



**Nestlé** Good food, Good life

**Gemeinsame Wertschöpfung  
und unsere sozialen Verpflichtungen**  
Auszug aus Nestlés Lagebericht 2019



**Nestlé.  
Lebensqualität verbessern  
und zu einer gesünderen  
Zukunft beitragen.**

# Unsere Verpflichtungen

Unsere Verpflichtungen zugunsten von Gesundheit, Gesellschaft und Umwelt leiten unser Bestreben, zum Gemeinwohl beizutragen.

Geschäftlicher Nutzen und eine positive gesellschaftliche Wirkung müssen sich gegenseitig verstärken. Dies ist der Kern unseres Ansatzes der Gemeinsamen Wertschöpfung. Unser Unternehmen kann nur dann langfristig Erfolg haben, wenn wir gleichzeitig Mehrwert für alle Anspruchsgruppen schaffen.



## Für Einzelne und Familien

Über **1300**

neue Produkte für die Ernährungsbedürfnisse und -defizite von Säuglingen, Kindern, Schwangeren oder jungen Müttern im Jahr 2019 lanciert

**185,4** Milliarden

Portionen angereicherte Nahrungsmittel und Getränke in Ländern mit erhöhtem Risiko für Mikronährstoffmangel

**27,2** Millionen

Kinder über *Nestlé for Healthier Kids* erreicht

**2,76** Milliarden

Portionen Gemüse zu unseren Nahrungsmitteln und Getränken hinzugefügt



## Für unsere Gemeinschaften

**211,9** Millionen

Kaffeeseitzlinge seit 2010 an Bauern verteilt (Ziel bis 2020: 220 Millionen)

Über **24 500**

Arbeits-, Trainee- oder Ausbildungsplätze wurden Menschen unter 30 über unsere *Nestlé needs YOUth*-Initiative bereitgestellt

**70%**

des Volumens unserer 15 wichtigsten Rohstoffkategorien sind verantwortungsbewusst beschafft

**429 800**

Zahl der Bauern, die durch Kompetenzaufbauprogramme geschult wurden



## Für den Planeten

**34%**

Senkung der Treibhausgasemissionen pro Tonne Produkt in unseren Produktionsbetrieben seit 2010

**328**

Fabriken produzierten keinen Abfall zur Entsorgung

**31%**

Senkung der direkten Wasserentnahme pro Tonne Produkt in unseren Produktionsbetrieben seit 2010

**41%**

unseres Stroms stammen aus erneuerbaren Quellen

# Gemeinsame Wertschöpfung



**Nesquik: Umsetzung unseres Versprechens, das Problem der Plastikabfälle anzugehen**

Das neue Nesquik besteht aus weniger sowie rein natürlichen Zutaten und wird in einem neuartigen recyclingfähigen Papierbeutel vertrieben. Dies ist ein Beispiel für die nachhaltigeren Verpackungslösungen, die Nestlé in ihrem Produktportfolio einführt.

**Gemeinsame Wertschöpfung ist das Grundprinzip unseres geschäftlichen Handelns. Wir sind überzeugt, dass Nestlé nur dann langfristig Erfolg haben kann, wenn wir Mehrwert für unsere Aktionäre und die Gesellschaft schaffen. Unsere Aktivitäten und Produkte sollen zum Erfolg von Nestlé und zum Wohl der Gesellschaft beitragen.**

### **Der wirtschaftliche Nutzen der Gemeinsamen Wertschöpfung**

Gemeinsame Wertschöpfung soll langfristigen, nachhaltigen Wert für unsere Aktionäre schaffen und zugleich gesellschaftliche Herausforderungen angehen. Sie belegt, dass Unternehmen zum Gemeinwohl beitragen können.

