



Coca-Cola EUROPACIFIC
PARTNERS

Coca-Cola GmbH

**KURZBERICHT NACHHALTIGKEIT
COCA-COLA DEUTSCHLAND 2021**

VORWORT



Liebe Leserinnen und Leser,

auch das Jahr 2021 stand ganz im Zeichen der COVID-19-Pandemie und war verbunden mit der anhaltenden Sorge um die Gesundheit unserer Mitarbeitenden und unserer Kunden. Dazu kam im Sommer die Flutkatastrophe, die auch unseren Standort Bad Neuenahr und unsere Mitarbeitenden dort betroffen hat. Mit Geldspenden, mit Corporate Volunteering und mit Getränkespenden haben wir die Arbeit der Helfer:innen vor Ort unterstützt.

Beides – die Pandemie und die Flut – sind Zeugnisse unserer Lebensverhältnisse, die von weltweitem Handel und globaler Mobilität geprägt sind. Extremwetterereignisse wie beispielsweise Starkregen oder Hitze sind Folgen des Klimawandels. Die Flut führt uns auch die Dringlichkeit der Renaturierung von Flussläufen vor Augen. Wir unterstützten 2021 erstmals ein Naturschutzprojekt, das die Renaturierung eines Moors zum Ziel hat, um diesen wertvollen CO₂-Speicher zu erhalten. Auch andere Umweltschutzprojekte führen wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden fort.

Die strategische Umgestaltung des weltweiten Coca-Cola Systems hat das Unternehmen in die Lage versetzt, sich in einem dynamischen Umfeld zurechtzufinden und gestärkt aus der Pandemie hervorzugehen. Mit dem Zusammenschluss von Coca-Cola European Partners plc mit Coca-Cola Amatil Limited zu Coca-Cola Europacific Partners plc firmieren wir seit 1. Oktober 2021 unter dem neuen Namen Coca-Cola Europacific Partners Deutschland GmbH. Die vernetzte Organisation trägt dazu bei, das enorme Potenzial der Marken und Märkte auszuschöpfen. 2022 steigen in Deutschland die Anforderungen an unsere Lieferkette durch das neue Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz. Darauf bereiten wir uns weiter umfassend vor.

Angesichts dieser drängenden Herausforderungen haben wir auch 2021 unsere Nachhaltigkeitsziele fest im Blick behalten. In diesem Kurzbericht Nachhaltigkeit geben wir von Coca-Cola Deutschland bereits zum 13. Mal Auskunft über unsere zentralen Nachhaltigkeitsziele, die wichtigsten Aktivitäten und die relevanten Kennzahlen. 2021 war ein Jahr, das uns eindrücklich gezeigt hat, wie wichtig nachhaltiges Wirtschaften für uns alle ist.

Axel Bachmann

Geschäftsleiter Nachhaltigkeit
Coca-Cola Europacific Partners Deutschland GmbH

Anja Jonas

Leiterin Public Affairs
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 (SDGs) 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.

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.

An unseren Produktionsstandorten beziehen wir zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energien. Durch gezielte Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen steigern wir unsere Energieeffizienz und kaufen nur noch energieeffiziente Kühlgeräte.

Unsere Menschenrechtsrichtlinie gilt für die gesamte Organisation und ist Voraussetzung für alle Partnerschaften. Wir erwarten von unseren Lieferanten ethisch korrektes Handeln und nachhaltige Anbaupraktiken im Einklang mit unserem Verhaltenskodex und unseren Richtlinien. Darüber hinaus fördern wir das Engagement unserer Mitarbeitenden in sozialen und ökologischen Initiativen.

Wir wollen Partnerschaften stärken, um gemeinsam die SDGs zu erreichen. Dafür schließen wir Kooperationen mit anderen Unternehmen und Organisationen. Während der COVID-19-Pandemie unterstützen wir zudem zahlreiche Projekte, um gezielt Hilfe zu leisten.

Durch unsere langjährige Zusammenarbeit mit den Tafeln in Deutschland helfen wir dabei, Menschen mit geringem Einkommen mit Lebensmitteln zu versorgen, und setzen ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung.

