



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

# KURZBERICHT NACHHALTIGKEIT COCA-COLA DEUTSCHLAND 2020

# VORWORT



## Liebe Leserinnen und Leser,

ein besonderes Jahr liegt hinter uns. Die COVID-19-Pandemie hat uns als Organisation vor eine zuvor nie dagewesene Herausforderung gestellt. Unser wichtigstes Ziel war es deshalb, die Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen während der Pandemie zu schützen. Auch 2021 liegt unser Fokus darauf, ein sicheres Arbeitsumfeld zu gewährleisten.

Unsere Nachhaltigkeitsziele haben wir in dieser Krise dennoch nicht aus den Augen verloren. Im Gegenteil: Obwohl viele Initiativen, Aktionen und Projekte 2020 nicht wie geplant umgesetzt werden konnten, haben wir einige Meilensteine erreicht und uns neue, ambitioniertere Ziele gesetzt. Bis 2040 wollen wir CO<sub>2</sub>-neutral sein! Entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette streben wir Netto-Null-Emissionen an. Bis dahin gibt es jede Menge zu tun – wir freuen uns auf diese Herausforderung!

In dieser von der Pandemie geprägten Zeit haben wir auch viele Chancen gesehen, Dinge anders anzugehen. Wir haben Programme umgestaltet und neue Programme aufgesetzt. Dazu gehören ein Unterstützungsprojekt für die vom Lockdown besonders betroffenen Gastronomen ebenso wie eine Initiative zur Förderung von Brieffreundschaften zwischen Jung und Alt, die dem physischen Distanzierungsgebot mit sozialer Nähe begegnen. Wie wichtig gesellschaftlicher Zusammenhalt ist, erleben wir gerade alle in besonderem Maß. Auch deshalb werden wir bei unserem Engagement in diesem Bereich nicht nachlassen und haben auch 2020 weiter Verantwortung übernommen. Zu Beginn der Pandemie haben The Coca-Cola Company und ihre Abfüllpartner einen vorübergehenden weltweiten Werbestopp vereinbart und die verfügbaren Mittel stattdessen in die Soforthilfe vor Ort investiert. Durch Geldspenden für medizinische Hilfsmittel und mit Getränkespenden unterstützten wir das Deutsche Rote Kreuz und deren Helfer in ihrer herausragenden Arbeit mit Menschen, die besonders stark von der Pandemie betroffen sind.

In diesem Kurzbericht Nachhaltigkeit geben wir Auskunft über unsere zentralen Nachhaltigkeitsziele, die wichtigsten Aktivitäten von Coca-Cola Deutschland und die relevanten Kennzahlen – und das bereits im zwölften Jahr. Mit jedem Jahr versuchen wir, noch besser zu werden.

### **Axel Bachmann**

Geschäftsleiter Nachhaltigkeit  
Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH

### **Uwe Kleinert**

Leiter Nachhaltigkeit Deutschland  
Coca-Cola GmbH

# Unser Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung

Die Ziele der Vereinten Nationen für eine weltweit nachhaltige Entwicklung sind die zentralen Grundpfeiler 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, die wir jährlich aktualisieren.

Wir fördern Geschlechtergleichheit in unserem Unternehmen durch zahlreiche Initiativen und Richtlinien. Unser Ziel ist es, den Frauenanteil in unseren Führungsstrukturen stetig zu erhöhen und so die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter:innen und weiblichen Führungskräfte auf allen Ebenen voranzutreiben. Ein attraktives und offenes Arbeitsumfeld, das Diversität als zentrales Erfolgskriterium begreift, ist für uns selbstverständlich.

Wir fördern eine ausgewogene Ernährung, indem wir den Anteil zuckerfreier und zuckerreduzierter Getränke an unserem Gesamtverkaufsvolumen erhöhen und verschiedene Trinkgrößen anbieten. Darüber hinaus erweitern wir stetig unser Biogetränkessortiment und achten auf nachhaltige Produktionsbedingungen unserer Rohstoffe. In der Pandemie haben wir konsequent umfangreiche Maßnahmen zum Gesundheitsschutz unserer Mitarbeiter:innen umgesetzt.

Wir wollen Partnerschaften stärken, um gemeinsam die SDGs zu erreichen. Dafür schließen wir Kooperationen mit anderen Unternehmen und Organisationen. Während der Corona-Pandemie unterstützen wir zudem zahlreiche Projekte, um gezielt Hilfe zu leisten.

Durch unsere Wasserstrategie 2030 und unser mehrfach ausgezeichnetes weltweites Wassermanagement wollen wir die wichtige Ressource Wasser schützen. Ein transparenter und ressourcenschonender Umgang mit Wasser ist uns dabei sehr wichtig. Aus diesem Grund engagieren wir uns auch vor Ort und gehen mit den Menschen in den persönlichen Austausch.



Verpackung ist für uns kein Müll, sondern ein wichtiger Rohstoff: Durch Innovationen bei unseren Prozessen und Produkten wollen wir den gesamten Kreislauf von der Produktion der Verpackungen bis zur Wiederverwertung schließen und möglichst nachhaltig gestalten. Durch gezielte Maßnahmen steigern wir unsere Energieeffizienz und verlagern unseren Warentransport auf die Schiene. Darüber hinaus bleibt die Förderung der biologischen Vielfalt und der schonende Umgang mit Ressourcen ein fester Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Wir haben im Jahr 2020 eine erweiterte Klimastrategie mit ambitionierten Zielen verabschiedet. Unser Ziel ist es, bis 2040 CO<sub>2</sub>-neutral entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette zu produzieren. Von unseren Lieferanten erwarten wir, dass sie genau wie wir ihre Emissionen weiter reduzieren und sich verpflichten, bis 2023 zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen.

# VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Coca-Cola European Partners (CCEP) hat im März 2021 den dritten Integrated Report sowie im Mai den fünften ausführlichen Sustainability Stakeholder Progress Report (Nachhaltigkeitsbericht) für das Jahr 2020 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 2020“ vor. Dieser Bericht gibt einen Überblick über die Ziele und die wichtigsten Nachhaltigkeitsmaßnahmen inklusive aller relevanten Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2020<sup>1</sup>. 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 alle zwei Jahre unsere Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Das letzte Mal haben wir das für das Jahr 2019 getan.

Die Nachhaltigkeitsstrategie und sämtliche damit verbundenen Aktivitäten von Coca-Cola sind an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung ausgerichtet. Die auf das Jahr 2025 ausgerichtete europaweite Nachhaltigkeitsstrategie „This is forward“ gilt sowohl für WEBU als auch für alle 13 Länder von CCEP. Aufbauend auf diesem Aktionsplan haben wir von Coca-Cola Deutschland mit unserem Maßnahmenplan für Nachhaltigkeit „Handeln. Verändern.“ eine klare Richtschnur dafür entwickelt, wie wir die Stärken unserer Marken und unseres Geschäfts nutzen wollen, um einen positiven und verantwortungsvollen Beitrag zur Gestaltung der Zukunft zu leisten.

2020 haben wir unsere Handlungsfelder für unseren Aktionsplan „Handeln. Verändern.“ insgesamt leicht überarbeitet und im Bereich Klima neue Ziele festgelegt. Die Ausgangsbasis für den Aktionsplan bildet das Jahr 2010 und das Zieljahr ist 2025, soweit nichts anderes angegeben ist. 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 Interessengruppen auszutauschen.

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 60 verschiedene Getränke in unterschiedlichen Packungsvarianten an und ist damit der größte Getränkehersteller für alkoholfreie Erfrischungsgetränke in Deutschland.

Die Corona-Pandemie hat uns 2020 als Unternehmen sehr viel abverlangt. Es ist uns gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen, Kunden und Lieferanten gelungen, gut durch diese Jahrhundert-Krise zu navigieren. Mit schnellen Entscheidungen, Einsatzbereitschaft und der gebotenen Umsicht haben wir es geschafft, die Gesundheit der Mitarbeiter:innen am Arbeitsplatz durch konsequente Schutzmaßnahmen bestmöglich sicherzustellen und für unsere Kunden da zu sein. Auch 2021 werden wir das Unternehmen verantwortungsvoll durch die Corona-Krise steuern.

Aus Gründen der Inklusion verwenden wir zur Bezeichnung von einigen Personengruppen die gendergerechte Schreibweise mit Doppelpunkt, zum Beispiel Mitarbeiter:innen. Selbstverständlich sind damit stets alle

<sup>1</sup> Die angegebenen Daten beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2020. Sofern relevant, werden auch Entwicklungen und Informationen bis zum Redaktionsschluss am 31. März 2021 dargestellt.

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.

## **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 aktuell 29 Standorte: 16 Produktionsstandorte und 13 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. Die The Coca-Cola Company stellt sich auf europäischer Ebene neu auf: Ende 2020 wurden die beiden europäischen Business Units (WEBU und CEE) zu einer europäischen Business Unit zusammengeführt, deren Teil die Coca-Cola GmbH seitdem ist.

CCEP Deutschland ist Lohnabfüller für Monster Energy und 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“.

CCEP Deutschland hat im Jahr 2020 wegen der intensiven Wettbewerbssituation, und um das Produktions- und Logistiknetzwerk weiter zu vereinfachen, im Januar und Oktober zwei Restrukturierungspläne bekanntgegeben. Die Schließung der Logistikstandorte in Ziesendorf, Hamburg, Münster, Kenn und Ramstein sowie die Vereinfachungen in den Bereichen Logistik, Customer Service, Vending sowie Verkauf & Marketing sind mittlerweile abgeschlossen.

Darüber hinaus wurde im Oktober angekündigt, dass der Produktionsstandort Liederbach 2021 geschlossen werden soll. In Mörfelden-Walldorf im Großraum Frankfurt soll stattdessen ein Logistikzentrum entstehen und die Linie für große PET-Flaschen nach Karlsruhe verlagert werden. Darüber hinaus sollen der Standort Sulzbach und die dort beheimatete Marke Sodenthaler veräußert werden. Eine Personalanpassung wird es am Standort Bad Neuenahr geben, wo die Produktion von Apollinaris speziell für den Handel im März 2021 eingestellt wurde. Außerdem sind Veränderungen in weiteren Abteilungen angekündigt worden.

Die Veränderungen werden so sozialverträglich wie möglich auf Basis des mit der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) vereinbarten Tarifvertrags Struktur umgesetzt. Dabei werden betroffenen Mitarbeiter:innen – wo immer möglich – alternative Tätigkeiten im Unternehmen angeboten. Wo dies nicht zum Tragen kommen kann, erhalten sie umfassende Abfindungspakete. Betriebsbedingte Kündigungen sollen so möglichst vermieden werden.

## **Richtlinien und Verhaltensgrundsätze**

Wir halten höchste Standards der Unternehmensführung ein und gewähren der Öffentlichkeit Zugang zu relevanten Informationen über CCEP. CCEP verfügt über einen umfassenden Governance-Rahmen mit einem Vorstand, der die Interessen aller Beteiligten überwacht. Fünf Ausschüsse unterstützen den Vorstand. Dazu gehören das Corporate Social Responsibility Committee (CSR Committee), das für die Überwachung der Nachhaltigkeitsstrategie von CCEP und aller damit verbundenen Fragen und Risiken, einschließlich des Klimawandels, zuständig ist, sowie das Audit Committee, welches unter anderem das Risikomanagement unseres Unternehmens überwacht. Das Management hat außerdem einen Compliance- und



Risikoausschuss (Compliance and Risk Committee) eingerichtet, der die Abteilung Ethik & Compliance berät und Management-Hinweise zum Ethik- und Compliance-Programm gibt. Dieses stellt sicher, dass wir unsere Geschäftstätigkeit rechtmäßig und ethisch ausüben und gilt für unsere Mitarbeiter:innen, unsere leitenden Angestellten und unsere Direktoren. Es unterstützt auch die Zusammenarbeit mit unseren Kunden, Lieferanten und Dritten.

