



Coca-Cola *Coca-Cola G.m.b.H.*
EUROPEAN PARTNERS

**KURZBERICHT NACHHALTIGKEIT
COCA-COLA DEUTSCHLAND 2019**

VORWORT



Liebe Leserinnen und Leser,

seit elf Jahren berichten wir nun schon über das Nachhaltigkeitsengagement von Coca-Cola in Deutschland mit den wichtigsten Aktivitäten, Herausforderungen und Kennzahlen. Wir haben in der vergangenen Dekade viel erreicht, haben für die Herstellung eines Liters Getränk den Wasserverbrauch und den Energieverbrauch um jeweils ca. 20 Prozent gesenkt. Den CO₂-Ausstoß im Kerngeschäft konnten wir sogar um mehr als die Hälfte reduzieren. Zugleich entwickelten wir in dieser Zeit unsere Nachhaltigkeitsstrategie im Dialog mit unseren Stakeholdern immer wieder weiter.

Während unserer Arbeit an diesem Bericht hat die Corona-Pandemie die Welt in einen Ausnahmezustand versetzt. Die Auswirkungen auf unser Geschäft sind noch nicht absehbar. Wir wissen aber auch, dass es eine Zeit nach Corona geben wird. Dann müssen wir den Wiederaufbau unseres Geschäfts noch nachhaltiger gestalten. Wir müssen unseren Klimaeffekt über die gesamte Wertschöpfungskette für die Erreichung der Pariser Klimaziele weiter senken. Wir wollen uns verstärkt für die Erhaltung der Biodiversität einsetzen, denn sie ist für uns alle wichtig, insbesondere aber für unsere Lieferanten aus der Landwirtschaft. Wir investieren weiter in Mehrweg und in den Einsatz von recyceltem PET bei der Herstellung neuer PET-Einwegflaschen. Und wir möchten unseren Konsumenten noch mehr zuckerreduzierte Getränke anbieten.

Wir blicken mit einigem Stolz auf das in den letzten elf Jahren Erreichte zurück, vor allem aber gehen auch wir bei Coca-Cola in Deutschland die Zukunft mit dem Ehrgeiz an, unseren Beitrag für die Erreichung der Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen zu leisten.

Frank Molthan

Vorsitzender der Geschäftsführung der
Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH

Bjørn Jensen

Geschäftsführer Coca-Cola GmbH

Unser Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung

Die Ziele der Vereinten Nationen für eine weltweit nachhaltige Entwicklung bilden die Leitplanken für die Nachhaltigkeitsstrategie von Coca-Cola Deutschland. Wir arbeiten intensiv daran, unseren Beitrag zur Erreichung dieser Sustainable Development Goals zu leisten. Wo wir dabei mit Blick auf unser Kerngeschäft eine besonders große Wirkung erzielen wollen, zeigen wir in dieser Übersicht.

Wir wollen in unserem Kerngeschäft die Treibhausgas-Emissionen bis 2025 um 50 Prozent gegenüber 2010 senken. Zudem suchen wir in unserer gesamten Wertschöpfungskette nach Möglichkeiten, um auch dort die Emissionen signifikant zu reduzieren. Unseren Strombedarf decken wir zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen.

Wir möchten eine ausgewogene Ernährung fördern, indem wir neue kalorienarme Produkte entwickeln und den Zuckergehalt in unseren Erfrischungsgetränken reduzieren. Unsere Produkte bieten wir in verschiedenen Portionsgrößen an, damit sie zu den Bedürfnissen der Verbraucherinnen und Verbraucher passen.

Wir setzen uns für die Gleichstellung von Frauen und Männern auf allen Hierarchieebenen ein und fördern Frauen in Führungspositionen, zum Beispiel mit Mentoring-Programmen und flexiblen Arbeitszeitmodellen. Eine offene Arbeitsatmosphäre, in der sich alle Mitarbeitenden wohlfühlen, unabhängig von Geschlecht, Alter, kultureller Herkunft, Religion, sexueller Orientierung und physischer sowie psychischer Gesundheit, ist für uns selbstverständlich.

Wir haben eine globale Wasserstrategie mit umfassenden Zielen verabschiedet. Unser Wassermanagement setzt an mehreren Punkten an: Wasser schützen, den Wasserverbrauch reduzieren, Abwasser aufbereiten und Wasser schaffen.



Keine unserer Verpackungen soll im Abfall landen. Deshalb arbeiten wir daran, den gesamten Kreislauf von der Produktion der Verpackungen über Pfandsysteme bis zur Wiederverwertung möglichst nachhaltig zu gestalten. Außerdem werden wir ab 2020 unsere wichtigsten landwirtschaftlichen Rohstoffe zu 100 Prozent aus nachhaltigen Quellen beziehen.

Die Einhaltung der Menschenrechte ist Voraussetzung dafür, dass ein Unternehmen als Lieferant in Frage kommt. Unsere Richtlinie für Menschenrechte gilt für die gesamte Organisation und ist Grundlage für alle Partnerschaften. Der schonende Umgang mit Ressourcen ist fester Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Weil wir die SDGs nur gemeinsam erreichen können, schließen wir Kooperationen mit anderen Unternehmen und Organisationen. Im Bereich Biodiversität zum Beispiel arbeiten wir mit den Nationalen Naturlandschaften und der Heinz Sielmann Stiftung zusammen. Für Chancengleichheit und Inklusion setzen wir uns gemeinsam mit der Deutschlandstiftung Integration, den Tafeln und weiteren sozialen Organisationen ein.

VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Coca-Cola European Partners (CCEP) hat im März 2020 den zweiten Integrated Report sowie dann im Mai den vierten ausführlichen Sustainability Stakeholder Progress Report (Nachhaltigkeitsbericht) für das Jahr 2019 für das Gesamtunternehmen veröffentlicht. Dieser integrierte Bericht folgt den GRI-Standards der Global Reporting Initiative (GRI) in Übereinstimmung mit der Option „Core“. Außerdem setzt er die Anforderungen des Global Compact der Vereinten Nationen (UN GC) um.

Hiermit legen wir speziell für Coca-Cola Deutschland (CCEP Deutschland GmbH und Coca-Cola GmbH) den „Handeln. Verändern. Kurzbericht Nachhaltigkeit Coca-Cola Deutschland 2019“ vor. Dieser Bericht gibt einen Überblick über die Ziele und die wichtigsten Nachhaltigkeitsmaßnahmen inklusive aller relevanten Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2019¹. Mit diesen Maßnahmen leisten wir in Deutschland einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der CCEP-weiten Ziele sowie der Ziele der Western Europe Business Unit (WEBU) der The Coca-Cola Company (TCCC). Außerdem aktualisieren und veröffentlichen wir zum siebten Mal eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex, diesmal für das Jahr 2019.

Seit mehr als 90 Jahren ist Coca-Cola Teil der deutschen Gesellschaft. 1929 wurde in Essen die erste Coca-Cola in einer 0,2-Liter-Glasmehrwegflasche abgefüllt. Heute bietet das Unternehmen rund 100 verschiedene Getränke in unterschiedlichen Packungsvarianten an und ist damit der größte Getränkehersteller für alkoholfreie Erfrischungsgetränke in Deutschland.

Unsere Unternehmensstruktur

Hinter Coca-Cola Deutschland stehen zwei Unternehmen: Die Coca-Cola GmbH ist für die Markenführung sowie die Produkt- und Verpackungsentwicklung zuständig, während die Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH (CCEP Deutschland) Produktion und Abfüllung sowie Verkauf und Vertrieb verantwortet.

Teil der Unternehmensphilosophie ist es, lokal zu produzieren. In Deutschland hat Coca-Cola 35 Standorte: 16 Produktionsstandorte und 19 weitere Standorte, darunter die Zentrale sowie Vertriebs- und Logistikstandorte. Die Zentrale von CCEP Deutschland sowie der Sitz der Coca-Cola GmbH befinden sich an einem gemeinsamen Standort in Berlin.

CCEP Deutschland ist Lohnabfüller für Monster Energy und ist für den Vertrieb dieser Produkte in Deutschland zuständig. Monster Energy Europe Limited ist eine eigenständige Firma und ist somit nicht Gegenstand dieses Berichts, abgesehen von den bei der Produktion anfallenden Verbrauchsdaten (Wasser, Energie etc.) sowie den Kennzahlen zu Absatzvolumen und Kaloriengehalt im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Getränken“.

Im Bereich „Business Process & Technology“ (BPT) gab es im Herbst 2019 eine Restrukturierungsmaßnahme mit 39 betroffenen Mitarbeitenden². Für 16 Mitarbeitende konnten alternative Stellen im Unternehmen gefunden werden, 23 Mitarbeitende haben das Unternehmen einvernehmlich verlassen, so dass auf betriebsbedingte Kündigungen verzichtet werden konnte.

Die Nachhaltigkeitsstrategie und sämtliche damit verbundenen Aktivitäten von Coca-Cola sind an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung ausgerichtet. Ende 2017 haben CCEP und WEBU unter einem Dach die europaweite Nachhaltigkeitsstrategie „This is forward“ entwickelt. Dabei handelt es sich um einen Aktionsplan für Nachhaltigkeit mit ehrgeizigen, aber realistischen Zielen und Maßnahmen bis 2025. Er gilt für WEBU und alle 13 Länder von CCEP.

Aufbauend auf diesem Aktionsplan haben wir von Coca-Cola Deutschland konkrete Ziele sowie Maßnahmen für unsere Unternehmensführung definiert. Mit dem Titel „Handeln. Verändern.“ ist unser Maßnahmenplan für Nachhaltigkeit klare Richtschnur dafür, wie wir die Stärken unserer Marken und unseres Geschäfts nutzen wollen, um einen positiven und verantwortungsvollen Beitrag zur Gestaltung der Zukunft zu leisten.

Nachhaltigkeit ist in Deutschland ein hochrelevantes Thema, das in der Öffentlichkeit intensiv diskutiert wird. Auch deshalb legen wir großen Wert darauf, unsere Kennzahlen für den deutschen Markt transparent auszuweisen und uns fortlaufend mit unseren Stakeholdern auszutauschen.

Nachhaltigkeit ist in die Steuerung unseres Unternehmens integriert, so auch in unsere Businesspläne und in unsere Vorgaben für das Stakeholdermanagement. Unser CCEP Corporate Social Responsibility Committee überwacht die Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und unseres Stakeholdermanagements. Für ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement sind eine umsichtige und transparente Unternehmensführung sowie effektive Governance- und Compliance-Strukturen zentrale Bestandteile. Dazu finden bei CCEP Deutschland und der Coca-Cola GmbH Compliance-Schulungen für Führungskräfte sowie Mitarbeitende anderer Hierarchieebenen statt. Der Chief Compliance Officer und das Ethik- und Compliance-Team sind die Ansprechpartner für ethisch verantwortungsvolles Handeln in allen Geschäftsfeldern.

Damit wir unsere Nachhaltigkeitsverpflichtungen einhalten und unsere Ziele erreichen können, gelten in der gesamten Wertschöpfungskette entsprechende Leitfäden, freiwillige Selbstverpflichtungen und aktive Mitgliedschaften in globalen wie lokalen Bündnissen. Diese zentralen Compliance-Richtlinien sind maßgebend für unsere Unternehmensführung (Auszug):

- **Verhaltenskodex (Code of Conduct³) für CCEP Deutschland und Kodex zum Verhalten im Geschäftsleben (Code of Business Conduct⁴) für die Coca-Cola GmbH**
- **Leitprinzipien für Zulieferer (Supplier Guiding Principles und Sustainable Agriculture Guiding Principles)**

¹ Die angegebenen Daten beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2019. Sofern relevant, werden auch Entwicklungen und Informationen bis zum Redaktionsschluss am 30. April 2020 dargestellt.

² Aus Gründen der Inklusion verwenden wir zur Bezeichnung von Personengruppen eine Kombination aus der gendergerechten Schreibweise, wie Mitarbeitende, und der Nennung der weiblichen und männlichen Geschlechterform, beispielsweise Verbraucherinnen und Verbraucher. Selbstverständlich sind damit stets alle Geschlechteridentitäten gemeint. Wir wissen, dass auch diese Formulierung der gesellschaftlichen Vielfalt nicht umfassend gerecht wird, und bemühen uns, einen guten und gleichzeitig inkludierenden Lesefluss zu gewährleisten.

³ Der Verhaltenskodex gilt in Deutschland in unveränderter Form für alle leitenden Angestellten und das Organ der Gesellschaft. Für alle tariflichen und außertariflichen Angestellten gilt der Verhaltenskodex als Anlage zur „GBV zur Einführung eines Verhaltenskodex nebst dazugehörigem Fallverwaltungs-System“ vom 19. Dezember 2018.