Unser Fokus liegt auf drei zusammenhängenden Bereichen: den Einzelnen und Familien, die unseren Produkten und Marken vertrauen, den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, und dem Planeten. Getreu unserem Unternehmenssinn wollen wir die Lebensqualität verbessern und zu einer gesünderen Zukunft beitragen. Langfristig streben wir folgende Ziele an:

- Für Einzelne und Familien: Wir wollen 50 Millionen Kindern ein gesünderes Leben ermöglichen.
- Für unsere Gemeinschaften: Wir wollen zur Verbesserung der Lebensbedingungen von 30 Millionen Menschen in den Gemeinschaften beitragen, die in einer direkten Beziehung zu unserer Geschäftstätigkeit stehen.
- Für den Planeten: Wir streben null Umweltbelastung in unseren Betrieben an.

Um diese Ziele zu erreichen, haben wir Verpflichtungen formuliert, die wir unternehmensweit umsetzen und über deren Fortschritt wir jährlich berichten. Besonderes Augenmerk liegt auf globalen Initiativen, die Kindern ein gesünderes Leben ermöglichen, jungen Menschen wirtschaftliche Chancen eröffnen und zum Schutz von Wasserressourcen beitragen. Wir gehen auch entschlossen gegen Umweltverschmutzung durch Plastik vor und arbeiten darauf hin, CO<sub>2</sub>-neutral zu werden.



#### **Weitere Informationen**

Weitere Informationen zu unserem Managementansatz, unserer Führungsstruktur sowie Performance-Daten, Fallstudien und mehr finden Sie in unserem jährlichen Online-Bericht *Creating Shared Value – Progress Report* und in der Rubrik «Our impact» auf unserer globalen Webseite ([www.nestle.com/csv](http://www.nestle.com/csv) auf Englisch).

### **Gemeinsame Wertschöpfung messen**

Wir möchten künftig unsere Gemeinsame Wertschöpfung und deren Wirkung noch besser messen. Dadurch wollen wir zielgerichteter investieren und das Vertrauen der Anspruchsgruppen durch konkrete Ergebnisse stärken. Wir begrüßen entsprechende Arbeiten dazu, um unser Vorgehen zu reflektieren und die weitere Debatte zu diesem wichtigen Thema zu fördern.



### **Gemeinsame Wertschöpfung beginnt mit Verständnis**

Wir verfolgen in unserem Geschäft einen Top-down- und einen Bottom-up-Ansatz. Wir treten auf jeder Ebene mit unseren Anspruchsgruppen in Dialog, um ihre Realität zu verstehen. Diese Einblicke nutzen wir, um die Nachhaltigkeit unseres Geschäfts durch langfristige Partnerschaften zu steigern, die unsere Versorgungsketten robust und flexibel machen.



### **Einsatz für eine gesündere Zukunft**

Wir sind überzeugt, dass wir die Lebensqualität künftiger Generationen verbessern und zu einer gesünderen Zukunft für sie beitragen, wenn wir ihnen dabei helfen, sich besser zu ernähren und mehr zu bewegen. Damit haben wir vor über 150 Jahren angefangen und setzen dies durch unsere *Nestlé for Healthier Kids*-Initiative fort.

# Nestlé. Lebensqualität verbessern und zu einer gesünderen Zukunft beitragen.

Getreu unserem Unternehmenssinn verfolgen wir ehrgeizige Ziele in drei Schwerpunktbereichen: Einzelne und Familien, Gemeinschaften und unser Planet. Sie stehen im Einklang mit den UN-Zielen für Nachhaltige Entwicklung, die sie unterstützen. Unsere Arbeit berührt täglich das Leben von Milliarden Menschen – von den Bauern, die unsere Rohstoffe erzeugen, bis zu den Konsumenten, die unsere Produkte geniessen. Wir sind bestrebt, das Naturkapital zu schützen, von dem wir abhängig sind.