Wir fördern eine ausgewogene Ernährung, indem wir den Anteil kalorienfreier und kalorienreduzierter Getränke an unserem Gesamtverkaufsvolumen erhöhen und verschiedene Trinkgrößen anbieten. Darüber hinaus entwickeln wir unser Biogetränkessortiment weiter und achten auf nachhaltige Produktionsbedingungen unserer Rohstoffe. In der Pandemie haben wir konsequent Maßnahmen zum Gesundheitsschutz unserer Mitarbeitenden umgesetzt.

Wir fördern Chancengleichheit in unserem Unternehmen durch zahlreiche Initiativen und Richtlinien. Wir arbeiten weiterhin intensiv daran, den Frauenanteil in unseren Führungsstrukturen zu erhöhen und so die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiterinnen und weiblichen Führungskräfte auf allen Ebenen voranzutreiben. Ein attraktives und offenes Arbeitsumfeld, das Diversität als zentrales Erfolgskriterium begreift, ist für uns selbstverständlich.

Verpackung ist für uns kein Müll, sondern ein wichtiger Rohstoff: Durch Innovationen bei unseren Prozessen und Produkten wollen wir den gesamten Kreislauf vom Design über die Produktion der Verpackungen bis hin zur Wiederverwertung und -befüllung schließen und möglichst nachhaltig gestalten. Darüber hinaus bleiben die Förderung der biologischen Vielfalt und der schonende Umgang mit Ressourcen ein fester Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie.



Wir arbeiten kontinuierlich daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Unser Ziel ist es, unser Geschäft bis 2040 CO₂-neutral über Scope 1–3 zu betreiben. 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 Europacific Partners (nachfolgend CCEP genannt) hat im März 2022 den vierten Integrated Report sowie im Mai den sechsten ausführlichen Sustainability Stakeholder Progress Report (Nachhaltigkeitsbericht) für das Jahr 2021 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. Im April 2022 veröffentlichte die The Coca-Cola Company (TCCC) darüber hinaus den weltweiten Business & ESG Report für das Jahr 2021.

Hiermit legen wir speziell für Coca-Cola Deutschland (Coca-Cola Europacific Partners Deutschland GmbH und Coca-Cola GmbH) den „Handeln. Verändern. Kurzbericht Nachhaltigkeit Coca-Cola Deutschland 2021“ vor. Dieser Bericht gibt einen Überblick über die Ziele und die wichtigsten Nachhaltigkeitsmaßnahmen inklusive aller relevanten Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2021¹. Mit diesen Maßnahmen leisten wir in Deutschland einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der Ziele des gemeinsamen europäischen Nachhaltigkeitsaktionsplans von CCEP und TCCC.

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 die europäische Operating Unit von TCCC als auch für alle Business Units von CCEP. Aufbauend auf diesem Aktionsplan haben wir von Coca-Cola Deutschland mit unserem Maßnahmenplan für Nachhaltigkeit „Handeln. Verändern.“ eine 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.

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 bieten wir über 60 verschiedene Getränke in unterschiedlichen Packungsvarianten an und sind damit der größte Getränkehersteller für alkoholfreie Erfrischungsgetränke in Deutschland. Mit Topo Chico Hard Seltzer gehört seit 2021 erstmals auch ein alkoholisches Getränk zum Sortiment. Ebenfalls neu im Markt ist das Ready-to-drink-Portfolio unserer Kaffeemarke Costa, mit dem wir besonderen Kaffeegenuss für unterwegs anbieten.

Die COVID-19-Pandemie hat uns auch 2021 als Unternehmen viel abverlangt. Es ist uns gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden, Kunden und Lieferanten gelungen, gut durch diese Krise zu navigieren. Mit schnellen Entscheidungen, Einsatzbereitschaft und der gebotenen Umsicht haben wir es geschafft, die Gesundheit der Mitarbeitenden durch konsequente Schutzmaßnahmen bestmöglich sicherzustellen und für unsere Kunden da zu sein. Dies werden wir auch 2022 fortsetzen.