⁴ Der Code of Business Conduct ist Bestandteil des Arbeitsvertrages aller Mitarbeitenden der Coca-Cola GmbH.

- Richtlinie zu Menschenrechten (Human Rights Policy)
- Modern Slavery Act Statement
- CCEP-Leitlinie zu Restrukturierungsprozessen (CCEP Human Rights Restructuring Guidelines)
- UNESDA-Selbstverpflichtungen
- UN Global Compact
- Geschenk-, Bewirtungs- und Antibestechungsrichtlinie von CCEP⁵
- Hospitality-Leitfaden von „S20 – The Sponsors’ Voice“

Relevante Risiken unserer Geschäftstätigkeit identifizieren und bewerten wir frühzeitig, regelmäßig und systematisch. Um entsprechende Vorsorgemaßnahmen entwickeln und umsetzen zu können, nutzen wir unter anderem einen integrierten Planungs- und Führungsprozess, wertorientierte Kennzahlen sowie Controlling-Reports.

Stakeholderdialoge und Kundeneinbindung

2019 haben wir wieder drei interaktive Round-Table-Veranstaltungen durchgeführt – alle mit dem Ziel, den Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden sowie externen Expertinnen und Experten zu spezifischen Nachhaltigkeitsherausforderungen zu fördern. In der Deutschlandzentrale von Coca-Cola in Berlin stand das Thema „Nachhaltigkeitskommunikation und Reporting“ im Fokus. Um „Wirtschaft und Menschenrechte“ ging es bei einem Round Table in Düsseldorf. Und gemeinsam mit unseren Lieferanten, Partnern und dem Preisträger des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2018 – der Symrise AG – tauschten wir uns in der Symrise-Firmenzentrale in Holzminden über „Nachhaltige Geschmackslösungen der Zukunft“ aus. Bei einer anonymen Befragung der Teilnehmenden erhielten alle Veranstaltungen im Schnitt die Note 1,3.⁶

Darüber hinaus führten wir 2019 diverse Workshops und weitere themenspezifische Round Tables durch: Mit mehreren Vereinen der Fußballbundesliga beleuchteten wir das Thema „Verpackung & Recycling“. Mit dem Heide Park veranstalteten wir eine weitere Nachhaltigkeitsakademie für Mitarbeitende des Heide Parks und von CCEP Deutschland. Den Europa-Park Rust unterstützten wir beim Round Table zum Thema „Wasser“ und mit Kunden wie REWE und EDEKA veranstalteten wir individuelle Verpackungs-Workshops.

In Mannheim sind wir zudem in einen Nachhaltigkeitsdialog mit Vertreterinnen und Vertretern von regionalen Unternehmen, Start-ups, Nichtregierungsorganisationen und der Politik über Lösungen für den verantwortungsvollen Umgang mit Plastikverpackungen in der Rhein-Neckar-Region getreten. Im Rahmen einer Veranstaltung des Rezyklat-Forum in Leimen gaben wir den Mitgliedern einen detaillierten Einblick in die Entwicklung des erweiterten Recyclings. Dass sich diese Form des Recyclings umsetzen lässt, bewiesen wir mit der Vorstellung der ersten PET-Flasche, die anteilig aus wiederverwertetem Plastikmüll besteht, der von Stränden und aus dem Meer stammt.

Standards für Qualität und Nachhaltigkeit

Jeder unserer Produktionsstandorte ist nach folgenden Standards zertifiziert:⁷

- Lebensmittelsicherheit (DIN EN ISO 22000:2005 + PAS 220 oder FSSC 22000:Version 4.1)
- Qualitätsmanagement (DIN EN ISO 9001:2015)

- Umweltmanagement (DIN EN ISO 14001:2015)
- Energiemanagement (DIN ISO 50001:2011)
- Arbeitssicherheit (OHSAS 18001:2007)

Auch 2019 überprüfte eine Zertifizierungsgesellschaft die oben genannten Systemvorgaben und Normanforderungen. Die Audits verliefen erfolgreich, alle Zertifizierungen konnten aufrechterhalten werden.

Nachhaltigkeitsindizes

CCEP ist 2019 zum vierten Mal in Folge in den Dow Jones Sustainability Index Europe (DJSI Europe) und den Dow Jones Sustainability Index World (DJSI World) aufgenommen worden.⁸ Mehr als 3.500 Unternehmen bewertete der Investmentspezialist RobecoSAM in diesem Jahr, um die Kandidatinnen und Kandidaten für den weltweit anerkannten und prestigeträchtigen Index auszuwählen. Höchstwerte konnten wir in acht Kategorien erzielen: Klimastrategie, Wasserbezogene Risiken, Verpackung, Umweltberichterstattung, Operative Ökoeffizienz, Umweltpolitik & Managementsysteme, Gesundheit & Ernährung sowie Personalentwicklung. Die Gesamtpunktzahl konnten wir im Vergleich zum Vorjahr um zwei Punkte auf 89 von insgesamt 100 erreichbaren Punkten erhöhen. CCEP wird zudem in der Kategorie Wasserbezogene Risiken als Referenzunternehmen für vorbildliches Wassermanagement genannt.

CCEP hat 2019 vom Carbon Disclosure Project (CDP)⁹ als eines von nur 37 Unternehmen eine A-Wertung sowohl für die Leistung beim Klimaschutz als auch für Wassersicherheit erhalten. Außerdem ist CCEP eines von drei Unternehmen im CDP-Ranking, die eine kontinuierliche Verbesserung in den vergangenen vier Jahren erreicht haben. 2019 hatten sich bei CDP rund 8.400 Unternehmen um Aufnahme beworben – nur zwei Prozent wurden in eine oder mehrere A-Listen aufgenommen.

Kennzahlen im Bereich „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“

	Einheit	2017	2018	2019
Nicht eingehaltene Vorschriften in Bezug auf Werbung (inklusive Anzeigen, Verkaufsförderung, Produktkennzeichnung, Sponsoring)	Anzahl	0	0	0
Verstöße oder berechtigte Beschwerden bzgl. des Datenschutzes	Anzahl	0	0	0
Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Rechtsvorschriften	Euro	0	0	0
Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten	Anzahl	0	0	0

⁵ Diese Richtlinie wurde im November 2019 für alle leitenden Angestellten von CCEP Deutschland eingeführt. Am 13. Februar 2020 wurde sie vom Gesamtbetriebsrat für alle Angestellten verabschiedet. Die Richtlinie gilt für alle leitenden Angestellten in Deutschland im Originalwortlaut. Für alle tariflichen und außertariflichen Mitarbeitenden gilt diese Richtlinie als Anlage zur Ergänzungsvereinbarung zum GBV-Verhaltenskodex.

⁶ Die Notenvergabe erfolgte in Anlehnung an das deutsche Schulnotensystem.

⁷ Die Zentrale in Berlin wird wegen des zentral gesteuerten Prozessmanagements mit auditiert, erhält aber keine eigenen Zertifikate.

⁸ Weitere Informationen zum Dow Jones Sustainability Index unter www.spglobal.com/esg/csa/indices.

⁹ Weitere Informationen zum CDP unter www.cdp.net/en/scores.

HANDELN BEI UNSEREN GETRÄNKEN



Indem wir den Zuckergehalt in unseren Getränken reduzieren und den Anteil zuckerfreier und zuckerreduzierter Getränke am Gesamtverkaufsvolumen erhöhen, möchten wir eine ausgewogene Ernährung unterstützen. Wir bieten deshalb auch zahlreiche kleinere Portionsgrößen an. Damit wollen wir den Verbraucherinnen und Verbrauchern helfen, ihren Zuckerkonsum zu senken.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Getränken“

Unser Produktportfolio umfasst eine Vielzahl von Erfrischungsgetränken mit und ohne Zucker oder mit reduziertem Zuckergehalt. Außerdem bieten wir auch Schorlen und verschiedene Wässer an. Dieses Angebot bauen wir kontinuierlich aus, um Verbraucherinnen und Verbrauchern eine größere Auswahl an Getränken für eine ausgewogene Ernährung zur Verfügung zu stellen. Dazu gehört auch, dass wir unsere Produkte in vielen verschiedenen Portionsgrößen anbieten, damit sie zum Lebensstil der Verbraucherinnen und Verbraucher passen.

Ziele 2025¹⁰

- Wir werden den Zucker in unseren Erfrischungsgetränken bis 2020 um weitere zehn Prozent reduzieren.¹¹
- In Westeuropa ist es unser Ziel, 50 Prozent unseres gesamten Verkaufsvolumens aus kalorienarmen und -freien Getränken zu erzielen.¹²
- In Westeuropa machen wir es Verbraucherinnen und Verbrauchern mit klaren Produktinformationen und kleineren Portionen leichter, ihren Zuckerkonsum zu kontrollieren.¹³
- Wir werden kontinuierlich unsere Rezepturen und unser Portfolio weiterentwickeln, um eine größere Auswahl an Getränken anzubieten.
- Coca-Cola wirbt nicht in Medien, die sich an Kinder unter zwölf Jahren richten, und vertreibt seine Getränke nicht an Grundschulen.

Ausgewogenes Produktportfolio

2019 haben wir insgesamt neun Produktinnovationen auf den deutschen Markt gebracht. Davon waren sechs Produkte kalorienreduziert oder kalorienfrei. Den durchschnittlichen Zuckeranteil pro Liter haben wir zwischen 2015 und 2019 um acht Prozent gesenkt. Bis 2020 sollen weitere zwei Prozent eingespart werden. Der Anteil der zuckerreduzierten und zuckerfreien Getränke lag volumenbezogen bei 34 Prozent.

Im Mai 2019 haben wir AQUARIUS, ein kalorienarmes Erfrischungsgetränk mit Zusatznutzen, in zwei Sorten – Zitrone und Limette – und zwei Größen – 0,4 Liter und 0,9 Liter – in Deutschland eingeführt.

Ebenfalls im Mai ist Coca-Cola ENERGY als erster Energydrink unter dem Markendach von Coca-Cola auf den deutschen Markt gekommen. Das neue Produkt ist auch ohne Zucker und damit ohne Kalorien erhältlich. Coca-Cola ENERGY enthält Koffein sowie Guarana-Extrakt und Vitamin B, ist aber taurinfrei. Das Getränk wurde speziell für Verbraucherinnen und Verbraucher entwickelt, die den originalen Coke-Geschmack lieben. Es wird in der 250-ml-Dose angeboten.

Coca-Cola Zero Sugar, die kalorienfreie Variante der klassischen Coca-Cola, ist auch 2019 erneut im zweistelligen Prozentbereich gewachsen. Wir haben darüber hinaus zwei neue Sorten der zuckerfreien Marke Coca-Cola Zero Sugar auf den Markt gebracht: Coca-Cola Zero Sugar Vanilla und Coca-Cola Zero Sugar Cherry.

Zudem hat Coca-Cola das biozertifizierte Sortiment weiter ausgebaut. Die neue Sorte ViO BiO LIMO Mate mit Zutaten aus rein ökologischem Anbau wird in der 0,3-Liter-Glasmehrwegflasche angeboten. Für das gesamte ViO-Portfolio erhielten wir 2018/2019 erneut den GREEN BRANDS Germany Award. Die Auszeichnung würdigt die nachgewiesene ökologische Nachhaltigkeit von Marken. Unser ViO-Mineralwasser wurde erneut mit dem Superior Taste Award 2019 ausgezeichnet. Abgefüllt wird das gesamte ViO-Portfolio in Glasmehrwegflaschen sowie in der PLANTBOTTLE¹⁴.

HONEST® ist unsere zweite Marke im Segment der Bio-Getränke. Bei HONEST® Bio-Tee handelt es sich um ein kalorienarmes Teegetränk mit natürlichem Fruchtsaft (aus Fruchtsaftkonzentrat) und etwas Bio-Zucker. Die natürlichen Zutaten sorgen für einen authentischen Teegeschmack. Der Kaloriengehalt liegt bei maximal 19 kcal/100 ml. 2019 haben wir das HONEST®-Portfolio um zwei stille Bio-Limonaden (Zitrone & Zitrone Himbeere) ergänzt. Diese haben den typischen Limonadengeschmack, werden aber nur leicht gesüßt und sind somit kalorienreduziert. Die Limonaden enthalten 30 Prozent weniger Zucker als vergleichbare Produkte auf dem deutschen Markt. Alle fünf HONEST®-Sorten sind biozertifiziert; die Sorten Schwarzer Tee Himbeere Basilikum und Weißer Tee Pfirsich Rosmarin sowie die Bio-Limonaden sind zudem als vegan zertifiziert. Alle Tees sind ab Mitte 2020 Fair-Trade-zertifiziert. HONEST® Bio-Tee und Bio-Limonaden werden in der 0,33-Liter-Glasmehrwegflaschen produziert.

