessern.

Bis 2015 – Bezug von 100 000 Tonnen Kakao über den *Nestlé Cocoa Plan*.

Bis 2016 – Bezug von 120 000 Tonnen Kakao über den *Nestlé Cocoa Plan* und vollständige Umsetzung des Systems zur Überwachung und Unterbindung von Kinderarbeit in allen Kooperativen des *Nestlé Cocoa Plan* in Côte d'Ivoire.

Bis 2017 – Bezug von 150 000 Tonnen Kakao über den *Nestlé Cocoa Plan*.

Unser Fortschritt

2014 bezogen wir 91 801 Tonnen Kakao über den *Nestlé Cocoa Plan* (2013: 62 299) und schulten 45 833 Kakaobauern (2013: 33 885). Wir bauten oder renovierten 17 Schulen (2013: 13) und erreichten damit unser Ziel von 40 gebauten bzw. renovierten Schulen in vier Jahren.

Im August 2014 veröffentlichte die Fair Labor Association (FLA) ihren ersten Bericht zur Kakaoversorgungskette von Nestlé in Côte d'Ivoire und zeigte Bereiche auf, in denen wir mehr tun müssen, um den Verhaltenskodex der FLA einzuhalten. Seitdem haben wir unser System zur Überwachung und Unterbindung von Kinderarbeit in Côte d'Ivoire um weitere 14 (2013: acht) auf insgesamt 22 Kooperativen ausgedehnt. Örtliche Beauftragte aus den Bauerngemeinden identifizieren gefährdete Kinder und sprechen offen und transparent mit den Kakaobauern darüber. Bis Ende 2016 wollen wir die Initiative auf alle 67 Kooperativen des *Nestlé Cocoa Plan* ausweiten.

Mehr zur Nestlé-Verpflichtung zur Beseitigung von Kinderarbeit bei wichtigen Rohstoffen und zu unseren diesbezüglichen Aktionsplänen für unsere wichtigsten Produktkategorien finden Sie auf Seite 35.

Unsere Perspektive

Die drei Säulen des *Nestlé Cocoa Plan* sind eine rentable Bewirtschaftung der Farmen, die Verbesserung der sozialen Bedingungen und die nachhaltige Beschaffung von qualitativ hochwertigem Kakao für unsere Produkte. Durch kräftigere Pflanzen und die Vermittlung besserer Anbaumethoden fördern wir die langfristige Rentabilität und Nachhaltigkeit der Betriebe. Ein leichter Zugang zu Ausbildung und Unterstützung für Frauen in unserer Versorgungskette verbessert die sozialen Bedingungen und senkt das Risiko von Kinderarbeit. Als einer der wichtigsten Abnehmer von Kakao aus Côte d'Ivoire arbeitet Nestlé mit über 67 Kakaokooperativen zusammen. Unser System zur Überwachung und Unterbindung von Kinderarbeit deckt das Ausmass und die Ursachen der Kinderarbeit im Kakaoanbau in Côte d'Ivoire auf. So können wir und unsere Partner das Problem unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der Familien und Gemeinschaften angehen.

Der *Nestlé Cocoa Plan* in Venezuela

Die zuverlässige Beschaffung von Edelkakao in Venezuela wird durch Herausforderungen wie den Qualitätsrückgang bei heimischen Kakaopflanzen und die mangelnde Attraktivität der Arbeit in der Landwirtschaft für jüngere Generationen erschwert. Der *Nestlé Cocoa Plan* hilft, den Kakaoanbau zu einer gezielten Berufswahl mit höherem Einkommen und besserem Sozialstatus zu machen. 600 Bauern in den drei wichtigsten Kakaoanbaugebieten des Landes nehmen derzeit am *Nestlé Cocoa Plan* teil. Mitarbeitende von Nestlé Venezuela haben ihren Farmen seit 2008 fast 6130 Besuche abgestattet und ihnen durch hochwertige Setzlinge, biologischen Dünger, technische Beratung und Schulungen in Bereichen wie dem Pflanzenschnitt zur Erhöhung der Erträge und der Eindämmung von Krankheiten geholfen. Auf unseren Modellfarmen wurde der Ertrag an Kakaofrüchten von 878 kg auf mehr als 1500 kg pro Hektar gesteigert.





Unsere Verpflichtung

Ausweitung des *Nescafé*-Plans bei Kaffeebauern

Unsere Ziele

Bis 2015 – Verbesserung der Nachhaltigkeit unserer Versorgungskette für Kaffee; Bezug von 180 000 Tonnen Kaffee durch Farmer Connect¹⁷ bei 100% Compliance mit dem grundlegenden 4C-Nachhaltigkeitsstandard.¹⁸

Bis 2020 – Verbesserung der Qualität, Quantität und Nachhaltigkeit unserer Kaffeeversorgungskette; Verteilung von 220 Millionen Kaffeeseetzlingen¹⁹ und Bezug von 90 000 Tonnen Kaffee, der den Grundsätzen des Sustainable Agriculture Network²⁰ entspricht.

Unser Fortschritt

2014 entwickelten wir den *Nescafé*-Plan in seinen derzeitigen 14 Ländern weiter. Zudem bauten wir ihn durch Initiativen in Verbindung mit Wasser, Kaffee und ländlicher Entwicklung in Vietnam und Kolumbien aus.

Bis Ende 2014 hat *Nescafé* über Farmer Connect¹⁷ von ca. 171 900 Bauern rund 186 750 Tonnen Kaffee direkt beschafft (2013: 176 040 Bauern). 130 500 Tonnen davon (oder 70%) erfüllen den 4C-Nachhaltigkeitsstandard (2013: 71 493 Tonnen, 48%).

Die Gesamtmenge verantwortungsbewusst bezogenen Kaffees stieg auf 412 538 Tonnen (2013: 366 270 Tonnen).

Zudem verteilten wir 2014 über 29,8 Millionen ertragreiche, krankheitsresistente Kaffeeseetzlinge an Bauern (2013: 21,4 Millionen); insgesamt wurden damit 73,8 Millionen verteilt.

Unsere Perspektive

Langfristig können wir den Bedarf unserer wichtigsten Marken an Kaffee in der richtigen Qualität und Menge nur durch nachhaltigen Anbau decken. Alternde Baumbestände, Pflanzenkrankheiten, sinkende Erträge, Preisschwankungen und Klimawandel bedrohen die Existenz der überwiegend in Kleinbetrieben tätigen Kaffeebauern. Konkurrenz erwächst dem Kaffee auch durch alternative Kulturen, von denen sich die Anbauer höhere Einnahmen versprechen.

Wir helfen Bauern daher, ihr Geschäft solider aufzustellen: mit einem effizienteren Marktzugang, lokaler Weiterbildung, der Vermehrung und Verteilung von Pflanzen sowie technischem Beistand durch unser Team aus mehr als 300 Agronomen.



Nachhaltigkeitsstrategie «The Positive Cup»

Ergänzend zu unserem *Nescafé*-Plan kündigte Nespresso im August 2014 ihre auf sechs Jahre angelegte neue Nachhaltigkeitsstrategie «The Positive Cup» an, die das Leben der Bauern und die ökologische Nachhaltigkeit in Beschaffung und Konsum von Kaffee verbessern soll. Sie beschreibt die Schritte, mit denen Nespresso ehrgeizige Ziele in den Bereichen Kaffeebeschaffung und sozialer Schutz, Beschaffung, Einsatz und Entsorgung von Aluminium und Klimaresilienz umsetzen will. Aufbauend auf den Erfolgen der letzten elf Jahre wird Nespresso künftig 100% ihres ständigen Sortiments an Grands-Crus-Kaffees nachhaltig über das Nespresso AAA *Sustainable Quality*-Programm beziehen. Nespresso wird hierzu unter anderem in die wirtschaftliche und soziale Entwicklung von Kaffee-Anbaugemeinschaften in Äthiopien, Kenia und im Südsudan investieren.

¹⁷ Unser Programm für den Direktbezug von Bauern: Wir verpflichten uns damit zum lokalen Bezug von Rohstoffen,

bieten technische Unterstützung und stellen durch die Zusammenarbeit sicher, dass die Beschaffung höchste Standards erfüllt.

¹⁸ Die Common Code for the Coffee Community (4C) Association ist eine Organisation, deren Mitglieder aus Handel und Industrie, den Reihen der Produzenten, der Zivilgesellschaft sowie Unternehmen stammen, die in der Versorgungskette für Kaffee aktiv sind.

¹⁹ Gesamtmenge für den Zeitraum 2010 bis 2020.

²⁰ Eine internationale Koalition aus führenden Verbänden zum Schutz der nachhaltigen Landwirtschaft, die Standards zum Umweltschutz, für soziale Verantwortung und wirtschaftliche Lebensfähigkeit entwickelt hat.

Wasser ist lebensnotwendig und daher unersetzlich. Die Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage nach sauberem Trinkwasser wächst stetig. Wenn wir nichts unternehmen, könnte die Wasserentnahme bis 2030 40% über der Wiederauffüllungsrate liegen. Ein verantwortungsbewusster Umgang mit Wasser ist daher für uns alle und den Fortbestand unseres Geschäfts unabdingbar. Wir respektieren das Menschenrecht auf Wasser und Sanitärversorgung und unterstützen die nachhaltige Bewirtschaftung von Wassereinzugsgebieten dort, wo wir unsere Rohstoffe beziehen, wo sich unsere Fabriken befinden und wo unsere Lieferanten und Konsumenten leben.

i Bei allen unseren Zielsetzungen wollen wir unsere jeweilige Verpflichtung bis zum 31. Dezember des angegebenen Jahres erfüllen.

Unsere Verpflichtung

Verbesserung der Wassereffizienz und -nachhaltigkeit in unseren Aktivitäten

Unsere Ziele

Wir wollen die Auswirkungen unserer Aktivitäten auf die natürlichen Wasserressourcen und die Gemeinschaften, die sie versorgen, so gering wie möglich halten.

Bis 2015 – Gesamtreduktion der direkten Wasserentnahme pro Tonne Produkt in allen Produktkategorien um 40% gegenüber 2005.

Bis 2015 – Ausarbeitung und Implementierung von detaillierten Richtlinien zur Sorgfaltspflicht in Bezug auf das Menschenrecht auf Wasser und Sanitärversorgung.

Bis 2016 – Entwicklung von Initiativen zum Wassermanagement und Beginn der Implementierung an fünf Standorten, die höchste Priorität geniessen.

Bis 2016 – Implementierung von Wassersparprojekten in sämtlichen Produktionsstätten, die höchste Priorität geniessen.

Bis 2016 – Durchführung von 45 neuen Wasserressourcen-Prüfungen in ausgewählten Produktionsstätten und an sämtlichen noch unbebauten Standorten.

Unser Fortschritt

Gemäss unserer Verpflichtung zum verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser (2013) streben wir danach, den Wasserverbrauch unserer Fabriken zu verringern und Wasser aufzubereiten und wiederzuverwenden. Im Zuge der unternehmensweiten Einführung eines globalen «Water Stewardship»-Masterplans entwickeln wir lokale Masterpläne für wichtige Märkte, allen voran für Pakistan (2014). Sie halten fest, wer bis wann für das Erreichen welcher Verbesserungsziele verantwortlich ist.

In unseren Fabriken laufen derzeit über 376 Wassersparprojekte, mit denen wir 1,84 Millionen m³ Wasser sparen werden. 2014 haben wir die direkte Wasserentnahme pro Tonne Produkt um 6% gesenkt (Reduktion um 37% seit 2005).

Wir haben 31 Produktionsstätten identifiziert und priorisiert, in denen der Handlungsbedarf hoch ist, weil sie in Gegenden mit hohem Wasserstress liegen und/oder einen erheblichen Anteil unserer Wasserentnahmen repräsentieren. Bis Ende 2014 haben wir unsere Wasserentnahme gesenkt und unsere Wassereffizienz gegenüber 2013 um 42% gesteigert.

Wir führen fortlaufend Wasserressourcen-Prüfungen an unseren Produktionsstandorten durch, um unsere lokalen Massnahmen zur verantwortungsvollen Wasserbewirtschaftung zu verbessern. Dieses Jahr führten wir 18 neue Prüfungen durch. Aspekte von Trinkwasser- und Sanitärversorgung und Hygiene (Water, Sanitation & Hygiene WASH) werden in den Prozess integriert.



Cero Agua Mexiko

In Mexiko wurde dieses Jahr unsere Fabrik mit dem geringsten Wasserverbrauch eröffnet. Die Wasserverfügbarkeit pro Kopf ist in Mexiko aufgrund des Bevölkerungswachstums in den letzten 60 Jahren drastisch gesunken. Dank neuer Prozesse tendiert die Wasserentnahme unserer Milchfabrik Cero Agua im wasserarmen Staat Jalisco nun gegen null. Stattdessen nutzt die Fabrik Wasserdampf, der beim Verdampfen von Kuhmilch entsteht. Das Wasser kondensiert, wird zurückgewonnen, aufbereitet und als trinkbares Prozesswasser und nochmals zum Kühlen und Reinigen genutzt. Damit werden Einsparungen von rund 1,6 Millionen Liter Wasser pro Tag erzielt – so viel wie 6400 Menschen in Umland²¹ täglich im Schnitt verbrauchen. Wir übertragen das Verfahren nun auf andere Standorte. Unsere Milchfabrik Mossel Bay in Südafrika wird im Rahmen unseres Investitionsplans für die nächsten fünf Jahre ebenfalls auf «Zero Water» umgestellt.

²¹ Diese Zahl basiert auf einem täglichen Durchschnittsverbrauch von rund 250 l pro Person. Quelle: Tecnologías Alternativas y Ecodiseño

Unsere Perspektive

Nestlé begrüsst das wachsende Interesse von Anspruchsgruppen am Thema Wasser, da dies ein zunehmendes Bewusstsein für die globalen Auswirkungen der Wasserknappheit widerspiegelt. Die öffentliche Debatte über die Nutzung von Wasser (auch durch unser Unternehmen) fördert unseres Erachtens gemeinsames, positives Handeln. 38% unserer Fabriken liegen in Gebieten mit Wasserstress. Ein verantwortungsbewusster Umgang mit Wasser ist für unser Unternehmen wie für unsere Anspruchsgruppen unabdingbar. Wasserressourcen-Prüfungen helfen uns, mögliche Folgen für das Menschenrecht auf Wasser und Sanitärversorgung in den lokalen Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, aufzudecken und gegebenenfalls Korrekturmaßnahmen einzuleiten. Das Menschenrecht auf Wasser und Sanitärversorgung ist systematisch Bestandteil unseres Berichts zu Menschenrechts-Folgenabschätzungen. Bis Ende 2014 hatten 133 Fabriken eine Wasserressourcen-Prüfung abgeschlossen. Wir setzen uns auch weiterhin dafür ein, die Wassereffizienz und -nachhaltigkeit unserer Betriebe zu verbessern.

Unsere Verpflichtung

Engagement für eine bessere Wasserpolitik und einen verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser

Unsere Ziele

Wir wollen eine Wasserpolitik und Formen der Wasserbewirtschaftung fördern, die global wie lokal zu einer nachhaltigen Nutzung durch die Industrie und andere Akteure beitragen.

Bis 2016 – Ausweitung der öffentlich-privaten Partnerschaft 2030 Water Resources Group auf zwei weitere Länder pro Jahr und Weiterentwicklung und Veröffentlichung des Global Catalogue on Good Practices.²²

Bis 2016 – Unterstützung des CEO Water Mandate-Leitfadens für gute Geschäftspraktiken zum Thema Menschenrecht auf Wasser und Sanitärversorgung und dessen Anwendung in unserem Sorgfaltspflichtenprogramm für Wasser in ausgewählten Pilotmärkten.²³

Bis 2016 – Unterstützung des Weltwirtschaftsrats für nachhaltige Entwicklung (WBCSD) dabei, 50 Unterzeichner für die WASH-Verpflichtung zu gewinnen.²⁴

Bis 2016 – Einführung des internationalen Umweltschutzstandards zum Thema Wasser der Alliance for Water Stewardship durch Umsetzung an mindestens fünf Standorten.²²

Bis 2016 – Zusammenarbeit mit der Sustainable Agriculture Initiative (SAI) und dem Sustainable Food Lab (SFL) zur Einführung einer Initiative zur Bewertung und Minderung von Wasserrisiken in mindestens einer Region, aus der wir Agrarrohstoffe beziehen.²⁵

Unser Fortschritt

Nestlé beteiligt sich intensiv an öffentlich-wirksamen Initiativen zur Wasserpolitik, zugunsten eines verantwortungsbewussten Umgangs mit Wasser und zur Verbesserung von «Best Practices». Hochrangige Führungskräfte, wie der Präsident von Nestlé, engagieren sich aktiv im Rahmen der 2030 Water Resources Group (2030 WRG). Die öffentlich-privat-zivilgesellschaftliche Zusammenarbeit, deren Vorsitz Nestlé innehat, sucht Lösungen für eine Reform der Wasserbewirtschaftung in Entwicklungsländern mit Wasserstress. Die WRG wurde eingeladen, in Peru und Tansania zu arbeiten, und prüft



Ressourcenschonender Umgang mit Wasser in der Nestlé-Fabrik in Douala, Kamerun

In unserer Fabrik für Maggi-Basissuppen in Douala, Kamerun, haben wir 2014 eine Wasserressourcen-Prüfung durchgeführt. Anhand des WASH-Instruments zur Selbstevaluation des WBCSD überprüften wir den Zugang zu Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygiene für die über 500 Mitarbeitenden, Lieferanten und Besucher des Standorts. Insgesamt erfüllte die Fabrik die Anforderungen der Verpflichtung. Die kleineren nötigen Verbesserungen werden wir mithilfe eines Aktionsplans umsetzen. Zu bestimmten Zeiten haben die Gemeinschaften im Umkreis von zwei bis drei Kilometern freien Zugang zu den Brunnen des Standorts. Anwohner holen sich dort täglich rund 5000 Liter Wasser. Geplant ist ausserdem ein neues Projekt über CHF 474.905 zur Abwasserentsorgung, das der Gefahr von Überschwemmungen vorbeugen und das lokale Umfeld der Gemeinschaften verbessern soll.