Unser [Verhaltenskodex \(Code of Conduct\)](#) stellt sicher, dass wir in allen Geschäftsbeziehungen in Übereinstimmung mit allen geltenden Gesetzen, Vorschriften und Richtlinien mit Integrität und Verantwortungsbewusstsein handeln. Wir erwarten, dass sich alle Mitarbeiter:innen von CCEP an den Verhaltenskodex halten. Wir erwarten auch von allen Dritten, die in unserem Namen arbeiten, dass sie im Einklang mit unserem Verhaltenskodex ethisch korrekt handeln und unsere Leitprinzipien für Zulieferer einhalten.

Wir wollen alle Formen von Bestechung und Bestechlichkeit in unseren Geschäftsbeziehungen verhindern. Unser Verhaltenskodex legt unsere Grundsätze und Standards fest, um Bestechung und Bestechlichkeit zu verhindern, einschließlich Interessenkonflikten und Austausch von Geschenken und Bewirtung. 2019 haben wir nach Konsultation der Betriebsräte in jedem Land, in dem wir tätig sind, unsere Geschenk-, Bewirtungs- und Antibe-stechungsrichtlinie sowie unsere Richtlinie zu Interessenkonflikten eingeführt, die für alle Mitarbeiter:innen gilt. Dies wird von einem Pflichttraining für ausgewählte Zielgruppen begleitet.

Alle Mitarbeiter:innen, die Bedenken hinsichtlich eines Fehlverhaltens bei CCEP äußern möchten, können dies auf verschiedene Weise tun, etwa über die Kontaktaufnahme zu Führungskräften oder über unsere speziellen Hinweisgeberkanäle. Wenn Mitarbeiter:innen Bedenken in Bezug auf den Verhaltenskodex äußern, führt CCEP unverzüglich eine angemessene Untersuchung durch.

Vergleichbare Governance-Prozesse gibt es auch in der TCCC. Sie gelten für alle Mitarbeiter:innen der Coca-Cola GmbH.

## **Dialoge mit Interessengruppen**

2020 haben wir unsere Mitarbeit in Gremien mit Vertretern aus Handel und Industrie fortgeführt und dabei digitale Austauschformate zu Nachhaltigkeitsthemen wie den GS1 Expertenkreis Nachhaltigkeit einbezogen. Auch bei Biodiversity in Good Company, einem branchenübergreifenden Unternehmensverbund, sind wir Mitglied – mit dem Ziel, gemeinsam mit Politik und Gesellschaft den Schutz der biologischen Vielfalt zu fördern. Hinzu kam unsere neue Mitgliedschaft beim Forum Rezyklat, wo wir wie gehofft Impulse geben, aber auch aufnehmen konnten. Das Forum Rezyklat ist ein Bündnis aus Unternehmen und Vertretern der Zivilgesellschaft, das Strategien und Maßnahmen zur Verwirklichung einer Kreislaufwirtschaft entwickelt.

2020 standen wir erneut in intensivem Austausch zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen mit nationalen Kunden wie Globus, METRO, Porsche oder SAP. Auch im Rahmen unserer internen CCEP Deutschland Nachhaltigkeits-Podcast-Serie haben wir die Kundensicht integriert, unter anderem die Sicht des Europa-Parks Rust auf das Thema Nachhaltigkeit mit dem Schwerpunkt Verpackungen. Das Gespräch zeigte, dass wir mit unseren Partnerschaften und gemeinsamen Zielen einen Unterschied machen können.

2020 wurde darüber hinaus erstmals das Thema Nachhaltigkeit in Deutschland als eigene Kategorie in der Kundenzufriedenheitsstudie der Advantage Group abgefragt. CCEP Deutschland erhielt bei der Umfrage direkt eine sehr gute Bewertung: In der FMCG-Branche landeten wir auf Platz zwei von 21, in der Getränkebranche auf Rang zwei von zwölf bewerteten Unternehmen.

## 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 von 2019 zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

## Qualitätsmanagement

Unter Qualität verstehen wir nicht nur die Qualität unserer Produkte und Services, unseres Auftretens im Markt und die der Ausbildung unserer Mitarbeiter:innen, sondern auch die Qualität im Umgang mit Menschen und unserer Umwelt. Um all diesen Anforderungen gerecht zu werden, haben wir ein Managementsystem entwickelt und etabliert, das dies sicherstellt. Der Bereich Qualitätsmanagement untergliedert sich in die vier Schwerpunkte Produktqualität, Lebensmittelsicherheit, Umwelt und Arbeitssicherheit.

Mit dem Ziel, die Kundenzufriedenheit weiter zu steigern und Ressourcen-Verbräuche kontinuierlich senken zu können, haben wir 2020 unter anderem die Q-Automatisierung vorangetrieben. Das bedeutet, dass wir bereits während der Produktion genaue Daten über die Qualität der produzierten Produkte erhalten. Neben dem Liquigard, einem Gerät, welches die Zusammensetzung der Produkte online überprüft, waren es automatische Waagen, Verschlusskontrollen und vor allem die automatische Überprüfung der Dichtigkeit unserer Dosen, die dazu beigetragen haben, unsere Produkte qualitativ noch hochwertiger und verbrauchsärmer herzustellen. Auf diese Weise konnten wir Analysen, bei denen die Produkte geöffnet und danach verworfen werden, deutlich reduzieren und auch den Verbrauch von Chemikalien senken.

Auch durch die Einführung eines neuen Programms zur statistischen Prozesskontrolle, mit dem man sehr spezifisch die einzelnen Schritte von Abfüllungen überprüfen und analysieren kann, konnten die Abfüllprozesse optimiert, die Qualität erhöht und der Ressourcenverbrauch reduziert werden.

## Standards für Qualität und Nachhaltigkeit

Jeder unserer Produktionsstandorte ist nach folgenden Standards zertifiziert<sup>2</sup>:

- Lebensmittelsicherheit (DIN EN ISO 22000:2015 + PAS 220 oder FSSC 22000:Version 4.1)
- Qualitätsmanagement (DIN EN ISO 9001:2015)
- Umweltmanagement (DIN EN ISO 14001:2015)
- Energiemanagement (DIN EN ISO 50001:2018)
- Arbeitssicherheit (OHSAS 18001:2007)

Auch 2020 überprüfte eine Zertifizierungsgesellschaft die oben genannten Systemvorgaben und Normanforderungen. Die Audits verliefen erfolgreich, alle Zertifizierungen konnten aufrechterhalten werden.

<sup>2</sup> Die Zentrale in Berlin wird wegen des zentral gesteuerten Prozessmanagements mit auditiert, erhält aber keine eigenen Zertifikate.

## Nachhaltigkeitsindizes

CCEP ist auch 2020, zum fünften Mal in Folge, wieder im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) gelistet.<sup>3</sup> Der DJSI ist ein globaler Index, der die Wertentwicklung der führenden auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Unternehmen abbildet. Er basiert auf einer Analyse finanziell maßgeblicher ökonomischer, ökologischer und sozialer Kennzahlen. Unternehmen werden in dem jährlichen Ranking nur gelistet, wenn sie im Hinblick auf Nachhaltigkeit zu den führenden Unternehmen ihrer Branche gehören. Mehr als 3.500 Unternehmen haben das S&P Dow Jones Index Committee und die Investmentgesellschaft RobecoSAM in diesem Jahr für die Aufnahme in den weltweit anerkannten und prestigeträchtigen Index bewertet. CCEP ist hier sowohl im DJSI Europe Index als auch im DJSI World Index vertreten. In dem weltweiten Index sind wir eines von vier, im europäischen Index eines von drei gelisteten Getränkeunternehmen. Die Höchstzahl von 100 Punkten konnten wir in sechs Kategorien erreichen: Klimastrategie, wasserbezogene Risiken, Umweltberichterstattung, betriebliche Ökoeffizienz, Umweltpolitik & Managementsysteme sowie Sozialberichterstattung. In der Gesamtwertung erreichten wir wie im Vorjahr 89 von insgesamt 100 möglichen Punkten.

CCEP wurde 2020 vom Carbon Disclosure Project (CDP)<sup>4</sup> als eines von nur 60 Unternehmen in den beiden Kategorien Wasser und Klima erneut in der so genannten A-Liste der renommierten Nichtregierungsorganisation CDP geführt – wie schon in den vier Jahren zuvor. Die A-Liste würdigt alle Unternehmen, die sich beispielhaft für eine nachhaltige Zukunft engagieren. Fast 9.600 Unternehmen hatten ihre Umweltdaten für eine unabhängige Bewertung zur Verfügung gestellt.

## Kennzahlen im Bereich „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“

	Einheit	2018	2019	2020
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

<sup>3</sup> Weitere Informationen zum Dow Jones Sustainability Index unter [www.spglobal.com/esg/csa/indices](http://www.spglobal.com/esg/csa/indices).

<sup>4</sup> Weitere Informationen zum CDP unter [www.cdp.net/en/scores](http://www.cdp.net/en/scores).



# HANDELN BEI UNSEREN GETRÄNKEN



**Wir fördern eine ausgewogene Ernährung, indem wir den Anteil zuckerfreier und zuckerreduzierter Getränke an unserem Gesamtverkaufsvolumen erhöhen und verschiedene Trinkgrößen anbieten. So helfen wir Verbraucher:innen, ihren Zuckerkonsum zu reduzieren. Außerdem entwickeln wir unser Biogetränkessortiment konsequent weiter und bieten immer mehr Fairtrade-Produkte an.**

## 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 Verbraucher:innen 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 Verbraucher:innen passen.

## Ziele 2025<sup>5</sup>

- Unser Ziel ist es, 50 Prozent unseres gesamten Verkaufsvolumens aus kalorienfreien oder -armen Getränken zu erzielen.<sup>6</sup>
- Wir werden kontinuierlich unsere Rezepturen und unser Portfolio weiterentwickeln, um weiter den durchschnittlichen Zuckergehalt zu reduzieren und eine größere Auswahl an Getränken anzubieten.
- Wir machen es Verbraucher:innen mit klaren Produktinformationen und kleineren Portionen leichter, ihren Zuckerkonsum zu kontrollieren.<sup>7</sup>
- Coca-Cola wirbt nicht in Medien, die sich an Kinder unter zwölf Jahren richten, und vertreibt seine Getränke nicht an Grundschulen.

## Ausgewogenes Produktportfolio

Trotz der Corona-Pandemie haben wir unser Getränkeangebot 2020 weiter ausgebaut und insgesamt sechs neue Produkte auf dem deutschen Markt eingeführt. Von diesen Produkten sind drei zuckerreduziert und eins zuckerfrei. Den durchschnittlichen Zuckeranteil unserer Erfrischungsgetränke konnten wir zwischen 2015 und 2020 um 9,8 Prozent pro Liter senken. Damit haben wir unser Ziel für 2020 nahezu erreicht. Zu berücksichtigen ist dabei, dass unsere Verbraucher:innen einen Teil unserer Maßnahmen zur Zuckerreduktion

<sup>5</sup> Ausgangsbasis für die Formulierung der Zielgrößen ist das Jahr 2010. Wo das Zieldatum vom Jahr 2025 abweicht, ist das gesondert angegeben.

<sup>6</sup> Gesamtumsatz CCEP. Ohne Kaffee, Alkohol oder Angebote aus Freestyle-Automaten. Kalorienarme Getränke  $\leq 20$  kcal/100 ml. Kalorienfreie Getränke  $< 4$  kcal/100 ml.

<sup>7</sup> Wir werden innerhalb der kommenden zwölf Monate konkrete Ziele für kleinere Verpackungen ausarbeiten.

nicht akzeptiert haben. So hatten wir einige Produkte nur noch als zuckerfreie Varianten angeboten, mussten jedoch aufgrund übermäßig vieler Nachfragen auch wieder eine zuckerhaltige Alternative einführen, da sich die Verbraucher:innen eine solche Auswahl wünschten. Dennoch arbeiten wir konsequent weiter an einer Zuckerreduktion. So haben wir 2020 eine neue Rezeptur für Fanta eingeführt, mit der wir den Zuckergehalt in Fanta um 16,5 Prozent auf 7,6 Gramm pro 100 ml gesenkt haben. Der Anteil der zuckerreduzierten und zuckerfreien Getränke lag insgesamt volumenbezogen bei 33 Prozent.