## Für Einzelne und Familien

Ein gesünderes und glücklicheres Leben ermöglichen



Bis 2030 wollen wir 50 Millionen Kindern ein gesünderes Leben ermöglichen

### Schmackhaftere und gesündere Alternativen anbieten

- Einführung von mehr nährstoffreichen Nahrungsmitteln und Getränken v. a. für Schwangere, junge Mütter, Säuglinge und Kinder
- Weitere Senkung des Gehalts an Zucker, Natrium und gesättigten Fettsäuren
- Steigerung des Gehalts an Gemüse, ballaststoffreichem Getreide, Hülsenfrüchten, Nüssen und Saaten
- Vereinfachung der Zutatenlisten und Entfernung von künstlichen Farbstoffen
- Bekämpfung von Unterernährung durch Mikronährstoffanreicherung

### Menschen inspirieren, ein gesünderes Leben zu führen

- Angabe und Erklärung des Nährwerts auf Verpackungen, im Handel und im Internet
- Portionsangaben auf unseren Produkten
- Verstärkung unserer Marketinganstrengungen für gesundes Kochen, gesunde Ernährung und einen gesunden Lebensstil
- Befähigung von Eltern, Betreuern und Lehrern, gesundes Verhalten von Kindern zu fördern
- Förderung und Schutz des Stillens durch Umsetzung einer branchenführenden Richtlinie zur verantwortungsbewussten Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten
- Anregen der Menschen zum Genuss von Wasser für ein gesünderes Leben
- Partnerschaften zur gemeinsamen Förderung eines gesunden Ernährungsumfelds

### Ernährungswissen aufbauen, teilen und anwenden

- Aufbau und Verbreitung von Ernährungswissen von den ersten 1000 Lebenstagen bis ins gesunde Alter
- Aufbau biomedizinischen Wissens für die Entwicklung gesundheitsfördernder Produkte, personalisierter Ernährung und digitaler Lösungen

### Status unserer Verpflichtungen

- Neu
- Wird umgesetzt
- Erreicht



# Für unsere Gemeinschaften

Flourierende, widerstandsfähige Gemeinschaften fördern



**Bis 2030 wollen wir aktiv zur Verbesserung der Lebensbedingungen von 30 Millionen Menschen in Gemeinschaften beitragen, die in einer direkten Beziehung zu unserer Geschäftstätigkeit stehen**

Ländliche Entwicklung fördern und die Lebensbedingungen im ländlichen Raum verbessern	Menschenrechte in unseren Geschäftsaktivitäten respektieren und fördern	Menschenwürdige Arbeitsplätze und Vielfalt fördern
<ul style="list-style-type: none"> <li>●●○ Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Situation der uns beliefernden Bauern</li> <li>●●○ Verbesserung der Nahrungsmittelverfügbarkeit und -vielfalt für die uns beliefernden Bauern</li> <li>●●○ Verantwortungsbewusste Beschaffung in unserer Versorgungskette und Tierschutz</li> <li>●●○ Kontinuierliche Verbesserung unserer Versorgungskette für Rohkaffee</li> <li>●●○ Ausweitung des <i>Nestlé Cocoa Plan</i> bei Kakaobauern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●●○ Prüfung und Förderung der Menschenrechtsverträglichkeit unserer Aktivitäten</li> <li>●●○ Verbesserung des Auskommens von Arbeitern und Kinderschutz in unserer landwirtschaftlichen Versorgungskette</li> <li>●●○ Förderung einer unternehmensweiten Integritätskultur</li> <li>●●○ Wirksame Beschwerdemechanismen für Mitarbeitende und Anspruchsgruppen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●●○ Einführung der <i>Nestlé needs YOUth</i>-Initiative in allen unseren Betrieben</li> <li>●●○ Ausgewogeneres Geschlechterverhältnis unserer Mitarbeitenden und Förderung von Frauen entlang der Wertschöpfungskette</li> <li>●●○ Förderung gesunder Arbeitsbedingungen und der Gesundheit unserer Mitarbeitenden</li> </ul>