²² Dies erweitert unser Ziel für 2014.

²³ Unser Ziel 2014, zur Veröffentlichung der Richtlinien beizutragen, wurde erreicht.

²⁴ Unser Ziel 2014, zur Fertigstellung von ISO 14046: Wasser-Fussabdruck – Prinzipien, Anforderungen und Leitlinien beizutragen, wurde erreicht.

²⁵ Unser Ziel 2014, die Grundsätze des Standards der AWS zur Selbstevaluation an prioritären Standorten anzuwenden, wurde erreicht.

Abwasser
pro Tonne Produkt
seit 2005 um **52%**
reduziert



Unsere Verpflichtung

weitere Länder wie Bangladesch, Kenia und Libanon.

Im Juli 2014 wurde die internationale Norm ISO 14046:2014 Umweltmanagement – Wasser-Fussabdruck – Prinzipien, Anforderungen und Leitlinien veröffentlicht. Sie bildet den Höhepunkt einer fünfjährigen Zusammenarbeit von über 90 Experten. Nestlé ist aktives Mitglied dieser Arbeitsgruppe.

Wir unterstützen die im September 2014 publizierten Offenlegungsrichtlinien des CEO Water Mandate, fördern die Umsetzung der Verpflichtung des WBCSD bei unseren Aktivitäten und darüber hinaus und engagieren uns international als Botschafter von WASH.

Wir haben interne Richtlinien zur Anwendung der internationalen Umweltschutzstandards der Alliance for Water Stewardship Standard (AWS) entwickelt, um den verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser an wichtigen Nestlé-Standorten zu fördern. Eine breitere Einführung ist für 2015 geplant.

Unsere Perspektive

Zu den dringlichsten Herausforderungen der Menschheit gehört es, die wachsende Weltbevölkerung mit sauberem Wasser und mit Nahrung zu versorgen. Vereintes Handeln und gemeinsame Ziele tun not. Wir glauben, dass Regierungen das Thema Wasser systemisch angehen müssen. Sie müssen über den eigenen Tellerrand hinaus blicken, eine Führungsrolle und Verantwortung für politische Verpflichtungen übernehmen, Institutionen stärken (im Interesse gemeinschaftsbasierter, bezahlbarer Lösungen für Wassersicherheit/Sanitärversorgung/Armut), regulierend eingreifen (bei der öffentlichen und privaten Wasserinfrastruktur) und Anreize schaffen für kosteneffiziente Lösungen und ein gutes Management von Wassersicherheit, Wasser- und Sanitärversorgung und Wasseraufbereitung. Hierzu möchten wir durch unser Engagement für eine bessere Wasserpolitik und einen verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser beitragen. Wir handeln proaktiv und tauschen uns mit öffentlich-privaten Partnerschaften, Branchenverbänden, NGOs und Forschungsinstituten über «Best Practices» aus. Auf unserer Homepage informieren wir transparent über unseren Fortschritt.

Wirksame Aufbereitung unseres Abwassers

Unser Ziel

Bis 2016 – Implementierung der neuen und ausgeweiteten Nestlé-Umweltschutzvorgaben für die Wasserqualität und Abwasserabführung in allen unseren Fabriken, um zum Schutz der Umwelt beizutragen.

Unser Fortschritt

2014 haben wir Ausgaben in Höhe von CHF 18 Millionen für neue oder verbesserte Aufbereitungsanlagen genehmigt und unsere Vorschriften für die Wasserqualität neuer Aufbereitungsanlagen verschärft. Bis Ende 2014 hatten wir die Abwassermenge pro Tonne Produkt gegenüber 2005 um 51,8% reduziert (2013: 48,5%), bei einer durchschnittlichen Abwasserqualität von 72 mg CSB/l (2013: 76 mg CSB/l).

Unsere Perspektive

Wir verpflichten uns zu einer Geschäftsentwicklung, die Biodiversität und Ökosystemleistungen erhält. Ab 2016 haben wir uns ehrgeizige Ziele für die Abwasserqualität gesetzt, deren Erfüllung ein anspruchsvolles Unterfangen ist. Wir haben ein Dashboard für Wasser und Abwasser eingerichtet, das Wasserentnahme, Abwasser und Abwasserqualität dokumentiert und damit unseren Fortschritt unterstützt. Auch die Schulung und Sensibilisierung unserer Mitarbeitenden hat für uns Priorität. Wenn möglich nutzen wir kommunale Kläranlagen. Wo es keine solchen gibt oder deren Kapazität nicht ausreicht, investieren wir in eigene Anlagen. Wir leiten unser Abwasser aufbereitet in die Umwelt zurück und halten dabei lokale Vorschriften oder interne Standards ein, je nachdem, was strenger ist.



Abwasseraufbereitung durch Biovergärung

Die Süßwarenfabrik von Nestlé im britischen Fawdon hat CHF 4,9 Millionen in ein im September 2014 fertiggestelltes anaerobes Vergärungssystem investiert, das feste und flüssige Abwasserbestandteile mithilfe natürlicher, biologischer Vergärungsprozesse in sauberes Wasser und Methangas umwandelt. Die Anlage spart damit 1000 Tonnen CO₂ pro Jahr, reduziert die Abfallmenge um 4000 kg pro Tag und senkt die Abwassermenge um 95%. Die finanziellen Einsparungen belaufen sich auf CHF 380000 für Abwasser und CHF 600000 für Strom.

Unsere Verpflichtung

Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, allen voran in der Landwirtschaft

Unser Ziel

Bis 2015 – Ausarbeitung und Einführung von Aktionsplänen zum Wassersparen in unserer vorgelagerten Versorgungskette für Kaffee, Zucker, Reis und Getreide in Regionen, die höchste Priorität geniessen.

Unser Fortschritt

Zu unseren grössten Herausforderungen gehört die Verbesserung der Wassereffizienz in unserer komplexen landwirtschaftlichen Versorgungskette. Nestlé arbeitet direkt mit rund 695 000 Bauern zusammen, fördert mittels der Sustainable Agriculture Initiative Nestlé (SAIN) nachhaltige Entwicklung und bietet ihnen Unterstützung. Im Mittelpunkt des globalen Programms stehen Herausforderungen in den Bereichen Wasserbewirtschaftung und Bewässerung wie Dürre-resistenz, Überschwemmungen, Aufbereitung von Abwasser und organischen Abfällen sowie Techniken zur Intensivierung der Anbaumethoden. 2014 unterstützten wir:

- ein integriertes Wassermanagement-Projekt zur Entwicklung einer klimaintelligenten Kaffeewirtschaft in Kolumbien,
- die Einführung des Konzepts und der Methode der Wasserbilanz in Kolumbien, um Milchbauern und Fabriken für Wasserverbrauch, -effizienz und -verschmutzung zu sensibilisieren,
- ein Seminar zum verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser in der Landwirtschaft in Spanien und
- neue Methoden der Bewässerung und Wasserbewirtschaftung in Vietnam, um mit weniger Wasser mehr Kaffee zu produzieren.

Unsere Perspektive

Wasser ist eine gemeinsam genutzte Ressource, die dem Einfluss sämtlicher Nutzer in einem Einzugsgebiet unterliegt. Wir glauben daher, dass der grösste Beitrag zum Wohl eines Einzugsgebiets mitunter nicht durch Investitionen in unsere eigenen Fabriken, sondern durch externe Initiativen erreicht werden kann. Bessere Anbaumethoden etwa können die Nutzung der Wasserressourcen erheblich verbessern, oft sogar ohne grössere Investitionen. Darüber hinaus sind wir der Auffassung, dass Unternehmen, die bei grossen globalen Lieferanten einkaufen, ihren kollektiven Einfluss geltend machen sollten, um eine bessere Wassereffizienz zu fordern, z. B. über die Plattform der Sustainable Agricultural Initiative. Wir werden daher in externe Gemeinschaftsinitiativen investieren, die allen Nutzern in einem Einzugsgebiet helfen, ihre Wassereffizienz zu verbessern.

Unsere Verpflichtung

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

Unsere Ziele

Bis 2015 – Angemessener Zugang zu Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygienemassnahmen für alle Mitarbeitenden von Nestlé an ihrem Arbeitsplatz.

Bis 2016 – Zugang zu Trinkwasser-, Sanitärversorgungs- und Hygieneprojekten für 350 000 Menschen aus den lokalen Gemeinschaften im Umfeld unserer Produktionsstätten und den Gebieten von Farmer Connect.

Unser Fortschritt

Wir arbeiten mit Experten wie dem WBCSD und der Internationalen Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften (IFRC) zusammen, um den Zugang zu Trinkwasser und sanitären Einrichtungen zu verbessern (siehe Fallbeispiel). 2014:

- haben wir das Instrument des WBCSD zur WASH-Selbstevaluation an wichtigen Produktionsstandorten getestet,
- hatten fast 400 000 Menschen (2013: über 300 000) aus Gemeinschaften um unsere Produktionsstätten und aus Gebieten von Farmer Connect Zugang zu Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygiene. Das heisst, wir haben unser Ziel für 2016 bereits erreicht

Wir sensibilisieren Mitarbeitende, Lieferanten und Konsumenten in Aufklärungsinitiativen für die Notwendigkeit eines sparsamen und verantwortungsbewussten Umgangs mit Wasser. Neben Aktivitäten für Lieferanten haben wir 2014:

- ein neues Schulungsprogramm für unser Team der Personalabteilung am Hauptsitz (117 Personen) durchgeführt und den Inhalt über das Intranet allen Mitarbeitenden zugänglich gemacht,
- uns erneut als Sponsor von «Project WET» betätigt, einem globalen Aufklärungsprogramm zum Thema Wasser, das in Nigeria auf den Staat Osun ausgeweitet wurde, und
- am Weltwassertag mithilfe von 650 Mitarbeitenden in unseren Fabriken in 32 Ländern Veranstaltungen für über 22 000 Kinder ausgerichtet.

Unsere Perspektive

Laut WHO braucht ein Mensch zur Deckung seines Bedarfs 50 bis 100 Liter Wasser am Tag. Nach Schätzungen des WBCSD haben über 1,8 Milliarden Menschen keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser und rund 4 Milliarden Menschen leben ohne sanitäre Grundversorgung²⁶. Der fehlende Zugang zu Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygiene kann zu Krankheit und zum Tod führen, die Produktivität beeinträchtigen und Märkte für Produkte und Dienstleistungen einschränken. Daher spricht wirtschaftlich unseres Erachtens alles dafür, dass sich Unternehmen führend an der Lösung dieses

Problems beteiligen. Nestlé gehört zu den Erstunterzeichnern der WASH-Verpflichtung des WBCSD und verpflichtet sich, an allen direkten Arbeitsplätzen von Nestlé binnen drei Jahren den Zugang zu sauberem Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygiene sicherzustellen. Mit der Unterzeichnung der Verpflichtung erneuern wir unser eigenes Versprechen und fordern andere entlang der Wertschöpfungskette auf, es uns gleichzutun. Unterzeichneten sämtliche Mitglieder des WBCSD die WASH-Verpflichtung, entspräche dies 15 Millionen Mitarbeitenden.



Bereitstellung von Trinkwasser und sanitären Einrichtungen in Côte d'Ivoire

Nestlé engagiert sich seit 2006 zusammen mit der Internationalen Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften (IFRC) für die Verbesserung des Zugangs zu Trinkwasser in ländlichen Regionen. Durch die Zusammenarbeit haben 196546 Menschen in den Kakao anbauenden Gemeinschaften in Côte d'Ivoire Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitären Einrichtungen erhalten. Im Oktober 2014 haben wir unsere langjährige Zusammenarbeit mit der IFRC verlängert. In den nächsten fünf Jahren werden wir die Organisation mit CHF 5 Millionen unterstützen, um den Zugang zu Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygienemassnahmen in ländlichen Gemeinschaften nachhaltig zu verbessern und das Projekt auf Ghana auszuweiten. 2002 war Nestlé der erste Unternehmenspartner der IFRC. Neben der laufenden Zusammenarbeit im Bereich Wasser und Sanitärversorgung unterstützen wir die Publikation des jährlichen Weltkatastrophenberichts der IFRC, die nationalen Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften und die Katastrophenhilfe der IFRC (z. B. Bekämpfung von Ebola 2014).

26 www.wbcsd.org/work-program/sector-projects/water/accesswatersanitation.aspx



Ökologische Nachhaltigkeit

Ökologische Nachhaltigkeit bedeutet, angesichts knapper Wasserressourcen, schwindender Artenvielfalt und drohender Klimafolgen die richtigen Entscheidungen zu treffen, um die Zukunft zu sichern. Die Produkte von Nestlé sollen damit nicht nur schmackhafter und gesünder, sondern entlang der Wertschöpfungskette auch besser für die Umwelt werden. Ökologische Nachhaltigkeit bedeutet auch, Konsumenten einen weiteren Grund zu geben, Nestlé zu vertrauen und unsere Produkte zu geniessen sowie den Erwartungen von Mitarbeitenden und Anspruchsgruppen hinsichtlich ökologischer Verantwortung und Verfahren gerecht zu werden.

Unsere Verpflichtung

Effizientere Ressourcennutzung in unseren Aktivitäten

Unsere Ziele

Es ist unser Ziel, bei geringerem Ressourcenverbrauch und weniger Abfall mehr zu produzieren und zum Erhalt der natürlichen Ressourcen beizutragen.

Bis 2015 – 10% unserer Fabriken produzieren keinerlei Abfall zur Entsorgung.

Bis 2015 – Gesamtreduktion des Energieverbrauchs pro Tonne Produkt in allen Produktkategorien um 25% gegenüber 2005.

Unser Fortschritt


Unser 2012 gesetztes Ziel der abfallfreien Produktion haben wir 2013, zwei Jahre früher als geplant, erreicht (2013: 56 Fabriken, 11%)²⁷. 2014 konnten wir dieses Ergebnis aufrechterhalten: 15% der Fabriken von Nestlé (72 insgesamt) produzierten keinerlei Abfall zur Entsorgung.

Wir haben unseren Gesamtenergieverbrauch pro Tonne Produkt gegenüber 2005 um 26% reduziert (2013: 23%) und ihn in allen Produktkategorien gesenkt. Damit haben wir unser Ziel für 2015 um 1% übertroffen.

Unsere Perspektive

Wir verbessern unsere Effizienz, Qualität und Produktivität, um mit weniger Ressourcen und weniger Abfall mehr zu produzieren. Abfall zur Entsorgung bezeichnet Material, das bei der Produktion oder der Verteilung von Produkten entsteht und dessen endgültige Entsorgung (Deponierung und Verbrennung) keine Energierückgewinnung erlaubt. Wir wollen Abfall zur Entsorgung komplett vermeiden, damit kein Gewerbeabfall auf Deponien entsorgt oder verbrannt werden muss, ohne dass dabei Energie gewonnen wird. Entstehende Nebenprodukte sollen einen möglichst hohen Nutzwert haben. 2014 haben wir in unseren Fabriken neue Instrumente zur abfallfreien Produktion eingeführt. In vielen Ländern wird die Verbesserung der Ressourceneffizienz durch fehlende öffentliche Entsorgungs- und Recyclingsysteme erschwert. Mitunter wird die Entsorgung bestimmter Stoffe auf Deponien sogar durch lokale Vorschriften gefordert.

Die Verbesserung der Ressourceneffizienz unserer Aktivitäten trägt zu unseren Bemühungen zur Reduktion von Nahrungsmittelabfällen bei. Anfang 2015 werden wir hierzu eine eigene Verpflichtung einführen. Wir beteiligen uns ausserdem an der Ausarbeitung des für 2015 geplanten «Food Loss and Waste Measurement Protocol» des World Resources Institute.

 Bei allen unseren Zielsetzungen wollen wir unsere jeweilige Verpflichtung bis zum 31. Dezember des angegebenen Jahres erfüllen.

2014 wurden
45 805 Tonnen
Verpackungsmaterial
eingespart



Unsere Verpflichtung

Verbesserung der Umweltleistung unserer Verpackungen

Unser Ziel

Bis 2017 – Fortführung der systematischen Analyse und Optimierung unserer Verpackungen, um mindestens 100 000 Tonnen Verpackungsmaterial einzusparen.

Unser Fortschritt

Wir weiten unser umweltgerechtes Verpackungsdesign aus und stellen es um: von PIQET (Packaging Quick Evaluation Tool), einem Werkzeug, das die Umweltleistung unserer Verpackungen evaluiert, auf EcodEX (Ecodesign for Sustainable Product Development and Introduction), einen umfassenderen und ganzheitlicheren Ansatz, der die gesamte Wertschöpfungskette erfasst.

Wir haben die Umstellung von PIQET auf EcodEX weltweit erfolgreich mithilfe von acht Online-Workshops abgeschlossen. Diese wurden von 63 Teilnehmenden absolviert, die an ihren Standorten bzw. in ihren Märkten ihrerseits Verpackungsspezialisten schulen werden.