Im März 2020 wurde das AQUARIUS Portfolio um die Geschmacksrichtung Blutorange ergänzt. Dabei handelt es sich – wie auch bei den beiden anderen Sorten Limette und Zitrone – um ein kalorienarmes Erfrischungsgetränk mit Zusatznutzen, das ein essenzielles Mineral enthält. Während die Geschmacksrichtung Zitrone Zink beinhaltet, ist den Sorten Limette und Blutorange Magnesium beigefügt.

Im April 2020 haben wir die Fanta-Familie erweitert und die limitierte „WhatTheFanta“-Edition auf den Markt gebracht, die fünf Prozent Fruchtsaft und keinen Zucker enthält. Neu eingeführt haben wir auch die zuckerreduzierte Fanta Lemon & Elderflower mit Zitrone-Holundergeschmack, die es bereits als „Fanta Shokata“ in anderen Ländern gab.

2020 haben wir außerdem unsere neue Kaffeemarke Costa Coffee in Deutschland eingeführt, zunächst im Außer-Haus-Markt und in den Großräumen Berlin und Köln.

Ab März 2020 war die neue Sorte ViO BiO LiMO leicht Dark Berries im Handel erhältlich. Zudem ist seit Frühjahr 2020 auch ViO Schorle Apfel in der 0,5-Liter-PET-Flasche in den Getränkeregalen vertreten.

Auch haben wir 2020 einen Großteil des ViO-Portfolios auf Flaschen aus 100 Prozent recyceltem PET umgestellt (mehr dazu im Kapitel „Handeln bei unseren Verpackungen“). Ein umfangreicher Bereich auf der Website [www.coca-cola-deutschland.de](http://www.coca-cola-deutschland.de) trägt zur Transparenz rund um das Thema PET und die Marke ViO BiO LiMO bei. Für unser ViO Wasser, die ViO BiO LiMO und unsere ViO Schorlen erhielten wir 2020 erneut den GREEN BRANDS Germany Award. 2020 wurde erneut unser Mineralwasser ViO Still und Medium mit dem Superior Taste Award 2000 ausgezeichnet.

Im dritten Jahr nach dem Start von Fuze Tea im deutschen Markt haben wir unser Portfolio konsequent im Sinne der Nachhaltigkeit angepasst: Alle Sorten Fuze Tea erhielten 2020 eine neue Rezeptur. Statt mit getrocknetem Tee-Extrakt bereiten wir Fuze Tea nun mit einem konzentrierten Aufguss von Teeblättern zu, die aus zertifizierten Betrieben der Rainforest Alliance stammen. Zudem waren im vergangenen Jahr zwei limitierte Editionen im Handel erhältlich: Die Sommersorte „Grüner Tee Blaubeere Jasmin“ sowie die Wintersorte „Schwarzer Tee Apfel Zimt“.

Ebenfalls weiterentwickelt haben wir unser Bio-Getränkessortiment. In der zweiten Jahreshälfte 2020 haben wir begonnen, unsere Honest Bio-Tees auf Fairtrade-produzierten Tee umzustellen. Damit unterstützen wir nicht nur den Bioanbau, sondern auch den fairen Handel. Die Partnerschaft mit Fairtrade ist dabei ein weiterer Schritt zur nachhaltigen Gewinnung biologischer Inhaltsstoffe. 2020 waren wir zum vierten Mal in Folge mit unseren nachhaltigen Biomarken von ViO BiO LiMO und HONEST® sowie mit unserer Chaqwa-Premium-Produktlinie, welche eine Bio- und Fairtrade-Doppel-Zertifizierung aufweist, auf der Messe BIOFACH in Nürnberg vertreten. Außerdem haben wir alle bisher nicht zertifizierten Chaqwa-Röstkaffee-Produkte von der Rainforest Alliance zertifizieren lassen. Das betrifft Chaqwa Espresso, Chaqwa Cafe Crema, Chaqwa Spezial und Chaqwa Classic.

---

**9,8%** **weniger Zuckeranteil pro Liter haben unsere Getränke seit 2015.**

---

## **Transparenz zu Inhaltsstoffen**

Coca-Cola setzt sich für eine klare und transparente Information der Verbraucher:innen 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.

Wir unterstützen das europäische Bestreben einer einheitlichen farblichen Kennzeichnung von Lebensmitteln, die es Verbraucher:innen ermöglicht, auf einen Blick alle relevanten Informationen zu den Nährwerten sowie den Portionsgrößen zu erkennen und zwischen Produkten einer Kategorie zu unterscheiden. Diese Differenzierung ist für die Kategorie „Getränke“ bei Nutri-Score derzeit noch nicht ausreichend gegeben. Für ein hilfreiches Kennzeichnungssystem erwarten wir Anreize zur Reformulierung, Übereinstimmung mit weiteren, bereits geltenden EU-Verordnungen sowie ein Governance-Modell für eine EU-weite Umsetzung. Wir werden die europäische Entwicklung aufmerksam weiterverfolgen.

## **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. Außerdem haben wir den EU Pledge der Lebensmittelindustrie unterzeichnet, in dem wir uns verpflichten, keine Werbung gezielt an Kinder unter 12 Jahren zu richten. Die externe Überprüfung im Jahr 2020 hat für Coca-Cola Deutschland eine Einhaltung der Selbstverpflichtung von 100 % ergeben.

In die Werbung für zuckerreduzierte oder zuckerfreie Erfrischungsgetränke haben wir 2020 pro Liter dreieinhalbmal mal so viel investiert wie in die Werbung für unsere Erfrischungsgetränke mit Zucker.

## Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Getränken“

Absatzvolumen	Einheit	2018	2019	2020
Entwicklung des Absatzvolumens im Vergleich zum Vorjahr <sup>8</sup>	Prozent	-0,9	0,3	-8,0
<b>Getränkeportfolio</b>				
Kaloriengehalt im Durchschnitt unseres gesamten Getränkevolumens <sup>9</sup>	kcal pro l	278	271	273
Kaloriengehalt im Durchschnitt unseres Erfrischungsgetränkevolumens <sup>10</sup>	kcal pro l	302	292	286
Durchschnittliche Zuckerreduktion pro Liter Erfrischungsgetränk um ... (Basis 2015)	Prozent	4,7	8,0	9,8
Anteil kalorienarmer und -freier Getränke (< 20 kcal pro 100 ml) <sup>11</sup>	Prozent	33	34	33
Werbudget für kalorienarme und -freie Getränke im Vergleich zu klassischen Erfrischungsgetränken mit Zucker (pro Liter)	Prozent	300	279	358
Anteil Volumen in Verpackungsgrößen (≤ 250 ml) an Erfrischungsgetränken <sup>12</sup>	Prozent	1,6	1,5	0,9

<sup>8</sup> 2020 betrug das gesamte Absatzvolumen 3,55 Milliarden Liter (-8,0 Prozent vs. Vorjahr).

<sup>9</sup> Die Ermittlung der durchschnittlichen Kalorien erfolgt für das Gesamtportfolio exklusive Heißgetränken. Hintergrund: Es liegen keine validen Kalorienangaben für Heißgetränke/Chaqua vor, da Endverbraucher:innen ihre Heißgetränke eigenständig süßen.

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> Heißgetränke sind in dieser Kalkulation nicht enthalten.

<sup>12</sup> Die Kennzahlen für 2018 und 2019 mussten geringfügig im Vergleich zum Kurzbericht Nachhaltigkeit 2019 korrigiert werden, um die volle Vergleichbarkeit mit 2020 zu gewährleisten. Der Rückgang im Jahr 2020 ist insbesondere durch die Schließung der Gastronomie während der Corona-Krise begründet, da dies der vorrangige Absatzkanal für kleinere Trinkgrößen ist.

# HANDELN BEI UNSEREN VERPACKUNGEN



**Verpackungen sind wichtig zum Schutz, zur Lagerung und zum Transport unserer Getränke. Nach ihrem Gebrauch sind Verpackungen für uns kein Müll, sondern ein wichtiger Rohstoff. Unser Ziel ist es, den gesamten Kreislauf von der Produktion der Verpackungen bis zur Wiederverwertung zu schließen und möglichst nachhaltig zu gestalten. Ab 2030 wollen wir weltweit für jede von uns verkaufte Flasche oder Dose eine Getränkeverpackung zurücknehmen und recyceln. Unser Ziel ist eine Welt ohne Müll. Dafür haben wir im Jahr 2020 neue Lightweighting-Optionen für PET-Flaschen getestet und außerdem begonnen, ViO BiO LiMO als erste Marke sukzessive komplett auf 100 Prozent recyceltes PET umzustellen.**

---

## Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Verpackungen“

Wir bieten einen Mix aus bepfandeten Mehrweg- und Einwegverpackungen in verschiedenen Größen und Materialien an, sodass die Verbraucher:innen 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 und zu neuen Flaschen verarbeitet werden können.

Unser Ziel, dass mindestens 50 Prozent des Materials, das wir für die Herstellung unserer nicht wiederbefüllbaren PET-Flaschen nutzen, aus Recyclingmaterial besteht, haben wir auf 2023 vorverlegt. Auf diese Weise wollen wir im Bereich Verpackung weiter ambitioniert vorangehen.

## Ziele 2025

- Wir wollen sicherstellen, dass all unsere Verpackungen wiederverwendet oder wiederverwertet werden.
- 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 unsere nicht wiederbefüllbaren PET-Flaschen nutzen, aus Recyclingmaterial besteht.
- Wir wollen Vorreiter im Bereich nachhaltiger Verpackungen sein – einschließlich dem Einsatz von nachwachsenden Rohstoffen und intelligenten Ansätzen zur Abfallreduzierung.

## Schließen von Wertstoffkreisläufen

Wir verkaufen sowohl unsere Mehrweg- als auch unsere Einwegverpackungen in den jeweiligen Pfandsystemen. Auf 99,9 Prozent unserer Verpackungen für Verbraucher:innen wird Pfand erhoben – ein großer Anreiz zur Rückgabe. Die Rücklaufquote im deutschen Einwegpfandsystem liegt bei rund 97 Prozent.

Für uns bleiben die 1-Liter-PET-Mehrwegflaschen und die Glasmehrwegflaschen zentrale Verpackungsangebote. Als Glasverpackung nutzen wir ausschließlich Glasmehrwegflaschen. 2020 gab es einen leichten Rückgang des Mehrweganteils, unter anderem bedingt durch die zeitweise Schließung der Gastronomie, in der insbesondere Glasmehrwegflaschen verkauft werden. Unser Mehrweganteil lag 2020 mit 36,57 Prozent weiterhin über dem Marktdurchschnitt alkoholfreier Erfrischungsgetränke, der 2018 22,0 Prozent betrug.<sup>13</sup>

Allein in den vergangenen drei Jahren (2018–2020) hat CCEP Deutschland knapp 150 Millionen Euro in die Mehrwegabfüllung investiert: in neue Mehrweggebinde, in den Ausbau des Mehrwegflaschenpools und in neue Mehrwegkisten. 2020 investierten wir vor allem in unseren Flaschen- und Kistenpool, unter anderem in unsere 1-Liter-Mehrweg-Glasflasche Coca-Cola und Coca-Cola Zero Sugar, die 2019 ihr Comeback feierte und ihre Zielgruppe seitdem erfolgreich gefunden hat, sowie in 1-Liter-PET-Mehrwegflaschen für Coca-Cola und andere Marken.

## 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.

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.

Auch 2020 haben wir neue Lightweighting-Optionen für PET-Flaschen getestet, um das Gewicht der Flaschen zu reduzieren. Das betraf zum Beispiel eine 1,5-Liter-Flasche mit einem Gewicht von 38 Gramm für kohlenensäurehaltige Softdrinks und ViO medium. Für ViO 1,5 Liter still haben wir eine Preform für Flaschen mit mit 31,5 Gramm Gewicht getestet.

2020 hatte Coca-Cola in Deutschland mehr als 600 Freestyle-Automaten bei verschiedenen Partnern im Einsatz. Coca-Cola freestyle ist eine Selbstbedienungslösung für Getränke im Außer-Haus-Markt, an denen Verbraucher:innen mehr als 100 Getränkevarianten individuell zusammenstellen können. Die Geschmacksrichtungen werden in Kartuschen geliefert und im Automaten mit Wasser gemischt.<sup>14</sup> Dadurch wird das Volumen der Verkaufsverpackung im Vergleich zu derselben Getränkemenge in PET-Flaschen um 94 Prozent verringert.