# Für den Planeten

Natürliche Ressourcen und die Umwelt erhalten



**Bis 2030 streben wir null Umweltbelastung in unseren Betrieben an**

Sorge für das Wasser tragen	Gegen den Klimawandel handeln	Die Umwelt schützen
<ul style="list-style-type: none"> <li>●●○ Verbesserung der Wassereffizienz und -nachhaltigkeit unserer Betriebe</li> <li>●●○ Engagement für eine effektive Wasserregulierung und einen verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser</li> <li>●●○ Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, allen voran in der Landwirtschaft</li> <li>●●○ Sensibilisierung für einen ressourcenschonenden Umgang mit Wasser und verbesserter Zugang zu Wasser und Sanitärversorgung in unserer Wertschöpfungskette</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●●○ Vorreiterrolle im Umgang mit dem Klimawandel</li> <li>●●○ Förderung von Transparenz und proaktivem, langfristigem Engagement in der Klimapolitik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●●● Verbesserung der Umweltbilanz unserer Verpackungen</li> <li>●●○ Reduzierung von Nahrungsmittelverlusten und -verschwendung sowie Abfall</li> <li>●●○ Aussagekräftige und akkurate Umweltinformation und Dialog</li> <li>●●○ Erhalt von Naturkapital</li> </ul>



# Ein gesünderes und glücklicheres Leben ermöglichen

Wir passen unser Portfolio an die sich verändernden Konsumentenpräferenzen an, um unsere Produkte nahrhafter und natürlicher zu machen. Bis 2030 wollen wir durch unsere Leitinitiative *Nestlé for Healthier Kids* 50 Millionen Kindern ermöglichen, ein gesünderes Leben zu führen.



## Menschen inspirieren, ein gesünderes Leben zu führen

Wir unterstützen Eltern und Betreuer mit Informationsmaterial, das hilft, Familien gesunde Ernährungsgewohnheiten zu vermitteln. Dies ist das zentrale Anliegen von *Nestlé for Healthier Kids*. Über die Neuformulierung unserer Produkte, Ernährungsprogramme, Portionsangaben und gesunde Rezepte fördern wir ein gesünderes Ernährungsverhalten von Kindern.

## Auf einen Blick

Anzahl Kinder über *Nestlé for Healthier Kids* erreicht (in Mio.)

27,2

Anzahl neuer Produkte für die Ernährungsbedürfnisse und -defizite von Säuglingen, Kindern, Schwangeren oder jungen Müttern im Jahr 2019 lanciert

> 1300

F&E-Investitionen (in CHF Mrd.)

1,7

## Maggi

In Thailand können Kinder im Maggi-Kochclub «Mum and Me» Kochkenntnisse von ihren Eltern erlernen.





### California Pizza Kitchen: Pizzateig mit Blumenkohl

Um die Bedürfnisse gesundheitsbewusster Konsumenten zu erfüllen, die lieber Gemüse als Kohlenhydrate essen, hat unser Pizzageschäft aus dem Trendgemüse Blumenkohl Pizzateig kreiert.



### Schmackhaftere und gesündere Alternativen anbieten

Konsumenten beachten vermehrt den Nährwert von Nahrungsmitteln, wählen aber weiterhin vor allem geschmacksorientiert. Daher wollen wir den Konsumenten rasch gesündere Varianten bestehender Produkte bieten. Doch das braucht Zeit, denn wenn die neue, gesündere Variante nicht schmeckt, weichen die Konsumenten auf eine nährstoffärmere Alternative aus, die ihnen mehr zusagt.



### Ernährungswissen aufbauen, teilen und anwenden

Was wir essen, wirkt sich stark auf unsere Gesundheit aus. Unsere Wissenschaftler erforschen den Zusammenhang zwischen Gesundheit und Ernährung in allen Lebensphasen, von der Geburt bis ins hohe Alter. Das R&D-Accelerator-Programm von Nestlé mit Sitz in der Schweiz bringt Wissenschaftler, Studenten und Start-ups zusammen, um Wissenschaft und Technologie voranzubringen und die Entwicklung innovativer Produkte und Systeme zu beschleunigen – damit wir noch besser auf die Ernährungsbedürfnisse aller Konsumenten eingehen können.



### Materna Opti-Lac

Materna Opti-Lac enthält den patentierten probiotischen Stamm *L. fermentum* LC40, der von Natur aus in der Muttermilch gesunder Mütter vorkommt. Dieses Nahrungsergänzungsmittel basiert auf Erkenntnissen aus der Mikrobiomforschung und verringert erwiesenermaßen Auftreten und Schwere von Brustschmerzen und -entzündungen, von denen in etwa jede dritte Stillende betroffen ist.