2014 konnten wir 45 805 Tonnen Verpackungsmaterial (2013: 66 594 Tonnen) im Wert von CHF 77,4 Millionen einsparen.



Nespresso weitet Recycling und Wiederverwertung von Aluminium aus

Nespresso weitet im Zuge der Nachhaltigkeitsstrategie «The Positive Cup» die Rücknahmekapazität für gebrauchte Aluminiumkapseln auf alle Länder aus, in denen das Unternehmen tätig ist, um u. a. in Grossbritannien und Frankreich neue Kapseln daraus herzustellen. In den letzten fünf Jahren hat das Unternehmen erhebliche Fortschritte erzielt. Das von Nespresso für die Kapseln bezogene Aluminium wird künftig zu 100% den Anforderungen der neuen Standards der Aluminium Stewardship Initiative entsprechen, die eben entwickelt werden. Um Recycling und Wiederverwertung der Kapseln sicherzustellen, führt das Unternehmen in weiteren Märkten Recyclingprogramme ein. Mittlerweile gibt es 14 000 Kapselsammelstellen in 31 Ländern und in 15 Ländern einen Abholdienst für gebrauchte Kapseln.



Unsere Perspektive

Verpackungen sind unabdingbar, um Nahrungsmittelverschwendung vorzubeugen, Qualitätsstandards zu garantieren und die Konsumenten zu informieren. Beim Entwurf von Verpackungen beurteilen wir deren Ökobilanz in einem ganzheitlichen Ansatz. Leistung und Funktionalität sollen garantiert, Gewicht und Volumen optimiert werden – ob durch Innovation oder Renovation.

Die Herausforderung besteht darin, ein optimales Design zu finden, das Material spart und Nahrungsmittelverschwendung vermeidet. Wir sind führend in der Entwicklung und im Einsatz von Materialien aus nachhaltig bewirtschafteten, erneuerbaren Ressourcen und berücksichtigen die Anforderungen an Verpackung und Produkt. Wir unterstützen Initiativen zum Recycling und zur Energierückgewinnung aus gebrauchten Verpackungen und verwenden Recyclingmaterial, wo dies sinnvoll und angemessen ist.

27 Zahl für 2013 aktualisiert, da einige unserer grossen Joint Ventures, die 2013 erstmals Umweltdaten veröffentlichten, zu der Zeit noch keine Daten zum Verbrauch von Verpackungsmaterial vorlegen konnten.



Ökologische Nachhaltigkeit

Unsere Verpflichtung

Beurteilung und Reduzierung der Umweltauswirkungen unserer Produkte

Unsere Ziele

Um die Umweltleistung unserer Produkte zu verbessern, müssen wir verstehen, welche Auswirkungen ein Produkt über seinen Lebenszyklus hinweg hat, und diese effizient angehen.

Bis 2014 – Ausweitung des Ecodesign-Tools EcodEX auf alle Forschungs- und Entwicklungsstandorte.²⁸

Bis 2017 – Ausweitung des Umfangs der in EcodEX verwendeten Datenbank zu Agrarrohstoffen.

Bis 2017 – Identifikation oder Aktualisierung und Arbeit an Nachhaltigkeits-Hotspots in 15 Produktkategorien.

Unser Fortschritt

Unser Ziel der Identifikation und Arbeit an Nachhaltigkeits-Hotspots in zwölf Produktkategorien haben wir 2013 erreicht, ein Jahr früher als geplant. 2014 weiteten wir die Massnahmen auf 13 Produktkategorien aus.

Alle neuen Produkte werden einer ökologischen Nachhaltigkeitsprüfung unterzogen.

Das Ecodesign-Tool EcodEX wurde damit auf die gesamte Forschungs- und Entwicklungsorganisation ausgeweitet und in mehreren Märkten getestet. Dazu wurden 2014 fünf Schulungen und neun Online-Workshops mit 312 Teilnehmenden durchgeführt. Bis heute wurden über 5740 Projekte und damit über 16507 Szenarien (2013: 5200 Projekte, 15500 Szenarien)²⁹ mithilfe unseres Ecodesign-Tools geprüft (das Verpackungs- und Produktentwicklungsprojekte erfasst).

Unsere Perspektive

Umweltfreundliche Produkte beginnen aus unserer Sicht mit umweltfreundlichem Design. Dies setzt voraus, dass wir das komplexe Gleichgewicht aus den ökologischen Auswirkungen eines Produkts über seinen Lebenszyklus hinweg und den übrigen Produktanforderungen verstehen. Für unsere wichtigsten Produktkategorien haben wir daher Lebenszyklusanalysen erstellt.

EcodEX hilft unseren Entwicklern, die Auswirkungen noch schneller und besser zu verstehen. Das Tool wird schrittweise eingeführt, damit sich neue Anwender in die Auslegung der Analysen einarbeiten und das Tool effizient nutzen können.

Im Fokus steht für uns nun, den Umfang der Daten auf Agrarrohstoffe auszuweiten, da sie erheblichen Anteil an den ökologischen Auswirkungen vieler Produkte haben.

Richtungsweisend bei der Entwicklung der Umweltverträglichkeitsprüfung der EU

2014 startete die Europäische Kommission ein dreijähriges Pilotprojekt für die Entwicklung einer gemeinsamen Methodik der Umweltverträglichkeitsprüfung, das 25 Produktkategorien und zwei Geschäftsbereiche umfasst. Die Kommission wählte alle drei eingereichten Anträge von Nestlé zur Mitwirkung an der Entwicklung von Kategorieregeln für die Produktumweltverträglichkeit (PEFCR): Nestlé Waters für abgefülltes Wasser, Nespresso und Nescafé für Kaffee und Nestlé Purina für Tiernahrung. Ziel des Projekts ist es, einen Prozess für die Entwicklung der PEFCR zu konzipieren und zu validieren, einschliesslich der Entwicklung von Referenzwerten für den Test verschiedener Compliance- und Prüfsysteme sowie Kommunikationsmittel.

²⁸ Hierzu zählen F&E-Zentren und Produkt-Technologiezentren.

²⁹ Ein Projekt ist eine detaillierte Beschreibung aller möglichen Szenarien für die Verpackung eines Produkts.

Ein Szenario ist ein Verpackungssystemformat (z. B. Aluminiumdosen in Wellpappe, Glasflaschen in Schrumpffolie usw.).

92% unserer industriellen Kühlmittel wurden 2014 durch natürliche Kühlmittel ersetzt



Unsere Verpflichtung

Vorreiterrolle im Umgang mit dem Klimawandel

Unsere Ziele

Bis 2014 – Ausweitung der Verwendung natürlicher Kühlmittel, die nicht zum Abbau der Ozonschicht beitragen und deren Klimaauswirkungen vernachlässigbar sind, in unseren industriellen Kühlsystemen.

Bis 2015 – Verwendung von natürlichen Kühlmitteln in all unseren neuen Gefriertruhen für Speiseeis.

Bis 2015 – Reduktion des direkten Treibhausgasausstosses (THG) pro Tonne Produkt um 35% gegenüber 2005 (entspricht einer absoluten Reduktion), um zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen insgesamt beizutragen.

Unser Fortschritt

Während der UN-Klimawoche 2014 bekannte sich Nestlé zu ehrgeizigen Verpflichtungen im Zusammenhang mit dem Klimawandel und unterzeichnete u. a.:

- das Statement der UN «Caring for Climate: The Business Leadership Platform»,
- das «Trillion Tonne Communiqué» der Prince of Wales Corporate Leaders Group,
- die «New York Declaration on Forests» und
- die sechs Klimaschutzinitiativen des CDP zu wissenschaftlich fundierten THG-Reduktionszielen, Strom aus erneuerbaren Quellen, Schutz der Wälder, Information und Dialog zum Klimawandel und Kohlenstoffpreisen.

Wir führten die Methodik «Mind the Science, Mind the Gap» von CDP, World Resources Institute, UN Global Compact und WWF ein, die Unternehmen für wissenschaftlich fundierte THG-Reduktionsziele gewinnen will.

Ende 2014 hatten wir 92% unserer industriellen Kühlmittel aus dem Betrieb genommen (2013: 93%) und durch natürliche Kühlmittel ersetzt. Der leichte Rückgang ist auf die Veräusserung mehrerer Anlagen zurückzuführen, die natürliche Kühlmittel verwendeten. Unsere neuen horizontalen Gefriertruhen für Speiseeis (auf die 70% unserer Ausgaben für Gefriertruhen entfielen) verbrauchen 50% weniger Energie.

Wir haben unseren direkten THG-Ausstoss pro Tonne Produkt gegenüber 2005 um 40% reduziert (entspricht einer absoluten Reduktion um 11,4%) und unser Ziel bis 2015 um 5% übertroffen (2013: Reduktion des direkten THG-Ausstosses um 35% gegenüber 2005), bei einer Produktionssteigerung von 48% seit 2005.

Unsere Perspektive

Die Verpflichtung zu einer Vorreiterrolle beim Klimawandel umfasst für uns nicht nur Emissionsziele, sondern auch den verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser, eine abfallfreie Produktion, den effizienten Einsatz von Energie und Ressourcen, den Umstieg auf sauberere Kraftstoffe, die Investition in erneuerbare Energiequellen, die Optimierung unserer Vertriebsnetze und Hilfe bei der Anpassung von Anbaumethoden und Produktionssystemen an den Klimawandel.

Unternehmerisches Engagement kann nur ein Teil der Lösung sein. Daher beteiligen wir uns auf einer breiteren, gemeinschaftlichen Ebene und unterstützen branchenweite und übergreifende Initiativen. Wir helfen Bauern, Produktionsmethoden dem Klimawandel anzupassen, und Konsumenten, Energieverbrauch und Emissionen bei der Nahrungszubereitung zu senken.



Aufklärungsprogramme zu Umweltschutz und Wasser in Indonesien

Unsere Fabrik Kejayan in Indonesien liegt in einer Region, in der die Menschen von der Landwirtschaft leben. An Know-how und einem Bewusstsein für die Anwendung von «Best Practices» zum ressourcenschonenden Umgang mit Wasser mangelt es jedoch. Nestlé möchte, dass die nachhaltige Nutzung der Wasserressourcen sämtlichen Akteuren entlang der Wertschöpfungskette zugutekommt. 2014 lancierten wir ein Umweltschulungsprogramm, das Schüler für Umweltbelange sensibilisieren und damit auch die Eltern für umweltfreundliches und wassersparendes Verhalten gewinnen soll. Das Programm wird in allen Grundschulen des Unterdistrikts durchgeführt und erreicht über 1000 Schüler pro Jahr. 2015 wird es über das «Nestlé Healthy Kids»-Programm landesweit ausgedehnt.



Ökologische Nachhaltigkeit

Unsere Verpflichtung

Erhaltung von Naturkapital, einschliesslich Wäldern

Unsere Ziele

Bis 2015 – 30% des Volumens unserer zwölf wichtigsten Rohstoffkategorien werden nach den Anforderungen unserer Richtlinien für eine verantwortungsbewusste Beschaffung geprüft und erfüllen diese bzw. es sind entsprechende Verbesserungsmassnahmen im Gang.

Bis 2015 – Durchführung von Verbesserungsmassnahmen in sämtlichen Fabriken im Umfeld von wichtigen Wassergebieten³⁰, um die Belastung der Umgebung zu verringern.

Unser Fortschritt

28% des Volumens unserer wichtigsten Kategorien werden im Einklang mit unseren Richtlinien verantwortungsbewusst bezogen (2013: 17%).

2014 verpflichteten wir uns u. a. zur Unterstützung der «New York Declaration on Forests», deren Ziel es ist, die Abholzung von Wäldern zu stoppen und rückgängig zu machen.

Wir führen weiterhin Verbesserungsmassnahmen in sämtlichen Fabriken im Umfeld wichtiger Wassergebiete durch und werden nächstes Jahr über unseren Fortschritt berichten.

Unsere Perspektive

Wir beziehen ein breites Spektrum an Rohstoffen aus der Agrar- und Forstwirtschaft. Unser langfristiger Erfolg hängt von Produkten und Dienstleistungen ab, die uns die natürlichen Ressourcen liefern. Gemäss der Nestlé-Verpflichtung zum Naturkapital streben wir eine Geschäftsführung an, die Wälder, Biodiversität und Ökosystemleistungen erhält, sowie einen verantwortungsbewussten Umgang mit dem Naturkapital, die Berichterstattung über Risiken und deren Minderung, die Unterstützung der Konsumenten bei informierten Entscheidungen und die Zusammenarbeit mit Anspruchsgruppen.

Wir setzen uns gegen die Abholzung von Wäldern ein, treiben die Rückverfolgbarkeit und direkte Zusammenarbeit mit Lieferanten voran und sichern in unserer Verpflichtung gegen Abholzung zu, dass unsere Produkte nicht zur Entwaldung beitragen. Wir erheben gemeinsam mit Partnern zuverlässige Daten über von Abholzung betroffene Regionen und ermitteln wichtige Wassergebiete im Umfeld unserer Fabriken.

2014 unterstützten wir die New York Declaration on Forests, um die Abholzung von Wäldern zu stoppen und rückgängig zu machen, und verpflichteten uns gemäss Klimaschutzinitiative des CDP, der rohstoffbedingten Entwaldung in allen Versorgungsketten bis 2020 Einhalt zu gebieten. Wir unterstützen den Beschluss des Consumer Goods Forum, «in unseren jeweiligen Unternehmen Ressourcen zu mobilisieren, um die Netto-Abholzung bis 2020 auf null zu senken».



Biogasanlagen zum Schutz der Wälder in Lateinamerika

2014 investierte Nestlé CHF 24 750 in die Ausstattung von 15 kleinen Viehzuchtbetrieben in Panama mit Biogasanlagen, die Gülle und Dung in Gas zum Kochen und in Flüssigdünger umwandeln. Die Anlagen schützen damit vor einer Umweltbelastung durch Gülle und Dung, liefern Ökostrom und tragen zur Reduzierung der THG-Emissionen bei. Da die Bauern nun kein Holz als Brennstoff mehr brauchen, kommt dies auch den Wäldern zugute.

³⁰ Wassereinzugsgebiete, die gesetzlich geschützt sind oder für die eine Schutzvereinbarung gilt, deren Beeinträchtigung oder Verlust sich wesentlich oder unverhältnismässig auf die ökologischen, sozialen, kulturellen oder wirtschaftlichen Vorteile, die vom Einzugsgebiet ausgehen, auswirken könnte.

Wir haben unseren direkten Treibhausgasausstoss pro Tonne Produkt gegenüber 2005 um **40%** reduziert



Unsere Verpflichtung

Aussagekräftige und akkurate Umweltinformationen und Dialog

Unser Ziel

Bis 2016 – Faktenbasierte Umweltinformationen für Konsumenten in allen Ländern unterstützen informierte Entscheidungen und umweltfreundliches Verhalten.

Unser Fortschritt

Wir nutzen wichtige Kontaktpunkte (digital, Verpackung und POS), um die Konsumenten über Umweltverbesserungen und Herausforderungen zu informieren.

2014 stellten wir Konsumenten in 109 Ländern wissenschaftlich fundierte Informationen aus unseren Lebenszyklusanalysen bereit (2013: 109 Länder).

Wir lancierten mit NESECA (Nestlé Environmental and Social External Communications Approval) ein internes, internetgestütztes Tool zur Verbesserung der Qualität unserer externen Kommunikation zu umweltrelevanten und sozialen Belangen.

Unsere Perspektive

Wir stellen an den verschiedenen Berührungspunkten im Lebenszyklus unserer Produkte aussagekräftige und akkurate Umweltinformationen zu den Produkten bereit und sind überzeugt, dass wir damit Millionen von Menschen, die diese Produkte nutzen, für Umweltbelange sensibilisieren. Wir informieren wissenschaftlich fundiert über unsere Umweltleistung auf Unternehmens-, Markt- und Markenebene. Damit ermöglichen wir den Konsumenten eine bewusste Wahl und fördern einen nachhaltigeren Konsum. Um zu verstehen, wie unsere Aktivitäten wahrgenommen werden, prüfen wir permanent das Feedback der Konsumenten, führen Marktforschungsstudien durch und verfolgen führende externe Studien. In der Umfrage Corporate Equity Monitor 2013 lagen wir bei der Konsumentenbewertung der Aussage «Nestlé nimmt Rücksicht auf die Umwelt» in 24 von 31 Ländern über dem Marktdurchschnitt und liessen unseren jeweils besten Mitbewerber in zwölf dieser Märkte deutlich hinter uns.

Mit dem Tool NESECA wird die interne Validierung unserer Kommunikation zu umweltrelevanten und sozialen Belangen durch einen stabileren Genehmigungsprozess gestärkt, der auf verlässlichen und dokumentierten Nachweisen beruht. Wir unterstützen die Entwicklung von «Best Practices» im Bereich der Kommunikation. Dazu arbeiten wir mit der Branche, mit Regierungen und dem Europäischen Runden Tisch zur Nachhaltigkeit in Verbrauch und Produktion von Lebensmitteln sowie mit der europäischen «Product Environmental Footprint Initiative» zusammen.



Nestlé hilft Konsumenten, ihre Ökobilanz zu verbessern

In Indien haben die Konsumenten von *Everyday a+ Milk* und *Nestea per* QR-Code über ihr Smartphone Zugriff auf Informationen aus dem Internet, die ihnen helfen, ihre Mahlzeiten umweltfreundlicher zuzubereiten und umweltbewusst Geschirr zu spülen. Hinzu kommen Tipps zur Zubereitung des perfekten Eistees und Empfehlungen zum Energiesparen im Alltag. In der Rubrik Produktlebenszyklen erfahren sie Wissenswertes über die Herstellung bestimmter Produkte, wie z. B. von UHT-Milch.

Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance

Die Nestlé-Unternehmensgrundsätze reflektieren unsere Verpflichtung zu einer starken Compliance-Kultur als nicht verhandelbaren Grundlage unserer Geschäftsführung. Wir unterstützen die Grundsätze der Global-Compact-Initiative der Vereinten Nationen (UNGC) zu Menschen- und Arbeitsrechten voll und ganz und wollen durch die Achtung der Menschen- und Arbeitsrechte im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit mit gutem Beispiel vorangehen. Unsere Grundsätze sind einforderbar und wir sind bereit, durch interne wie externe Berichterstattung (Integrity Reporting System und CARE) sicherzustellen, dass unsere Geschäftsführung im Einklang mit dieser Verpflichtung steht.

Bei allen unseren Zielsetzungen wollen wir unsere jeweilige Verpflichtung bis zum 31. Dezember des angegebenen Jahres erfüllen.

Unsere Verpflichtung

Beurteilung von Menschenrechtsfolgen in unseren Aktivitäten und Versorgungsketten und Suche nach Lösungen

Unsere Ziele

Bis 2015 – Abdeckung aller FTSE4Good³¹-Problemländer, in denen wir tätig sind, und Schulung der Mitarbeitenden zur Minimierung von Menschenrechtsrisiken.

Bis 2015 – Berücksichtigung der Menschenrechte in allen zwölf Rohstoffkategorien der Nestlé-Richtlinien für verantwortungsbewusste Beschaffung.

Unser Fortschritt

2014 haben wir in elf FTSE4Good-Problemländern weitere 7485 Mitarbeitende geschult. Seit 2011 haben wir 49444 Mitarbeitende in 64 Ländern geschult.

Alle zwölf Rohstoffkategorien unterliegen der Menschenrechtsklausel der Richtlinien für verantwortungsbewusste Beschaffung von Nestlé, für einige gelten weitere, spezifische Menschenrechtsklauseln.

2014 führten wir Menschenrechts-Folgenabschätzungen in Pakistan durch und führten eine unternehmensweite Verpflichtung ein, die auf unseren Richtlinien für die verantwortungsbewusste Beschaffung in unserer vorgelagerten Versorgungskette bis zurück zu den Bauern beruht.

Unsere Perspektive

Nestlé respektiert umfassend die Rechte der Menschen, die für unser Unternehmen arbeiten, mit uns Geschäfte machen oder entlang der Wertschöpfungskette für uns tätig sind. Dieser unternehmensweite Anspruch stärkt unseren Compliance-Ansatz (z. B. im Hinblick auf unseren Kampf gegen Kinderarbeit und Korruption) und stellt sicher, dass wir Menschenrechte wie das Recht auf Vereinigungsfreiheit von Beschäftigten, das Recht auf Zugang zu Trinkwasser von lokalen Gemeinschaften und den Datenschutz der Konsumenten wahren.

Wir setzen die Ausweitung unseres Sorgfaltspflichtprogramms im Bereich Menschenrechte (HRDD) fort und wollen uns dabei permanent verbessern. Eine der acht Säulen des Programms ist die Einbindung der Anspruchsgruppen. Wie im Bericht *Talking the Human Rights Walk* vorgesehen, hielten wir im April 2014 in London Rücksprache mit Anspruchsgruppen in Bezug auf unseren Ansatz in den Bereichen Menschenrechte und ländliche Entwicklung. 20 Experten für Menschenrechte und ländliche Entwicklung aus NGOs, zwischenstaatlichen Organisationen, Thinktanks, Beratungsfirmen und Branchenverbänden beteiligten sich an der vom Danish Institute for Human Rights unterstützten Debatte. Die Ergebnisse des Treffens werden in unser Menschenrechtsprogramm sowie in künftige Menschenrechts-Folgenabschätzungen einfließen.



Rat von Expertenseite

Die «Corporate Social Responsibility Initiative» der Kennedy School of Government in Harvard ist ein multidisziplinäres Programm mit einer Vielzahl von Beteiligten, das sich mit öffentlichen Beiträgen von Unternehmen befasst, die Theorie und Praxis an der Schnittstelle von unternehmerischer Verantwortung, Corporate Governance und Strategie in Einklang bringen. In einer Fallstudie zu den acht Säulen des Sorgfaltspflichtprogramms für Menschenrechte von Nestlé befasste sich die Initiative nun mit den internen Prozessen und den externen Partnerschaften des Unternehmens mit NGOs. Dabei untersucht sie, wie sich unser Programm mit den UN-Leitprinzipien für Unternehmen und Menschenrechte deckt und wie es landesweit in Partnerschaften mit anderen Akteuren umgesetzt wird.

12 458 Bauern wurden 2014 für die Thematik der Kinderarbeit sensibilisiert



Unsere Verpflichtung

Beseitigung von Kinderarbeit bei wichtigen Rohstoffen

Unser Ziel

Bis 2015 – Abschluss von Aktionsplänen zur Beseitigung von Kinderarbeit in unseren Versorgungsketten für Kakao, Haselnüsse und Vanille und Schulung von 60 000 Bauern zum Thema; Bau bzw. Renovierung von 60 Schulen; System zur Überwachung und Unterbindung von Kinderarbeit in 80% der Kooperativen (100% bis 2016).

Unser Fortschritt

Zusammen mit der Fair Labor Association (FLA) prüft unser System zur Überwachung und Unterbindung von Kinderarbeit (CLMRS) das Ausmass von Kinderarbeit in unserer Versorgungskette für Kakao, ermittelt Ursachen und entwickelt geeignete Abhilfemassnahmen.

Bis Ende 2014 konnte das System 22 Kakao-Kooperativen prüfen, verschiedene Fälle von Kinderarbeit in unserer Versorgungskette aufdecken und Korrekturmassnahmen in die Wege leiten. 2014 veröffentlichte die FLA die Ergebnisse ihres ersten Audits unserer Versorgungskette in Côte d'Ivoire und zeigte auf, wo wir uns verbessern müssen, um die Anforderungen des Verhaltenskodex der FLA zu erfüllen. Über unseren Fortschritt im Rahmen des *Nestlé Cocoa Plan* informieren wir auf Seite 21.

In der Vanilleindustrie in Madagaskar bekämpfen wir Kinderarbeit gemäss der Strategie von Nestlé zur verantwortungsbewussten Beschaffung von Vanille mit Investitionen in die Infrastruktur (z. B. Schulen) und der Bereitstellung technischer Unterstützung. 2014 haben wir dieses Engagement fortgesetzt.

Unsere Perspektive

Wir setzen uns dafür ein, sämtliche Formen von Kinderarbeit in unserer Versorgungskette zu beseitigen und dabei familiären Verhältnissen und dem legitimen Bedürfnis nach ländlicher Entwicklung Rechnung zu tragen. Wir kommunizieren offen und transparent über das Auftreten von Kinderarbeit in unserer Versorgungskette und unsere Gegenmassnahmen. Gemeinsam mit Partnern ermitteln wir, wo Kinderarbeit vorkommt, und gehen die Ursachen an der Wurzel an. 2013 haben wir ein System zur Überwachung und Unterbindung von Kinderarbeit eingeführt und folgen damit den Empfehlungen der FLA. Die Gründe für Kinderarbeit sind komplex. In unserer Versorgungskette kommt Kinderarbeit überwiegend im familiären Umfeld vor. Branche, NGOs, Regierungen und lokale Behörden müssen daher mit den Gemeinschaften zusammenarbeiten. Nestlé engagiert sich breit, investiert in Schulen, kooperiert mit Behörden, damit Kinder Geburtsurkunden erhalten, und unterstützt Frauen, um ihnen ein besseres Auskommen zu sichern.



Stärkung der Frauen zur Bekämpfung von Kinderarbeit

Frauen spielen bei der Bekämpfung von Kinderarbeit eine entscheidende Rolle. Meist sind sie es, die den Haushalt führen. Wir wollen Frauen helfen, ihre Existenz zu sichern, und damit zur Beseitigung von Kinderarbeit beitragen. Daher aktualisieren wir die drei Prioritäten des Nestlé-Aktionsplans für Frauen in der Kakaoversorgungskette: Chancengleichheit fördern, Frauen Gehör verschaffen und ihnen ein besseres Auskommen ermöglichen.

2014 lancierten wir eine Reihe von Gender-Trainings in Côte d'Ivoire, um Frauen mehr Chancen zu eröffnen und gesellschaftliche wie kulturelle Hürden abzubauen. Bis 2017 sollen die Schulungen auf sämtliche Kooperativen ausgeweitet werden. Gemeinsam mit der FLA wollen wir Frauenverbände für mehr Beteiligung gewinnen und ihren Einfluss in der Branche stärken. Ein Grund für Kinderarbeit ist fehlendes Einkommen. Daher helfen wir Frauen, sich durch den Anbau zusätzlicher Nahrungspflanzen weitere Einnahmequellen zu erschliessen.

31 Der FTSE4Good ist die ethische Indexreihe des London Stock Exchange (LSE). Er wurde konzipiert, um objektiv die Performance von Unternehmen zu messen, die global anerkannten Standards im Bereich Unternehmensverantwortung entsprechen.



Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance

Unsere Verpflichtung

Gewährleistung eines Umfelds, in dem alle Mitarbeitenden und Anspruchsgruppen mögliche Compliance-Verstösse melden können

Unsere Ziele

Bis 2015 – Bereitstellung des Nestlé Integrity Reporting System (interner Beschwerdemechanismus) oder eines gleichwertigen Systems in sämtlichen Märkten von Nestlé und Information der Mitarbeitenden über das Vorgehen des Unternehmens im Zusammenhang mit Anliegen und Beschwerden.

Bis 2015 – Bekanntmachung des externen Meldesystems «Tell us» bei 5000 Lieferanten und 1000 nachgelagerten Geschäftspartnern (z. B. Händlern) von Nestlé Nutrition sowie den einer ersten Phase zugeordneten Ländern, um die Meldung von Compliance-Verstössen durch sämtliche Anspruchsgruppen zu fördern.

Bis 2016 – Förderung der Kenntnis der vorhandenen vertraulichen Berichtswegen innerhalb des Unternehmens.

Bis 2016 – Ausweitung der Information zu «Tell us» auf Lieferanten und nachgelagerte Geschäftspartner.

Unser Fortschritt

Das interne Integrity Reporting System wurde bis Ende 2014 in 98% der Länder eingeführt.³² Im Interesse von Einheitlichkeit und Transparenz wurden die Gesamtzahl der Meldungen und die Themen der Verstösse in den Bereichen Korruption, Bestechung, Führungsstil, Arbeitsnormen, Diskriminierung und Belästigung seit 2013 ausschliesslich im Rahmen des vollständigen Berichts *Nestlé in der Gesellschaft: Gemeinsame Wertschöpfung* offengelegt.

Zulieferer werden im Rahmen des Lieferantenkodex über «Tell us» informiert.

Unsere Perspektive

Wir bestärken Mitarbeitende, Lieferanten und Anspruchsgruppen darin, unangemessenes oder illegales Vorgehen und Verhalten bei Nestlé zu melden. Sämtliche Meldungen werden sorgfältig und unparteiisch geprüft, Vergeltung ist untersagt. Wo wir Verstösse aufdecken, schreiten wir sofort ein, um unangemessenes Handeln zu unterbinden und Massnahmen zu ergreifen. Wir wollen «Tell us» sämtlichen externen Anspruchsgruppen zugänglich machen und weiten dazu die Kommunikation schrittweise aus, zuerst auf potenzielle Hochrisikoländer und im Weiteren auf alle Länder, in denen Nestlé tätig ist (und wo dies nach den jeweiligen Datenschutzbestimmungen möglich ist). Dabei besteht die Herausforderung darin, die verschiedenen Meldewege bekannt zu machen und Vertrauen zu schaffen, damit die Menschen sie auch nutzen.

Unsere Verpflichtung

Bekämpfung von Korruption und Bestechung

Unsere Ziele

Bis 2015 – Ausbau des Programms zur Korruptionsbekämpfung und Kommunikation an alle Ländergesellschaften und Geschäftsbereiche. Einführung eines E-Learnings zu Compliance, damit die Mitarbeitenden verstehen, was erwartet wird.

Bis 2016 – Einführung von Verfahren zur lokalen Umsetzung einer Antikorruptionspolitik in Ländern und Geschäftsbereichen mit besonderem Bedarf.

Bis 2017 – Sämtliche Mitarbeitenden mit Computern absolvieren das E-Learning-Programm zu Compliance.

Unser Fortschritt

2004 nahmen wir das zehnte Prinzip des UN Global Compact zur Korruption in unsere *Unternehmensgrundsätze* und den *Code of Business Conduct* auf. 2014 unterzeichnete Nestlé den UN-Aufruf zum Handeln gegen Korruption.

Seit 2008 werden unsere Mitarbeitenden online und in Präsenzkursen in der Bekämpfung von Korruption und Bestechung geschult (2014: 9369 Personen).

Unsere Perspektive

Für die Zukunft unseres Unternehmens ist es unabdingbar, dass wir bei sämtlichen Aktivitäten höchsten Standards der Geschäftsführung genügen. Daher werben wir für unsere Produkte auf der Basis von Qualität, Preis, Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit und nicht auf Grundlage unlauterer Vorteile. Wir setzen uns gegen jegliche Form der Korruption zur Wehr und gehen potenziellen Verletzungen der Integrität entschlossen nach, um sie umgehend zu unterbinden. Unser Auditprogramm CARE hilft uns, die Prozesse zur Korruptionsbekämpfung zu überwachen und aufzudecken, wo wir nachbessern oder zusätzliche Schulungen durchführen sollten. Alle Mitarbeitenden sind aufgefordert, Fehlverhalten über unser Integrity Reporting System zu melden.

³² Diese Zahl schliesst Märkte ein, die bereits über andere Systeme verfügen, welche die Anforderungen des Integrity Reporting System erfüllen.

Unsere Verpflichtung

Gewährleistung der erforderlichen Systeme für einen grundlegenden Sicherheits- und Gesundheitsschutz für alle Mitarbeitenden

Unser Ziel

Bis 2016 – Gewährleistung solider Sicherheits- und Gesundheitsschutz-Managementsysteme für sämtliche Mitarbeitenden, um einen einheitlichen Schutz in allen Geschäftsbereichen sicherzustellen.

Unser Fortschritt

Ende 2014 gab es in 444 Fabriken, 119 Vertriebszentren, 26 F&E-Zentren, 30 Büros und 30 Aussendienststellen nach OHSAS 18001 zertifizierte Sicherheits- und Gesundheitsschutz-Managementsysteme (2013: 442 Fabriken, 130 Vertriebszentren und 25 F&E-Zentren).

Ein neu geschaffenes globales Netzwerk aus Experten für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz hilft Mitarbeitenden in Büro und Vertrieb, die Verpflichtung umzusetzen. Das Netzwerk dient dazu, Informationen und Vorgehen zwischen Ländergesellschaften auszutauschen und bewährte Verfahren zu ermitteln. 2014 stellten wir Aktionspläne auf, um bestehende Zertifizierungslücken zu schliessen, und führten ein System zur Überwachung des unternehmensweiten Fortschritts ein.

Unsere Perspektive

Jede Branche hat ihre eigenen Risiken und Gefahren. Das Ausmass dieser Risiken wird bei Nestlé allein schon durch die Grösse des Unternehmens verstärkt. Wir gehören beim Sicherheits- und Gesundheitsschutz zu den führenden Akteuren der Branche und streben auch auf diesem Gebiet nach echter Exzellenz, das heisst: Wir wollen die Zahl der Verletzungen und arbeitsbedingten Erkrankungen auf null reduzieren. Dieses ehrgeizige Ziel steht im Einklang mit unseren Unternehmensgrundsätzen und wird durch die Programme und Initiativen unserer Safety & Health Roadmap unterstützt. Eine unserer wichtigsten Bestrebungen besteht darin, den Umfang unseres Programms zum Sicherheits- und Gesundheitsschutz über Produktion und Distribution hinaus auf unsere Kollegen in F&E, Vertrieb und Verwaltung auszuweiten. Hiervon zeugt unsere Verpflichtung, Managementsysteme, die nach 18001 zertifiziert sind, auf sämtliche Mitarbeitenden von Nestlé auszudehnen.

Unsere Verpflichtung

Ausgewogeneres Geschlechterverhältnis unserer Mitarbeitenden

Unser Ziel

Bis 2018 – Schaffung der Bedingungen, um den Frauenanteil unter Führungskräften und im oberen Management (Geschäftsleitungsmitglieder in Märkten und Schlüsselrollen am Konzernsitz) jährlich zu steigern und ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis zu erreichen.

Unser Fortschritt

2014 waren 25% der Personen im oberen Management und 34% unserer Führungskräfte Frauen (2013: 31%). Damit sind wir auf gutem Weg, unser Ziel bis 2018 zu erreichen. Wir lancierten eine Schulung, in der über 77 Schulungsleiter weltweit Führungskräfte und HR-Verantwortliche für Gleichstellung sensibilisieren.