CCEP Deutschland ist bestrebt, den Einsatz von Kunststoff beim Verkauf von Costa Coffee zu reduzieren. Einige beispielhafte Maßnahmen:

- Wir nutzen einen To-go-Becher, der zu 95 Prozent aus nachhaltig beschafftem Frischfaserpapier (PEFC-zertifiziert) hergestellt und zu fünf Prozent mit einem natürlichen PE-Kunststoff aus nachwachsenden Ressourcen ausgekleidet wird.
- Wir verwenden Glaswaren und Porzellantassen für alle Inhouse-Getränkebestellungen im Hotel- und Gastronomiegewerbe.

<sup>13</sup> Hierbei handelt es sich um die jüngste offiziell verfügbare Zahl, veröffentlicht vom Umweltbundesamt.

<sup>14</sup> Weitere Informationen unter: <https://www.coca-cola-deutschland.de/verantwortung/getranke/ausgewogenes-produktportfolio/coca-cola-freestyle>



- Wir verwenden rund 60 Prozent recycelten Kunststoff in allen unseren Plastikbechern.
- Unsere Costa RTD-Dosen bestehen zu 74 Prozent aus recyceltem Material und sind bepfandet.

## Recyclingmaterial

Unsere Einwegverpackungen – PET-Flaschen und Dosen – kommen über das Pfandsystem zurück und werden recycelt. 99,9 Prozent unserer Verpackungen in Deutschland sind recyclingfähig. Uns ist wichtig, dass wir bei der Herstellung unserer Verpackungen auch Recyclingmaterial einsetzen, um den Kreislauf „Flasche zu Flasche“ zu schließen. 2020 konnten wir den durchschnittlichen Anteil an recyceltem PET in all unseren PET-Einwegpfandflaschen signifikant auf 39,5 Prozent erhöhen.

Anfang des Jahres wurde ein PET-Material getestet und qualifiziert, welches bereits einen Anteil von 25 Prozent Recyclat im PET enthält. Seit Juni 2020 wird dieses PET für alle in Halle produzierten Preformen und PET-Vorformlinge eingesetzt. Damit konnte für alle großen PET-Flaschen ab 1 Liter der Anteil von 20 auf 25 Prozent rPET erhöht werden. Mitte 2020 haben wir begonnen, ViO BiO LiMO als erste Marke auf 100 Prozent rPET umzustellen, Ende des Jahres folgte dann sukzessive ViO Wasser. Seit Oktober stellen wir alle kleinen PET-Flaschen für karbonisierte Getränke (330 ml und 500 ml) von 50 auf 70 Prozent rPET-Anteil um.

Um die benötigten rPET-Mengen verfügbar zu machen, wurde Ende 2020 die Validierung einer neuen rPET-Anlage bei einem unserer Lieferanten gestartet. Tests wurden angeschoben und gegen Mitte 2021 soll

dieses Material dann vollumfänglich von TCCC zugelassen sein. Parallel investiert Coca-Cola in neuartige Recyclingtechnologien, um die Verfügbarkeit der dafür benötigten Rohstoffe auch langfristig lückenlos zu gewährleisten.

In Halle haben wir eine neue energieeffizientere Blasmaschine für die Abfüllung von Fuze Tea installiert, die nun den Einsatz von 100 Prozent rPET-Material erlaubt. Im Zuge dessen können dort nun die 0,4-Liter-Flaschen hergestellt werden. Seit Ende des Jahres laufen in Halle nur noch 0,4-Liter-Flaschen Fuze Tea aus zu 100 Prozent recyceltem PET vom Band. Die Installation ist der Startpunkt für die Umstellung des gesamten PET-Portfolios für Fuze auf 100 Prozent recyceltes PET im Jahr 2021. Parallel wurde Ende 2020 am gleichen Standort eine neue aseptische Anlage trotz COVID-19-bedingter Verzögerung in Betrieb genommen. Hier füllen wir nun auch größere Flaschen bis 1,75 Liter mit 100 Prozent rPET ab.

# 100%

**rPET für alle Flaschen mit ViO-Getränken: Umstellung bis Frühjahr 2021 abgeschlossen.**

stalliert, die nun den Einsatz von 100 Prozent rPET-Material erlaubt. Im Zuge dessen können dort nun die 0,4-Liter-Flaschen hergestellt werden. Seit Ende des Jahres laufen in Halle nur noch 0,4-Liter-Flaschen Fuze Tea aus zu 100 Prozent recyceltem PET vom Band. Die Installation ist der Startpunkt für die Umstellung des gesamten PET-Portfolios für Fuze auf 100 Prozent recyceltes PET im Jahr 2021. Parallel wurde Ende 2020 am gleichen Standort eine neue aseptische Anlage trotz COVID-19-bedingter Verzögerung in Betrieb genommen. Hier füllen wir nun auch größere Flaschen bis 1,75 Liter mit 100 Prozent rPET ab.

Recycling betrifft jedoch nicht nur unsere Einwegflaschen und Dosen, sondern zum Beispiel auch:

- Verschlüsse von Mehrwegflaschen: Der Recyclingdienstleister Remondis hat 2020 2968 Tonnen Polypropylen-Verschlüsse von 1-Liter-PET-Mehrwegflaschen von unseren Standorten abgeholt und dem Recycling zugeführt. Davon wurden 1446 Tonnen vom Unternehmen Fränkische zu Rigofill-Blöcken recycelt. Diese Blöcke dienen als Regenwasserspeicher. Unser Ziel ist, eine EFSA-Zulassung zu erhalten, damit wir die recycelten Flaschenverschlüsse wieder in der Lebensmittelindustrie einsetzen dürfen.
- Papieretiketten: 2020 haben wir unsere Coke-Produkte in Mehrwegglas auf Papieretiketten aus 100 Prozent recycelten Fasern umgestellt, um auch hier eine Kreislaufwirtschaft anzustreben.
- Shrinkfolien: Im vergangenen Jahr haben wir mit allen Lieferanten den Einsatz von recyceltem Polyethylen (PE) für Shrinkfilm gestartet. Tests zur Qualifikation von Shrinkfolie mit einem Anteil von 50 Prozent recyceltem PE für alle karbonisierten Getränke haben wir auf allen Linien in Deutschland durchgeführt. Erste Linien wurde bereits umgestellt.
- Dosen-Multipacks: Alle bedruckten Dosen-Multipacks wurden auf 100 Prozent recyceltes PE umgestellt. Für Fuze laufen seit Ende 2020 Tests mit 100-prozentigem Recyclinganteil.

- Stretchfilm: Ende 2020 haben wir Stretchfilm mit einem Recyclat-Anteil von 30 Prozent erfolgreich getestet.

2020 haben wir ein neues Abfallbilanz-Tool für unsere Produktionsstandorte entworfen, welches es uns ermöglicht, Vergleichswerte zu ziehen, um unser Abfallvolumen weiter zu senken. Wegen der zeitweiligen Schließungen im Außer-Haus-Markt und dem damit verbundenen gesenkten Produktionsvolumen ist 2020 absolut weniger Abfall an unseren Produktionsstandorten angefallen. Das zeigt sich vor allem in den Bereichen Glas und PET. Wegen der plötzlichen Schließung der Gastronomie konnten Lagerbestände nicht zeitgerecht abverkauft werden, was unter anderem zu einem Anstieg flüssiger Produktionsabfälle führte.

Coca-Cola unterstützt weiterhin die Umsetzung des Projektes „Spende Dein Pfand“ an deutschen Flughäfen. Deutschlandweit spendeten Passagiere 2020 das Pfand von rund 603.991 Gebinden. Das entspricht einer Spendensumme von 151.000 Euro. Wegen des durch COVID-19 eingeschränkten Flugverkehrs fiel die Spendensumme niedriger aus als im Vorjahr, als 2,6 Millionen Flaschenspenden im Wert von knapp 646.000 Euro eingegangen waren.

Nicht nur bei unseren Verpackungen, auch in unseren Betrieben schließen wir Wertstoffkreisläufe. Die Gesamtrecyclingquote lag 2020 in der Produktion bei 96,1 Prozent. Unser 2015 entwickeltes Konzept zur Erhöhung der Recyclingquote für Produktionsabfälle durch bessere und differenziertere Sortierung haben wir 2020 an den Standorten Genshagen, Karlsruhe, Dorsten, Lüneburg und Mölln umgesetzt. Für die Standorte Fürstenfeldbruck und Mönchengladbach haben wir die Umsetzung 2020 gestartet, konnten sie aber wegen der Pandemie nicht abschließen. Das soll 2021 nachgeholt werden.

## Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Verpackungen“

Anteil von Mehrweg und Einweg bei den Endverbraucher:innenverpackungen	Einheit	2018	2019	2020
Mehrweg	Prozent	39,89	38,83	<b>36,57</b>
Einweg mit Pfand	Prozent	60,03	61,12	<b>63,42</b>
Einweg ohne Pfand	Prozent	0,08	0,05	<b>0,01</b>
<b>Einsatz von erneuerbaren Materialien</b>				
Anteil recyceltes PET über alle PET-Einwegflaschen	Prozent	30,2	29,7	<b>39,5</b>
Anteil recyceltes Glas in unseren Glasflaschen	Prozent	59	59	<b>60</b>

# HANDELN FÜR UNSERE GESELLSCHAFT



**In der Corona-Pandemie haben wir konsequent Maßnahmen zum Gesundheitsschutz unserer Mitarbeiter:innen umgesetzt und ihre Arbeitssicherheit gewährleistet. So tragen wir zur Eindämmung von Infektionen bei und schützen unsere Belegschaft.**

**Wir setzen uns aktiv für mehr Geschlechtergleichheit ein und führten auch in der Pandemie, wo es möglich war, unsere bisherigen Aktivitäten fort. Wir arbeiten weiter intensiv daran, den Frauenanteil in unseren Führungsstrukturen zu erhöhen und so die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiterinnen und weiblichen Führungskräfte auf allen Ebenen voranzutreiben. Wir fördern die Chancengleichheit in unserem Unternehmen, indem wir ein attraktives und offenes Arbeitsumfeld schaffen, in dem Diversität als zentrales Erfolgskriterium begriffen wird.**

**Wir wollen Partnerschaften stärken, um gemeinsam die SDGs zu erreichen. Dafür schließen wir Kooperationen mit anderen Unternehmen und Organisationen. Dabei liegen uns der Einsatz für biologische Vielfalt, Chancengleichheit und Inklusion besonders am Herzen. Während der Corona-Pandemie unterstützen wir zudem soziale Organisationen wie das Deutsche Rote Kreuz, die Tafeln sowie Projekte wie LOKALFREUN.DE, um gezielt Nothilfe zu leisten.**

---

## 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 Mitarbeiter:innen 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 Mitarbeiter:innen noch stärker unterstützen und Partnerschaften im lokalen Bereich fördern.
- Wir werden Initiativen fördern, die jungen Menschen den erfolgreichen Berufseinstieg erleichtern und sie unterstützen, ihr Selbstvertrauen zu stärken.

# Unsere Aktivitäten im Bereich Mitarbeiter:innen

## Förderung von Vielfalt im Unternehmen

Als Coca-Cola Deutschland stehen wir 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. Wir setzen uns für eine offene Arbeitsatmosphäre ein, in der sich niemand verstecken oder Diskriminierung fürchten muss. Wir richten uns als verantwortungsvolle Arbeitgeberin nach der Global Workplace Policy, der Charta der Vielfalt und den Vorgaben von Fair Company Deutschland. Wir sind Mitglied der PrOut@Work-Foundation, der Dachorganisation für LGBTIQ\*-freundliche Unternehmensnetzwerke.