A large graphic showing the number '80%' in a bold, red, sans-serif font. The '0' is significantly larger than the '8'. The percentage sign is also large and red.

**weniger Zucker-
anteil pro Liter
haben unsere Ge-
tränke seit 2015.**

¹⁰ Ausgangsbasis für die Formulierung der Zielgrößen ist das Jahr 2010. Wo das Zieldatum vom Jahr 2025 abweicht, ist das gesondert angegeben.

¹¹ Nur kohlenensäurehaltige und kohlenensäurefreie Erfrischungsgetränke ohne Wasser und Saft. Basis 2015.

¹² Gesamtumsatz CCEP ohne Kaffee, Alkohol, Bier oder freestyle. Kalorienarme Getränke ≤ 20 kcal pro 100 ml. Kalorienfreie Getränke < 4 kcal pro 100 ml.

¹³ Dabei ist uns der Zielkonflikt bewusst, dass kleinere Trinkgrößen einen höheren Verpackungsbedarf erzeugen.

¹⁴ Die PLANTBOTTLE ist eine Innovation von TCCC, bei der bis zu 30 Prozent des PET-Neumaterials aus nachwachsenden Rohstoffen stammen. Darüber hinaus werden bis zu 35 Prozent recyceltes PET eingesetzt.

Nach der Markteinführung von Fuze Tea Anfang 2018 hat Coca-Cola die Geschmacksvielfalt des Eisteepportfolios um zwei neue Sorten erweitert: Fuze Tea Grüner Tee Limette Minze (19 kcal/100 ml) und die erste Sorte mit Kohlensäure, Schwarzer Tee Zitrone (30 kcal/100 ml), sind mit einer Kombination aus Zucker und Stevia¹⁵ gesüßt. Damit zählen insgesamt sechs Fuze-Tea-Varianten zum Angebot. Seit 2019 kooperiert Fuze Tea mit Rainforest Alliance. Die Auszeichnung bestätigt, dass der Tee aus nachhaltigem, von Rainforest Alliance zertifiziertem Anbau stammt.

9

Produktinnovationen haben wir im Jahr 2019 auf den deutschen Markt gebracht. 6 davon sind kalorienreduziert oder kalorienfrei.

2019 waren wir zum dritten Mal in Folge mit unseren nachhaltigen Biomarken von ViO und HONEST® sowie unserem Fair-Trade-Kaffee Chaqwa auf der Messe BIOFACH in Nürnberg vertreten.

Wir entwickeln uns ständig weiter und bauen unser Sortiment aus, jedoch setzen sich nicht alle Innovationen am Markt durch. Die 2018 gelaunchten Innovationen GLACEAU SMARTWATER, AdeZ und die Mixer-Range ROYAL BLISS wurden zum Ende des Jahres eingestellt.

Transparenz zu Inhaltsstoffen

Coca-Cola setzt sich für eine klare und transparente Information der Verbraucherinnen und Verbraucher über die Inhaltsstoffe in seinen Getränken ein. Unser Ziel ist es, auf diese Weise zu einem gesünderen Ernährungsumfeld beizutragen. Dies tun wir bereits heute umfassend auf unseren Etiketten und auf unserer Website. So informieren wir auf unserer Internetseite nicht nur über die Nährwerte Energie, Kohlenhydrate und Zucker (sowie Fett, Eiweiß und Salz), sondern auch über alle Inhaltsstoffe. Damit finden gerade auch Menschen mit Allergien alle für sie wichtigen Informationen zu den einzelnen Getränken.

Verantwortungsvolles Marketing und transparente Produktinformation

Wir nehmen unsere Verantwortung bei Marketing und Verkauf ernst. Das bedeutet, dass wir nicht in Medien werben, die sich vorrangig an Kinder unter zwölf Jahren richten, und dass wir Schulen als werbefreie Zonen respektieren. Wir verkaufen keine Getränke an Grundschulen. Darüber hinaus verzichten wir freiwillig darauf, an weiterführenden Schulen Getränke mit zugesetztem Zucker zu verkaufen. 2018 haben CCEP und WEBU das entsprechende erweiterte Commitment unseres europäischen Branchenverbandes UNESDA umgesetzt.

In die Werbung für zuckerreduzierte oder zuckerfreie Erfrischungsgetränke haben wir auch 2019 pro Liter knapp dreimal mehr investiert als in die Werbung für unsere Erfrischungsgetränke mit Zucker.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Getränken“

Absatzvolumen	Einheit	2017	2018	2019
Entwicklung des Absatzvolumens im Vergleich zum Vorjahr ¹⁶	Prozent	-1,5	-0,9	+0,3
Getränkeportfolio				
Kaloriengehalt im Durchschnitt unseres gesamten Getränkevolumens ¹⁷	kcal pro l	278	276	271
Kaloriengehalt im Durchschnitt unseres Erfrischungsgetränkevolumens ¹⁸	kcal pro l	308	302	292
Durchschnittliche Zuckerreduktion pro Liter Erfrischungsgetränk um... (Basis 2015)	Prozent	2,7	4,7	8,0
Anteil kalorienarmer und -freier Getränke (< 20 kcal pro 100 ml) ¹⁹	Prozent	32	33	34
Werbudget für kalorienarme und -freie Getränke im Vergleich zu klassischen Erfrischungsgetränken mit Zucker (pro Liter)	Prozent	190	300	279
Anteil Volumen in Verpackungsgrößen (≤ 250 ml) an Erfrischungsgetränken ²⁰	Prozent	1,8	1,8	1,7

¹⁵ Steviolglycosid ist ein Süßstoff natürlichen Ursprungs ohne Kalorien.

¹⁶ 2019 betrug das gesamte Absatzvolumen 3,85 Milliarden Liter.

¹⁷ Die Ermittlung der durchschnittlichen Kalorien erfolgt für das Gesamtportfolio exklusive Heißgetränken. Hintergrund: Es liegen keine validen Kalorienangaben für Heißgetränke/Chaqua vor, da Verbraucherinnen und Verbraucher ihre Heißgetränke eigenständig süßen.

¹⁸ Die Ermittlung der durchschnittlichen Kalorien erfolgt exklusive Wasser, Säften und Heißgetränken. Diesen Schlüsselindikator zur Erfolgsmessung führen wir auf, weil sich unsere Selbstverpflichtung zur Zuckerreduktion nur auf Erfrischungsgetränke bezieht.

¹⁹ Heißgetränke sind in dieser Kalkulation nicht enthalten.

²⁰ Die Werte für 2017 und 2018 haben wir aufgrund einer leicht geänderten Grundgesamtheit geringfügig im Vergleich zum Kurzbericht Nachhaltigkeit 2018 geändert, um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

HANDELN BEI UNSEREN VERPACKUNGEN



Keine unserer Verpackungen soll im Abfall landen. Deshalb arbeiten wir daran, den gesamten Kreislauf von der Produktion der Verpackungen bis zur Wiederverwertung möglichst nachhaltig zu gestalten. Dafür optimieren wir ständig unsere Fertigung, investieren in Mehrweg und in den Rezyklatanteil in unseren Einwegverpackungen sowie Transportverpackungen. Außerdem haben wir uns vorgenommen, ab 2030 für jede von uns verkaufte Flasche oder Dose eine Getränkeverpackung zurückzunehmen und zu recyceln. Unser Ziel ist eine Welt ohne Müll.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Verpackungen“

Wir bieten einen Mix aus bepfandeten Mehrweg- und Einwegverpackungen in verschiedenen Größen und Materialien an, so dass die Verbraucherinnen und Verbraucher die Wahl haben, die für sie in der jeweiligen Verbrauchssituation passende Verpackung zu wählen. Dabei wollen wir alle unsere Verpackungen mit fortschreitenden technologischen Möglichkeiten immer ökologischer gestalten, indem wir Material einsparen und bei der Herstellung neuer Verpackungen zunehmend Recyclingmaterial einsetzen. Vor allem aber soll keine unserer Verpackungen im Meer, in der Landschaft oder im Müll landen, sondern über die etablierten Sammelsysteme zurückgegeben werden, damit wir sie wieder befüllen oder die Verpackungen recycelt werden können.

Ziele 2025

- Wir wollen sicherstellen, dass alle unsere Verpackungen wiederverwertbar (Einwegrecycling) oder -verwendbar (Mehrweg) sind.
- Wir werden mit lokalen und nationalen Partnern zusammenarbeiten, um zu erreichen, dass alle Verpackungen gesammelt bzw. zurückgegeben werden. Wir möchten zudem die Menschen inspirieren und motivieren, ihren Beitrag zum Recyceln zu leisten.
- Wir wollen sicherstellen, dass mindestens 50 Prozent des Materials, das wir für die Herstellung unserer nicht wiederbefüllbaren PET-Flaschen nutzen, aus Recyclingmaterial besteht.
- Wir wollen Vorreiter im Bereich nachhaltiger Verpackungen sein – dazu zählen wir auch den Einsatz von nachwachsenden Rohstoffen und intelligente Ansätze zur Abfallreduzierung.

Schließen von Wertstoffkreisläufen

99,9 Prozent unserer Verpackungen sind recyclingfähig. Wir verkaufen sowohl unsere Mehrweg- als auch unsere Einwegverpackungen in den jeweiligen Pfandsystemen. Auf 99,9 Prozent unserer

Verpackungen für Verbraucherinnen und Verbraucher wird Pfand erhoben – ein großer Anreiz zur Rückgabe. Die Rücklaufquote im deutschen Einwegpfandsystem liegt daher bei rund 97 Prozent. Die 1-Liter-PET-Mehrwegflaschen und die Glasmehrwegflaschen bleiben zentrale Verpackungsangebote in unserem Kerngeschäft. Als Glasverpackung nutzen wir ausschließlich Glasmehrwegflaschen. 2019 haben wir den Bereich „Glasmehrweg“ weiter ausgebaut: Für Coca-Cola und Coca-Cola Zero Sugar gibt es nun die 1-Liter-Glasmehrwegflasche in der 6er-Kiste als neue Gebindegröße, für ViO Mineralwasser die 1-Liter-Glasmehrwegflasche.



60,7 Millionen Euro wurden in Mehrwegproduktionsanlagen und in Leergut investiert.

Unser Mehrweganteil lag 2019 mit 38,8 Prozent weiterhin über dem Marktdurchschnitt alkoholfreier Erfrischungsgetränke, der 2017 23,1 Prozent betrug (letzte offiziell verfügbare Zahl, veröffentlicht vom Umweltbundesamt).

2019 lagen die Investitionen in Mehrwegproduktionsanlagen und in Leergut (Flaschen und Kisten) bei 60,7 Millionen Euro.

Rund fünf Millionen Euro flossen in zwei Mehrweggroßprojekte in Deizisau: Die 1-Liter-PET-Mehrweganlage wurde so umgebaut, dass sie für Coca-Cola und Coca-Cola Zero Sugar auch 1-Liter-Glasmehrwegflaschen befüllen kann. Außerdem wurde in eine weitere Linie in Deizisau eine neue Reinigungsmaschine eingebaut.

Im Mannheimer Werk, einem der technologisch modernsten Werke von Coca-Cola in Deutschland, haben wir eine neue Glasmehrweglinie installiert. Pro befüllter Flasche spart diese Anlage bis zu 40 Prozent Wasser und Energie im Vergleich zu Anlagen früherer Generationen. Eine weitere Glasmehrweglinie wurde in Lüneburg in Betrieb genommen. Sie befüllt 1-Liter-Glasmehrwegflaschen der Marke ViO, die zur Jahresmitte erstmals im Handel eingeführt worden sind. Die neue Linie verbraucht 15 Prozent weniger Wasser beim Reinigen der Glasflaschen als die bestehende Glaslinie am Standort. Am Einbau der neuen Linie und am Aufbau zusätzlicher Lagerflächen waren 15 Unternehmen aus dem Norden Deutschlands beteiligt. Etwa zehn Millionen Euro des Gesamtinvestitionsvolumens von 29 Millionen Euro verblieben damit in der Region.