Unsere Perspektive

Wir erachten die Vielfalt in unserem Unternehmen und unserer Versorgungskette als echtes Plus, weshalb wir sie fördern und unterstützen. Mit dem Wandel der Rolle von Frauen und Männern in unserer Gesellschaft brauchen wir in der Geschäftswelt von heute auf allen Ebenen ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis. Wir sind überzeugt, dass sich unterschiedliche Denkansätze ergänzen und zu besseren Entscheidungen führen. Künstliche Quoten hingegen lehnen wir ab. Was wir befürworten, sind strategische Schritte zur Schaffung eines beruflichen Ökosystems, das Männern und Frauen gleiche Entwicklungschancen bietet. 2010 haben wir die weltweit gültige Richtlinie für ein flexibles Arbeitsumfeld bei Nestlé (Flexible Work Environment at Nestlé Guidelines) lanciert und diese 2012 mit der Richtlinie für flexible Arbeitszeitmodelle (Flexible Working Arrangements Guidelines) ergänzt, um die Mitarbeitenden an unserem Hauptsitz dabei zu unterstützen, Privat- und Berufsleben besser in Einklang zu bringen. Seitdem haben über 25 Märkte eigene flexible Arbeitszeitregelungen eingeführt. Die entsprechenden Massnahmen umfassten Stillräume, Vaterschaftsurlaub und flexible Arbeitszeitmodelle – Angebote, die bei Männern wie Frauen Anklang fanden.



Samata Alidu, Maisbäuerin und Sheanuss-Erntehelferin, Ghana

Die 40-jährige Maisbäuerin und Sheanuss-Erntehelferin Samata Alidu lebt in Gushie im Norden Ghanas. Sie ist eine von 24 000 Bäuerinnen, die im Rahmen des «Grains Quality Improvement Project» von Nestlé in besseren Anbaumethoden geschult wurden. Dank der Schulung durch unsere Agronomen konnte sie ihre Ernteerträge mehr als verdoppeln. «Die Auswirkungen auf die Gemeinschaft waren enorm. Jetzt kann ich die Schulgebühren für meine Kinder bezahlen und ihnen Schuluniformen nähen. Ein wenig Geld bleibt sogar noch übrig.»



Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance

Unsere Verpflichtung

Arbeitsmöglichkeiten für 20 000 junge Menschen unter 30 Jahren bei Nestlé in Europa

Unser Ziel

Bis 2016 – Einstellung von 10 000 jungen Mitarbeitenden und 10 000 Trainees oder Lehrlingen unter 30 Jahren in Europa, um die Arbeitslosigkeit in dieser Altersgruppe zu bekämpfen.

Unser Fortschritt

Mit «Nestlé needs YOUth» starteten wir 2013 unsere Beschäftigungsinitiative für junge Menschen in Europa. Im September 2014 wurde die «Alliance for YOUth» lanciert, eine Initiative, die Unternehmen hinter der Idee vereint, jungen Menschen Ausbildungs- und Arbeitsplätze zu bieten. Mittlerweile beteiligen sich rund 200 Unternehmen an der Initiative, die europaweit Anerkennung bei Institutionen, Regierungen, Bildungseinrichtungen und Gewerkschaften findet.

Per Ende 2014 hat «Nestlé needs YOUth» 11 832 jungen Menschen zu Arbeits- oder Lehrstellen verholfen. Wir hielten 1675 Veranstaltungen zur Berufsvorbereitung ab und mobilisierten 5652 Beschäftigte in Europa.

CEO Paul Bulcke kündigte am Forum für Gemeinsame Wertschöpfung 2014 eine globale Ausweitung der Initiative an. Die Initiative «Global Youth» verfolgt zwei Ziele: die nächste Generation von Nestlé-Führungskräften zu rekrutieren und zu entwickeln und junge Menschen durch Lehrstellen, Traineeships und Praktika beim Übergang von der Ausbildung ins Arbeitsleben zu unterstützen.

Nestlé selbst stellte in Europa 7690 junge Menschen temporär oder in Festanstellung ein und schuf 4142 Stellen für Trainees oder Lehrlinge unter 30 Jahren.

Unsere Perspektive

Die besten Talente zu gewinnen und zu binden, stellt in einer wieder anziehenden Wirtschaft einen Wettbewerbsvorteil dar. Indem wir Ausbildungs- und Arbeitsplätze bereitstellen, unterstützen wir die Wirtschaft und entwickeln die nächste Generation von Arbeitskräften, die wir im Zuge unseres Wachstums benötigen. Jugendarbeitslosigkeit ist weltweit ein grosses Problem, weshalb wir unser Programm weltweit ausdehnen werden. In Europa ist jeder vierte junge Mensch arbeitslos. Nestlé hat sich verpflichtet, jungen Menschen unter 30 bis 2016 Tausende Arbeits-, Ausbildungsplätze und Trainee-Stellen anzubieten: von Fabrikarbeitern über Vertriebsassistenten bis hin zu Betriebswirten. Wir beobachten unseren Fortschritt europaweit regelmässig. Mit der Initiative «Nestlé needs YOUth» steigern wir unser Markenprofil als Arbeitgeber, bieten wertvolle Chancen und fördern die Zusammenarbeit zwischen unseren Ländergesellschaften.



«Alliance for YOUth»

Im Juni 2014 lancierte Nestlé die «Alliance for YOUth», um Unternehmen zu mobilisieren, die dazu beitragen möchten, das Problem der Jugendarbeitslosigkeit in Europa zu lösen. Ende 2014 hatten sich der Initiative europaweit rund 200 Unternehmen angeschlossen. Gemeinsam wollen sie in den kommenden Jahren mehr als 100 000 Beschäftigungsmöglichkeiten für junge Menschen schaffen. «Alliance for YOUth» ist die erste privatwirtschaftliche Initiative auf gesamteuropäischer Ebene, die sich für eine Verbesserung der Chancen von jungen Menschen in einem schwierigen Arbeitsmarkt einsetzt.

«Nestlé needs YOUth»
hat 2014 **11 832** jungen
Menschen in Europa
zu Arbeits- oder Lehrstellen
verholfen



Unsere Verpflichtung

Schulung unserer Mitarbeitenden in Gemeinsamer Wertschöpfung, Nutrition (Nutrition Quotient NQ) und ökologischer Nachhaltigkeit

Unsere Ziele

Mit der richtigen Schulung und Unterstützung kann jeder bei Nestlé zur Gemeinsamen Wertschöpfung beitragen.

Bis 2014 – Aufnahme von Gemeinsamer Wertschöpfung in sämtliche Schulungen an unserem internationalen Schulungszentrum in der Schweiz (das jedes Jahr rund 3000 aktuelle und künftige Führungskräfte erreicht); Entwicklung und Verbreitung eines E-Learning-Programms für alle Mitarbeitenden sowie Test eines neuen Führungslehrgangs.

Bis 2015 – Im Rahmen unseres Nutrition-Quotient-Schulungsprogramms (NQ)³³ absolvieren sämtliche Mitarbeitenden von Nestlé bis Ende 2015 mindestens einmal das Modul der NQ Foundation, darunter ein E-Learning-Modul.

Bis 2016 – Veranstaltungen zur Förderung des Umweltbewusstseins unserer Mitarbeitenden, um unsere Verpflichtungen besser erfüllen zu können. Umweltschulungen in allen Ländern bis 2016.

Unser Fortschritt

Die Gemeinsame Wertschöpfung ist fester Bestandteil der Schulungen an unserem internationalen Schulungszentrum und in allen Zonen, die jährlich 2398 aktuelle und künftige Führungskräfte erreichen. Zusammen mit ProfitAbility haben wir ein spielerisches Schulungsmodul entwickelt, um Führungskräften von Nestlé zu vermitteln, was Gemeinsame Wertschöpfung ist und wie man sie erreicht. Die Weiterbildungen finden derzeit in unserem internationalen Schulungszentrum statt und werden weltweit ausgeweitet.

Seit Einführung des Programms 2007 haben 310833 Mitarbeitende in aller Welt das NQ³³-Schulungsprogramm absolviert. 2014 haben 51 113 Mitarbeitende an Auffrischungslehrgängen teilgenommen (2013: 108083).

In 86 Ländern fanden Massnahmen zur Umweltschulung und -bildung statt (2013: 79 Länder). Unser neuer Workshop «Vorreiter in ökologischer Nachhaltigkeit» wurde in unserem internationalen Schulungszentrum und den Ländergesellschaften angeboten. Neue Train-the-Trainer-Schulungen sollen seine Ausweitung auf alle Länder, in denen wir tätig sind, beschleunigen.

Führungskräfte haben zudem die Möglichkeit, am Prince of Wales Business and Sustainability Programme der Universität Cambridge teilzunehmen.

Unsere Perspektive

Als weltweit führendes Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness liegt uns das Wohl unserer Mitarbeitenden am Herzen. Wir bieten ihnen Schulungen und Weiterbildungen an, die ihr tägliches Handeln positiv beeinflussen. Wir haben die Gemeinsame Wertschöpfung in unsere Managementschulungen aufgenommen, um Fähigkeiten und Know-how auf Führungsebene zu stärken. Mit den Nutrition-Quotient-Schulungen bieten wir allen Mitarbeitenden von Nestlé, egal wo und wie sie für uns tätig sind, Ernährungsschulungen, die auf die aktuellen Prioritäten des Gesundheitswesens zugeschnitten sind. Damit wollen wir unseren Mitarbeitenden fundierte Ernährungsentscheidungen ermöglichen – seien es ihre eigenen, die ihrer Familien oder die der Konsumenten.

Wir entwickeln Programme zur Sensibilisierung für Umweltbelange, um eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung und die Entwicklung ökologisch nachhaltiger Geschäftspraktiken zu fördern. Bei all dem besteht die Herausforderung darin, das richtige Mass zu finden, um unsere Mitarbeitenden einzubinden und zu fördern, ohne sie mit Informationen und Schulungen zu überfrachten. Entscheidend dabei ist ein strategischer Ansatz, der auf unseren Prioritäten der Gemeinsamen Wertschöpfung beruht.

³³ Das Nutrition-Quotient-Schulungsprogramm von Nestlé hilft unseren Mitarbeitenden, persönliche und berufliche Ernährungsentscheidungen zu treffen, die auf neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen beruhen.

Einbindung der Anspruchsgruppen

Gemeinsame Wertschöpfung setzt einen effektiven Dialog mit den Anspruchsgruppen entlang der Wertschöpfungskette von Nestlé voraus. Nur in einem gemeinschaftlichen Ansatz können wir unsere Verpflichtungen erfüllen. Daher müssen wir unseren Anspruchsgruppen zuhören, ihre Ansichten verstehen und auf ihre Erwartungen eingehen.

Unser Ansatz

Unser weltweiter Dialog wird zentral koordiniert und erfolgt über unsere Foren für Gemeinsame Wertschöpfung sowie regelmässige Treffen mit Anspruchsgruppen. Auf nationaler Ebene pflegen auch unsere Geschäftsbereiche den Dialog mit Anspruchsgruppen.

Das Forum für Gemeinsame Wertschöpfung beschäftigt sich mit der Rolle von Unternehmen angesichts wichtiger Herausforderungen, allen voran in den Bereichen Ernährung, ländliche Entwicklung und Wasser.

Im Mittelpunkt unserer Treffen mit Anspruchsgruppen stehen unternehmensspezifische Themen und unsere Schwerpunktbereiche der Gemeinsamen Wertschöpfung. Treffen mit Anspruchsgruppen fanden 2007 (Genf), 2008 (Washington DC), 2009 (Genf und Kuala Lumpur), 2011 (Neu-Delhi und London), 2012 (Nairobi und London), 2013 (London) und 2014 (London und Jakarta) statt.

Die Ergebnisse der Treffen werden dem oberen Management mitgeteilt und fliessen in die Entwicklung unserer Richtlinien, Strategien und Massnahmen für das Folgejahr ein. Darüber hinaus bilden sie die Grundlage für unsere Analyse relevanter Themen.

Forum für Gemeinsame Wertschöpfung 2014

Am 9. Oktober 2014 veranstaltete Nestlé gemeinsam mit der Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung in der Schweiz das sechste Forum für Gemeinsame Wertschöpfung. Thema der diesjährigen Konferenz war die Rolle von Unternehmen in der Gesellschaft. Mehr als 20 führende internationale Experten aus Politik, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Wirtschaft sowie mehrere hundert weitere Personen beteiligten sich an den Diskussionen und Debatten. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie nachhaltige Entwicklung – mit Fokus auf Ernährung, Wasser und ländliche Entwicklung – forciert werden kann. Über 200 Gäste waren persönlich anwesend, 4621 Personen verfolgten die Veranstaltung im Internet und 5948 folgten ihr auf Twitter.



Der Preis für Gemeinsame Wertschöpfung 2014

Der diesjährige Preis für Gemeinsame Wertschöpfung ging an die ostafrikanische Fairtrade-Imkerei Honey Care Africa, die derzeit mit 15 000 Bauern im Südsudan zusammenarbeitet.

Treffen mit Anspruchsgruppen 2014

2014 nahmen an unseren beiden Treffen mit Anspruchsgruppen Vertreter von NGOs, Hochschulen, Regierungen und internationalen Organisationen teil: 49 in London und 91 in Jakarta.

Im Mittelpunkt der Diskussionen standen das Geschäftsmodell von Nestlé und unsere Rolle als Initiator gemeinsamen Handelns und als Unterstützer von Veränderungen, die eine nachhaltige Entwicklung fördern.

Die Teilnehmer würdigten, dass Nestlé transparent kommuniziert, auf Anliegen eingeht und dass sich auch die Geschäftsleitung äussert. Generell haben die Anspruchsgruppen den Eindruck, dass ihre Anliegen gehört und berücksichtigt werden. Die Teilnehmer brachten diverse Empfehlungen ein, allen voran zu Nutrition, Gesundheit und Wellness (s. ggü.).

Wichtige externe Anspruchsgruppen

Unser weltweites Netzwerk an Anspruchsgruppen ist gross. Es reicht von Kontakten im täglichen Geschäft bis zu jenen, deren öffentliche Meinung auch unsere Tätigkeit betrifft. Folgende Gruppen tragen massgeblich zu unserem fortgesetzten geschäftlichen Erfolg bei (in alphabetischer Reihenfolge):

- Aktionäre und die Finanzgemeinschaft
- Branchen- und Handelsverbände
- Gemeinden
- Hochschulen
- Konsumenten und die Öffentlichkeit allgemein
- Kunden
- Lieferanten (einschliesslich Bauern und Kleinbauern)
- Mitarbeitende
- NGOs
- Prüfstellen
- Regierungen
- Zwischenstaatliche Organisationen

«Der Preis für Gemeinsame Wertschöpfung ist eine tolle Anerkennung der harten Arbeit und Leidenschaft unseres Teams, der Farmer und Abnehmer in Afrika. Noch fantastischer ist es, eine langfristige Beziehung mit Nestlé aufbauen zu können und so – dank den globalen Ressourcen und der Expertise von Nestlé – unsere nachhaltige lokale Wertschöpfungskette zu stärken.»
 Madison Ayer, Präsident und CEO von Honey Care Africa