¹ Die angegebenen Daten beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2021. Sofern relevant, werden auch Entwicklungen und Informationen bis zum Redaktionsschluss am 31. März 2022 dargestellt.

Aus Gründen der Inklusion verwenden wir zur Bezeichnung von einigen Personengruppen die gendergerechte Schreibweise mit Doppelpunkt, zum Beispiel Verbraucher:innen. Selbstverständlich sind damit stets alle Geschlechteridentitäten gemeint. Wir wissen, dass auch diese Formulierung der gesellschaftlichen Vielfalt nicht umfassend gerecht wird und bemühen uns, einen guten und gleichzeitig inkludierenden Lesefluss zu gewährleisten.

Unsere Unternehmensstruktur

Hinter Coca-Cola Deutschland stehen zwei Unternehmen: die Coca-Cola GmbH, die für die Markenführung und die Produkt-/Verpackungsentwicklung zuständig ist, und die Coca-Cola Europacific Partners Deutschland GmbH (nachfolgend CCEP Deutschland genannt), welche die Produktion und Abfüllung sowie den Verkauf und Vertrieb verantwortet.

Teil der Unternehmensphilosophie ist es, lokal zu produzieren. In Deutschland hat Coca-Cola aktuell 28 Standorte: 14 Produktionsstandorte und 14 weitere Standorte, darunter die Zentrale sowie Vertriebs- und Logistikstandorte. Die Zentrale von CCEP Deutschland sowie der Sitz der Coca-Cola GmbH befinden sich an einem gemeinsamen Standort in Berlin.

CCEP Deutschland ist Lohnabfüller für Monster Energy und für den Vertrieb dieser Produkte in Deutschland zuständig. Monster Energy Europe Limited ist eine eigenständige Firma und 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 2021 die im Vorjahr angekündigte Einstellung der Produktion am Standort Liederbach umgesetzt. Die Produktionsanlage für große PET-Einwegpfandflaschen wurde mittlerweile an den Produktionsstandort Karlsruhe verlegt. Liederbach wird gegenwärtig noch als Logistik- und Verwaltungsstandort genutzt. Der Umzug an den neuen Standort Mörfelden-Walldorf ist für Sommer 2022 geplant. CCEP Deutschland hat Sodenthaler Mineralbrunnen am 31. März 2021 an VILSA-BRUNNEN verkauft. Das Geschäft ist zum 1. Juli 2021 auf den neuen Eigentümer übergegangen.

Richtlinien und Verhaltensgrundsätze

Bei CCEP halten wir höchste Standards der Unternehmensführung ein und zielen darauf ab, der Öffentlichkeit transparente und aktuelle Informationen zu unseren Aktivitäten zur Verfügung zu stellen. CCEP verfügt über einen umfassenden Governance-Rahmen mit einer Geschäftsführung, die die Interessen aller Beteiligten überwacht. Das Management hat einen Compliance- und Risikoausschuss (Compliance and Risk Committee) eingerichtet, dem der Chief Compliance Officer vorsitzt und 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 verantwortlich ausüben und gilt für unsere Mitarbeitenden, unsere leitenden Angestellten und unsere Direktor:innen. 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 Mitarbeitenden 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.

Der Verhaltenskodex wurde formal in allen Ländern, in denen CCEP einen Standort hat oder ansässig ist, sowie dem gemeinsamen Servicecenter in Bulgarien eingeführt. Im Jahr 2021 haben wir ihn überarbeitet, um sowohl inhaltliche Aktualisierungen als auch formale Anpassungen vorzunehmen. Alle Mitarbeitenden absolvieren ein Pflichttraining zum Verhaltenskodex, das auch Bestandteil des Einführungsprozesses für neue Mitarbeitende ist. Trainingsinhalte zu Spezialthemen für bestimmte Abteilungen werden bei Bedarf ebenfalls zur Verfügung gestellt.