2019 hatte Coca-Cola in Deutschland mehr als 500 freestyle-Automaten bei diversen Gastronomiepartnern im Einsatz; 2020 sollen weitere hinzukommen. Coca-Cola freestyle ist eine Selbstbedienungslösung für Getränke im Außer-Haus-Markt. An den Automaten können Verbraucherinnen und Verbraucher mehr als 100 Getränkevarianten individuell zusammenmischen, davon mehr als 60 zucker- und koffeinfreie Varianten. Coca-Cola freestyle hilft dabei, Umverpackung einzusparen. Das Verpackungsvolumen wird im Vergleich zu derselben Getränkemenge in PET-Flaschen um 94 Prozent verringert. Zudem testen wir erste innovative RFID-Mehrwegbecherkonzepte²¹, um den Verbrauch von Einwegplastik weiter zu reduzieren.

²¹ RFID (Radio-Frequency Identification) ist der kontaktlose Datenaustausch zwischen einem RFID-Transponder und einem RFID-Schreib-/Lesegerät.

Verpackungsinnovationen

Coca-Cola blickt auf eine lange Tradition von Verpackungsinnovationen zurück. Schon 1929 hat das Unternehmen in Deutschland das Mehrwegpfandsystem für Erfrischungsgetränke eingeführt. Noch immer ist Coca-Cola hierzulande volumenmäßig der größte Anbieter von Mehrweggebinden für alkoholfreie Erfrischungsgetränke. Unsere Mehrwegverpackungen füllen wir an zwölf von 16 Produktionsstandorten in Deutschland ab.

2019 hat TCCC eine erste Musterflasche präsentiert, die über das sogenannte Enhanced Recycling (erweitertes Recycling) zu 25 Prozent aus wiederverwertetem Plastikmüll besteht, der von Stränden und aus dem Meer stammt. Es ist das erste Mal, dass maritimer Plastikabfall erfolgreich in einer lebensmittel-echten Getränkeflasche wiederverwertet wurde. Die Musterflasche soll zeigen, welches großes Potenzial in verbesserten Recyclingtechnologien steckt. Die innovative Methode des Enhanced Recyclings ermöglicht es, gebrauchtes PET jeglicher Qualität wieder in hochwertiges PET zu verwandeln. An dem Projekt arbeitet TCCC gemeinsam mit Ioniqa Technologies, Indorama Ventures und Mares Circulares.

Um mit den Ressourcen für unsere Verpackungen bestmöglich umzugehen, finden wir innovative Lösungen, die den Materialbedarf senken und die Wiederverwertung von Materialien im Wertstoffkreislauf ermöglichen. So reduzieren wir etwa die Menge des Plastikmaterials bei unseren Multipacks und erhöhen gleichzeitig den Rezyklatanteil. Beispielprojekte sind die folgenden:

- **Lightweighting:** Das Gewicht von PET-Flaschen in der 1,5-Liter-Größe konnten wir 2019 von 39,9 auf 39 Gramm reduzieren, indem wir Werkzeuge in der Produktionsstrecke umgebaut haben. Die 500-ml-Flasche von ViO Still wiegt jetzt nur noch 15 statt 16 Gramm.
- **Stretchfilm:** Weitere Standorte wurden von Stretchfolie mit 23 µm auf Folie mit 20 µm umgestellt, die Umstellung auf 17 µm wird 2020 weitergeführt. Zudem wollen wir 2020 Stretchfilm mit einem Anteil an recyceltem Polyethylen testen.
- **Glasflaschen:** Mit der Einführung der neuen 0,2-Liter-Glasflaschen für Fanta, Sprite und mezzo mix konnten wir das Gewicht von 330 Gramm auf 250 Gramm (Fanta) bzw. 230 Gramm (Sprite und mezzo mix) reduzieren.

Wir haben 2019 in Deutschland die 1-Liter-Konturglasflasche, die wir in den neunziger Jahren vom Markt genommen hatten, wieder eingeführt. Sie wiegt jetzt 132 Gramm weniger als die damalige Konturflasche.

Bei unserer Kaffeemarke Chaqwa haben wir 2019 bei ersten Kunden der Automobilindustrie einen Einwegbecher mit rein pflanzlicher Polyethylen-Beschichtung für unsere Heißgetränkeautomaten eingeführt. Außerdem haben wir nun einen Mehrwegbecher aus Kunststoff für Chaqwa-Betriebsmarktkunden im Angebot und wir haben unser Porzellansortiment um einen Kaffeebecher erweitert.

Recyclingmaterial

Unsere Einwegverpackungen – PET-Flaschen und Dosen – kommen über das Pfandsystem zurück und werden recycelt. Uns ist wichtig, dass wir bei der Herstellung unserer Verpackungen auch Recyclingmaterial einsetzen, um den Kreislauf „Flasche zu Flasche“ zu schließen. Der Anteil von Recyclingmaterial (rPET) am Gesamt-PET liegt bei Einwegpfandflaschen in den Größen bis zu einem halben Liter derzeit bei 50 Prozent, ausgenommen sind die ViO-Getränke und die stillen Getränke (Fuze Tea, Powerade etc.). Bezogen auf das Gesamtportfolio lag der rPET-Anteil bei Einwegpfandflaschen bei 29,7 Prozent. 2020 stellen wir die PET-Einwegpfandflaschen für ViO sukzessive auf Flaschen aus 100 Prozent rPET-Material um.

Auch bei Glas und Dosen setzen wir auf wiederverwertete Materialien. So bestehen beispielsweise unsere Glasmehrwegflaschen zu 59 Prozent aus recyceltem Glas. Recycling betrifft jedoch nicht nur unsere Einwegflaschen und Dosen, sondern zum Beispiel auch Etiketten oder Verschlüsse von Mehrwegflaschen. Der Recyclingdienstleister Remondis hat 2019 knapp 3.141 Tonnen Polypropylen-Verschlüsse von 1-Liter-PET-Mehrwegflaschen von unseren Standorten abgeholt und dem Recycling zugeführt. Davon wurden 1.200 Tonnen Verschlüsse an das Unternehmen Fränkische geliefert und zu Rigofill-Blöcken recycelt. Diese Blöcke dienen als Regenwasserspeicher. Da die Verschlüsse nicht erneut in der Lebensmittelindustrie eingesetzt werden dürfen, eignen sie sich hervorragend als Rezyklat. Sie ersetzen dabei Neuware, können mindestens 50 Jahre im Einsatz sein und danach erneut vollständig dem Recycling zugeführt werden. Weitere Beispiele sind:

- **Papieretiketten: Wir haben 2019 erstmals Papieretiketten aus 100 Prozent recycelten Fasern im Feldtest bei ausgewählten Produkten eingesetzt. 2020 werden erste Produktlinien umgestellt.**
- **Shrinkfolien: 2019 haben wir gemeinsam mit unseren Folienlieferanten Folien mit 50 Prozent und 100 Prozent recyceltem Polyethylen entwickelt und getestet.**

Coca-Cola unterstützt das Projekt „Spende Dein Pfand“, eine Maßnahme, mit der wir das „Wegwerfen“ unserer Verpackungen weiter eindämmen. Fluggäste finden an acht deutschen Flughäfen vor der Sicherheitskontrolle große, transparente Sammelgefäße für ihre leeren Getränkeflaschen und -dosen. Für die Entleerung und Pflege der Behälter haben ehemalige Langzeitarbeitslose einen Arbeitsplatz erhalten. Der Grüne Punkt kümmert sich um die Abholung der bepfandeten Gebinde und das Recycling von Flaschen und Dosen. Auch die Weitergabe des Pfands an soziale Organisationen, die bedürftige Menschen in der Region unterstützen, koordiniert der Grüne Punkt. Deutschlandweit spendeten Fluggäste 2019 das Pfand von rund 2,6 Millionen Flaschen.

Nicht nur bei unseren Verpackungen, auch in unseren Betrieben schließen wir Wertstoffkreisläufe. Die Gesamtrecyclingquote lag 2019 in der Produktion bei 96,6 Prozent. Damit konnte sie im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Prozentpunkte verbessert werden. 2015 haben wir ein Konzept zur Erhöhung der Recyclingquote für Produktionsabfälle durch bessere und differenziertere Sortierung entwickelt und in den Folgejahren an einzelnen Produktionsstandorten implementiert. 2019 konnten wir das Konzept erfolgreich auf weitere Produktionsstandorte ausdehnen, so dass es jetzt an den Produktionsstandorten Genshagen, Karlsruhe, Dorsten, Lüneburg, Mölln und Fürstfeldbruck umgesetzt ist. 2020 sollen unter anderem die Standorte Mönchengladbach und Hildesheim folgen.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Verpackungen“

Anteil von Mehrweg und Einweg bei den Endverbraucherpackungen	Einheit	2017	2018	2019
Mehrweg	Prozent	41,17	39,89	38,83
Einweg mit Pfand	Prozent	58,63	60,03	61,12
Einweg ohne Pfand	Prozent	0,20	0,08	0,05
Einsatz von erneuerbaren Materialien	Einheit	2017	2018	2019
Anteil recyceltes PET über alle PET-Einwegflaschen ²²	Prozent	24,1	30,2	29,7
Anteil recyceltes Glas in unseren Glasflaschen	Prozent	52	59	59

²² Die Kennzahlen für 2017 und 2018 mussten geringfügig im Vergleich zum Kurzbericht Nachhaltigkeit 2018 korrigiert werden, um die volle Vergleichbarkeit mit 2019 zu gewährleisten.

HANDELN FÜR DIE GESELLSCHAFT



Die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiterinnen und weiblichen Führungskräfte treiben wir voran, um Gleichberechtigung auf allen Ebenen zu fördern. Außerdem unterstützen wir Frauen und Männer mit Migrationsgeschichte über das Mentoringprogramm „Geh Deinen Weg“ der Deutschlandstiftung Integration, das ihnen bei

der Integration in den deutschen Arbeitsmarkt hilft. Gleicher Lohn für gleiche Arbeit ist für uns selbstverständlich.

Weil wir die SDGs nur gemeinsam erreichen können, schließen wir Kooperationen mit anderen Unternehmen und Organisationen. Dazu zählen unter anderem die Nationalen Naturlandschaften und die Heinz Sielmann Stiftung im Bereich Biodiversität, aber auch die Deutschlandstiftung Integration, die Tafeln und weitere soziale Organisationen, mit denen wir gegen Lebensmittelverschwendung kämpfen und uns für Chancengleichheit und Inklusion einsetzen.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für die Gesellschaft“

Coca-Cola produziert weltweit lokal, so auch in Deutschland. Wir möchten ein guter Arbeitgeber sein, dem Werte wie Vielfalt und Inklusion ebenso wichtig sind wie Sozialleistungen, Arbeitssicherheit und betriebliches Gesundheitsmanagement. Gleichzeitig wollen wir vor Ort in den Regionen, in denen wir tätig sind, ein guter Nachbar sein und uns um wichtige Anliegen der Gesellschaft kümmern. Dazu geben wir unseren Mitarbeitenden auch die Möglichkeit, in ihrer Arbeitszeit soziale und ökologische Initiativen zu unterstützen.

Ziele 2025

- Wir werden eine Unternehmenskultur fördern, die auf Vielfalt und Inklusion setzt. Mindestens 40 Prozent der Managementpositionen wollen wir mit Frauen besetzen.
- Wir werden unseren gesellschaftlichen Beitrag verstärken, indem wir ehrenamtliche Tätigkeiten unserer Mitarbeitenden noch stärker unterstützen und Partnerschaften im lokalen Bereich fördern.
- Wir werden Initiativen fördern, die jungen Menschen den erfolgreichen Berufseinstieg erleichtern und sie dabei unterstützen, ihr Selbstvertrauen zu stärken.

Unsere Aktivitäten im Bereich Mitarbeitende

Förderung von Vielfalt im Unternehmen

Wir bei Coca-Cola stehen für Diversität, egal, ob es um das Geschlecht, das Alter, die kulturelle Herkunft, die Religion, die sexuelle Orientierung oder die physische und psychische Gesundheit geht. Deshalb setzen wir uns für eine offene Arbeitsatmosphäre ein, in der sich niemand verstecken oder Diskriminierung fürchten muss. Als verantwortungsvoller Arbeitgeber richten wir uns nach der Global Workplace Policy, der Charta der Vielfalt und den Vorgaben von Fair Company Deutschland.

Die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiterinnen und weiblichen Führungskräfte fördern wir besonders, um den Anteil von Frauen auf allen Ebenen zu erhöhen. Zu unseren Maßnahmen gehören flexible Arbeitszeitmodelle und Möglichkeiten, im Home-Office zu arbeiten oder eine Ausbildung in Teilzeit zu absolvieren, ebenso wie Mentoring-Programme, Programme zur Talententwicklung sowie Veranstaltungen unseres Frauennetzwerks. Wir kooperieren mit der Initiative „Komm, mach MINT“, waren auch 2019 bei den Girls' Days dabei und präsentierten uns als Arbeitgeber bei der herCAREER, um weibliche Talente zu rekrutieren.