Auch 2020 haben wir weiter intensiv daran gearbeitet, den Anteil von Frauen und Männern auf Führungsebene auszubalancieren, auch wenn wegen der COVID-19-Pandemie viele Aktivitäten nicht wie geplant stattfinden konnten. Zu unseren Maßnahmen gehören flexible Arbeitszeitmodelle und Möglichkeiten, im Homeoffice zu arbeiten oder eine Ausbildung in Teilzeit zu absolvieren, ebenso wie Mentoring-Programme und Programme zur Talententwicklung. Neben Vorträgen boten wir Formate wie „Coke meets Campus“ oder „Female Talent Evening Session“ an der RWTH in Aachen und weiteren Hochschulen an.



**Unser Beitrag während der Covid-19-Pandemie: Umfangreicher Gesundheitsschutz für unsere Mitarbeiter:innen und finanzielle Unterstützung von Gastronomen durch unser neues Programm LOKALFREUN.DE.**

Unsere Mitarbeiter:innen erhielten 2020 im Durchschnitt Schulungen im Umfang von 9,3 Stunden bei CCEP Deutschland und 30 Stunden bei der Coca-Cola GmbH.<sup>15</sup>

## Einbindung der Mitarbeiter:innen

Die Coca-Cola GmbH und CCEP Deutschland legen großen Wert darauf, die Meinung der Mitarbeiter:innen einzuholen und sie in die Entscheidungsfindung einzubeziehen. Eine 2019 bei CCEP unternehmensweit durchgeführte Befragung führte zu vier Workshop-Streams, die 2020 trotz der Pandemie fortgesetzt wurden. Mit einem neuen Umfragetool können wir Mitarbeiter:innen nun kurzfristig befragen. Die Themen, die unsere Mitarbeiter:innen beschäftigen, greifen wir in einer Podcast-Serie auf.

Ein strategisches Projekt namens „New Ways of Working“ wurde 2020 mit dem Ziel eingeführt, die Zukunft des Arbeitens zu beleuchten und eine Handlungsempfehlung zu geben, die die Bedürfnisse der Belegschaft mit externen Anforderungen vereint. Die Initiative „Auf 'ne Coke mit ...“ führten wir 2020 an zehn Standorten fort, um den offenen Austausch von Mitgliedern des Top-Managements mit Mitarbeiter:innen aller Ebenen zu fördern. Mitarbeiter:innen von CCEP Deutschland, die mit ihren Vorschlägen dazu beitragen, die Effizienz zu steigern, die Arbeitssicherheit zu erhöhen oder Umweltauswirkungen zu reduzieren, erhalten eine Prämienzahlung. 2020 wurden 113 von 149 eingereichten Vorschlägen prämiert.

Wir setzen weiterhin gezielt auf die Qualifizierung junger Absolventen. Da die technisch-gewerbliche Ausbildung mit rund 70 Prozent den Löwenanteil unseres Ausbildungsgeschehens ausmacht, setzen wir hier einen besonderen Fokus darauf, die Schulabsolventen für unsere vielfältigen Ausbildungsberufe in der Supply Chain zu begeistern. Zusätzlich versuchten wir, durch diverse Initiativen speziell junge Frauen für diese technisch-gewerblichen Berufe zu gewinnen.

<sup>15</sup> Die Coca-Cola GmbH hat 2020 aufgrund des Homeoffices wegen der COVID-19-Pandemie den Mitarbeiter:innen eine Vielzahl an zusätzlichen virtuellen Trainings angeboten.

## Entlohnung und Sozialleistungen

Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, insbesondere die Schließungen des Außer-Haus-Marktes, führten teilweise zu Kurzarbeit. Die CCEP hat das Gehalt bei Kurzarbeit 2020 auf 85 Prozent des pauschalierten Nettoentgelts erhöht. In Baden-Württemberg haben wir gemäß dem bestehenden regionalen Manteltarifvertrag auf 90 Prozent aufgestockt. Damit bieten wir mehr finanzielle Absicherung für unsere Mitarbeiter:innen.

CCEP Deutschland entlohnt überwiegend (93,3 Prozent) nach Tarif und somit unabhängig vom Geschlecht. Die Mitarbeiter:innen der Coca-Cola GmbH werden außertariflich bezahlt. Ihre Bezahlung entspricht mindestens dem Tarifvertrag von CCEP Deutschland. 2020 wurden die monatlichen Tabellenentgelte der Tarifgruppen von CCEP Deutschland um 90 Euro brutto angehoben. Das Urlaubsgeld erhöhte sich 2020 bei allen tariflich beschäftigten Mitarbeiter:innen von 32,01 Euro auf 32,80 Euro pro Urlaubstag. Das bedeutet bei einer tariflichen Vollzeitbeschäftigung eine Erhöhung des Urlaubsgelds von 960 Euro auf 985 Euro. Zusätzlich erhalten die Mitarbeiter:innen Leistungen für Altersteilzeit und Altersvorsorge, Sonderzuwendungen und Gesundheitsvorsorge.

Unsere Mitarbeiterstiftung „Wir sind Coca-Cola“ unterstützt Mitarbeiter:innen und ihre nahen Angehörigen in Notsituationen, zum Beispiel bei schwerer Krankheit. Die Stiftung stellte 2020 für sechs Unterstützungsfälle insgesamt 17.613 Euro zur Verfügung. Zehn Anträge waren eingegangen.

## Gesundheit und Sicherheit

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen 2020 haben wir unseren Mitarbeiter:innen rund 100 lokale Gesundheitsmaßnahmen angeboten. Die Hauptthemen in diesem Jahr waren Umgang mit Veränderungen, Stressmanagement, Fitness und Gesundheitsvorsorge. Darüber hinaus klärten wir die Mitarbeiter:innen mit Plakaten und Informationsmaterialien über unser Corona-Hygiene-Konzept auf und sensibilisierten sie für die Gefahren einer Ansteckung.

Auf hauptsächlich digitalen Wegen erreichten wir mit unseren Gesundheitsaktivitäten mehr als 9.200 Teilnehmer. Das nationale VORLEBEN-Programm zur Stärkung der mentalen Gesundheit wurde 2020 mit einem neuen Onlinetool für insgesamt 1.500 Mitarbeiter:innen umgesetzt. Mehr als 270 Führungskräfte bildeten sich in einem oder mehreren der folgenden Bereiche weiter: Gesundes Führen, Resilienz, Führen in Veränderungen und Gesundheitsgespräche.

**CCEP DE wurde 2020 für sein vorbildliches betriebliches Gesundheitsmanagement und überdurchschnittliches Engagement für die Gesundheit der Mitarbeiter:innen mit dem Corporate Health Award in der Branche Konsumgüter ausgezeichnet.**



Ende 2020 wurde CCEP Deutschland für sein vorbildliches betriebliches Gesundheitsmanagement der von EUPD Research und der Handelsblatt Media Group initiierte Corporate Health Award in der Branche Konsumgüter verliehen. Damit wurde CCEP Deutschland als Arbeitgeber ausgezeichnet, der sich überdurchschnittlich für die Gesundheit seiner Mitarbeiter:innen engagiert.

2020 spielten neben unseren Gesundheitsmaßnahmen das Thema Arbeitssicherheit und hier vor allem das Thema Mitarbeiter:innenschutz und die Eindämmung von Corona-Infektionen eine maßgebliche Rolle. Selbstverständlich sind unsere Standorte nach dem Arbeitssicherheitsstandard OHSAS 18001 zertifiziert. So ging auch die Zahl der Unfälle weiter zurück: Die Lost Time Incident Rate (LTIR)<sup>16</sup> sank von 1,75 (2019) auf 1,32 (2020). Hierbei haben uns viele Faktoren geholfen, natürlich zählt auch darauf ein, dass unsere Mitarbeiter:innen zu Lockdown-Zeiten selbst vorsichtiger und umsichtiger gewesen sind. Um die Unfallzahlen

<sup>16</sup> 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-Mitarbeiter arbeiten 40 Stunden/Woche für 50 Wochen. Besucher, Lieferanten, Zeit- und Leiharbeitskräfte werden in der Statistik nicht erfasst.

auch weiterhin niedrig zu halten, haben wir 2020 unter anderem eine Kampagne mit dem Namen „Mit Herz und Verstand“ zum Thema Unfallvermeidung gestartet, die unsere Mitarbeiter:innen dafür sensibilisiert, Unfälle aus Unachtsamkeit im Arbeitsalltag zu vermeiden.

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

## **Unsere Aktivitäten im Bereich gesellschaftliches Engagement**

### **Engagement vor Ort**

Als sich die Ausmaße der Corona-Pandemie abzeichneten, haben The Coca-Cola Company und ihre Abfüllpartner beschlossen, für ein Quartal die Werbung auszusetzen und stattdessen in die Sicherung des Geschäftes und die Unterstützung von Hilfsorganisationen und den von der Pandemie am stärksten Betroffenen zu investieren. In einem ersten Schritt haben wir in Deutschland das Deutsche Rote Kreuz mit 600.000 Dollar (zum damaligen Zeitpunkt ca. 550.000 Euro) für medizinische Hilfsmittel sowie mit Getränkespenden im Wert von ca. 100.000 Euro unterstützt.

Unser „Projekt: Lokal.Liebe.“ haben wir ebenfalls 2020 weitergeführt. Mit jeder verkauften Mehrweg-Glasflasche der Marken ViO, Apollinaris und Honest spendet CCEP Deutschland zwei Cent an jeweilige Wunschprojekte der teilnehmenden Gastronomen. Trotz der coronabedingten Schließung der Gastronomie kam 2020 eine Spendensumme von 93.348,20 Euro zusammen. Damit konnten wir 66 gemeinnützige Projekte und Organisationen unterstützen.

Außerdem haben wir ein Unterstützungsprogramm für Gastronomen aufgesetzt: Gemeinsam durch herausfordernde Zeiten – so lautet das Motto von LOKALFREUN.DE. Mit dem Programm konnten wir im vergangenen Jahr zahlreiche Gastronomen unterstützen. Die Pandemie hat die Vertreter dieser Berufsgruppe besonders hart getroffen und uns war es ein großes Anliegen, ihnen unkompliziert zu helfen. Zusammen mit Verbraucher:innen erzielten wir eine Gesamtspendensumme von mehr als 400.000 Euro. Damit konnten mehr als 550 teilnehmende Gastronomen unterstützt werden. Auf der LOKALFREUN.DE-Plattform gibt es neben dem Spendenbereich einen Bereich speziell für Gastronomen, in dem wir der Zielgruppe mit Expertentipps, informativen Trainings und Tutorials in diesen extrem herausfordernden Zeiten zur Seite stehen.

Rund um unsere Standorte waren wir auch 2020 wieder regional für die gute Sache im Einsatz: Wir spendeten insgesamt 100.000 Euro an knapp 50 regionale gemeinnützige Organisationen. 2020 haben wir außerdem gemeinsam mit unserem Kunden Lidl eine Weihnachtsaktion durchgeführt und den Corona-Hilfsfond der Tafeln mit einer Spende von 150.000 Euro unterstützt. Insgesamt kamen 200.000 Euro für die Tafeln zusammen. Dort drohen finanzielle Engpässe, da viele kleine und mittelständische Unternehmen – typische Spender der Tafeln – selbst von der Corona-Krise betroffen sind. Zudem braucht es nun noch strengere Hygienekonzepte für die Tafel-Ausgaben, da viele Bedürftige zur Risikogruppe gehören. Von den Spendengeldern können unter anderem mobile Hochleistungs-Luftreiniger angeschafft und weitere Corona-bedingte Ausgaben gedeckt werden.

### **Corporate Volunteering**

Wir von Coca-Cola Deutschland setzen uns auf vielfältige Weise für das Gemeinwohl ein. Unsere Mitarbeiter:innen engagieren sich im Rahmen der „Aktionstage Nachhaltigkeit“ in Corporate-Volunteering-Projekten. Die Coca-Cola GmbH und CCEP Deutschland gewähren ihren Mitarbeiter:innen dafür zwei Freistellungstage. 2020 leisteten mehr als 60 Mitarbeiter:innen in ihrer Arbeitszeit über 584 Stunden ehrenamtliche Arbeit. Wegen der COVID-19-Kontaktbeschränkung und zur Wahrung der Sicherheitsstandards für unsere



Mitarbeiter:innen wurden 2020 deutlich weniger Freiwilligeneinsätze durchgeführt als in den Vorjahren. Aus diesem Grund haben wir Online-Corporate-Volunteering-Möglichkeiten angeboten.