# Florierende, widerstandsfähige Gemeinschaften fördern

Wir arbeiten mit Bauern und Lieferanten weltweit zusammen, um zu florierenden Gemeinschaften beizutragen, die ländliche Entwicklung zu unterstützen sowie die Gleichstellung der Geschlechter und die Achtung der Menschenrechte zu fördern. Über die Initiative *Nestlé needs YOUth* wollen wir bis 2030 weltweit zehn Millionen jungen Menschen wirtschaftliche Chancen eröffnen.

## Auf einen Blick

Volumenanteil unserer 15 wichtigsten Rohstoffkategorien, die verantwortungsbewusst beschafft wurden **70%**

Anteil der bei Nestlé durch Frauen besetzten Führungspositionen **42%**

Anzahl der jungen Menschen, die durch *Nestlé needs YOUth* erreicht wurden **> 900 000**



## Ländliche Entwicklung und Lebensbedingungen verbessern

Unsere Nachhaltigkeitsprogramme für Kaffee sollen die ländliche Entwicklung fördern und unsere langfristige Versorgung mit Kaffee sichern. Sie befassen sich etwa mit dem steigenden Durchschnittsalter und dem geringen Einkommen von Bauern, dem Klimawandel und Anbaumethoden. Über *Farmer Connect*, den *Nescafé Plan*, das *Nespresso AAA Sustainable Quality Program* sowie das neue *Reviving Origins*-Programm zur Wiederbelebung des Kaffeeanbaus in Regionen, in denen er bedroht ist, arbeiten wir mit hunderttausenden Bauern zusammen, um ihre Wirtschaftlichkeit und den Lebensunterhalt ihrer Familien und Gemeinschaften zu verbessern.



## Nespresso

Seit 2018 arbeitet Nespresso mit der Hispanic Federation und Kaffeebauern in Puerto Rico zusammen, um den Kaffeeanbau wiederzubeleben. Die Wirbelstürme Maria und Irma hatten 80% der Kaffeepflanzen und der Ernte auf der Insel zerstört. Bisheriger Höhepunkt der Zusammenarbeit war die Lancierung von *Cafecito de Puerto Rico*, dem ersten puertorikanischen Kaffee von Nespresso, der ausschliesslich in den USA erhältlich ist.

## Menschenrechte in unseren Geschäftsaktivitäten respektieren und fördern

Unsere Menschenrechtsarbeit ist in unseren Aktivitäten und Richtlinien verankert und wir schulen alle Mitarbeitenden in wichtigen Menschenrechtsfragen.

Wir verpflichten uns, die Menschenrechte in unserer Wertschöpfungskette zu fördern und zu respektieren, und arbeiten mit Expertenorganisationen zusammen, um Probleme proaktiv zu erkennen und zu lösen. Beschwerden und Bedenken können über das Meldeverfahren «Tell Us» vorgebracht werden. Wir gehen ihnen nach und ergreifen Massnahmen.



### KitKat

Im Rahmen des *Nestlé Cocoa Plan* helfen wir, die Lebensbedingungen der Bauern zu verbessern, und gehen die Ursachen von Kinderarbeit in unserer Versorgungskette für Kakao an. Für *KitKat* verwenden wir ausschliesslich über den *Nestlé Cocoa Plan* bezogene Schokolade.



## Menschenwürdige Arbeitsplätze und Vielfalt fördern

Ein Unternehmen gedeiht, wenn es eine gesunde, engagierte und die Vielfalt der Gesellschaft abbildende Belegschaft hat. Kulturelle Vielfalt macht Unternehmen stärker, indem sie Innovationen und andere Denkweisen unterstützt. Besonders wichtig ist uns die Gleichstellung der Geschlechter. Unser 2019 lancierter *Nestlé Gender Balance Acceleration Plan* soll die Gleichstellung sowie die Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen fördern.