Nach dem erfolgreichen Auftakt der Diversity Filmnacht 2018 luden wir auch 2019 gemeinsam mit unserem langjährigen Partner Europa-Park Rust 150 Mitarbeitende beider Unternehmen zu einer Filmnacht ein. Das Thema war „Europa der Vielfalt“. In einer kleinen Talkrunde sprachen Mitarbeitende über ihre persönliche Wahrnehmung von Vielfalt und Integration in der Gesellschaft.

In „Unconscious Bias Workshops“ befassten sich 2019 rund 50 Auszubildende und Trainees mit Vielfalt und Inklusion. Ziel der Workshops ist es, unbewusste Denkmuster und Stereotype zu erkennen und aufzubrechen.

Seit 2019 ist CCEP stolzes Mitglied der PrOut@Work-Foundation, der Dachorganisation für LGBTIQ*-freundliche Unternehmensnetzwerke. Auch das Siegel „PRIDE 500“ hat CCEP 2019 erneut erhalten. Damit werden LGBTIQ*-freundliche Unternehmen ausgezeichnet, die sich intern und extern für die Rechte von LGBTIQ* einsetzen.

Über das interne Rainbow-Netzwerk unterstützte CCEP 2019 erneut die Respect Gaymes des Lesben- und Schwulenverbandes Berlin-Brandenburg mit Getränken und Hilfe vor Ort. Darüber hinaus waren die Mitglieder in verschiedenen LGBTIQ*-Firmennetzwerken der Stadt Berlin aktiv. Rund um die Paraden zum Christopher Street Day in Köln, Hamburg und Berlin gab es eine nicht kommerzielle Edition von Coca-Cola: Die „Love Can“ unterstrich die Bedeutung von Liebe und Toleranz.

Einbindung der Mitarbeitenden

CCEP Deutschland möchte Mitarbeitende in möglichst viele Prozesse einbeziehen und legt Wert auf ihre Meinung. Im September 2019 hatten deshalb alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, an einer unternehmensweiten Befragung teilzunehmen. Derweil haben alle Führungskräfte am Kulturprogramm

Accelerate Performance teilgenommen und haben die Inhalte an ihre Mitarbeitenden weitergetragen. Wichtiger Baustein ist dabei das gesellschaftliche Engagement, das CCEP ausdrücklich fördert (siehe unten).

Die Initiative „Auf 'ne Coke mit...“ haben wir 2019 an allen Standorten fortgeführt, um den persönlichen und offenen Austausch von Mitgliedern des Top-Managements mit Mitarbeitenden aller Ebenen zu fördern. Mitarbeitende von CCEP Deutschland, die mit ihren Vorschlägen dazu beitragen, die Effizienz zu steigern, die Arbeitssicherheit zu erhöhen oder Umweltauswirkungen zu reduzieren, erhalten eine Prämienzahlung. 2019 gingen 143 Vorschläge ein, 97 davon wurden prämiert.

Gesundheit und Sicherheit

Deutschlandweit haben wir unseren Mitarbeitenden 2019 mehr als 290 Gesundheitsmaßnahmen angeboten, etwa zu den Themen Stressprävention, Fitness oder Gesundheitsvorsorge. Im Durchschnitt fanden neun Maßnahmen pro Standort statt – mit insgesamt mehr als 19.000 Teilnehmenden. 2019 schlossen wir unser nationales VORLEBEN Programm zur mentalen Gesundheit und Reduktion psychischer Belastungen an allen Produktions- und Logistikstandorten ab. Das Thema „Führung & Gesundheit“ stand 2019 im Fokus; mehr als 400 Führungskräfte nahmen an Trainings teil. Der Erfolg zeigt sich auch in den Zahlen: Wir konnten die Krankenquote von 8,3 auf 7,8 Prozent senken.²³

Wir haben die Sicherheitskultur 2020 – ein Konzept zur Minimierung von Unfallrisiken – formuliert. Diese basiert auf einer positiven Einstellung zu Sicherheit, steter Kommunikation, Trainings und der Entwicklung eines Sicherheitsbewusstseins. Wir schulten 250 Führungskräfte zur Aufarbeitung und Vermeidung von Unfällen. Selbstverständlich sind unsere Standorte nach dem Arbeitssicherheitsstandard OHSAS 18001 zertifiziert. So ging auch die Zahl der Unfälle weiter zurück: Die Lost Time Incident Rate²⁴ sank von 1,9 Prozent (2018) auf 1,7 Prozent (2019).

Weitere Kennzahlen zu Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement werden jährlich intern im Rahmen eines Gesundheitsberichtes kommuniziert.

Fortbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden

Unsere Mitarbeitenden erhielten 2019 im Durchschnitt Schulungen im Umfang von 9,7 Stunden bei CCEP Deutschland und 20 Stunden bei der Coca-Cola GmbH.

Als ein wichtiger Schritt, um die Mitarbeitenden in den Supply-Chain-Fachbereichen für die Herausforderungen der Zukunft weiterzubilden, startete 2019 die Initiative „Fit For Future“: Neue Lerneinheiten in Form von Schulungsvideos erweitern das Supply-Chain-Schulungsangebot und ermöglichen selbstgesteuertes, räumlich und zeitlich unabhängiges Lernen.

Entlohnung und Sozialleistungen

CCEP Deutschland entlohnt überwiegend (94,6 Prozent) nach Tarif und somit unabhängig vom Geschlecht. Die Mitarbeitenden der Coca-Cola GmbH werden außertariflich bezahlt. Ihre Bezahlung entspricht mindestens dem Tarifvertrag von CCEP Deutschland.

2019 wurden die monatlichen Tabellenentgelte der Tarifgruppen von CCEP Deutschland um 120 Euro brutto angehoben. Das Urlaubsgeld erhöhte sich 2019 bei allen tariflich beschäftigten Arbeitnehmenden von 30,90 Euro auf 32,01 Euro pro Urlaubstag. Das bedeutet bei einer tariflichen Vollzeitbeschäftigung eine Erhöhung des Urlaubsgelds von 927 Euro auf 960 Euro. Zusätzlich erhalten die Mitarbeitenden Leistungen für Altersteilzeit und Altersvorsorge, Sonderzuwendungen und Gesundheitsvorsorge.

Mitarbeiterstiftung „Wir sind Coca-Cola“

Unsere Mitarbeiterstiftung „Wir sind Coca-Cola“ unterstützt seit acht Jahren Mitarbeitende und ihre nahen Angehörigen in Notsituationen. Sie hilft finanziell bei Schicksalsschlägen wie schweren Unfällen, langer Krankheit oder Naturkatastrophen. Die Stiftung meldete für 2019 sieben Unterstützungsfälle und stellte insgesamt 25.341 Euro zur Verfügung.

Unsere Aktivitäten im Bereich gesellschaftliches Engagement

Corporate Volunteering

Wir von Coca-Cola Deutschland engagieren uns auf vielfältige Weise für das Gemeinwohl. Unsere Mitarbeitenden packen bei den „Aktionstagen Nachhaltigkeit“ mit an. 2019 leisteten mehr als 900 Mitarbeitende in ihrer Arbeitszeit über 5.000 Stunden ehrenamtliche Arbeit. Das waren doppelt so viele Teilnehmende wie im Vorjahr. Insgesamt wurden deutschlandweit 86 Aktionstage durchgeführt. Dazu gehörte erstmals die 48 Stunden dauernde europaweite Müllsammelaktion „LitterAthlon“. Insgesamt wurden in Deutschland 2019 bei elf Einsätzen rund 31 Kubikmeter Müll gesammelt. Die Mitgliederinnen und Mitglieder des Top-Managements engagierten sich einen Tag lang ehrenamtlich bei der Berliner Tafel.



Im Rahmen der „Sommerakademie Vielfalt“ nahmen 28 Stipendiatinnen und Stipendiaten aus 21 Nationen teil. Neben der Frage, welchen Gewinn Vielfalt sowohl für die Gesellschaft als auch für die Natur bringt, stand die berufliche und persönliche Förderung junger Menschen mit Migrationshintergrund im Vordergrund.

Die Coca-Cola GmbH gewährt ihren Mitarbeitenden bereits zwei Freistellungstage, damit sie sich im Rahmen von Corporate-Volunteering-Projekten engagieren können. Seit 2019 stehen Mitarbeitenden von CCEP Deutschland bis zu zwei statt wie vorher ein bezahlter Freistellungstag für ehrenamtliche Einsätze zur Verfügung. 2019 starteten wir eine Kooperation mit vostel, einer digitalen Engagementplattform. Ziel ist es, den Anmeldeprozess für unsere Mitarbeitenden zu erleichtern, wenn sie sich ehrenamtlich engagieren möchten.

²³ Die Kalkulation basiert auf der Gesamtmitarbeitendenzahl inklusive aller krankheitsbedingt inaktiven Mitarbeitenden und abzüglich der Mitarbeitenden in ruhenden Arbeitsverhältnissen, Freistellung oder Altersteilzeit/Ruhephase.

²⁴ Die Kennzahl LTIR berechnet sich aus: Anzahl der Arbeitsunfälle x 200.000 Stunden/tatsächlich geleistete Arbeitsstunden (Arbeitsstunden abzüglich Ausfallzeiten). Die Berechnung mit 200.000 Stunden basiert auf: 100 Vollzeit-Arbeitnehmerinnen und -Arbeitnehmer arbeiten 40 Stunden/Woche für 50 Wochen. Besucher, Lieferanten, Zeit- und Leiharbeitskräfte werden in der Statistik nicht erfasst.

Integration als gesellschaftliche Kernaufgabe

Wir setzen uns aktiv für die Integration von Menschen mit Fluchterfahrung und Migrationsgeschichte in den deutschen Arbeitsmarkt ein. Seit 2016 ist CCEP Deutschland offizieller Partner der Deutschlandstiftung Integration. Vertreter unseres Unternehmens arbeiten aktiv im Stiftungsrat und im Kuratorium mit. Mitarbeitende von Coca-Cola Deutschland engagieren sich als Mentorinnen und Mentoren für talentierte Migrantinnen und Migranten im Rahmen des zweijährigen Programms „Geh Deinen Weg“ der Deutschlandstiftung Integration.

241.848 Euro kamen durch das Projekt „Lokalliebe“ zusammen. Es ist das größte Außer-Haus-Markt-Spendenprogramm von CCEP Deutschland für gemeinnützige Organisationen. Pro verkaufter Glasmehrwegflasche von ViO, Apollinaris und HONEST® bei teilnehmenden Gastronomiepartnern werden zwei Cent an eines von 53 sozialen Projekten in 35 deutschen Städten gespendet.

CCEP Deutschland lud gemeinsam mit der Deutschlandstiftung Integration und den Nationalen Naturlandschaften (ehem. EUROPARC Deutschland e.V.) zur „Sommerakademie Vielfalt“ in das Biosphärenreservat Thüringer Wald ein. Im Rahmen unserer Partnerschaft nahmen 28 Stipendiatinnen und Stipendiaten des Mentoringprogramms „Geh Deinen Weg“, die aus 21 Nationen

stammen, an der dreitägigen Veranstaltung teil. Die Teilnehmenden beschäftigten sich mit dem Thema „Vielfalt als Innovationsmotor“ und der zentralen Frage, welchen Gewinn Vielfalt sowohl für die Gesellschaft als auch für die Natur bringt. Dabei stand die berufliche und persönliche Förderung junger Menschen mit Migrationshintergrund im Vordergrund der Veranstaltung.

Die The Coca-Cola Foundation unterstützt darüber hinaus die ReDI SCHOOL of Digital Integration, die geflüchteten Frauen IT-Kompetenzen vermittelt, damit sie bessere Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben. Unser Engagement „Digital Empowerment of Refugee and Migrant Women“ bei der ReDI School gehörte 2019 zu den Projekten von „5by20“. Mit diesem Programm von TCCC sollen bis Ende 2020 weltweit fünf Millionen Unternehmerinnen Teil der Wertschöpfungskette von TCCC werden. 2019 haben wir mit unserem Weiterbildungsprojekt 209 Frauen erreicht.

Zudem förderte die The Coca-Cola Foundation im Jahr 2019 Organisationen und Initiativen, die Jugendlichen mit Migrationshintergrund oder aus sozial benachteiligten Familien über den Sport soziale Kompetenzen vermitteln. Dazu zählen die Camp Group, die Oliver Kahn Stiftung und streetfootballworld.