Unser Verhaltenskodex weist ausdrücklich auf die Verantwortlichkeiten von Führungskräften hin und enthält eine Matrix, die ihnen bei der Entscheidungsfindung hilft. Außerdem gibt er Handlungsempfehlungen für den angemessenen Umgang mit Situationen wie Mobbing und Belästigung. Im November 2021 haben wir in Europa ein Training gegen Belästigung und Diskriminierung am Arbeitsplatz eingeführt. Dieses Training ist verpflichtend für alle Führungskräfte und unseren People-&Culture-Bereich. Allen anderen Mitarbeitenden wurde das Training empfohlen. Im März 2022 hatten bereits 91,8 Prozent aller Mitarbeitenden das Training absolviert.

Wir wollen alle Formen von Bestechung und Bestechlichkeit in unseren Geschäftsbeziehungen verhindern. Unser Verhaltenskodex legt unsere Grundsätze und Standards fest, um dieses Ziel zu erreichen, einschließlich Regelungen zu Interessenkonflikten, zum Austausch von Geschenken und zur Bewirtung. Unsere Geschenk-, Bewirtungs- und Antibestechungsrichtlinie sowie unsere Richtlinie zu Interessenkonflikten gilt für alle Mitarbeitenden. Dies wird von einem Pflichttraining für ausgewählte Zielgruppen begleitet.

Alle Mitarbeitenden, die Bedenken hinsichtlich eines Fehlverhaltens bei CCEP äußern möchten, werden ermutigt, mit ihrer direkten Führungskraft zu sprechen und/oder über unsere Verhaltenskodexansprechpartner:innen, die auch unsere speziellen Hinweisgeberkanäle umfassen, eine Meldung zu machen. Unsere Hinweisgeberkanäle bieten die Möglichkeit einer anonymen Meldung gemäß den gesetzlichen Regelungen. Wenn Mitarbeitende Bedenken unseren Verhaltenskodex betreffend über unsere Verhaltenskodexansprechpartner:innen äußern, handelt CCEP unverzüglich und angemessen.

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

Im Dialog mit unseren Kunden und Partnern

2021 haben wir nach einem Jahr pandemiebedingter Pause wieder zwei interaktive Roundtable-Veranstaltungen erfolgreich durchgeführt – beide mit dem Ziel, den Austausch mit Unternehmen, Kunden sowie Expert:innen zu spezifischen Nachhaltigkeitsherausforderungen zu fördern. In der Deutschlandzentrale von Coca-Cola in Berlin haben wir darüber gesprochen, was junge Menschen aus der Generation Z von Unternehmen in Bezug auf gesellschaftliche Verantwortung, Verpackungen und Klimaschutz erwarten und wie der Nachhaltigkeitsdialog mit ihnen gelingen kann. Die hybride Veranstaltung mit Vertreter:innen von Kunden und der Generation Z konnten die Teilnehmer:innen via Internet-Livestream verfolgen. Um das wichtige Thema „There is no Planet B – Herausforderung und Aufgabe Klimaschutz“ ging es beim Roundtable im Klimahaus in Bremerhaven, der wieder als Präsenzveranstaltung durchgeführt wurde. Bei einer anonymen Befragung der Teilnehmer:innen erhielt die Veranstaltung die Bestnote 1,1.

2021 standen wir erneut in intensivem Austausch zu relevanten Nachhaltigkeitsthemen mit nationalen und regionalen Kunden aus dem Handel, dem Online-Handel, der Gastronomie und Hotellerie sowie der Betriebsgastronomie (mehr dazu im Kapitel „Gesellschaft“).

Mit Vernetzung Synergien schaffen

Wir möchten über unsere gesamte Lieferkette 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 oder SAI (Sustainable Agriculture Initiative). Weitere Informationen finden Sie auch in unserer Entsprechenserklärung aus dem Jahr 2019 zum Deutschen [Nachhaltigkeitskodex](#).