## Elternzeit

Gute Elternschaft beginnt für uns mit dem ersten Tag. Wir verlängern die voll bezahlte Elternzeit für primäre Betreuungspersonen von 14 auf 18 Wochen. Sekundäre Betreuungspersonen erhalten vier Wochen voll bezahlte Elternzeit.



# Natürliche Ressourcen und die Umwelt erhalten

Wir wollen im Sinne einer nachhaltigeren Gesellschaft ein nachhaltigeres Unternehmen sein. Wir wollen Biodiversität und natürliche Ressourcen schützen und andere zu verantwortungsbewusstem Handeln motivieren. Wir streben null Umweltbelastung in unseren Betrieben an. Wir verpflichten uns dazu, nachhaltig bewirtschaftete erneuerbare Ressourcen zu nutzen, unsere betriebliche Effizienz zu verbessern, keinen Abfall zur Entsorgung zu produzieren und unser Wassermanagement zu verbessern.

## Auf einen Blick

Anzahl «Zero Water»-Fabriken

**20**

Prozentuale Senkung der Treibhausgasemissionen pro Tonne Produkt in unseren Produktionsbetrieben seit 2010

**34%**

Vermiedene Tonnen Verpackungsmaterial seit 2015

**> 142 000**

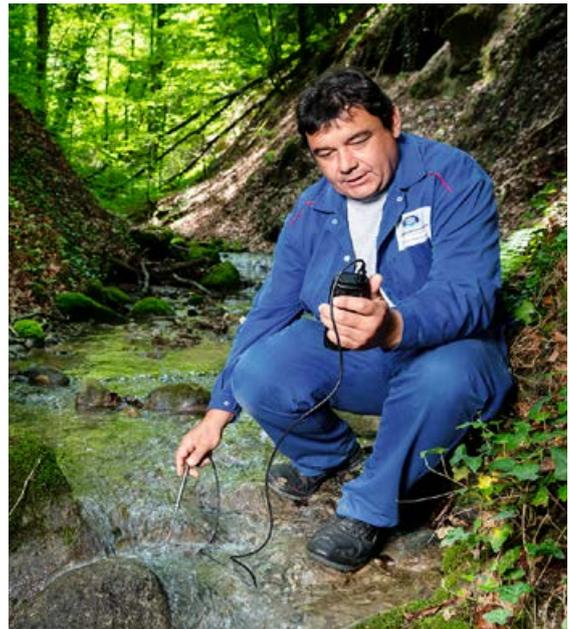


## Sorge für das Wasser tragen

Der Zugang zu Wasser ist für uns ein Menschenrecht. Wasser ist eine kostbare Ressource, die wir für die Zukunft schützen wollen. Wir verringern den Wasserverbrauch unserer Fabriken und arbeiten weltweit mit Bauern zusammen, um die Wassereffizienz in unserer Versorgungskette zu verbessern. Wir kooperieren mit Organisationen wie dem Roten Kreuz in Ghana, um den Zugang zu Trinkwasser, Sanitärversorgung und Hygiene zu verbessern. Aktuell sind 27 Abfüllanlagen von Nestlé Waters gemäss dem Nachhaltigkeitsstandard der Alliance for Water Stewardship (AWS) zertifiziert. Bis 2025 sollen alle unsere Standorte für die Produktion von abgefülltem Wasser nach diesem Standard zertifiziert sein.

## Nestlé Waters

Nestlé Waters engagiert sich in den Fabriken und in den Wassereinzugsgebieten im Rahmen langfristiger gemeinschaftlicher Lösungen für den Erhalt der Quantität und Qualität lokaler Wasserressourcen.





## Gegen den Klimawandel handeln

Der Klimawandel ist schon heute weltweit spürbar und betrifft uns alle. Wir arbeiten an innovativen Lösungen, um unsere Umweltauswirkungen zu verringern und unsere Netto-Treibhausgasemissionen bis 2050 auf null zu senken. Damit schliessen wir uns dem ehrgeizigen 1,5° C-Ziel des jüngsten IPCC-Berichts (Intergovernmental Panel on Climate Change) an. Unternehmen können nur gedeihen, wenn sie gegenüber den Risiken des Klimawandels resilient sind. Wir haben daher eingehend geprüft, wie sich die verschiedenen Klimaszenarien auf wichtige Rohstoffe in unserer Versorgungskette auswirken werden.