## Integration und Inklusion als gesellschaftliche Kernaufgaben

Seit 2016 ist CCEP Deutschland offizieller Partner der Deutschlandstiftung Integration (DSI). Vertreter unseres Unternehmens arbeiten aktiv im Stiftungsrat und im Kuratorium mit. Mitarbeiter:innen engagieren sich als Mentoren im Rahmen des Stiftungsprogramms „Geh Deinen Weg“. CCEP Deutschland hat sich darüber hinaus 2020 der von der DSI initiierten Kampagne „Meine Stimme gegen Hass“ angeschlossen.<sup>17</sup>

Unterstützt von CCEP Deutschland startete die Deutschlandstiftung Integration im Berichtsjahr die Initiative „Fremde Freunde“. Das Ziel: Jung und Alt, Menschen mit unterschiedlichen sozialen und kulturellen Hintergründen zusammenzubringen, vor allem Menschen, die besonders hart von den Einschränkungen in der Corona-Krise betroffen sind: Ältere in Pflege- und Seniorenheimen.

Unsere „Sommerakademie Vielfalt 2019“ darf seit November 2020 den Titel „Ausgezeichnetes Projekt der UN-Dekade Biologische Vielfalt“ tragen: Unter dem Motto „Vielfalt in Natur und Gesellschaft“ hatten wir gemeinsam mit der DSI und den Nationalen Naturlandschaften 2019 eine Veranstaltung für Mentees der Deutschland Stiftung Integration im UNESCO-Biosphärenreservat Thüringer Wald durchgeführt.

Die TCCC Foundation unterstützte weiterhin die ReDI SCHOOL of Digital Integration, die geflüchteten Frauen IT-Kompetenzen vermittelt. 2020 erreichten wir mit unserem Weiterbildungsprojekt 197 Frauen. 2020 lief auch die Unterstützung der TCCC Foundation für Special Olympics Deutschland weiter, um die Inklusion von Menschen mit geistiger Behinderung zu fördern.

## Gegen Lebensmittelverschwendung

Coca-Cola Deutschland unterstützt seit vielen Jahren die Tafeln in Deutschland mit Waren-, Geld- und Sachspenden. Damit helfen wir, Menschen mit geringem Einkommen mit Lebensmitteln zu versorgen, und setzen ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung. 235.770 Liter Getränke spendeten wir 2020 an die gemeinnützige Organisation. Für unser Engagement erhielten wir erneut den „Tafelteller“.

## Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für die Gesellschaft“

### Mitarbeiter:innen

Gesamtbelegschaft	Einheit	2018	2019	2020
Gesamtzahl der Mitarbeiter:innen CCEP DE <sup>18</sup>	Anzahl	9.142	8.935	8.509
Gesamtzahl aktiver Mitarbeiter:innen (Berechnungsgrundlage CCEP DE) <sup>19</sup>	Anzahl	7.829	7.278	6.839
Coca-Cola GmbH <sup>20</sup>	Anzahl	146	149	136

<sup>17</sup> Mehr Informationen auf der Kampagnen-Website unter: [www.meinestimmegegenhass.de](http://www.meinestimmegegenhass.de).

<sup>18</sup> Kalkulation basiert auf der Anzahl aller aktiven und nicht aktiven Mitarbeiter:innen zum Stand Dezember des jeweiligen Jahres ohne Einschränkung.

<sup>19</sup> Kalkulation basiert auf allen aktiven Mitarbeiter:innen zum Stand Dezember des jeweiligen Jahres exklusive Mitarbeiter:innen in Restrukturierung und vornehmlich international tätigen Rollen.

<sup>20</sup> Headcount operativ und nicht operativ.

<b>Anteil von Frauen an der Gesamtbelegschaft</b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
CCEP DE	Prozent	19,3	19,3	19,3
Coca-Cola GmbH	Prozent	62,3	58,4	60,3

<b>Anteil von Frauen in den drei obersten Führungsebenen<sup>21</sup></b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
CCEP DE <sup>22</sup>	Prozent	30,0	29,2	30,8
Coca-Cola GmbH	Prozent	50,0	47,0	46,0

<b>Gesamtbelegschaft nach Nationalität</b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
CCEP DE <sup>23</sup>	Prozent (Deutsch/andere)	89,4/10,6	89,2/10,8	88,9/11,2
Coca-Cola GmbH	Prozent (Deutsch/andere)	86,0/14,0	79,8/20,2	82,0/18,0

<b>Auszubildende der CCEP DE<sup>24</sup></b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Anteil von Auszubildenden	Prozent	3,0	3,4	3,5
Technische und gewerbliche Auszubildende	Anzahl gesamt	172	209	189
Kaufmännische Auszubildende	Anzahl gesamt	65	53	53

<b>Mitarbeiter:innen mit Behinderung</b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
CCEP DE <sup>25</sup>	Prozent	6,4	6,9	6,5
Coca-Cola GmbH	Prozent	2,1	2,7	2,9

<b>Krankenquote der CCEP DE</b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Krankenquote <sup>26</sup>	Prozent	8,3	7,8	8,0

<b>Unfallstatistik der CCEP DE</b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Lost Time Injury Rate (LTIR) <sup>27</sup>	Prozent	1,9	1,7	1,3

<sup>21</sup> Führungskräfte: ab Jobgrade 10 (interne Jobebenenklassifizierung).

<sup>22</sup> Die Kalkulation basiert auf der Gesamtmitarbeiter:innenzahl inklusive aller krankheitsbedingt ausfallenden Mitarbeiter:innen und abzüglich der Mitarbeiter:innen in ruhenden Arbeitsverhältnissen, Freistellungen oder Altersteilzeit/Ruhephase.

<sup>23</sup> Alle Mitarbeiter:innengruppen inklusive Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter:innen aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikant:innen.

<sup>24</sup> Der Anteil der Auszubildenden bezieht sich auf die Grundgesamtheit aller Mitarbeiter:innen (außer Mitarbeiter:innen in Restrukturierung und Altersteilzeit passiv).

<sup>25</sup> Alle Mitarbeiter:innengruppen inklusive Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter:innen aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikant:innen.

<sup>26</sup> Kalkulation basiert auf der Gesamtmitarbeiter:innenzahl inkl. aller krankheitsbedingt inaktiven Mitarbeiter:innen, abzüglich der Mitarbeiter:innen in ruhenden Arbeitsverhältnissen, Freistellung oder Altersteilzeit/Ruhephase.

<sup>27</sup> 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-Arbeitnehmer:innen arbeiten 40 Stunden/Woche für 50 Wochen. Besucher, Lieferanten, Zeit- und Leiharbeitskräfte werden in der Statistik nicht erfasst.

Trainingsstunden pro Mitarbeiter:in	Einheit	2018	2019	2020
CCEP DE <sup>28</sup>	Stunden	9,2	9,7	9,2
Coca-Cola GmbH <sup>29</sup>	Stunden	8,3	20,0	30,0

## Gesellschaftliches Engagement

Engagement auf regionaler und nationaler Ebene	Einheit	2018	2019	2020
Summe aller Bar- und Sachförderungen	Euro	658.400	868.471	984.043
Summe geleisteter Arbeitsstunden für soziale Zwecke	Stunden	2.645	5.001	584

<sup>28</sup> Berücksichtigung aller Mitarbeiter:innen, die zum operativen Headcount zählen, inklusive Auszubildenden und Trainees. Ausgetretene und externe Mitarbeiter:innen 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-Trainern, Shadowing sowie Experten-Communitys.

<sup>29</sup> Berechnung erfolgte auf Basis der Mitarbeiter:innenzahl ohne Werkstudierende. Im Jahr 2020 standen vor allem digitale und self placed Learnings, Führungskräfte trainings, Career Workshops sowie von von Mitarbeiter:innen für Mitarbeiter:innen organisierte Lerneinheiten im Fokus.

# 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. Unsere Wasserstrategie 2030 und unser mehrfach ausgezeichnetes weltweites Wassermanagement tragen dazu bei, die wichtige Ressource Wasser zu schützen und unsere Prozesse fortlaufend zu optimieren. Ein transparenter und ressourcenschonender Umgang mit Wasser ist uns dabei wichtig. Aus diesem Grund engagieren wir uns auch lokal – zum Beispiel in Lüneburg.**

## 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 reduzieren – und zugleich das Thema Wasser bei den Partnern in unserer Lieferkette adressieren.<sup>30</sup>
- 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 wiederaufbereiten.

2020 ist das Verhältnis von Wasserverbrauch und Produktionsmenge weiter gesunken: von 1,71 auf 1,69 Liter Wasser pro Liter Getränk. 2020 haben wir insgesamt 1.102.434 Kubikmeter Wasser weniger als im Jahr 2010 verbraucht. Einen Einfluss auf das Ergebnis hatte jedoch das pandemiebedingt geringere Produktionsvolumen von wasserintensiveren Glasmehrwegverpackungen.

<sup>30</sup> Wassernutzungsverhältnis, Wasserverbrauch gesamt in Liter pro Liter produzierten Fertigerzeugnissen.

Beispiele für Effizienzmaßnahmen, die wir umgesetzt haben:

- In Deizisau wurde 2019 eine neue Waschmaschine eingesetzt, die 2020 maßgeblich zu einer verbesserten Wasser- und Energieeffizienz beitrug.
- In Karlsruhe und Bad Neuenahr haben wir unter Beibehaltung des Mikrobiologiestandards Spülschritte reduziert und dadurch Wasser, Zeit und eingesetzte Chemikalien einsparen können.

Coca-Cola nimmt die Bedrohungen wie Dürreperioden und Wetterextreme durch den Klimawandel ernst. Die Bedeutung von sauberem Wasser wird in Zukunft weiter steigen. Durch einen verantwortungsvollen und nachhaltigen Umgang mit Wasser leistet Coca-Cola seit Jahren durch ein effektives Wassermanagement einen wichtigen Beitrag zum Schutz dieser lebenswichtigen Ressource – in Deutschland und weltweit. Dieses Wassermanagement entwickeln und verbessern wir kontinuierlich weiter. Beispielsweise haben wir einen neuen Risikoanalysen-Standard (inkl. Anforderungen aus dem Alliance for Water Stewardship Standard) an acht Standorten (Deizisau, Köln, Hildesheim, Mannheim, Mölln, Halle, Lüneburg und Knetzgau) eingeführt. Hierbei werden zuerst lokale Risiken/Chancen betrachtet und bewertet und ggf. Maßnahmen innerhalb eines sogenannten „Water Management Plan“ aufgestellt.



**Unser mehrfach ausgezeichnetes Wassermanagement wurde 2020 durch einen neuen Risikoanalyse-Standard weiterentwickelt, der lokale Risiken und Chancen gezielt einbezieht.**

## Brunnenbau in Lüneburg

Seit 2007 füllen wir am Standort Lüneburg das natürliche Mineralwasser ViO ab, das bei den Verbraucher:innen auf große Nachfrage stößt. Dadurch steigt auch der Bedarf an Wasser in der Produktion, sodass wir mit Genehmigung der zuständigen Behörden einen zusätzlichen dritten Brunnen auf dem Gebiet der Gemeinde Reppenstedt erschließen.

Wir dürfen derzeit für die Getränkeproduktion jährlich bis zu 350.000 Kubikmeter Grundwasser fördern. Das entspricht 1,7 Prozent der genehmigten Wasserentnahmen im entsprechenden Grundwasserkörper. Mit dem zusätzlichen Brunnen würden wir diese Menge höchstens verdoppeln. Nach aktuellen Angaben der zuständigen Behörden steht in der Region ausreichend Grundwasser für eine zusätzliche Nutzung zur Verfügung.<sup>31</sup>

Einige Anwohner haben sich gegen den Brunnenbau, den erforderlichen Pumpversuch beziehungsweise ganz grundsätzlich eine Wasserentnahme für die Herstellung der Getränke am Standort Lüneburg ausgesprochen. Wir haben von Beginn an offen und transparent über unser Vorhaben informiert und werden uns auch weiter um einen sachlichen Dialog mit den Anwohnern und Stakeholdern bemühen.