Qualitätsmanagement

Um allen Anforderungen bezüglich der Qualität und Lebensmittelsicherheit unserer Produkte, der sicheren Arbeitsbedingungen unserer Mitarbeitenden an den Standorten und der nachhaltigen und energieeffizienten Produktion und Distribution unserer Produkte gerecht zu werden, haben wir ein Managementsystem entwickelt und etabliert, das dies sicherstellt. Dieses integrierte Managementsystem umfasst die vier Schwerpunkte Qualität, Lebensmittelsicherheit, Umwelt & Energie und Arbeitssicherheit.

Standards für Qualität und Nachhaltigkeit

Jeder unserer Produktionsstandorte ist nach folgenden Standards zertifiziert:²

- Lebensmittelsicherheit (DIN EN ISO 22002:2013 oder FSSC 22000:Version 5)
- Qualitätsmanagement (DIN EN ISO 9001:2015)
- Umweltmanagement (DIN EN ISO 14001:2015)
- Energiemanagement (DIN EN ISO 50001:2018)
- Arbeitssicherheit (DIN EN ISO 45001:2018)

Auch 2021 überprüfte eine Zertifizierungsgesellschaft die oben genannten Systemvorgaben und Normanforderungen. Die Audits verliefen erfolgreich, alle Zertifizierungen konnten aufrechterhalten werden.

Nachhaltigkeitsindizes

CCEP ist 2021, zum sechsten Mal in Folge, im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) gelistet. 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.³ Das S&P Dow Jones Index Committee und die Investmentgesellschaft RobecoSAM bewerteten in diesem Jahr rund 5.000 Unternehmen für die Aufnahme in den weltweit anerkannten und prestigeträchtigen Index. Die maximale Punktzahl konnten wir dabei in sechs Kategorien erreichen: Verpackung, Umweltpolitik, Umweltberichterstattung, Sozialberichterstattung, politischer Einfluss und Innovationsmanagement. CCEP ist 2021 sowohl im DJSI Europe als auch im DJSI World

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

³ Weitere Informationen zum Dow Jones Sustainability Index unter www.spglobal.com/esg/csa/indices.

und im DJSI World Enlarged vertreten. Im DJSI World sind wir eines von 32, im DJSI Europe eines von zwölf gelisteten Getränkeunternehmen.

CCEP wurde außerdem von der globalen gemeinnützigen Umweltorganisation Carbon Disclosure Project (CDP)⁴ in die A-Liste sowohl für Klimaschutz als auch für verbesserten Wasserschutz aufgenommen. Bereits zum sechsten Mal in Folge wurde damit die Führungsrolle von CCEP im Bereich Nachhaltigkeit anerkannt. Von mehr als 13.000 Unternehmen weltweit wurden nur 56 Unternehmen in diese beiden A-Listen aufgenommen – und CCEP ist eines davon. Diese Anerkennung folgt ein Jahr nach Bekanntgabe des ehrgeizigen Ziels von CCEP, bis 2040 Netto-Null-Treibhausgasemissionen zu erreichen, und würdigt die Fortschritte, die im Rahmen des Aktionsplans „Handeln. Verändern.“ von CCEP gemacht worden sind. Die jährliche Offenlegung und Bewertung des Umweltschutzes durch CDP gilt allgemein als der Goldstandard für die Umwelttransparenz von Unternehmen.

Unser Unternehmen hat 2021 die EcoVadis-Platinmedaille in Anerkennung unserer CSR-Leistungen im Lieferkettenmanagement erhalten. Mit dieser renommierten Auszeichnung gehören wir weltweit zu den besten ein Prozent der von EcoVadis bewerteten Unternehmen. Etwa 600 multinationale Unternehmen nutzen EcoVadis, um ihren globalen Lieferantenstamm oder ausgewählte Geschäftspartner zu bewerten. Bis heute umfasst die EcoVadis-Datenbank mehr als 75.000 Unternehmensbewertungen aus 160 Ländern und 200 Branchen.

Kennzahlen im Bereich „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“

	Einheit	2019	2020	2021
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
Erhaltene Meldungen zum Verhaltenskodexprinzip „Schaffung von inklusiven und respektvollen Arbeitsplätzen“	Anzahl	1	5	3
Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten	Anzahl	0	0	0

⁴ Weitere Informationen zum CDP unter www.cdp.net/en/scores.