## Garden Gourmet

Weitere pflanzenbasierte Produkte mit besserer Umweltbilanz sind wichtig für unsere Strategie, unsere Netto-Treibhausgasemissionen bis 2050 auf null zu senken.

## Purina

In Mexiko, Chile und der Schweiz verkauft Purina PetCare Haustier-Trockenfutter unverpackt. Konsumenten können es sich am Verkaufspunkt abfüllen lassen.



## Die Umwelt schützen

Wir verpflichten uns dazu, natürliche Ressourcen nachhaltig zu nutzen. Um unsere Bemühungen zum Schutz und zur Wiederherstellung der Biodiversität weiter zu verstärken, haben wir uns im 2019 «One Planet Business for Biodiversity (OP2B)» angeschlossen. Wir haben weiter daran gearbeitet, entwaldungsfreie Versorgungsketten zu erreichen. Bis Ende 2020 sollen über 90% unserer Rohstoffe nachweisbar ohne die Abholzung von Wäldern entstehen. Doch damit nicht genug: Wir werden weiter mit Kleinbauern und grossen Lieferanten gleichermaßen darauf hinarbeiten, in den kommenden drei Jahren einer komplett entwaldungsfreien Versorgungskette so nah wie möglich zu kommen. Des Weiteren haben wir im Rahmen unserer Vision einer abfallfreien Zukunft das Nestlé Institute of Packaging Sciences eröffnet. Es wird massgeblich dazu beitragen, unser Ziel zu erreichen, alle Verpackungen bis 2025 recyclingfähig oder wiederverwendbar zu machen.

Der Schutz der Umwelt erfordert verschiedenste Herangehensweisen. 2019 beteiligten sich weltweit Tausende Mitarbeitende von Nestlé zusammen mit Angehörigen und Freunden an Aufräum- und Müllsammelaktionen. Die im Rahmen von Nestlé Cares, unserem globalen ehrenamtlichen Programm, organisierten Aktionen fanden in Parks, Wäldern, an Stränden, Fluss- oder Seeufern statt. 2019 beteiligten sich daran 13 000 Personen aus 80 Ländern an fast 180 Einsatzorten.

# Einbindung unserer Anspruchsgruppen

Zum globalen Netzwerk unserer Anspruchsgruppen zählen Investoren, multilaterale Organisationen, Regierungen, NGOs, die Wissenschaft, lokale Gemeinschaften, Lieferanten, Konsumenten und Geschäftskunden. Unser Austausch mit Anspruchsgruppen erfolgt unter anderem über regelmäßige Treffen, in deren Rahmen sie wichtige Anliegen vorbringen können. Wir informieren unsere Unternehmensleitung über die Ergebnisse der Treffen, damit sie adäquat auf diese Anliegen eingehen kann. Unser jüngstes Treffen mit Anspruchsgruppen fand 2019 in Anwesenheit von 70 Vertretern unserer Anspruchsgruppen, U. Mark Schneider, CEO von Nestlé, zwei Mitgliedern der Konzernleitung sowie 15 Mitarbeitenden von Nestlé in London statt. Drei Themen standen an der zweitägigen Veranstaltung auf dem Programm: Ernährung in den ersten 1000 Lebens- tagen, Vielfalt und Inklusion sowie Kunststoffverpackungen.

## Unser Ranking in führenden Indizes

Auch wenn wir nicht vorrangig nach Preisen und Anerkennungen streben, sind wir stolz auf die Würdigung unserer Nachhaltigkeitsbemühungen und -erfolge durch weltweit führende Indizes und Ratingagenturen.



FTSE4Good

Nestlé wird seit 2011 im **FTSE4Good** Responsible Investment Index geführt.



ACCESS TO **NUTRITION** INDEX™

Platz 1 im globalen **Access to Nutrition Index (ATNI)** 2018 unter 22 internationalen Nahrungsmittel- und Getränkekonzernen.