Für Inklusion im Sport

Auch 2019 haben wir unsere Zusammenarbeit mit Special Olympics Deutschland fortgesetzt, um die Inklusion von Menschen mit geistiger Behinderung zu fördern. In deutschlandweiten Unified Laufgruppen trainieren Sportlerinnen und Sportler mit und ohne Behinderung gemeinsam und nehmen an Wettbewerben teil. Auf diese Weise können sie voneinander lernen und gleichzeitig Berührungspunkte im Umgang miteinander abbauen.

Engagement vor Ort

2019 haben wir das Projekt „LokalLiebe“ gestartet. Dahinter steckt das bisher größte Außer-Haus-Markt-Spendenprogramm von CCEP Deutschland für gemeinnützige Organisationen. Mit jeder verkauften Glasmehrwegflasche von ViO, Apollinaris und Honest bei teilnehmenden Gastronomiepartnern wurden zwei Cent an eines von 53 sozialen Projekten in 35 deutschen Städten gespendet. So kamen 2019 insgesamt 241.848 Euro zusammen.

Gemeinnützige Vereine und Projekte vor Ort unterstützen – das ist auch das Ziel der Initiative „Support my Cause“, die CCEP Deutschland im Rahmen der Strategie „Handeln. Verändern.“ umgesetzt hat. Mitarbeitende wählten drei Initiativen aus dem „LokalLiebe“-Projekt in Deutschland, die insgesamt mit 25.000 Euro gefördert wurden.

Rund 5.000 Menschen haben in diesem Jahr einen Blick hinter die Kulissen unserer Produktion und Logistik geworfen. Wir öffneten die Türen unserer Betriebe und veranstalteten vier „Family & Friends Days“, zwei Abende der offenen Tür und einen Tag des offenen Lagers. An vier Standorten nahmen wir zudem an der Langen Nacht der Industrie teil. Bei insgesamt zehn Stadtfesten in unseren Regionen waren wir mit Infoständen präsent. Im Mittelpunkt stand der Dialog mit den Menschen vor Ort: Wir zeigten und erklärten, was wir tun, und beantworteten Fragen. Im Rahmen des Community-Engagements spendeten wir 38.000 Euro für 25 lokale Vereine und Initiativen.

Für den Erhalt von Biodiversität

Biologische Vielfalt bildet nicht nur unsere Lebensgrundlage, sondern sichert auch unsere Lieferkette von morgen für die Produktion unserer Getränke. Der schonende Umgang mit Ressourcen ist fester Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Im Kapitel „Handeln für eine nachhaltige Lieferkette“ am Ende dieses Kurzberichts Nachhaltigkeit gehen wir im Detail auf unsere Kooperationen zum Schutz der biologischen Vielfalt ein.

Gegen Lebensmittelverschwendung

Coca-Cola Deutschland unterstützt seit vielen Jahren die Tafeln in Deutschland mit Waren-, Geld- und Sachspenden. Auf diesem Weg helfen wir dabei, Menschen mit geringem Einkommen mit Lebensmitteln zu versorgen, und setzen ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung. Seit 2018 unterstützen wir besonders die Jugendorganisation der Tafeln. Für unser Engagement erhielten wir 2019 erneut den „Tafelteller“. Seit 2019 ist ein Corporate-Volunteering-Einsatz bei den Tafeln fester Bestandteil des Onboardings aller Auszubildenden von CCEP Deutschland. Neben dem Dachverband sind auch einzelne lokale Tafeln wichtige Partner beim Projekt „LokalLiebe“.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für die Gesellschaft“

Mitarbeitende

Gesamtbelegschaft	Einheit	2017	2018	2019
Gesamtzahl der Mitarbeitenden CCEP DE ²⁵	Anzahl gesamt	9.745	9.142	8.935
	Geschlecht (m/w)	7.756/1.989	7.379/1.763	7.207/1.728
Gesamtzahl aktiver Mitarbeitender (Berechnungsgrundlage CCEP DE) ²⁶	Anzahl gesamt	8.337	7.829	7.278
	Geschlecht (m/w)	6.712/1.625	6.334/1.495	5.947/1.331
Coca-Cola GmbH ²⁷	Anzahl gesamt	145	146	149
	Geschlecht (m/w)	54/91	55/91	62/87

Anteil von Frauen an der Gesamtbelegschaft	Einheit	2017	2018	2019
CCEP DE	Prozent	20,4	19,3	19,3
Coca-Cola GmbH	Prozent	62,8	62,3	58,4

Anteil von Frauen in den drei obersten Führungsebenen ²⁸	Einheit	2017	2018	2019
CCEP DE ²⁹	Prozent	26,2	30,0	29,2
Coca-Cola GmbH	Prozent	56,0	50,0	47,0

Gesamtbelegschaft nach Nationalität	Einheit	2017	2018	2019
CCEP DE ³⁰	Prozent (Deutsch/andere)	89,9/10,1	89,4/10,6	89,2/10,8
Coca-Cola GmbH	Prozent (Deutsch/andere)	78,6/21,4	86,0/14,0	79,8/20,2

Auszubildende der CCEP DE ³¹	Einheit	2017	2018	2019
Anteil von Auszubildenden	Prozent	2,9	3,0	3,4
Technische und gewerbliche Auszubildende	Anzahl gesamt	171	172	209
	Geschlecht (m/w)	150/21	145/27	168/41
Kaufmännische Auszubildende	Anzahl gesamt	69	65	53
	Geschlecht (m/w)	19/50	29/36	24/29

Mitarbeitende mit Behinderung	Einheit	2017	2018	2019
CCEP DE ³²	Prozent	6,1	6,4	6,9
Coca-Cola GmbH	Prozent	2,1	2,1	2,7

Gleichstellung	Einheit	2017	2018	2019
Vorfälle an Diskriminierungen jeglicher Art	Anzahl	0	0	0

Krankenquote	Einheit	2017	2018	2019
CCEP DE ³³	Prozent	8,6	8,3	7,8

Unfallstatistik der CCEP DE	Einheit	2017	2018	2019
Lost Time Incident Rate (LTIR) ³⁴	Prozent	2,1	1,9	1,7

Trainingsstunden pro Mitarbeitendem	Einheit	2017	2018	2019
CCEP DE ³⁵	Stunden	11,4	9,2	9,7
Coca-Cola GmbH ³⁶	Stunden	23,2	8,3	20,0

Gesellschaftliches Engagement

Engagement der Verkaufsgebiete und Hauptverwaltungen	Einheit	2017	2018	2019
Summe aller Bar- und Sachförderungen	Euro	1.023.208	658.400	868.471
Summe geleisteter Arbeitsstunden für soziale Zwecke	Stunden	1.608	2.645	5.001

²⁵ Kalkulation basiert auf der Anzahl aller aktiven und nicht aktiven Mitarbeitenden zum Stand Dezember des jeweiligen Jahres ohne Einschränkung.

²⁶ Kalkulation basiert auf allen aktiven Mitarbeitenden zum Stand Dezember des jeweiligen Jahres exklusive Mitarbeitenden in Restrukturierung und vornehmlich international tätigen Rollen.

²⁷ Headcount operativ und nicht operativ.

²⁸ Führungskräfte: ab Jobgrade 10 (interne Jobebenenklassifizierung).

²⁹ Die Kalkulation basiert auf der Gesamtmitarbeitendenzahl inklusive aller krankheitsbedingt Mitarbeitenden und abzüglich der Mitarbeitenden in ruhenden Arbeitsverhältnissen, Freistellungen oder Altersteilzeit/Ruhephase.

³⁰ Alle Mitarbeitendengruppen inklusive Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeitende aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikantinnen und Praktikanten.

³¹ Der Anteil der Auszubildenden bezieht sich auf die Grundgesamtheit aller Mitarbeitenden (außer Mitarbeitende in Restrukturierung und Altersteilzeit passiv).

³² Alle Mitarbeitergruppen inklusive Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeitende aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikantinnen und Praktikanten.

³³ Kalkulation basiert auf der Gesamtmitarbeitendenzahl inklusive aller krankheitsbedingt inaktiven Mitarbeitenden und abzüglich der Mitarbeitenden in ruhenden Arbeitsverhältnissen, Freistellung oder Altersteilzeit Ruhephase.

³⁴ Die Kennzahl LTIR berechnet sich aus: Anzahl der Arbeitsunfälle x 200.000 Stunden/tatsächlich geleistete Arbeitsstunden (Arbeitsstunden abzüglich Ausfallzeiten). Die Berechnung mit 200.000 Stunden basiert auf: 100 Vollzeit-Arbeitnehmerinnen und -Arbeitnehmer arbeiten 40 Stunden/Woche für 50 Wochen. Besucherinnen und Besucher, Lieferanten, Zeit- und Leiharbeitskräfte werden in der Statistik nicht erfasst.

³⁵ Berücksichtigung aller Mitarbeitenden, die zum operativen Headcount zählen inklusive Auszubildenden und Trainees. Ausgetretene und externe Mitarbeitende sind nicht enthalten. Daten berücksichtigen ausschließlich Klassenraum- und Onlinetrainings. Unser Fokus liegt inzwischen verstärkt auf Learning und Coaching-on-the-Job u. a. in Form von Inhouse-Trainerinnen und -Trainern, Shadowing sowie Expertinnen- und Experten-Communities.

³⁶ Berechnung erfolgte auf Basis der Mitarbeitendenzahl ohne Trainees, Auszubildende, Praktikantinnen und Praktikanten oder Werkstudierende. Nach dem Rückgang der Trainingsstunden pro Mitarbeitendem 2018 durch geringere Anmeldezahlen bei den Classroom-Trainings konnte 2019 das frühere Niveau erreicht werden. Im Fokus standen Führungskräfte trainings, Career-Workshops und individuelles E-Learning.

HANDELN FÜR DAS WASSER



Als Getränkehersteller benötigen wir in unseren Abfüllbetrieben Wasser als Inhaltsstoff für unsere Produkte sowie für die Reinigung der Verpackungen und Anlagen. Ziel unseres weltweiten Wassermanagements ist es deshalb, die Ressource Wasser zu schützen: Wir ergreifen Maßnahmen, die verhindern, dass unsere Wasserentnahme an den Produktionsstandorten negative Auswirkungen auf das Umfeld hat. Wir reduzieren unseren Wasserverbrauch immer weiter. Außerdem arbeiten wir daran, das Abwasser aus unserer Produktion wieder aufzubereiten. Und wir unterstützen das Ziel, Menschen weltweit einen freien Zugang zu sauberem Trinkwasser zu ermöglichen.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für das Wasser“

Wasser ist eine wichtige Ressource und wichtigster Inhaltsstoff für unsere Getränke. Deshalb ist der sorgsame Umgang mit Wasser einer der Schwerpunkte unseres Umweltmanagements. Wir untersuchen alle Standorte hinsichtlich eventueller langfristiger Risiken der Wasserentnahme für das Umfeld und leiten bei Bedarf entsprechende Maßnahmen ein. Wir wollen die Wassereffizienz weiter erhöhen. Unser Abwasser wird so aufbereitet, dass es den natürlichen Lebensbedingungen von Pflanzen und Tieren entspricht.

Ziele 2025

- Wir werden die Wasserquellen, die wir nutzen, für die kommenden Generationen nachhaltig schützen.
- Wir werden das Wassernutzungsverhältnis in unserer Produktion um 20 Prozent reduzieren³⁷ und zugleich das Thema Wasser bei den Partnern in unserer Lieferkette adressieren.
- Wir werden 100 Prozent des Wassers, das wir in Gebieten mit Wasserstress verwenden, wieder ausgleichen.

Ausgezeichnetes Wassermanagement

Beim Wassermanagement von CCEP Deutschland liegt der Fokus darauf, die Ressource Wasser nachhaltig zu nutzen. Dazu gehört, dass wir unseren Wasserverbrauch immer weiter reduzieren und das in der Produktion zum Beispiel für die Reinigung von Flaschen und Anlagen verwendete Wasser wieder aufbereiten. So konnten wir das Verhältnis von Wasserverbrauch und Produktionsmenge 2019 leicht verbessern: von 1,72 auf 1,71 Liter Wasser pro Liter Getränk.