<sup>31</sup> Die sogenannte Dargebotsreserve, also die Menge an Wasser, die abzüglich aller bereits erteilten Genehmigungen für alle Nutzer zur Bewirtschaftung zur Verfügung steht, beträgt im betreffenden Grundwasserkörper 5,54 Millionen Kubikmeter.

## Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für das Wasser“

Wasser	Einheit	2018	2019	2020
Betriebe mit Analyse von und Maßnahmen zu „Water Source Vulnerability“	Betriebe/ Prozent	16/100	16/100	<b>16/100</b>
Wassereffizienz an den Produktionsstandorten der CCEP DE	l H <sub>2</sub> O pro l Getränk	1,72	1,71	<b>1,69</b>
Reduktion des Wasserverbrauchs pro Liter Fertiggetränk seit 2010	Prozent	16,94	17,48	<b>18,58</b>

Wasserverbrauch an den Produktionsstandorten der CCEP DE	Einheit	2018	2019	2020
Gesamt	Liter	6.226.000.000	6.039.000.000	<b>5.549.000.000</b>
Davon Stadtwasser	Prozent	66,20	65,58	<b>64,51</b>
Davon eigene Brunnen	Prozent	33,80	34,42	<b>35,49</b>



# HANDELN FÜR DAS KLIMA



**Wir sind uns unserer Verantwortung für den Klimaschutz bewusst und arbeiten kontinuierlich daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Im Jahr 2020 haben wir eine neue Klimastrategie mit ambitionierten Zielen verabschiedet: Bis 2040 möchten wir CO<sub>2</sub>-Neutralität entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette erreichen. Auch von unseren Lieferanten erwarten wir, dass sie ihre Emissionen reduzieren und sich verpflichten, bis 2023 zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu nutzen.**

**Durch gezielte Maßnahmen steigern wir unsere Energieeffizienz und setzen so unseren Weg in Richtung nachhaltige Produktion fort. Darüber hinaus verlagern wir weiter unseren Warentransport auf die Schiene.**

---

## Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für das Klima“

Wir haben in allen relevanten Bereichen entlang unserer Wertschöpfungskette Maßnahmen umgesetzt, um unseren Klimaeffekt deutlich zu reduzieren. Die Ziele, die wir uns ursprünglich für 2025 gesteckt hatten, haben wir bereits übertroffen. Deshalb setzen wir uns neue, höhere wissenschaftsbasierte Ziele.

CCEP hat als Teil der neuen Klimastrategie 2020 ambitionierte Klimaziele aufgesetzt, um so einen wichtigen Beitrag zur Erreichung des 1,5-Grad-Ziels des Pariser Klimaabkommens zu leisten. Schrittweise soll bis 2040 CO<sub>2</sub>-Klimaneutralität über die gesamte Wertschöpfungskette<sup>32</sup> erreicht werden. In diesem Bericht werden wir letztmalig die Daten nach der Logik des bisherigen, bereits erreichten Zieles veröffentlichen und gleichzeitig auch die Emissionen nach Scope 1, 2 und 3 entsprechend des neuen Zieles berichten. Zukünftig werden wir nur noch entsprechend der neuen Zielsetzung berichten.

## Ziele 2025 - 2040

Folgende Ziele haben wir im Berichtsjahr durch noch ambitioniertere Klimaziele nachgeschärft.

- Unser Ziel ist es, entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette Netto-Null-Emissionen bis 2040 zu erreichen.<sup>33</sup>
- Wir werden unsere Treibhausgas-Emissionen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette bis 2030 um 30 Prozent reduzieren (vs. 2019).<sup>34</sup>

<sup>32</sup> Die gesamte Wertschöpfungskette beinhaltet Emissionen aus Scope 1, 2 und 3.

<sup>33</sup> Wir fokussieren uns darauf, unsere Emissionen so weit wie möglich selbst zu reduzieren, und gleichen nur unvermeidbare Emissionen mit Kompensationsmaßnahmen aus.

<sup>34</sup> Zusätzlich zu der bereits absolut erreichten Reduktion von 30,5 Prozent in Zeitraum 2010–2019.

- Wir werden weiterhin 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energiequellen einkaufen.
- Wir erwarten von allen unseren Lieferanten die Festlegung von wissenschaftlich fundierten Zielen und Maßnahmen, mit denen sie ihre Emissionen reduzieren. Zudem werden sie aufgefordert, bis 2023 zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu nutzen.

## Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks

Die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus allen Geschäftsbereichen, von der Beschaffung und dem Einsatz von Rohmaterialien über Produktion und Verpackung bis hin zu Transport und Kühlung der fertigen Produkte, sollen reduziert werden.<sup>35</sup> Dazu integrieren wir Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion in unsere Businesspläne und investieren in den nächsten drei Jahren in allen CCEP-Ländern zusammen 250 Millionen Euro, um unseren neu formulierten Klimazielen näherzukommen. Die Ziele knüpfen an unseren gemeinsamen Nachhaltigkeitsaktionsplan „This is Forward“ von Coca-Cola in Westeuropa und CCEP an, mit dem es bereits gelungen ist, bis 2020 die Treibhausgasemissionen über die gesamte Wertschöpfungskette der CCEP um 37,7 Prozent im Vergleich zu 2010 zu reduzieren. In Deutschland betrug die Einsparung über die Wertschöpfungskette 40 Prozent (2010–2020) und im Kerngeschäft 64 Prozent.

Die CO<sub>2</sub>-Reduzierung in unserer eigenen Wertschöpfungskette treiben wir voran, indem wir die Energieeffizienz an unseren Standorten erhöhen, sparsame Kühlgeräte einsetzen, Verkehr auf die Schiene verlagern und Ökostrom beziehen. Auch unsere Lieferanten motivieren wir, ihre Ziele auf Basis von wissenschaftlich

fundierten Bewertungskriterien (SBTI) zu definieren und ihren Strom bis 2023 zu 100 Prozent aus erneuerbarer Energie zu beziehen.

Um unsere Scope-3-Emissionen zu senken, setzen wir verstärkt recyceltes Material in unseren Verpackungen ein, insbesondere

# 2040

**will CCEP CO<sub>2</sub>-Neutralität entlang der gesamten Wertschöpfungskette erreichen. Das ist der zentrale Pfeiler unserer neuen Klimastrategie.**

recyceltes PET. Speziell in Deutschland wird weiterhin in Mehrwegverpackungen und in die dafür notwendige Infrastruktur investiert. Parallel wird der Materialeinsatz von Einweg- und Mehrweg-Verpackungen optimiert (mehr dazu im Kapitel „Verpackungen“).

2020 haben wir erstmals unsere Sales KICK-OFF mit rund 1.700 Teilnehmern durch bewusste Auswahl des Caterings, Anreise mit der Bahn oder Fahrgemeinschaften klimaneutral umgesetzt. Die unabhängige Klimaschutzorganisation atmosfair bezifferte die nicht vermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen für alle Event-Gewerke auf 618 Tonnen CO<sub>2</sub>, die CCEP Deutschland durch den Kauf eines Zertifikats kompensierte.

## Strom aus erneuerbaren Energien und Energieeffizienz

Seit 2015 ist das gesamte Unternehmen (Produktion, Vertrieb, Verwaltung) nach dem Energiemanagementstandard DIN ISO 50001 zertifiziert. 2020 haben wir die Transition auf die neue Version 50001:2018 erfolgreich geschafft.

Auch im Jahr 2020 bezogen wir für unsere Produktionsstandorte zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energien. Bei uns waren 270 Elektrostapler im Einsatz, was einem Anteil von 63,2 Prozent entspricht. Ende

<sup>35</sup> Wir berechnen unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen auf Grundlage des Greenhouse Gas Protocol, das Treibhausgasemissionen in drei Geltungsbereiche (Scopes) unterteilt: Scope 1 betrifft alle direkten Emissionen aus eigenen Anlagen. Scope 2 bezieht sich auf alle indirekten Emissionen, die durch Energieerzeugung für das Unternehmen entstehen. Scope 3 umfasst alle übrigen Emissionen des Produkt- und Herstellungszyklus.

2020 hatten wir 255.236 Kühlgeräte im Markt und der prozentuale Anteil an energiesparenden Lösungen hat sich zu 2019 nicht verändert. Allerdings wurden unsere Kühler über die letzten Jahre technisch weiterentwickelt, sodass heute neue Kühler ähnlich effizient arbeiten und damit den gleichen Klimaeffekt haben wie vor Jahren Kühler mit Energiesparmodul. Wir kaufen nur noch FKW-freie Kühler. Bereits 82,3 Prozent unserer Kühler im Markt sind FKW-frei (2019: 78,6 Prozent). Durch den stetigen Austausch und die Optimierung von Kühlgeräten senkt CCEP Deutschland den Energiebedarf der Geräte.

Die Energieeffizienz der Getränkeproduktion wird kontinuierlich durch Optimierung der Abläufe und Investitionen in neue Maschinen erhöht. Der Energieverbrauch in der Produktion konnte seit 2010 pro Liter Getränk um 19 Prozent gesenkt werden (2020: 0,330 EUR<sup>36</sup>). In unseren Produktionsstätten haben wir unter anderem folgende Energieeffizienzmaßnahmen über Modernisierung und Instandhaltung umgesetzt:

- Wir haben das Niederdruckluft-System in Genshagen und den Niederdruckkompressor in Bad Neuenahr ausgetauscht,
- eine Steuerung für die Niederdruckluftherzeugung in Mönchengladbach-Güdderath eingebaut,
- das Niederdruckband in Hildesheim und Dorsten sowie das Hochdruckband in Liederbach abgesenkt,
- die Blasdrücke für Einwegflaschen in Hildesheim, Knetzgau, Mannheim und Mönchengladbach-Güdderath weiter gesenkt,
- an allen Standorten die Energieabschaltungen und das Monitoring an Wochenenden sowie bei geplanten und ungeplanten Stillständen erweitert.

CCEP Deutschland testet bereits jetzt im Vending den bundesweit kleinsten Elektro-Lkw. Im Juni 2020 starteten wir einen ersten Piloten mit drei Exemplaren des „458“ von ARI Motors, um Vending-Automaten bei unserem Großkunden Volkswagen in Baunatal zu befüllen. Im August 2020 haben wir die Flotte um drei zusätzliche ARI-Fahrzeuge bei unserem Kunden Opel in Rüsselsheim erweitert. Die Anschaffung der E-Transporter hilft dabei, den Kohlendioxid-Ausstoß zu senken: Mit den sechs ARI-Fahrzeugen sparen wir etwa 4,8 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr.

## Logistik auf die Schiene verlagern

CO<sub>2</sub>-Emissionen sparen wir auch beim Transport: Bei CCEP Deutschland füllen wir Getränke überwiegend regional ab. Ist das nicht möglich, setzen wir auf Langstrecken zwischen unseren Standorten zunehmend auf den Schienengüterverkehr. 2020 haben wir den Schienengüterverkehr auf Langstrecken in Deutschland weiter ausgebaut und Logistikrouten optimiert. So waren im Jahr 2020 elf Standorte über neun Strecken in das Schienennetz von CCEP Deutschland eingebunden. Damit hat sich die Zahl der Standorte und Bahnstrecken seit 2018 mehr als verdoppelt. 2018 waren es fünf Standorte und vier Strecken. Insgesamt hat CCEP Deutschland 2020 durch den Schienengüterverkehr 1,7 Millionen Lkw-Kilometer und 1.000 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart. Das sind 300 Tonnen CO<sub>2</sub> und 300.000 Lkw-Kilometer mehr als 2019.