**MSCI**  
ESG RATINGS



CCC | B | BB | BBB | A | **AA** | AAA

Nestlé wurde 2019 von **MSCI ESG Research** aufgrund ihrer Leistung in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Governance (ESG) als AA eingestuft.

MEMBER OF  
**Dow Jones Sustainability Indices**  
In Collaboration with RobecoSAM

Nestlé konnte ihre Spitzenposition in Kategorien wie Gesundheit und Ernährung, Umwelt- und Managementstrategie, Verpackungen und Wasserrisiken beibehalten.



DRIVING SUSTAINABLE ECONOMIES

Nestlé ist weiterhin auf der Climate-A-Liste von **CDP** vertreten.

## Relevanzanalyse

Alle zwei Jahre führen wir eine gründliche Relevanzanalyse durch, um zu ermitteln, welche wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Themen für uns und unsere Anspruchsgruppen besonders wichtig sind.

## Relevanzanalyse (2018 durchgeführt)

Relevanz für Anspruchsgruppen	Sehr hoch	<ul style="list-style-type: none"> <li>Natürliche Ressourcen und Wassermanagement</li> <li>Klimawandel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verantwortungsbewusste Steuerung der Versorgungskette</li> <li>Über- und Unterernährung</li> </ul>	
	Hoch	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stärkung von Frauen</li> <li>Beziehungen zur Gemeinschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ländliche Entwicklung und Armutsbekämpfung</li> <li>Menschenrechte</li> <li>Geschäftsethik</li> <li>Verantwortungsbewusstes Marketing und Einflussnahme</li> <li>Produktqualität</li> <li>Ernährungssicherheit</li> <li>Ressourceneffizienz, Nahrungsmittelverschwendung, Abfall und Kreislaufwirtschaft</li> <li>Bodenbewirtschaftung in der Versorgungskette</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nahrungsmittel- und Produktsicherheit</li> <li>Veränderung von Konsumentendemografie und Trends</li> <li>Produktverpackungen und Kunststoff</li> </ul>
	Mässig	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tierwohl</li> <li>Sicherheit, Gesundheit und Wohlergehen unserer Mitarbeitenden</li> <li>Faire Beschäftigung und Chancengleichheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produktregulierung und -besteuerung</li> <li>Geopolitische Unsicherheiten</li> <li>Verantwortungsbewusster Umgang mit Technologien</li> <li>Datenschutz und Cybersicherheit</li> </ul>	
		Mässig	Hoch	Sehr hoch
<b>Auswirkungen auf den Erfolg von Nestlé</b>				

<b>Für Einzelne und Familien</b> 	<b>Für unsere Gemeinschaften</b> 	<b>Für den Planeten</b> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>Über- und Unterernährung</li> <li>Verantwortungsbewusstes Marketing und Einflussnahme</li> <li>Produktqualität</li> <li>Nahrungsmittel- und Produktsicherheit</li> <li>Veränderung von Konsumentendemografie und Trends</li> <li>Ernährungssicherheit</li> <li>Datenschutz und Cybersicherheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verantwortungsbewusste Steuerung der Versorgungskette</li> <li>Stärkung von Frauen</li> <li>Produktregulierung und -besteuerung</li> <li>Menschenrechte</li> <li>Tierwohl</li> <li>Geschäftsethik</li> <li>Sicherheit, Gesundheit und Wohlergehen unserer Mitarbeitenden</li> <li>Geopolitische Unsicherheiten</li> <li>Faire Beschäftigung und Chancengleichheit</li> <li>Verantwortungsbewusster Umgang mit Technologien</li> <li>Beziehungen zur Gemeinschaft</li> <li>Ländliche Entwicklung und Armutsbekämpfung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Natürliche Ressourcen und Wassermanagement</li> <li>Ressourceneffizienz, Nahrungsmittelverschwendung, Abfall und Kreislaufwirtschaft</li> <li>Bodenbewirtschaftung in der Versorgungskette</li> <li>Klimawandel</li> <li>Produktverpackungen und Kunststoff</li> </ul>