Empfehlungen der Anspruchsgruppen

Quelle: SustainAbility

<p>Entwicklung und Kommunikation einer langfristigen Vision und Zielsetzung im Bereich der Gemeinsamen Wertschöpfung für Nestlé als Ganzes sowie für jeden Schwerpunktbereich der Gemeinsamen Wertschöpfung.</p>	<p>Die Anspruchsgruppen wünschen sich, dass Nestlé eine langfristige Vision dafür formuliert, wie «das weltweit führende Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness» in 5, 10 und 15 Jahren aussieht, möglichst aufgeschlüsselt nach Ländern und Regionen. Die Anspruchsgruppen ermutigten Nestlé, sich weiter auf Ergebnisse zu konzentrieren, die das Unternehmen durch Verpflichtungen in den Bereichen Nutrition, Gesundheit und Wellness absichern kann.</p>
<p>Anpassung des Produktportfolios, um in allen Kategorien führend zu werden, u. a. durch einen Fokus auf die Zugabe «guter» und die Entfernung «schlechter» Zutaten, nützliche Portionsangaben und letztlich die Veräusserung ungesunder Marken.</p>	<p>Die Anspruchsgruppen forderten Nestlé auf, sich weiterhin dringend der grundlegenden Problematik von Zucker, Fett und Salz anzunehmen und die Mikronährstoffanreicherung in Ländern mit mittleren und geringen Einkommen voranzutreiben. Sie forderten, Nestlé möge weniger gesunde Elemente aus dem Portfolio veräussern, und fragten, was Nestlé zur weiteren Verbesserung von Portionsangaben unternimmt.</p>
<p>Aktivere Mitwirkung an der Entwicklung von Konzepten zur Ernährung von Kleinkindern.</p>	<p>Nestlé wurde dazu aufgefordert, in diesem schwierigen Bereich mit den entsprechenden Organisationen gemeinsame Grundlagen zu entwickeln. Nach Ansicht der Anspruchsgruppen sind Wachstumsbehinderungen und Fettleibigkeit bei Kindern drängende Gesundheitsprobleme, bei denen Nestlé eine aktivere und lösungsorientiertere Rolle spielen sollte.</p>
<p>Gewährleistung, dass das Marketing von Nestlé in sämtlichen Märkten tadellos ist und Nestlé ihren Einfluss nutzt, um das Marketing innerhalb der Branche zu verbessern.</p>	<p>Der Wunsch besteht, dass Nestlé führend auf eine Neugestaltung des Marketingumfelds für Kinder hinwirkt und gemeinsam mit dem Handel verantwortungsbewusstere Marketingpraktiken fördert, um z. B. Multi-Buy-Angebote für zucker-, salz- und fetthaltige Produkte zu verringern oder abzuschaffen.</p>
<p>Nutzung des Engagements und der Fähigkeit von Nestlé, Regierungen und andere Unternehmen der Branche an einen Tisch zu bringen, um Gesundheit und eine bessere Ernährung zu fördern.</p>	<p>Die Anspruchsgruppen erwarten, dass Nestlé Lobbyarbeit betreibt und die Gesetzgebung in den Bereichen Gesundheit und Ernährung positiv beeinflusst. Nestlé solle führend darauf hinwirken, dass sich die Branche für die Prävention von Diabetes und für Richtlinien für eine gesündere Ernährung einsetzt. Sie bestärkten Nestlé, sich für die Beseitigung von Hunger und Unterernährung und insbesondere die Bekämpfung von Wachstumsbehinderungen einzusetzen.</p>
<p>Beitrag zu branchenweitem Lernen, wenn es darum geht, «Gutes zu tun UND Profit zu machen» und das Verhalten von Unternehmen und Konsumenten zu beeinflussen.</p>	<p>Die Anspruchsgruppen wünschen sich, dass Nestlé transparent über die Herausforderung informiert, kurz- und mittelfristig Profit und Veränderung in Einklang zu bringen, insbesondere in einem Wettbewerbsumfeld, in dem sich nicht alle am Streben nach höchsten Standards beteiligen, wie z. B. in China. Nestlé solle Forschung und Daten unterstützen, die Unternehmen zum Handeln und Konsumenten zu Verhaltensveränderungen bewegen können, wie die ökonomischen Kosten von Nahrungsmittelverschwendung oder die Frage, wie sich ein gesünderes Ernährungsverhalten herbeiführen lässt.</p>
<p>Nutzung bestehender Systeme entlang der gesamten Versorgungskette, um Aufklärung an der Basis zu fördern und Verständnis und Bewusstsein für Gesundheits- und Ernährungsthemen (darunter Nahrungsmittelsicherheit und nicht übertragbare Krankheiten) bei Bauern, Lieferanten, Mitarbeitenden, Gemeinschaften, Konsumenten, Unternehmen und Schülern zu verbessern.</p>	<p>Die Anspruchsgruppen haben erkannt, dass Ernährung ein breites Thema ist, dessen Dynamik die ganze Versorgungskette umfasst (vom Hof zum Tisch: gesunde Bauern – gesundes Saatgut – gesunde Ernährung – gesunde Menschen). Sie möchten, dass Nestlé Bewusstsein und Aufklärung in den Bereichen öffentliche Gesundheit, Ernährung (Grenzwerte für Zucker und Salz) und Nahrungsmittelsicherheit verbessert, um nicht übertragbare Krankheiten und die doppelte Last der Fehlernährung zu bekämpfen – mit der Empfehlung, dabei an der lokalen Basis anzusetzen, z. B. bei Mütter- und Kindergruppen in den Dörfern.</p>
<p>Bereitstellung von Forschungsdaten, Informationen und «Best Practices».</p>	<p>Die Anspruchsgruppen waren sich einig, dass gemeinsames Handeln helfen könnte, Informationslücken zu schliessen und die Kommunikation wichtiger öffentlicher Informationen besser abzustimmen. Es wurde gefordert, dass Nestlé ihre Daten und «Best Practices» aus anderen Märkten zwecks Reproduzierbarkeit und als Massstab bereitstellt, z. B. Daten zu Menschenrechtsarbeit, Gesundheit und Ernährung oder zum Modell «Greening the Supply Chain» aus Pakistan.</p>
<p>Verwendung einer Sprache bei CSV-Dreieck und Verpflichtungen, die über die «Compliance»-Terminologie hinausgeht, sowie anspruchsvollere Ziele.</p>	<p>Die Anspruchsgruppen wünschen, dass Nestlé ihre anspruchsvolleren Ziele stärker kundtut, um «Best Practices» in der Branche zu beeinflussen.</p>

Relevanz

Was heisst relevant?

Als relevant gelten laut den G4-Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) die Aspekte, «die die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der Organisation widerspiegeln oder die Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder massgeblich beeinflussen.»

Vereinfacht gesagt geht es um Themen, die für unser Geschäft und unsere Anspruchsgruppen besonders wichtig sind – ökonomische, gesellschaftliche und ökologische Themen also, die unseren externen Anspruchsgruppen ein Anliegen sind und von denen für den Ruf, die Betriebe oder die finanzielle Situation von Nestlé Risiken oder Chancen ausgehen. Auf diese Weise können wir:

- Schritt halten mit Veränderungen und neuen Herausforderungen für unser Geschäft,
- eine solide Basis schaffen für die Entscheidung, was wir in unseren Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung aufnehmen, und sicherstellen, dass wir damit dem Informationsbedarf verschiedener Anspruchsgruppen gerecht werden, und
- die Anforderungen der G4-Richtlinie der GRI hinsichtlich der Relevanz erfüllen.

Aktualisierung unserer Relevanzbewertung

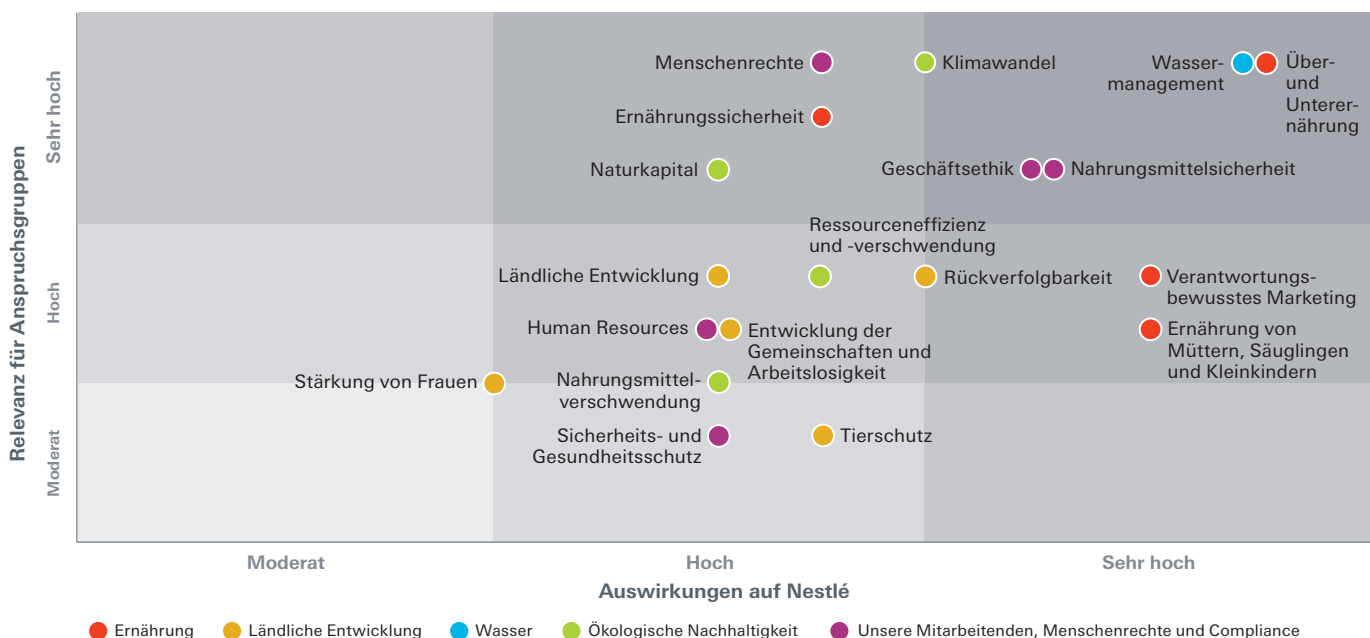
2014 führten wir zusammen mit den unabhängigen Experten und Strategieberatern von SustainAbility eine Neubewertung der für uns relevanten Themen durch. Die angewandte rigorose Methodik erlaubt eine noch exaktere Bewertung und Einstufung relevanter Themen als in den Jahren zuvor. Zuerst wurden die Themen und das Spektrum der jeweils interessierten Anspruchsgruppe ermittelt. Dann wurde geprüft, inwiefern sie für die Anspruchsgruppen und für unser Unternehmen relevant sind. Das Ergebnis wurde in einer Relevanzanalyse zusammengefasst.

Dieses Jahr legten wir verstärktes Augenmerk auf die Interessen und Prioritäten nachhaltiger Investoren. Dazu zogen wir Quellen wie den Access to Nutrition Index, Dow Jones Sustainability Index, Aktionärsbeschlüsse und Analystenberichte zur Nahrungsmittelbranche heran.

Bewertung der Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette

2014 untersuchten wir die relevanten Themen erstmals im Hinblick auf ihre Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette und stellten das Ergebnis grafisch dar. Dabei erfassten wir, wo und wann sich die Themen auf Finanzen, betriebliche Abläufe oder den Ruf auswirken, z. B. bei der landwirtschaftlichen Produktion, innerhalb der Versorgungskette, im Zuge der Verarbeitung und Produktion bei Nestlé, im Laden oder beim Konsumenten. So können wir die Schritte in der Wertschöpfungskette, an denen ein Thema die grössten Auswirkungen hat, gezielt überwachen und entsprechend darüber berichten.

Nestlé Relevanzanalyse 2014



Themen, die für Nestlé relevant sind

2013 aktualisierten und vertieften wir unsere Relevanzanalyse aus dem Jahr 2012. 2014 liegt unserer Relevanzanalyse eine gänzlich neue Relevanzbewertung zugrunde.

Die folgenden Themen sind **neu** oder wurden gegenüber 2013 **neu formuliert**:

- Geschäftsethik
- Ernährung von Müttern, Säuglingen und Kleinkindern
- Effizientere Ressourcennutzung und Abfallvermeidung
- Rückverfolgbarkeit
- Verantwortungsbewusstes Marketing
- Human Resources
- Entwicklung der Gemeinschaften, Arbeitslosigkeit und
- Stärkung von Frauen

Der aktuelle Bericht enthält 19 relevante Themen, die in acht Kategorien der Gemeinsamen Wertschöpfung zusammengefasst sind:

Ernährung	
Ernährungssicherheit	Beitrag zur Bereitstellung von ausreichend sicherer, nährstoffreicher – und erschwinglicher – Nahrung.
Über- und Unterernährung	Unterstützung von lebenslanger, optimaler Nutrition, Gesundheit und Wellness. Beitrag zur Bekämpfung von Über- und Unterernährung, damit zusammenhängendem Mikronährstoffmangel, Krankheiten wie Übergewicht und Adipositas und nicht übertragbaren Krankheiten (NCDs) durch einen Umbau des Portfolios, Produkt- und Service-Entwicklung und Renovation sowie Popularly Positioned Products.
Ernährung von Müttern, Säuglingen und Kleinkindern	Verbesserung der Ernährung von Müttern, Säuglingen und Kindern mit dem Ziel einer besseren Gesundheit und höheren Wohlbefindens.
Verantwortungsbewusstes Marketing	Zielgruppengerechtes Marketing und Förderung eines Konsumentenverhaltens, das Gesundheit und Wohlbefinden zugutekommt.
Ländliche Entwicklung	
Tierschutz	Schutz des Wohlbefindens der Tiere in der Versorgungskette und bei Produkttests sowie Förderung von Gesundheit und Wohl der Tiere.
Ländliche Entwicklung	Direkte und indirekte Förderung der wirtschaftlichen Tätigkeit und Verbesserung des Auskommens von Landarbeitern in der Versorgungskette, um zur Nachhaltigkeit der landwirtschaftlichen Gemeinschaften beizutragen.
Stärkung von Frauen	Stärkung von Frauen für eine volle gesellschaftliche und wirtschaftliche Teilhabe entlang der Wertschöpfungskette.

Entwicklung der Gemeinschaften	
Entwicklung der Gemeinschaften und Arbeitslosigkeit	Verbesserung des Lebens der Menschen durch gemeinschaftliche und gesellschaftliche Teilhabe und einen besseren Zugang zu Beschäftigung, Bildung und Ausbildungsmöglichkeiten.
Verantwortungsbewusste Beschaffung	
Rückverfolgbarkeit	Gewährleistung, dass wichtige Rohstoffe verantwortungsbewusst angebaut und verarbeitet werden und wenn möglich bis zum Herkunftsort zurückverfolgt werden können.
Wasser	
Wassermanagement	Umsetzung von Massnahmen, im Alleingang oder mit anderen, die für die nachhaltige Bewirtschaftung gemeinsamer Wasserressourcen erforderlich sind, einschliesslich der Möglichkeit des Zugangs zu Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygiene.
Ökologische Nachhaltigkeit	
Klimawandel	Reduzierung des Treibhausgasausstosses und Beitrag zur Verringerung von und Anpassung an die negativen Auswirkungen des Klimawandels.
Nahrungsmittelverschwendung	Vermeidung von Rohstoffverlusten und Nahrungsmittelverschwendung beim Konsumenten und danach, beim Vertrieb, in der Produktion und in der Landwirtschaft.
Naturkapital	Identifikation und Erhalt von Elementen von Ökosystemleistungen, die direkt oder indirekt Mehrwert generieren.
Ressourceneffizienz und -verschwendung	Reduzierung des direkten und indirekten Ressourcenverbrauchs, Abfallvermeidung und Optimierung von Möglichkeiten zur Sammlung, Wiederverwendung, Wiederaufbereitung und Beseitigung von Abfallprodukten.
Menschenrechte und Compliance	
Geschäftsethik	Wahrung ethischer Standards im Unternehmen und am Arbeitsplatz.
Nahrungsmittelsicherheit	Gewährleistung einer hohen Produktqualität und Vorbeugung von Gesundheitsrisiken im Zusammenhang mit der Handhabung, Zubereitung und Lagerung entlang der Wertschöpfungskette.
Menschenrechte	Achtung der Menschenrechte im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit, in unseren Betrieben und unserer Versorgungskette.
Unsere Mitarbeitenden	
Human Resources	Pflege guter Beziehungen zu unseren Mitarbeitenden und Förderung guter Arbeitsbedingungen.
Sicherheits- und Gesundheitsschutz	Ziel einer Unfallrate von null und Förderung von sicheren und gesunden Verhaltensweisen der Mitarbeitenden.

Detaillierte Übersicht über unsere Verpflichtungen



Verpflichtung	Ziel	Wie
Wissensführerschaft in kindlicher Ernährung	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2016 – Lancierung grosser Forschungsprojekte in mindestens zehn Ländern wie den USA, Mexiko, China und Russland, um mehr Wissen über die kindliche Ernährung zu gewinnen und dieses in unsere Produkt- und Serviceentwicklung einzubeziehen.¹ 	<p>Durchführung umfangreicher Ernährungsstudien im Rahmen der Roadmap für Nutrition, Gesundheit und Wellness, um eine Unterversorgung mit wichtigen Nährstoffen aufzudecken und Ernährungs- und Lebensstilmuster von schwangeren Frauen, Säuglingen und Kindern bis zwölf Jahren zu untersuchen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feeding Infants and Toddlers Studies (FITS) • Kids Nutrition and Health Studies (KNHS) • Nestlé Nutrition Institute (NNI) Studies
Branchenführend in Ernährungs- und Gesundheitsforschung durch Kooperationen	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2016 – Weiterentwicklung und Integration der Kapazitäten und klinischen Strategien des Nestlé Institute of Health Sciences (NIHS) und der Einheit für klinische Entwicklung von Nestlé im Bereich molekulare Ernährung, um eine bessere Behandlung von Krankheiten durch Ernährungslösungen zu erreichen. ● Bis 2016 – Refokussierung des Nestlé-Forschungszentrums (NRC) auf fünf Schwerpunktbereiche: Gesundes Altern; Gesunder Genuss; Die ersten 1000 Tage und «Nestlé Healthy Kids»; Nachhaltige Ernährung; Nahrungsmittelsicherheit und -integrität. 	<p>Nestlé Health Science ist eine 100%ige Tochtergesellschaft von Nestlé, die 2011 gegründet wurde. Ausgehend von den Erkenntnissen des Nestlé Institute of Health Sciences entwickelt sie innovative Ernährungslösungen für chronisch kranke Menschen. Nestlé Health Science setzt fünf Schwerpunkte: Intensivmedizin, Consumer Health, Gesundheit des Gehirns, Stoffwechselgesundheit und Magen-Darm-Gesundheit.</p>
Ernährungstechnisch ausgewogene Produkte für Kinder	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2014 – 100% unserer Kinderprodukte² erfüllen die Kriterien³ der Nestlé Nutritional Foundation für Kinder. Diese basieren auf ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen und Ernährungsempfehlungen der WHO und des Institute of Medicine. ⊕ Bis 2015 – 100% unserer Kinderprodukte² entsprechen weiterhin allen Kriterien³ der Nestlé Nutritional Foundation für Kinder. 	<p>Nestlé Nährwertprofilssystem, das laufend überprüft wird und sich auf neueste wissenschaftliche Erkenntnisse stützt.</p> <p>Alle Kinderprodukte werden auf die Einhaltung der Kriterien³ der Nestlé Nutritional Foundation geprüft.</p> <p>Produktüberarbeitung</p> <p>Nestlé-Strategie für gesundes Wachstum von Kindern</p>
Reduktion des Risikos von Unterernährung durch Mikronährstoffanreicherung	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2016 – 200 Milliarden mit Mikronährstoffen angereicherte Nahrungsmittel- und Getränkeportionen weltweit pro Jahr zur Reduktion des globalen Mikronährstoffmangels, besonders bei Kindern und Frauen im gebärfähigen Alter. ● Bis 2015 – Entwicklung biofortifizierter Kulturen und Einführung neuer Produkte in den wichtigsten Märkten zur Ausweitung unserer Palette an angereicherten Produkten und zur Unterstützung ländlicher Bauerngemeinden. 	<p>Nestlé-Richtlinie für Mikronährstoffanreicherung, die Ziele für eine sinnvolle Anreicherung und Sicherheitsgrenzwerte festlegt (2000, aktualisiert 2011).</p> <p>Biofortifikationsprogramm von Nestlé: Beschaffung konventionell gezüchteter biofortifizierter Sorten von Grundnahrungsmitteln, um deren Anbau und Verzehr in Entwicklungsländern zu fördern.</p>
Weniger Natrium (Salz) in unseren Produkten	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2014 – 100% der Kinderprodukte² erfüllen die Kriterien³ der Nestlé Nutritional Foundation für Natrium, um den kindlichen Salzkonsum zu senken. ● Bis 2016 – Weitere Reduktion des Salzgehalts um 10% in allen relevanten Produkten, die diesen Kriterien³ nicht entsprechen, um auch bei schwerer veränderbaren Produkten unseres Portfolios eine allmähliche Salzreduktion zu erreichen. 	<p>Nestlé-Richtlinie zu Salz (2005, aktualisiert 2014) auf Grundlage der Empfehlungen der WHO</p>