<sup>36</sup> Energy use ratio (MJ pro Liter)

## Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für das Klima“<sup>37</sup>

<b>CO<sub>2</sub>-Fußabdruck im Kerngeschäft</b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
CO <sub>2</sub> -Fußabdruck gesamt <sup>38</sup>	Tonnen	389.440	391.441	<b>337.767</b>
Reduktion CO <sub>2</sub> -Fußabdruck im Kerngeschäft seit 2010	Prozent	58,30	58,09	<b>63,84</b>
<b>CO<sub>2</sub>-Fußabdruck über die gesamte Lieferkette</b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Scope-1-Emissionen	Tonnen	79.512	79.928	<b>69.617</b>
Scope-2-Emissionen (marktbasierter Ansatz)	Tonnen	2.440	4.657	<b>3.923</b>
Scope-3-Emissionen	Tonnen	801.999	792.829	<b>751.903</b>
Gesamte CO <sub>2</sub> -Emissionen Scope 1–3	Tonnen	883.951	877.414	<b>825.443</b>
Absolute Reduktion der gesamten CO <sub>2</sub> -Emissionen (Scope 1–3) seit 2010 <sup>39</sup>	Prozent	35,7	36,2	<b>40,0</b>
CO <sub>2</sub> -Fußabdruck pro Liter Getränk <sup>40</sup>	g pro l Getränk	230,4	230,0	<b>232,9</b>
Reduktion CO <sub>2</sub> -Fußabdruck pro Liter Getränk seit 2010	Prozent	40,6	40,7	<b>40,0</b>
<b>Energieverbrauch und Verbrauch aus erneuerbaren Energiequellen</b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Energieverbrauch der Produktionsstandorte der CCEP DE <sup>41</sup>	kWh pro 1.000 l Getränk	91,11	92,32	<b>91,58</b>
Gesamter Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen <sup>42</sup>	MWh	165.433	159.610	<b>150.118</b>
Gesamter Stromverbrauch aus erneuerbaren Quellen	MWh/Prozent	164.566/100	158.765/100	<b>146.597/100</b>
<b>Kühler im Markt</b>				
Gesamt	Anzahl	257.683	265.908	<b>255.236</b>
Davon FKW-frei	Anzahl	184.313	208.919	<b>209.938</b>
	Prozent	71,53	78,57	<b>82,25</b>
Energiesparende Kühler	Anzahl	161.712	177.768	<b>168.987</b>
	Prozent	62,76	66,85	<b>66,21</b>

<sup>37</sup> Wir arbeiten jedes Jahr an der Genauigkeit unserer Daten, daher können sich auch rückwirkend Zahlen/Daten ändern, um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

<sup>38</sup> CCEP berichtet seit 2016 den CO<sub>2</sub>-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.

<sup>39</sup> Aufgrund unserer nachgeschärften Klimaziele berichten wir ab dem Berichtsjahr 2020 auch die absolute Reduktion der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1–3) seit 2019. Die Reduktion beträgt für 2020 5,9 Prozent.

<sup>40</sup> Diese Kennzahl bezieht sich auf den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck für die gesamte Wertschöpfungskette, also inklusive der Herstellung von Verpackungen und Inhaltsstoffen.

<sup>41</sup> Zur Berechnung der Energieintensität wird das Produktionsvolumen verwendet. Berücksichtigte Energiearten sind Strom, Heizöl, Propangas, Erdgas und Fernwärme. Beim Propan- und Erdgasverbrauch berücksichtigen wir seit 2013 auch den Verbrauch, der durch die Preform-Herstellung an unserem Standort Halle entsteht.

<sup>42</sup> Seit 2013 fließt neben Strom aus erneuerbaren Quellen (Einkauf Ökostrom) auch Biogas in Knetzgau 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 Achtung von Menschenrechten in unseren Lieferketten hat für uns höchste Priorität. Unsere Menschenrechtsrichtlinie gilt für die gesamte Organisation und ist Voraussetzung für alle Partnerschaften. Durch unsere Supplier Guiding Principles (SGPs) und Sustainable Agricultural Guiding Principles (SAGPs) verpflichten wir unsere Lieferanten zu**

**ethisch korrektem Handeln und nachhaltigen Anbaupraktiken im Einklang mit unserem Verhaltenskodex und unserer Menschenrechtsrichtlinie.**

**Auch die Förderung der biologischen Vielfalt ist uns ein besonderes Anliegen: Sie bildet nicht nur unsere Lebensgrundlage, sondern sichert auch unsere Lieferkette von morgen für die Produktion unserer Getränke. Der schonende Umgang mit Ressourcen ist deswegen fester Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie.**

---

## 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 aus nachhaltigen Quellen stammen.

### Unsere Aktivitäten

Die Achtung der Menschenrechte ist von grundlegender Bedeutung für die Nachhaltigkeit von CCEP und der Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. In unserem Unternehmen setzen wir uns dafür ein, dass jeder, der in unseren Betrieben und innerhalb unserer Lieferkette arbeitet, mit Würde und Respekt behandelt wird.

Die Richtlinie für Menschenrechte der CCEP (die „Richtlinie“) orientiert sich an den internationalen Menschenrechtsprinzipien, die in den Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte, der Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit und dem Global Compact der Vereinten Nationen enthalten sind. Die Richtlinie gilt für CCEP, die Unternehmen, die sie besitzt, die Unternehmen, an denen sie eine Mehrheitsbeteiligung hält, und die Einrichtungen, die sie verwaltet.

Im Jahr 2017 veröffentlichte CCEP ein Statement zum UK Modern Slavery Act – welches jährlich aktualisiert wird – gefolgt von den Human Rights Restructuring Guidelines im Juni 2018. All diese Richtlinien gelten für die gesamte Organisation von CCEP. 2018 legte TCCC ebenfalls erstmals einen Menschenrechtsreport vor.

In der Lieferkette konzentrieren wir uns insbesondere auf die Landwirtschaft, von der wir die Inhaltsstoffe für unsere Getränke beziehen. Für alle unsere Lieferanten gelten unsere Supplier Guiding Principles (SGPs) beziehungsweise unsere Sustainable Agricultural 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.

Bei Verstößen gegen die Menschenrechte arbeitet CCEP Deutschland gemeinsam mit den entsprechenden Lieferanten an Problemlösungen, behält sich aber auch vor, die Geschäftsbeziehungen zu pausieren oder zu beenden, sollte es keine akzeptable Lösung geben.

Um Nachhaltigkeit in der Lieferkette sicherzustellen, arbeitet CCEP mit der EcoVadis-Plattform und TCCC mit der SAI zusammen (mehr dazu in unserem Kurzbericht Nachhaltigkeit 2019). 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 haben wir einen Aktionsplan zu Menschenrechten festgelegt. Jedes Jahr konzentrieren wir uns auf ausgewählte Schlüsselbereiche, die für die Menschen in unseren Betrieben und in unserer gesamten Wertschöpfungskette relevant sind. Im Berichtsjahr wurden die Themen „Recht auf kollektive Vertretung“ und „Recht auf Privatsphäre und Datenschutz“ als relevant identifiziert. Hierzu haben wir im Berichtsjahr interne und externe Handlungsfelder identifiziert, wegen der COVID-19-Krise ergriffen wir jedoch vorrangig zusätzliche Maßnahmen, um die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter:innen und derjenigen, die für CCEP arbeiten, zu gewährleisten. Dazu gehörten beispielsweise COVID-19-Risikobewertungen, die Implementierung von Leitfäden für Heimarbeit, Reinigungs- und Desinfektionsprogramme sowie zusätzliche Maßnahmen für den Vertrieb und die Lieferkette. Dies hat Ressourcen gebunden und unsere Zeitpläne für die verbleibenden Maßnahmen „Verhinderung von Zwangsarbeit“ und „Faire Vergütung“ auf 2021 verschoben.



**Für unser Engagement und freiwillige Transparenz für eine klimaneutrale Lieferkette haben wir ein „Supplier Engagement Rating“ von CDP erhalten. Dank unseres guten Ratings wurden wir 2020 in das „Supplier Engagement Leaderboard“ aufgenommen.**

Im Jahr 2020 haben wir unsere Schulungen zu Menschenrechten fortgesetzt. Dabei lag ein besonderer Fokus auf dem Thema „Moderne Sklaverei“. Zielgruppe sind alle Mitarbeiter:innen im Einkauf, die mit Lieferanten interagieren. Am Tag der Menschenrechte im Dezember 2020 haben wir unsere Mitarbeiter:innen und weitere Interessengruppen über unsere Fortschritte informiert.

Für unser Bemühen, gemeinsam mit unseren Lieferanten unsere Klimaziele zu erreichen, wurden wir vom CDP 2020 in das „Supplier Engagement Leaderboard“ aufgenommen. Dabei haben wir auf freiwilliger Basis den vollständigen CDP-Klimafragebogen offengelegt und so ein „Supplier Engagement Rating“ (SER) erhalten.

Darüber hinaus wurde CCEP Deutschland im Jahr 2020 mit dem Supply Chain Excellence Award der CCEP ausgezeichnet. Unter die Preisträger dieser internationalen Auszeichnung schafften es auch in diesem Jahr wieder zwei deutsche Standorte: Dorsten belegte mit seinem „Automated Seam Check“, welcher bei der Qualitätssicherung neue Standards setzt, in der Kategorie „Qualität“ den ersten Platz. Der Standort Köln wurde mit einer Top-3-Platzierung in der Kategorie „Plant of the Year“ ausgezeichnet. Diese Auszeichnungen zeigen und würdigen zugleich das besondere Engagement und die außergewöhnlichen Leistungen unserer Mitarbeiter:innen.

Als international tätiges Unternehmen befürwortet CCEP die Einführung einer EU-weiten Regulierung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten in Liefer- und Wertschöpfungsketten. Das Ziel dieser Regelung sollte ein einheitlicher Standard sein, der gleiche Wettbewerbsbedingungen für Unternehmen des europäischen Wirtschaftsraums gewährleistet.

## Kooperationen zum Schutz biologischer Vielfalt

Coca-Cola ist seit 2015 offizielles Fördermitglied der Nationalen Naturlandschaften. Im Rahmen dieser Kooperation unterstützen und fördern wir den Naturschutz in Nationalparks, Biosphärenreservaten, Naturparks und Wildnisgebieten in ganz Deutschland. Seit 2019 sind wir weiterhin Mitglied der Initiative „Biodiversity in Good Company“, eines branchenübergreifenden Zusammenschlusses von Unternehmen. Auch unsere Partnerschaft mit Trinkwasserwald® e. V. haben wir fortgesetzt. Im Rahmen dieser Kooperation werden jedes Jahr Nadelwaldkulturen in Niedersachsen gezielt mit Laubbäumen unterpflanzt, um die Trinkwasserneubildung zu fördern. 2020 starteten wir darüber hinaus mit Prüfungen und Vorbereitungen für die naturnahe Umgestaltung von ersten Firmengeländen.

Die im Rahmen unserer Kooperation mit der Heinz Sielmann Stiftung vorgesehenen Insektenhotels konnten wir 2020 wegen der Corona-Krise nicht wie geplant bauen. Unsere Mitarbeiter:innen errichteten die Nisthilfen für Wildbienen bei Corporate-Volunteering-Einsätzen. Der Startschuss fiel 2019 in Halle und Berlin-Hohenschönhausen. Die Kooperation mit der Heinz Sielmann Stiftung besteht natürlich weiterhin und wir werden das Projekt fortsetzen, sobald wir unsere Aktionstage wieder wie gewohnt durchführen können. Insgesamt 19 Nisthilfen sollen bis Ende 2021 in der Nähe der Standorte von CCEP Deutschland entstehen.

## Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für eine nachhaltige Lieferkette“

Nachhaltige Lieferkette	Einheit	2018	2019	2020
Anteil landwirtschaftlicher Zutaten und Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen	Prozent	100	100	100
Zu Nachhaltigkeit, Ethik und Menschenrechten auditierte Lieferanten	Prozent	95,0	95,1	99,2

## Ansprechpartner und Kontaktinformationen

### Axel Bachmann

Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH  
Geschäftsleiter Nachhaltigkeit  
Stralauer Allee 4 | 10245 Berlin  
Telefon +49 172 20 26 720  
E-Mail abachmann@ccep.com

### Uwe Kleinert

Coca-Cola GmbH  
Leiter Nachhaltigkeit  
Stralauer Allee 4 | 10245 Berlin  
Telefon +49 163 82 11 434  
E-Mail ukleinert@coca-cola.com

### 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, Coke Zero Sugar, Coca-Cola freestyle, Fanta, Chaqwa, AQUARIUS 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. HONEST ist eine eingetragene Schutzmarke von Honest Tea, Inc. Costa Coffee ist eine eingetragene Schutzmarke.