2019 konnten wir insgesamt rund 65.000 Kubikmeter Wasser im Vergleich einsparen. Folgende Maßnahmen haben uns dabei geholfen:

- In Dorsten haben wir die Wasseraufbereitung optimiert, indem wir unter anderem die Effizienz der Umkehrosmose-Anlage gesteigert haben.
- In Hildesheim ist die Flaschenreinigungsmaschine nun mit einem Wassersparsystem ausgestattet und die Reinigungsintervalle in der Wasseraufbereitung wurden vergrößert. Das letzte Ausspritzwasser wird aufgefangen, aufbereitet und für den vorletzten Spülvorgang verwendet, so dass dafür kein Frischwasser genutzt werden muss.
- In Mannheim haben wir die Reinigung der Siruptanks optimiert.
- In Lüneburg gab es Optimierungen beim Reinigungsprozess der Mehrwegkästen, in der Flaschenausspülung (Rinsung) und in der Wasseraufbereitung.



2019 konnten wir mit verschiedenen Maßnahmen rund 65.000 Kubikmeter Wasser einsparen.

Das Carbon Disclosure Project (CDP) hat CCEP erneut für das Nachhaltigkeitsengagement im Bereich Wasser ausgezeichnet. Damit gehören wir zu den 37 Unternehmen weltweit, die in die prestigeträchtige A-Liste „Water Security“ aufgenommen wurden. Im Dow Jones Sustainability Index wird CCEP zudem als Referenzunternehmen für vorbildliches Wassermanagement genannt.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für das Wasser“

Wasser	Einheit	2017	2018	2019
Betriebe mit Water-Source-Vulnerability-Analyse und Maßnahmen zu „Water Source Vulnerability“	Betriebe/ Prozent	17/100	16/100	16/100
Wasserverbrauch an den Produktionsstandorten der CCEP DE	l H ₂ O pro l Getränk	1,75	1,72	1,71
Reduktion des Wasserverbrauchs pro Liter Fertiggetränk seit 2010 ³⁸	Prozent	15,71	16,94	17,48

Wasserentnahme an den Produktionsstandorten der CCEP DE

	Einheit	2017	2018	2019
Gesamt	Liter	6.252.000.000	6.226.000.000	6.039.000.000
Davon Stadtwasser	Prozent	68,45	66,20	65,58
Davon eigene Brunnen	Prozent	31,55	33,80	34,42

³⁷ Wassernutzungsverhältnis, Wasserverbrauch gesamt in Liter pro Liter produzierten Fertigerzeugnissen.

³⁸ Die Kennzahlen für 2017 und 2018 mussten geringfügig im Vergleich zum Kurzbericht Nachhaltigkeit 2018 korrigiert werden, um die volle Vergleichbarkeit mit 2019 zu gewährleisten.

HANDELN FÜR DAS KLIMA



Wir sind uns unserer Verantwortung für den Klimaschutz bewusst und arbeiten kontinuierlich daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Im Fokus steht dabei die Reduzierung von Treibhausgas-Emissionen in allen Teilen unserer Wertschöpfungskette.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für das Klima“

Wir haben unseren Klimaeffekt über die gesamte Wertschöpfungskette analysiert und für alle relevanten Bereiche Maßnahmen entwickelt und umgesetzt, um unsere Treibhausgas-Emissionen weiter zu senken. Mit großem Erfolg: Unsere für 2025 gesteckten Ziele haben wir bereits 2017 erreicht, sie teilweise noch übertroffen. Nun werden wir die Messlatte höherhängen, um unseren ökologischen Fußabdruck weiter zu verringern – die Abstimmung neuer Zielgrößen ist in vollem Gange.

Ziele 2025

- Wir werden die Treibhausgas-Emissionen unseres Kerngeschäfts um 50 Prozent senken.³⁹
- Wir werden die Treibhausgas-Emissionen pro verkauftem Liter Getränk in unserer gesamten Wertschöpfungskette um 35 Prozent senken.
- Bis 2020 werden wir Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen einkaufen.

Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks

Wir berechnen unsere CO₂-Emissionen auf Grundlage des Greenhouse Gas Protocol, das Treibhausgas-emissionen in drei Geltungsbereiche (Scopes) unterteilt. Wir berechnen Scope 1-3 für die gesamte Lieferkette: Scope 1 (alle direkten Emissionen aus eigenen Anlagen), Scope 2 (alle indirekten Emissionen, die durch Energieerzeugung für das Unternehmen entstehen), sowie Scope 3 (alle übrigen Emissionen des Produkt- und Herstellungszyklus). Wir wollen unseren CO₂-Fußabdruck kontinuierlich reduzieren. Deshalb suchen wir in allen Bereichen unserer Geschäftstätigkeit nach Ansätzen, Treibhausgase gezielt einzusparen. Bei den Maßnahmen konzentrieren wir uns zunächst auf die CO₂-Hauptverursacher, auf die wir den größten Einfluss haben: eine energiesparendere Verkaufstechnik, umweltschonendere Verpackungen und bevorzugt regionale Inhaltsstoffe.

Die Erfolge dabei lassen sich an Zahlen ablesen: So fielen 2019 235,4 Gramm CO₂ pro Liter Getränk an – eine Reduktion des CO₂-Fußabdrucks um 23,6 Gramm pro Liter Getränk im Vergleich zu 2015. Insgesamt wurden im Kerngeschäft 2019 406.129 Tonnen CO₂ emittiert. Das bedeutet eine Einsparung von 4,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Unsere Umstellung auf 100 Prozent Grünstrom wirkt sich seit 2015 positiv auf den CO₂-Fußabdruck aus.

Strom aus erneuerbaren Energien und Energieeffizienz

Seit 2015 ist das gesamte Unternehmen (Produktion, Vertrieb, Verwaltung) nach dem Energiemanagementstandard DIN ISO 50001:2011 zertifiziert. Wir arbeiten weiter kontinuierlich an der Senkung unseres Energiebedarfs.

Auch im Jahr 2019 bezogen wir für unsere Standorte zu 100 Prozent Ökostrom. Wir setzten 303 mit Ökostrom betriebene E-Gabelstapler ein, was einem Anteil von 64,1 Prozent entspricht. Von den 265.908 Kühlgeräten, die wir Märkten zur Verfügung stellten, waren knapp 67 Prozent mit energiesparenden Lösungen ausgestattet (2018: 63 Prozent). Wir kaufen nur noch FKW-freie Kühler; bereits 79 Prozent unserer Kühler im Markt sind FKW-frei (2018: 72 Prozent).

In unseren Produktionsstätten haben wir unter anderem folgende Energieeffizienzmaßnahmen über Modernisierung und Instandhaltung umgesetzt:

- das Niederdruckluft-System in Fürstenfeldbruck ausgetauscht und das in Lüneburg optimiert,
- den Hochdruckkompressor in Soden ersetzt,
- eine Waschmaschine in Mönchengladbach ausgetauscht,
- den Blasdruck für kleinere Gebindegrößen in Knetzgau sowie für größere Flaschen in Dorsten und Hildesheim reduziert,
- Energieabschaltungen etwa an Wochenenden standardisiert und ein Monitoring dafür eingeführt.

Mit den „Supply Chain Excellence Awards“ würdigt CCEP jährlich herausragende Leistungen in den fünf Kategorien Sicherheit, Qualität, Service, Innovation sowie Effizienz und Nachhaltigkeit. Der Award in der Kategorie Effizienz und Nachhaltigkeit ging an den Standort Knetzgau, der mit einer Steigerung von zehn Prozent in der Linienleistung 2019 die leistungsfähigste Abfülllinie von CCEP vorzuweisen hat. Das Produktionswerk in Dorsten wurde unter anderem für sein Bemühen, den Blasdruck zu senken und so Wasser und Energie einzusparen, als „Plant of the Year“ prämiert.

Innovationsgetrieben ist in Dorsten auch der Einsatz digitaler Technologie: Mithilfe eines 3D-Druckers kann das Team Maschinenersatzteile selbst herstellen. Eine Datenbrille erleichtert darüber hinaus in der Instandhaltung die Kommunikation – intern ebenso wie mit externen Dienstleistern.

³⁹ Absolutes Kohlendioxidsenkungsziel, unabhängig vom Unternehmenswachstum. Das Kerngeschäft umfasst Produktion, Logistik und Verkaufstechnik.

Lieferverkehr auf die Schiene

CO₂-Emissionen – und zugleich Kosten – sparen wir auch beim Transport, vor allem durch die bewusste und zunehmende Verlagerung von Lieferverkehr von der Straße auf die Schiene.

Mitte März 2019 fiel das Startsignal für unseren ViO-Zug: Seitdem rollt jede Woche ein ganzer Zug mit 34 Waggons mit unseren ViO-Getränken vom Umschlagbahnhof in Maschen (Niedersachsen) zur Umladestation in Köln und dann mit leeren Flaschen zum Wiederbefüllen zurück in den Norden. Mit dem



Seit März 2019 rollt der ViO-Zug jede Woche mit 34 Waggons ViO-Getränken vom Umschlagbahnhof in Maschen (Niedersachsen) zur Umladestation in Köln und dann mit leeren Flaschen zum Wiederbefüllen zurück. So verdoppeln wir den Schienenverkehr unserer Getränke aus Lüneburg auf rund 18% des Gesamtagerausgangs und sparen rund eine Million LKW-Kilometer bzw. 879 Tonnen CO₂-Emissionen ein.

ViO-Zug verdoppeln wir den Schienenverkehr unserer Getränke aus Lüneburg gegenüber dem Vorjahr und sparen rund eine Million LKW-Kilometer und 879 Tonnen CO₂-Emissionen ein.

Bereits 2016 haben wir begonnen, ViO-Getränke auf der Schiene mit einzelnen Waggons zu transportieren. Rund 18 Prozent des gesamten Lagerausgangs wurden 2019 von Lüneburg aus per Zug in Richtung Süden transportiert – doppelt so viel wie im Jahr davor.

Durch verbesserte Tourenführung, effizientere Auslastung sowie Vermeidung von Leerfahrten optimieren wir unsere Logistik. Wir konnten die Gesamtflotte unserer LKW reduzieren, haben Fahrzeuge mit hohem Spritverbrauch gegen sparsame Modelle ausgetauscht und unsere Belieferungsmatrix optimiert. Darüber hinaus achten wir auf das umsichtige Planen von Geschäftsreisen, insbesondere mit der Bahn, und bilden wenn möglich Fahrgemeinschaften.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für das Klima“⁴⁰

CO ₂ -Fußabdruck im Kerngeschäft	Einheit	2017	2018	2019
CO ₂ -Fußabdruck gesamt ⁴¹	Tonnen	450.255	426.638	406.129
Reduktion CO ₂ -Fußabdruck im Kerngeschäft seit 2010	Prozent	52,04	54,55	56,74

CO ₂ -Fußabdruck pro Liter Getränk über die gesamte Lieferkette				
CO ₂ -Fußabdruck pro Liter Getränk ⁴²	g pro l Getränk	246,9	241,1	235,4
Reduktion CO ₂ -Fußabdruck pro Liter Getränk seit 2010	Prozent	36,7	38,2	39,7
Energieverbrauch der Produktionsstandorte der CCEP DE ⁴³	kWh pro 1.000 l Getränkin Prozent	96,9	91,1	92,3
Gesamter Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen ⁴⁴	MWh	192.194	172.047	168.243
Gesamter Stromverbrauch aus erneuerbaren Quellen	kWh/Prozent	176.868/100	163.362/100	158.828/100

Kühler im Markt				
Gesamt	Anzahl	249.923	257.683	265.908
Davon FKW-frei	Anzahl	158.450	184.313	208.919
	Prozent	63,40	71,53	78,57
Energiesparende Kühler	Anzahl	143.818	161.712	177.768
	Prozent	57,54	62,76	66,85

⁴⁰ Wir arbeiten jedes Jahr an der Genauigkeit unserer Daten, daher können sich auch rückwirkend Zahlen/Daten ändern, um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

⁴¹ CCEP berichtet seit 2016 den CO₂-Fußabdruck nach einem veränderten Scope, der sich auf das eigene Kerngeschäft (Produktion, Logistik, Verkaufstechnik) bezieht, nicht enthalten ist die Herstellung der Verpackungen und der Inhaltsstoffe der Produkte.

⁴² Diese Kennzahl bezieht sich auf den CO₂-Fußabdruck für die gesamte Lieferkette, also inklusive der Herstellung von Verpackungen und Inhaltsstoffen.

⁴³ Zur Berechnung der Energieintensität wird das Produktionsvolumen verwendet. Berücksichtigte Energiearten sind Strom, Heizöl, Propangas, Erdgas, Fernwärme. Beim Propan- und Erdgasverbrauch berücksichtigen wir seit 2013 auch den Verbrauch, der durch die Preform-Herstellung an unserem Standort Halle entsteht.