Legende: ● Erreicht ○ Auf gutem Weg ○ Angefangen ⊕ Neue Verpflichtung

Ernährung

Verpflichtung	Ziel	Wie
Weniger Zucker in unseren Produkten	<ul style="list-style-type: none"> ➊ Bis 2015 – Reduktion des Zuckergehalts aller Frühstückszerealienmarken für Kinder² oder Jugendliche⁴ auf maximal 9 Gramm pro Portion, um den kindlichen Zuckerkonsum zu senken. ➋ Bis 2016 – Weitere Reduktion des Zuckergehalts um 10% in allen relevanten Produkten, welche die Kriterien³ der Nestlé Nutritional Foundation nicht erfüllen, um auch bei schwerer veränderbaren Produkten unseres Portfolios kontinuierliche Verbesserungen zu erreichen. 	Nestlé-Richtlinie zu Zucker (2007, aktualisiert 2014) auf Grundlage der Empfehlungen der WHO
Reduktion des Gehalts an gesättigten Fettsäuren und Entfernung von Transfetten aus unseren Produkten ⁵	<ul style="list-style-type: none"> ➊ Bis 2014 – 100% unserer Kinderprodukte² erfüllen die Kriterien³ der Nestlé Nutritional Foundation für gesättigte Fettsäuren, um den kindlichen Konsum dieser Fettsäuren zu senken. ➋ Bis 2016 – Weitere Reduktion des Gehalts an gesättigten Fettsäuren um 10% in allen relevanten Produkten, welche die Kriterien³ der Nestlé Nutritional Foundation nicht erfüllen, und Entfernung von Transfetten aus teilweise gehärteten Ölen (PHO), um auch bei schwerer veränderbaren Produkten unseres Portfolios kontinuierliche Verbesserungen zu erreichen. 	<p>Nestlé-Richtlinie zu gesättigten Fettsäuren (2009, aktualisiert 2014) auf Grundlage der Empfehlungen der WHO</p> <p>Nestlé-Richtlinie zu Transfetten (2003, aktualisiert 2014) auf Grundlage der Empfehlungen der WHO</p>
Förderung des Verzehrs von Vollkornprodukten und Gemüse	<ul style="list-style-type: none"> ➊ Bis 2015 – Frühstückszerealien für Kinder² oder Jugendliche⁴ enthalten Vollkorngetreide als Hauptzutat, um einen hohen Nährstoffgehalt zu gewährleisten. ➋ Bis 2015 – Das <i>Maggi</i>-Kochkursprogramm läuft in 30 Ländern, um das Kochen mit Vollkornprodukten und Gemüse zu fördern. ➌ Bis 2015 – 90% der <i>Maggi</i>-Produkte weltweit fördern das Kochen zu Hause und Mahlzeiten mit Gemüse. 	<p>Öffentliche Verpflichtung zur Anreicherung von Frühstückszerealien mit Vollkorn</p> <p>Förderung des Gemüseverzehrs durch Heimkochkurse und Kurse zu gesunder Mahlzeitenstruktur</p>
Nährwertinformationen und -aufklärung auf all unseren Etiketten	<ul style="list-style-type: none"> ➊ Bis 2016 – Richtwertangaben für die Tageszufuhr auf der Vorderseite all unserer relevanten⁶ Nahrungsmittel- und Getränkeprodukte weltweit, um die Konsumenten über den Nährstoffgehalt zu informieren. ➋ Bis 2016 – Kinderspezifische Tagesrichtwerte auf allen Produkten für Kinder² (soweit gesetzlich zulässig), um Eltern eine ernährungsbewusste Wahl für ihre Kinder zu ermöglichen. ➌ Bis 2016 – Weitere Produkt- und Nährwertinformationen über QR-Code (Quick Response) auf der Verpackung per Smartphone aufrufbar, um den Zugang zu Informationen zu erleichtern. 	<p>Nestlé-Standard zum Nestlé <i>Ernährungskompass</i> (2005, aktualisiert 2011)</p> <p>Nestlé-Standard für Nährwert-/Richtwertangaben für die Tageszufuhr (2006, aktualisiert 2013)</p>
Portionsangaben für Konsumenten	<ul style="list-style-type: none"> ➊ Bis 2015 – Portionsangaben auf allen Produkten für Kinder² und Familien⁵, um den Verzehr gesunder Portionen zu fördern. 	<p>Nestlé-Initiative zu Portionsangaben</p> <p>Nestlé-Portionsverzeichnis für Produktkategorien in den einzelnen Zonen herausgegeben</p> <p>Portionsgrößen und Verzehrhäufigkeit möglichst intuitiv gestalten (eingeführt 2011)</p>

Verpflichtung	Ziel	Wie
Förderung von gesunder Ernährung und Lebensweise, einschliesslich Sport	<ul style="list-style-type: none"> 🕒 Bis 2015 – Das weltweite «Nestlé Healthy Kids»-Programm läuft in 80 Ländern; Start des «Kids' Athletics»-Programms des Welt-Leichtathletik-Verbands (IAAF), um Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden von Kindern weltweit zu verbessern. 	Weltweites «Nestlé Healthy Kids»-Programm (lanciert 2009): Aufklärung von Schülern über gesunde Ernährung und aktive Lebensweise, in Partnerschaft mit spezialisierten Anspruchsgruppen, darunter 2013 dem Welt-Leichtathletik-Verband.
Förderung von gesundem Trinken im Rahmen eines gesunden Lebensstils	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2014 – Weitere Umsetzung unseres faktenbezogenen Informationsprogramms zu gesundem Trinken für Gesundheitsexperten, Betreuer und Eltern weltweit, um über die Vorteile von Wasser im Rahmen des gesunden Trinkens aufzuklären. 	<p>Sammlung von medizinischen Nachweisen und Sensibilisierung für die Notwendigkeit einer ausreichenden Flüssigkeitszufuhr für die Gesundheit, besonders bei Kindern (eingeführt 2010)</p> <p>Module zum gesunden Trinken der WET-Initiative (Water Education for Teachers)</p> <p>Weltweites «Nestlé Healthy Kids»-Programm</p>
Aufklärungsprogramme für bessere Ernährungs- und Fütterungsgewohnheiten	<ul style="list-style-type: none"> 🕒 Fortlaufend – Angebot von Diensten und Programmen zur Ernährungserziehung für Fachkräfte, die sich mit Mangel- und Fehlernährung befassen (Nestlé Nutrition Institute). 🕒 Fortlaufend – Wissenschaftsbasierte praktische Ernährungserziehung für Eltern und Betreuer mit Schwerpunkt auf den ersten 1000 Lebenstagen (von der Befruchtung bis zum zweiten Geburtstag); Themen sind u. a. die Ernährung von Schwangeren und Stillen als optimaler Start ins Leben (<i>Start Healthy Stay Healthy</i>). + Bis 2015 – Das Nestlé Nutrition Institute (NNI) erreicht durch Online-Aufklärung in neun Sprachen über eine Million Fachkräfte. + Bis 2015 – Die mehrsprachigen Online-Ernährungsinformationen von <i>Start Healthy Stay Healthy</i> erreichen über fünf Millionen Mütter und Betreuer. 	<p>Das Nestlé Nutrition Institute (NNI) führte für Fachkräfte im Gesundheitswesen Programme und Dienstleistungen zu den ersten 1000 Lebenstagen durch, von der Befruchtung bis zum zweiten Geburtstag.</p> <p>Ernährungserziehung für Eltern und Betreuer mit Schwerpunkt auf den ersten 1000 Lebenstagen (von der Befruchtung bis zum zweiten Geburtstag). Themen sind u. a. die Ernährung von Schwangeren und Stillen als optimaler Start ins Leben.</p> <p><i>Start Healthy Stay Healthy</i> – unser interaktives wissenschaftliches Aufklärungsprogramm</p>
Verantwortungsbewusste Marketingkommunikation an Kinder	<ul style="list-style-type: none"> + Bis 2015 – Umsetzen einer verschärften Richtlinie für Marketingkommunikation an Kinder. 	Richtlinie für Marketingkommunikation an Kinder
Verantwortungsbewusste Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten	<ul style="list-style-type: none"> 🕒 Fortlaufend – Veröffentlichung unserer Fortschritte bei der verantwortungsbewussten Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten im Rahmen unserer anhaltenden Bemühungen zur Förderung von guter Ernährung in den ersten 1000 Lebenstagen und des Stillens. ● Bis 2014 – Unsere neu erworbene Babynahrungssparte Wyeth Infant Nutrition erfüllt die Kriterien des FTSE-4Good-Index. + Bis 2015 – Weitere Stärkung unserer Verfahren, damit Nestlé Infant Nutrition und Wyeth Infant Nutrition durchwegs die Kriterien des FTSE4Good-Index für Muttermilchersatzprodukte erfüllen. 	<p>Einhaltung des Kodex der WHO, entsprechend seiner Umsetzung durch nationale Regierungen, sowie der Nestlé-Richtlinie und der Anweisungen zur Umsetzung des WHO-Kodex</p> <p>Prüfung und Validierung unserer Grundsätze und Vorgehensweisen durch unabhängige Dritte</p>

Legende: ● Erreicht 🕒 Auf gutem Weg ○ Angefangen + Neue Verpflichtung



Verpflichtung	Ziel	Wie
Ausweitung des Rahmenprogramms für ländliche Entwicklung, um die Bedürfnisse von Bauern zu verstehen	<ul style="list-style-type: none"> ➊ Bis 2015 – Weitere Erhebung der Ausgangssituation in Ländern, die für unser Geschäft besonders wichtig sind und in denen der soziale Bedarf gross ist, um unsere Aktivitäten auf die Prioritäten der lokalen Gemeinschaften abzustimmen. 	Unser Rahmenprogramm für ländliche Entwicklung ⁷ gewährleistet eine einheitliche Ausrichtung unserer Aktivitäten zur ländlichen Entwicklung und sichert deren Praxisbezug. Es hilft uns, globale Prioritäten zu verfolgen und gleichzeitig flexibel auf lokale Bedürfnisse einzugehen. Neben Entwicklung und Menschenrechten berücksichtigt es die Herausforderungen der Bauern, Arbeiter und Gemeinschaften in ländlichen Gebieten.
Umsetzung der verantwortungsbewussten Beschaffung in unserer Versorgungskette	<ul style="list-style-type: none"> ➊ Bis 2015 – Verbesserung und Nachweis der Einhaltung des Lieferantenkodex von Nestlé; Durchführung von 10 000 Audits zur verantwortungsbewussten Beschaffung, 70% davon mit vollständiger Compliance. ➋ Bis 2015 – 40% des Volumens unserer zwölf wichtigsten Rohstoffkategorien (Palmöl, Soja, Zucker, Zellstoff und Papier, Kaffee, Kakao, Milchprodukte, Fisch und Meeresfrüchte, Sheabutter, Vanille, Haselnüsse sowie Fleisch, Geflügel und Eier) sind rückverfolgbar. 	<p>Nestlé-Lieferantenkodex</p> <p>Nestlé-Programm für verantwortungsbewusste Beschaffung und Rückverfolgbarkeit</p> <p>Partnerschaften mit Dritten</p>
Ausweitung des <i>Nestlé Cocoa Plan</i> bei Kakaobauern	<ul style="list-style-type: none"> ➊ Bis 2015 – Bezug von 100 000 Tonnen Kakao über den <i>Nestlé Cocoa Plan</i>. ➋ Bis 2016 – Bezug von 120 000 Tonnen Kakao über den <i>Nestlé Cocoa Plan</i> und vollständige Umsetzung des Systems zur Überwachung und Unterbindung von Kinderarbeit in allen Kooperativen des <i>Nestlé Cocoa Plan</i> in Côte d'Ivoire. ➌ Bis 2017 – Bezug von 150 000 Tonnen Kakao über den <i>Nestlé Cocoa Plan</i>. 	<p>Förderung rentabler Farmbewirtschaftung, Beseitigung von Kinderarbeit und Entwicklung einer nachhaltigen Lieferkette für Nestlé-Kakao</p> <p>Der <i>Nestlé Cocoa Plan</i> erstreckt sich auf Côte d'Ivoire, Ghana, Ecuador, Venezuela, Mexiko, Brasilien und Indonesien.</p>
Ausweitung des <i>Nescafé</i> -Plans bei Kaffeebauern	<ul style="list-style-type: none"> ➊ Bis 2015 – Verbesserung der Nachhaltigkeit unserer Versorgungskette für Kaffee; Bezug von 180 000 Tonnen Kaffee durch Farmer Connect⁸ bei 100% Compliance mit dem grundlegenden 4C-Nachhaltigkeitsstandard.⁹ ➋ Bis 2020 – Verbesserung der Qualität, Quantität und Nachhaltigkeit unserer Kaffeeverorgungskette; Verteilung von 220 Millionen Kaffeeseitzlingen¹⁰ und Bezug von 90 000 Tonnen Kaffee, der den Grundsätzen des Sustainable Agriculture Network¹¹ entspricht. 	<p>Konzentration auf Nachhaltigkeit in Konsum, Produktion und Herstellung</p> <p>Mitgliedschaft in der Common Code for the Coffee Community (4C) Association</p> <p>Partnerschaft mit der Rainforest Alliance</p>

Verpflichtung	Ziel	Wie
Verbesserung der Wassereffizienz und -nachhaltigkeit in unseren Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> ⌚ Bis 2015 – Gesamtreduktion der direkten Wasserentnahme pro Tonne Produkt in allen Produktkategorien um 40% gegenüber 2005. ⌚ Bis 2015 – Ausarbeitung und Implementierung von detaillierten Richtlinien zur Sorgfaltspflicht in Bezug auf das Menschenrecht auf Wasser und Sanitärversorgung. ⌚ Bis 2016 – Entwicklung von Initiativen zum Wassermanagement und Beginn der Implementierung an fünf Standorten, die höchste Priorität geniessen. ⌚ Bis 2016 – Implementierung von Wassersparprojekten in sämtlichen Produktionsstätten, die höchste Priorität geniessen. ⌚ Bis 2016 – Durchführung von 45 neuen Wasserressourcen-Prüfungen in ausgewählten Produktionsstätten und an sämtlichen noch unbebauten Standorten. 	Nestlé-Verpflichtung zum verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser
Engagement für eine bessere Wasserpolitik und einen verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Bis 2016 – Ausweitung der öffentlich-privaten Partnerschaft 2030 Water Resources Group auf zwei weitere Länder pro Jahr und Weiterentwicklung und Veröffentlichung des Global Catalogue on Good Practices.¹² ⊕ Bis 2016 – Unterstützung des CEO Water Mandate-Leitfadens für gute Geschäftspraktiken zum Thema Menschenrecht auf Wasser und Sanitärversorgung und dessen Anwendung in unserem Sorgfaltspflichtprogramm für Wasser in ausgewählten Pilotmärkten.¹³ ⊕ Bis 2016 – Unterstützung des Weltwirtschaftsrats für nachhaltige Entwicklung (WBCSD) dabei, 50 Unterzeichner für die WASH-Verpflichtung zu gewinnen.¹⁴ ⊕ Bis 2016 – Einführung des internationalen Umweltschutzstandards zum Thema Wasser der Alliance for Water Stewardship durch Umsetzung an mindestens fünf Standorten.¹² ⊕ Bis 2016 – Zusammenarbeit mit der Sustainable Agriculture Initiative (SAI) und dem Sustainable Food Lab (SFL) zur Einführung einer Initiative zur Bewertung und Minderung von Wasserrisiken in mindestens einer Region, aus der wir Agrarrohstoffe beziehen.¹⁵ 	Nestlé-Verpflichtung zum verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser
Wirksame Aufbereitung unseres Abwassers	<ul style="list-style-type: none"> ⌚ Bis 2016 – Implementierung der neuen und ausgeweiteten Nestlé-Umweltschutzvorgaben für die Wasserqualität und Abwasserabführung in allen unseren Fabriken, um zum Schutz der Umwelt beizutragen. 	Nestlé-Verpflichtung zum verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser Nestlé-Umweltschutzvorgaben
Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, allen voran in der Landwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> ⌚ Bis 2015 – Ausarbeitung und Einführung von Aktionsplänen zum Wassersparen in unserer vorgelagerten Versorgungskette für Kaffee, Zucker, Reis und Getreide in Regionen, die höchste Priorität geniessen. 	Nestlé-Verpflichtung zum verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser Weltweite Sustainable Agriculture Initiative
Sensibilisierung für einen ressourcenschonenden Umgang mit Wasser und einen besseren Zugang zu Wasser und Sanitärversorgung entlang unserer Wertschöpfungskette	<ul style="list-style-type: none"> ⌚ Bis 2015 – Angemessener Zugang zu Trinkwasser, sanitären Einrichtungen und Hygienemassnahmen für alle Mitarbeitenden von Nestlé an ihrem Arbeitsplatz. ⌚ Bis 2016 – Zugang zu Trinkwasser-, Sanitärversorgungs- und Hygieneprojekten für 350 000 Menschen aus den lokalen Gemeinschaften im Umfeld unserer Produktionsstätten und den Gebieten von Farmer Connect. 	Nestlé-Verpflichtung zum verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser Verpflichtung des Weltwirtschaftsrats für nachhaltige Entwicklung zum Zugang zu Wasser, Sanitärversorgung und Hygiene am Arbeitsplatz (WASH)