⁴⁴ Seit 2013 fließen neben Strom aus erneuerbaren Quellen (Einkauf Ökostrom) auch Biogas in Knetzgau sowie Hackschnitzel in Fürstfeldbruck in die Kennzahlenberechnung mit ein. Neben der für die Getränkeherstellung benötigten Energie bezieht die Kennzahl auch die Verpackungsherstellung der Preforms für PET-Flaschen in Halle mit ein.

HANDELN FÜR EINE NACHHALTIGE LIEFERKETTE



Die Einhaltung der Menschenrechte ist Voraussetzung dafür, dass ein Unternehmen als Lieferant in Frage kommt. Unsere Richtlinie für Menschenrechte gilt für die gesamte Organisation und ist Grundlage für alle Partnerschaften. Über unsere Leitprinzipien für Zulieferer (Supplier Guiding Principles [SGPs] und Sustainable Agriculture Guiding Principles [SAGPs]) geben wir unser Verständnis der Verpflichtung zur Einhaltung der Menschenrechte entlang unserer Wertschöpfungskette weiter und fordern dies von unseren Lieferanten und deren Lieferanten ein. CCEP Deutschland arbeitet bei Verstößen gegen die Menschenrechte gemeinsam mit den entsprechenden Lieferanten an Problemlösungen, behält sich aber auch vor, die Geschäftsbeziehungen zu den Lieferanten zu beenden, sollte es keine akzeptable Lösung geben.

Biologische Vielfalt bildet nicht nur unsere Lebensgrundlage, sondern sichert auch unsere Lieferkette von morgen für die Produktion unserer Getränke. Der schonende Umgang mit Ressourcen ist fester Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Mit dem Eintritt in die branchenübergreifenden Initiative Biodiversity in Good Company stärken wir den Netzwerkaufbau sowie Austausch von Synergien und forcieren Best Practices. Die wichtigsten landwirtschaftlichen Inhaltsstoffe für unsere Getränke stammen schon heute aus nachhaltigen Quellen. Ab 2020 werden wir unsere wichtigsten landwirtschaftlichen Rohstoffe zu 100 Prozent aus nachhaltigen Quellen beziehen.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für eine nachhaltige Lieferkette“

In der Lieferkette konzentrieren wir uns insbesondere auf die Landwirtschaft, von der wir die Inhaltsstoffe für unsere Getränke beziehen. Einen Schwerpunkt in der gesamten Lieferkette legen wir auf die Einhaltung der Menschenrechte.

Ziele 2025

- Wir werden sicherstellen, dass 100 Prozent unserer wichtigsten landwirtschaftlichen Inhaltsstoffe und Rohstoffe bis 2020 aus nachhaltigen Quellen stammen.
- Wir werden auch weiterhin Nachhaltigkeit, Ethik und Menschenrechte zu einem wesentlichen Bestandteil unserer Partnerschaften in der Lieferkette machen.⁴⁵

Unsere Aktivitäten

Wir setzen uns dafür ein, dass jeder Mensch, der in unseren Betrieben und innerhalb unserer Lieferkette arbeitet, mit Würde und Respekt behandelt wird. Unsere diesbezüglichen Prinzipien sind in unserem Verhaltenskodex dargelegt und weitere Einzelheiten sind in unserer Richtlinie zu Menschenrechten (Human Rights Policy) enthalten, die sich an anerkannten internationalen Standards wie den Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Unternehmen und Menschenrechte orientiert. Die Richtlinie zu Menschenrechten gilt für die gesamte Organisation von CCEP. Im Juni 2018 veröffentlichte CCEP die Human Rights Restructuring Guidelines sowie das Statement zum UK Modern Slavery Act für 2017, welches jährlich aktualisiert wird. Beide gelten ebenfalls für alle CCEP-Länder. 2018 legte TCCC erstmals einen Menschenrechtsreport vor.

Für alle unsere Lieferanten gelten unsere Supplier Guiding Principles (SGPs) beziehungsweise unsere Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGPs) unter Berücksichtigung der Richtlinie zu Menschenrechten. Wir verpflichten unsere Lieferanten vertraglich, die SGPs und SAGPs einzuhalten. Unabhängige Prüfgesellschaften kontrollieren unsere Lieferanten nach dem Sedex SMETA 6.0 Sozialstandard.

Um Nachhaltigkeit in der Lieferkette sicherzustellen, arbeitet CCEP mit der EcoVadis-Plattform und TCCC mit der Sustainable Agriculture Initiative (SAI) zusammen. Die EcoVadis-Bewertung konzentriert sich auf vier Schlüsselthemen – Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung. Sie spielt auch in unserem eigenen Nachhaltigkeitsansatz eine Schlüsselrolle. Der Einkauf der CCEP arbeitet in enger Partnerschaft mit EcoVadis zusammen, um die Nachhaltigkeitsleistung unserer eigenen Lieferanten zu bewerten und zu verfolgen. SAI ist die weltweit einzige Initiative von Unternehmen der Lebensmittelindustrie, die das Ziel einer nachhaltigen Landwirtschaft verfolgt.

Relevante Risiken unserer Geschäftstätigkeit identifizieren und bewerten wir frühzeitig, regelmäßig und systematisch. Um entsprechende Vorsorgemaßnahmen entwickeln und umsetzen zu können, nutzen wir unter anderem einen integrierten Planungs- und Führungsprozess, wertorientierte Kennzahlen sowie Controlling-Reports.

Im Oktober 2018 hatten wir unseren ersten Workshop zum Thema „Menschenrechte“ veranstaltet, in dem ein Aktionsplan zu Menschenrechten festgelegt worden ist. Führungskräfte aus allen Bereichen des Unternehmens nahmen daran teil. Als eine daraus abgeleitete Aktion bewerteten wir 2019 mit ausgewählten Führungskräften die Menschenrechtsrisiken in unserem Unternehmen. Rat holten wir dabei von wichtigen externen Interessengruppen ein, darunter das Büro des Hohen Kommissars der Vereinten Nationen für Menschenrechte, die International Organisation of Employers, KnowTheChain sowie Branchenkollegen.

9

Schlüsselbereiche haben wir identifiziert, die für die Menschen in unseren Betrieben und in unserer gesamten Wertschöpfungskette das größte Risiko darstellen. Auf 4 davon haben wir uns im Jahr 2019 vorrangig konzentriert.

⁴⁵ Wir tun dies über unsere globale Lieferantenrichtlinie und unsere Richtlinie zu Menschenrechten.

Wir identifizierten neun Schlüsselbereiche, die für die Menschen in unseren Betrieben und in unserer gesamten Wertschöpfungskette das größte Risiko darstellen. 2019 konzentrierten wir uns zunächst auf die vier vorrangigen Themen:

- **Gesundheit und Sicherheit,**
- **Gleichberechtigung und Schutz vor Diskriminierung,**
- **Arbeitszeiten,**
- **Wanderarbeitende und Zeitarbeitnehmende.**

Im Jahr 2020 werden wir Maßnahmen für die übrigen Fragen entwickeln:

- **Recht auf kollektive Vertretung,**
- **Recht auf Privatsphäre und Datenschutz,**
- **Verhindern von Zwangsarbeit,**
- **faire Vergütung.**

Kooperationen zum Schutz biologischer Vielfalt

Coca-Cola ist seit 2012 Unterstützer der Nationalen Naturlandschaften sowie seit 2015 offizielles Fördermitglied. Hier unterstützen und fördern wir den Naturschutz in Nationalparks, Biosphärenreservaten, Naturparks und Wildnisgebieten in ganz Deutschland. In dieser Kooperation konnten wir bereits wertvolle Naturschutzprojekte umsetzen, beispielsweise halfen wir bei der Renaturierung der Alten Elbe bei Klieken oder setzen uns für den Erhalt von Streuobstwiesen ein.

2019 starteten wir gemeinsam mit der Heinz Sielmann Stiftung ein Projekt zum Schutz von Wildbienen. Insgesamt 20 Nisthilfen für Wildbienen sollen im Laufe von zwei Jahren in der Nähe der Standorte von CCEP Deutschland im Rahmen von Corporate-Volunteering-Einsätzen errichtet werden. Der Startschuss fiel in Halle und Berlin-Hohenschönhausen.



Als neues Mitglied der Initiative „Biodiversity in Good Company“, eines branchenübergreifenden Zusammenschlusses von Unternehmen, möchten wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden, Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie Lieferanten die Entwicklung naturverträglicher Technologien, Produkte und Dienstleistungen beschleunigen und für den Schutz und die nachhaltige Nutzung der biologischen Vielfalt eintreten.

2019 sind wir Mitglied der Initiative „Biodiversity in Good Company“ geworden, eines branchenübergreifenden Zusammenschlusses von Unternehmen. Dessen Ziel ist es, gemeinsam mit Politik und Gesellschaft für den Schutz der biologischen Vielfalt einzutreten. Mit der Mitgliedschaft möchten wir unser Engagement in diesem Bereich weiter ausbauen und uns gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden,

Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie Lieferanten für biologische Vielfalt einsetzen.

Zudem haben wir 2019 unsere Partnerschaft mit Trinkwasserwald® e. V. fortgesetzt. Im Rahmen dieser Kooperation werden jedes Jahr Nadelwaldkulturen in Niedersachsen gezielt mit Laubbäumen unterpflanzt, um die Trinkwasserneubildung zu fördern.

Mit Vernetzung Synergien schaffen

Wir möchten auch über unsere eigene Lieferkette hinaus zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Aus diesem Grund arbeiten wir mit anderen Unternehmen, mit der Politik sowie mit der Zivilgesellschaft zusammen. Die Zusammenarbeit erfolgt in Form von Initiativen, projektbezogenen Partnerschaften und der Arbeit in Verbänden und Interessenvertretungen wie econsense, EcoVadis, GS1 Germany, SAI (Sustainable Agriculture Initiative) etc. Weitere Informationen finden Sie auch in unserer Entsprechenserklärung 2019 zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für eine nachhaltige Lieferkette“

Nachhaltige Lieferkette	Einheit	2017	2018	2019
Anteil landwirtschaftlicher Zutaten und Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen	Prozent	100	100	100
Zu Nachhaltigkeit, Ethik und Menschenrechten auditierte Lieferanten	Prozent	85,8	95,0	95,1

Ansprechpartner und Kontaktinformationen

Axel Bachmann

Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH
Geschäftsleiter Nachhaltigkeit
Stralauer Allee 4 | 10245 Berlin
Telefon +49 172 2026720
E-Mail abachmann@ccep.com

Uwe Kleinert

Coca-Cola GmbH
Leiter Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung
Stralauer Allee 4 | 10245 Berlin
Telefon +49 163 8211434
E-Mail ukleinert@coca-cola.com

Hinweise zum Druck

Dieser Bericht wurde auf Enviro Top Recycling-Papier gedruckt – einem nach FSC und Blauer Engel zertifizierten Papier, welches zu 100 Prozent aus Altpapier besteht sowie dem ISO-14001-Standard und dem EU Ecolabel entspricht. Das DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH druckt klimaneutral und ist zertifiziert nach ISO 14001, FSC und EMAS. Die Druckfarbe ist mineralölfrei.



Dieses Druckerzeugnis wurde mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.



Zukunftsgerichtete Aussagen und Haftungsausschluss

Alle Angaben in diesem Kurzbericht wurden mit größter Sorgfalt erhoben. Dennoch können Fehler nicht vollkommen ausgeschlossen werden. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese beruhen auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitungen der Coca-Cola GmbH und der Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Die tatsächlichen Ergebnisse können durch vielfältige, zum Erscheinungstermin nicht vorhersehbare Einflussgrößen zu einer Abweichung von den zukunftsbezogenen Aussagen führen. Daher sind alle Aussagen mit Ungewissheiten verbunden und nicht als Garantie zu verstehen. Eine Vielzahl dieser Ungewissheiten wird von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss der Coca-Cola GmbH oder der Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH unterliegen und zum Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht sicher abgeschätzt werden können. Dazu zählen das wirtschaftliche Umfeld, das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen bis zum Folgebericht ist weder geplant noch übernehmen die Coca-Cola GmbH und die Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Markenrechte

Coca-Cola, Coke, Coca-Cola Zero Sugar, Coke Zero, Coca-Cola ENERGY, Coca-Cola freestyle, Fanta, Sprite, Powerade, mezzo mix, Chaqwa, AQUARIUS, AdeZ und ROYAL BLISS sind eingetragene Schutzmarken der The Coca-Cola Company. ViO und ViO BiO LiMO sind eingetragene Schutzmarken. Fuze Tea ist eine eingetragene Schutzmarke von DP Beverages Limited. GLACEAU SMARTWATER ist eine eingetragene Schutzmarke von Energy Brands Inc. HONEST ist eine eingetragene Schutzmarke von Honest Tea, Inc.