Legende: ● Erreicht ⌚ Auf gutem Weg ○ Angefangen ⊕ Neue Verpflichtung

Verpflichtung	Ziel	Wie
Effizientere Ressourcennutzung in unseren Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2015 – 10% unserer Fabriken produzieren keinerlei Abfall zur Entsorgung. ● Bis 2015 – Gesamtreduktion des Energieverbrauchs pro Tonne Produkt in allen Produktkategorien um 25% gegenüber 2005. 	<p>Nestlé-Richtlinie zur ökologischen Nachhaltigkeit</p> <p>Nestlé-Umweltmanagementsystem</p> <p>Nestlé-Verpflichtung zur Vermeidung von Nahrungsmittelverschwendung</p>
Verbesserung der Umweltleistung unserer Verpackungen	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Bis 2017 – Fortführung der systematischen Analyse und Optimierung unserer Verpackungen, um mindestens 100 000 Tonnen Verpackungsmaterial einzusparen. 	<p>Nestlé-Richtlinie zur ökologischen Nachhaltigkeit</p> <p>Nestlé-Umweltmanagementsystem</p> <p>PIQET (Packaging Impact Quick Evaluation Tool)/EcodEX (Ecodesign for Sustainable Product Development and Introduction)</p>
Beurteilung und Reduzierung der Umweltauswirkungen unserer Produkte	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2014 – Ausweitung des Ecodesign-Tools EcodEX auf alle Forschungs- und Entwicklungsstandorte.¹⁶ ① Bis 2017 – Ausweitung des Umfangs der in EcodEX verwendeten Datenbank zu Agrarrohstoffen. ① Bis 2017 – Identifikation oder Aktualisierung und Arbeit an Nachhaltigkeits-Hotspots in 15 Produktkategorien. 	<p>Nestlé-Richtlinie zur ökologischen Nachhaltigkeit</p> <p>Programm «Sustainability by Design»</p> <p>Netzwerk «Sustainability by Design»</p> <p>Ecodesign-Tool EcodEX, das die gesamte Wertschöpfungskette erfasst</p> <p>Lebenszyklusanalysen</p> <p>Nestlé-Nachhaltigkeitsprofile der einzelnen Kategorien</p>
Vorreiterrolle im Umgang mit dem Klimawandel	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2014 – Ausweitung der Verwendung natürlicher Kühlmittel, die nicht zum Abbau der Ozonschicht beitragen und deren Klimaauswirkungen vernachlässigbar sind, in unseren industriellen Kühlsystemen. ① Bis 2015 – Verwendung von natürlichen Kühlmitteln in all unseren neuen Gefriertruhen für Speiseeis. ● Bis 2015 – Reduktion des direkten Treibhausgasausstosses (THG) pro Tonne Produkt um 35% gegenüber 2005 (entspricht einer absoluten Reduktion), um zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen insgesamt beizutragen. 	<p>Nestlé-Richtlinie zur ökologischen Nachhaltigkeit</p> <p>Nestlé-Verpflichtung zum Klimawandel</p>
Erhaltung von Naturkapital, einschliesslich Wäldern	<ul style="list-style-type: none"> ① Bis 2015 – 30% des Volumens unserer zwölf wichtigsten Rohstoffkategorien werden nach den Anforderungen unserer Richtlinien für eine verantwortungsbewusste Beschaffung geprüft und erfüllen diese bzw. es sind entsprechende Verbesserungsmaßnahmen im Gang. ① Bis 2015 – Durchführung von Verbesserungsmaßnahmen in sämtlichen Fabriken im Umfeld von wichtigen Wassergebieten¹⁷, um die Belastung der Umgebung zu verringern. 	<p>Nestlé-Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung</p> <p>Nestlé-Verpflichtung zur verantwortungsbewussten Nutzung von Agrarrohstoffen</p> <p>Nestlé-Richtlinie zur ökologischen Nachhaltigkeit</p> <p>Programm «Sustainability by Design»</p> <p>Netzwerk «Sustainability by Design»</p> <p>Neues Ecodesign-Tool EcodEX, das die gesamte Wertschöpfungskette erfasst</p> <p>Lebenszyklusanalysen</p>
Aussagekräftige und akkurate Umweltinformationen und Dialog	<ul style="list-style-type: none"> ① Bis 2016 – Faktenbasierte Umweltinformationen für Konsumenten in allen Ländern unterstützen informierte Entscheidungen und umweltfreundliches Verhalten. 	<p>Nestlé-Richtlinie zur ökologischen Nachhaltigkeit</p> <p>Kommunikationsstandard für die Marken von Nestlé und die Gemeinsame Wertschöpfung</p>



Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance

Verpflichtung	Ziel	Wie
Beurteilung von Menschenrechtsfolgen in unseren Aktivitäten und Versorgungsketten und Suche nach Lösungen	<ul style="list-style-type: none"> 🕒 Bis 2015 – Abdeckung aller FTSE4Good¹⁸-Problemländer, in denen wir tätig sind, und Schulung der Mitarbeitenden zur Minimierung von Menschenrechtsrisiken. ● Bis 2015 – Berücksichtigung der Menschenrechte in allen zwölf Rohstoffkategorien der Nestlé-Richtlinien für verantwortungsbewusste Beschaffung. 	<p>Nestlé Unternehmensgrundsätze</p> <p>Nestlé-Lieferantenkodex</p> <p>Nestlé-Richtlinie für verantwortungsbewusste Beschaffung</p> <p>Sorgfaltspflichtprogramm für Menschenrechte</p> <p>Global-Compact-Prinzipien der UNO</p> <p>Partnerschaft mit dem Danish Institute of Human Rights</p>
Beseitigung von Kinderarbeit bei wichtigen Rohstoffen	<ul style="list-style-type: none"> 🕒 Bis 2015 – Abschluss von Aktionsplänen zur Verringerung von Kinderarbeit in unseren Versorgungsketten für Kakao, Haselnüsse und Vanille und Schulung von 60 000 Bauern zum Thema; Bau bzw. Renovierung von 60 Schulen; System zur Überwachung und Unterbindung von Kinderarbeit in 80% der Kooperativen (100% bis 2016). 	<p>Nestlé-Programm für verantwortungsbewusste Beschaffung</p> <p>Nestlé-Fortschrittsbericht über die verantwortungsbewusste Beschaffung von Vanille in Madagaskar</p> <p>Nestlé-Fortschrittsbericht über die verantwortungsbewusste Beschaffung von Haselnüssen in der Türkei</p> <p>Nestlé-Aktionsplan für die verantwortungsbewusste Beschaffung von Kakao in Côte d'Ivoire</p> <p>Mitgliedschaft in der Fair Labor Association</p>
Gewährleistung eines Umfelds, in dem alle Mitarbeitenden und Anspruchsgruppen mögliche Compliance-Verstöße melden können	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Bis 2015 – Bereitstellung des Nestlé Integrity Reporting System (interner Beschwerdemechanismus) oder eines gleichwertigen Systems in sämtlichen Märkten von Nestlé und Information der Mitarbeitenden über das Vorgehen des Unternehmens im Zusammenhang mit Anliegen und Beschwerden. ⊕ Bis 2015 – Bekanntmachung des externen Meldesystems «Tell us» bei 5000 Lieferanten und 1000 nachgelagerten Geschäftspartnern (z. B. Händlern) von Nestlé Nutrition sowie den einer ersten Phase zugeordneten Ländern, um die Meldung von Compliance-Verstößen durch sämtliche Anspruchsgruppen zu fördern. ⊕ Bis 2016 – Förderung der Kenntnis der vorhandenen vertraulichen Berichtswege innerhalb des Unternehmens. ⊕ Bis 2016 – Ausweitung der Information über «Tell us» auf Lieferanten und nachgelagerte Geschäftspartner. 	<p>Nestlé-Lieferantenkodex</p> <p>Nestlé «Code of Business Conduct»</p> <p>Nestlé-Richtlinie zur Korruptionsbekämpfung</p> <p>Nestlé-Unternehmensgrundsätze</p>
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Bis 2015 – Ausbau des Programms zur Korruptionsbekämpfung und Kommunikation an alle Ländergesellschaften und Geschäftsbereiche. Einführung eines E-Learnings zu Compliance, damit die Mitarbeitenden verstehen, was erwartet wird. ⊕ Bis 2016 – Einführung von Verfahren zur lokalen Umsetzung einer Antikorruptionspolitik in Ländern und Geschäftsbereichen mit besonderem Bedarf. ⊕ Bis 2017 – Sämtliche Mitarbeitenden mit Computern absolvieren das E-Learning-Programm zu Compliance. 	<p>Nestlé Unternehmensgrundsätze</p> <p>Nestlé «Code of Business Conduct»</p>

Legende: ● Erreicht 🕒 Auf gutem Weg ○ Angefangen ⊕ Neue Verpflichtung



Unsere Mitarbeitenden, Menschenrechte und Compliance

Verpflichtung	Ziel	Wie
Gewährleistung der erforderlichen Systeme für einen grundlegenden Sicherheits- und Gesundheitsschutz für alle Mitarbeitenden	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2016 – Gewährleistung solider Sicherheits- und Gesundheitsschutz-Managementsysteme für sämtliche Mitarbeitenden, um einen einheitlichen Schutz in allen Geschäftseinheiten sicherzustellen. 	<p>Ausweitung des Umfangs der bestehenden Managementsysteme auf alle Mitarbeitenden in Fabriken, Versorgungskette, F&E, Büros und Verkauf</p> <p>Externe Überprüfung der Implementierung und Zertifizierung der Systeme nach OHSAS 18001</p>
Ausgewogeneres Geschlechterverhältnis unserer Mitarbeitenden	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2018 – Schaffung der Bedingungen, um den Frauenanteil unter Führungskräften und im oberen Management (Geschäftsleitungsmitglieder in Märkten und Schlüsselrollen am Konzernsitz) jährlich zu steigern und ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis zu erreichen. 	<p>Nestlé Management- und Führungsprinzipien und Nestlé Unternehmensgrundsätze</p>
Arbeitsmöglichkeiten für 20000 junge Menschen unter 30 Jahren bei Nestlé in Europa	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2016 – Einstellung von 10000 jungen Mitarbeitenden und 10000 Trainees oder Lehrlingen unter 30 Jahren in Europa, um die Arbeitslosigkeit in dieser Altersgruppe zu bekämpfen. 	<p>Förderung von Direkteinstellungen</p> <p>Ausweitung des Angebots von Ausbildungsplätzen und Traineeships in allen europäischen Ländergesellschaften</p> <p>Programm «Nestlé needs YOUTH»</p> <p>«Alliance for YOUTH»</p>
Schulung unserer Mitarbeitenden in Gemeinsamer Wertschöpfung, Nutrition (Nutrition Quotient NQ) und ökologischer Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> ● Bis 2014 – Aufnahme von Gemeinsamer Wertschöpfung in sämtliche Schulungen an unserem internationalen Schulungszentrum in der Schweiz (das jedes Jahr rund 3000 aktuelle und künftige Führungskräfte erreicht); Entwicklung und Verbreitung eines E-Learning-Programms für alle Mitarbeitenden sowie Test eines neuen Führungslehrgangs. ● Bis 2015 – Im Rahmen unseres Nutrition-Quotient-Schulungsprogramms (NQ)¹⁹ absolvieren sämtliche Mitarbeitenden von Nestlé bis Ende 2015 mindestens einmal das Modul der NQ Foundation, darunter ein E-Learning-Modul. ● Bis 2016 – Veranstaltungen zur Förderung des Umweltbewusstseins unserer Mitarbeitenden, um unsere Verpflichtungen besser erfüllen zu können. Umweltschulungen in allen Ländern bis 2016. 	<p>Gemeinsame Wertschöpfung als fester Bestandteil globaler Schulungs- und Entwicklungsprogramme</p> <p>Nutrition-Quotient-Schulungsprogramm (NQ)¹⁹; Roadmap für Nutrition, Gesundheit und Wellness; «United for Healthier Kids»</p> <p>Nestlé-Richtlinie zur ökologischen Nachhaltigkeit, die durch den Masterplan für ökologische Nachhaltigkeit überwacht wird</p>

- 1 Russland hat Frankreich als eines der Länder dieser Zielsetzung ersetzt.
- 2 Produkte, deren Konsumenten zu mindestens 50% unter 12 Jahren alt sind oder die für diese Altersgruppe entwickelt worden sind oder entsprechend wahrgenommen werden.
- 3 Die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation beruhen auf ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen und Ernährungsempfehlungen seitens der WHO, des Institute of Medicine und anderer globaler und lokaler Einrichtungen. Unsere Produkte werden mithilfe des Nestlé Nährwertprofilsystems auf die Einhaltung dieser Kriterien geprüft. Dabei wird ihr Nährwert bestimmt und geprüft, ob sie die Anforderungen der Nestlé Nutritional Foundation erfüllen.
- 4 Produkte, deren Konsumenten zu mindestens 50% unter 18 Jahren alt sind, wobei der Anteil Jugendlicher grösser ist als der Anteil Kinder.
- 5 Diese Verpflichtung bezieht sich auf Transfette aus teilweise gehärteten Ölen in unseren Produkten.
- 6 Produkte, die zur Alltagsnahrung von Menschen (nicht Haustieren) gehören, die Kalorien enthalten und deren Packungsgrösse für die Angabe des Richtwerts für die Tageszufuhr ausreicht.
- 7 Das Rahmenprogramm bündelt alle unserer Verpflichtung zur ländlichen Entwicklung entsprechenden Aktivitäten. Es umfasst drei Bereiche, die durch Abstimmung, Zusammenarbeit und Advocacy-Strategie gestützt werden: erfolgreiche Bauern; produktive und respektierte Landarbeiter; florierende Gemeinschaften.
- 8 Unser Programm für den Direktbezug von Bauern: Wir verpflichten uns damit zum lokalen Bezug von Rohstoffen, bieten technische Unterstützung und stellen durch die Zusammenarbeit sicher, dass die Beschaffung höchste Standards erfüllt.
- 9 Die Common Code for the Coffee Community (4C) Association ist eine Organisation, deren Mitglieder aus Handel und Industrie, den Reihen der Produzenten, der Zivilgesellschaft sowie Unternehmen stammen, die in der Versorgungskette für Kaffee aktiv sind.
- 10 Gesamtmenge für den Zeitraum 2010 bis 2020.
- 11 Eine internationale Koalition aus führenden Verbänden zum Schutz der nachhaltigen Landwirtschaft, die Standards zum Umweltschutz, für soziale Verantwortung und wirtschaftliche Lebensfähigkeit entwickelt hat.
- 12 Dies erweitert unser Ziel für 2014.
- 13 Unser Ziel 2014, zur Veröffentlichung der Richtlinien beizutragen, wurde erreicht.
- 14 Unser Ziel 2014, zur Fertigstellung von ISO 14046: Wasser-Fussabdruck – Prinzipien, Anforderungen und Leitlinien beizutragen, wurde erreicht.
- 15 Unser Ziel 2014, die Grundsätze des Standards der AWS zur Selbstevaluation an prioritären Standorten anzuwenden, wurde erreicht.
- 16 Hierzu zählen F&E-Zentren und Produkt-Technologiezentren.
- 17 Wassereinzugsgebiete, die gesetzlich geschützt sind oder für die eine Schutzvereinbarung gilt, deren Beeinträchtigung oder Verlust sich wesentlich oder unverhältnismässig auf die ökologischen, sozialen, kulturellen oder wirtschaftlichen Vorteile, die vom Einzugsgebiet ausgehen, auswirken könnte.
- 18 Der FTSE4Good ist die ethische Indexreihe der London Stock Exchange (LSE). Er wurde konzipiert, um objektiv die Performance von Unternehmen zu messen, die global anerkannten Standards im Bereich Unternehmensverantwortung entsprechen.
- 19 Das Nutrition-Quotient-Schulungsprogramm von Nestlé hilft unseren Mitarbeitenden, persönliche und berufliche Ernährungsentscheidungen zu treffen, die auf neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen beruhen.

© März 2015, Nestlé AG, Public Affairs

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

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

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

Konzept und Redaktion

Nestlé AG, Public Affairs, mit Flag Communication und Sustainability

Visuelles Konzept und Gestaltung

Nestec AG, Corporate Identity & Design, mit Flag Communication

Fotografie

Nana Kofi Acquah, Markus Bühler-Rasom, Frederic Courbet/Panos Pictures, Kieran Dodds/Panos Pictures, Sam Faulkner/NB Pictures, Shiho Fukada/Panos Pictures, Nicolas Genta, Piotr Malecki/Panos Pictures, Eduardo Martino/Panos Pictures, Qilai Shen/Panos Pictures, Kristian Skeie, Alicia Vera, Nestlé AG