HANDELN BEI UNSEREN GETRÄNKEN



Wir fördern eine ausgewogene Ernährung, indem wir den Anteil kalorienfreier und kalorienreduzierter Getränke an unserem Gesamtverkaufsvolumen erhöhen. Wir werben verantwortungsvoll und bieten verschiedene Trinkgrößen an. 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 2025⁵

- Unser Ziel ist es, 50 Prozent unseres gesamten Verkaufsvolumens aus kalorienfreien oder -reduzierten Getränken zu erzielen.⁶
- 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.
- Coca-Cola wirbt nicht in Medien, die sich an Kinder unter 14 Jahren⁷ richten, und vertreibt seine Getränke nicht an Grundschulen.

Ausgewogenes Produktportfolio

2021 haben wir trotz Pandemie weiter daran gearbeitet, ein vielfältiges Markenportfolio zu entwickeln, das die unterschiedlichen Erwartungen und Bedürfnisse der Verbraucher:innen bedient. Wir haben in Deutschland

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

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

⁷ In Europa verpflichten wir uns über die UNESDA, keine Werbung in gedruckten Medien, im Internet oder in Sendungen, die sich speziell an Kinder unter 13 Jahren richten, zu machen (weitere Infos unter <https://www.unesda.eu/advertising-marketing-practices/>). Für Deutschland gilt: Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) hat seine Verhaltensregeln über die kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel überarbeitet. Die bisherige Altersgrenze von zwölf Jahren wurde auf 14 Jahre erweitert. Die Änderung ist am 1. Juni 2021 in Kraft getreten. Das deutsche Coca-Cola System richtet sich nach dieser Selbstverpflichtung.

insgesamt 18 neue Produkte eingeführt, von denen zwei kalorienreduziert sind. Den durchschnittlichen Zuckeranteil unserer Erfrischungsgetränke konnten wir zwischen 2015 und 2021 um 11,2 Prozent pro Liter senken. Wir arbeiten weiter konsequent an einer Zuckerreduktion entlang der Verbraucher:innenwünsche. Der Anteil der kalorienarmen und kalorienfreien Getränke lag insgesamt volumenbezogen bei 33 Prozent.

Im April 2021 haben wir zwei neue zuckerfreie Sorten Fuze Tea mit weniger als vier Kalorien pro 100 Milliliter im deutschen Markt eingeführt. Mit den Varianten „Schwarzer Tee Pfirsich Holunderblüte“ und „Schwarzer Tee Himbeere Minze“ bedienen wir den großen Wunsch nach kalorienarmen Produkten. Zudem war im vergangenen Jahr auch die limitierte Wintersorte „Schwarzer Tee Apfel Zimt“ im Handel erhältlich. Die verwendeten Teeblätter für Fuze Tea stammen bereits seit Sommer 2019 ausnahmslos aus zertifizierten Betrieben der Rainforest Alliance™.

Für mehr Vielfalt und Auswahl sorgen seit April auch zwei ViO BiO LiMOs in den Sorten Dark Berries (0,5 und 1,0 l) und Holunder-Zitrone (1,0 l). Beide Varianten ergänzen das Angebot der Marke ViO im Handel. Die Marke ist zudem 2021 erneut ausgezeichnet worden: Zu den Preisen zählen der GREEN BRANDS Germany Award 2020/2021 für unsere ViO Wässer, die ViO BiO LiMOs und unsere ViO Schorlen sowie der Superior Taste Award für die Mineralwässer ViO Still, Medium und Spritzig.

Auch unser Sortiment der Marke Honest haben wir weiter an die Verbraucher:innenwünsche angepasst, sodass wir den Fokus auf die Honest Bio Tees in den Geschmacksvarianten Himbeere Basilikum, Minze und Pfirsich Rosmarin setzen. Die Bio- und Fairtrade-Zertifizierung aller Honest Tees wurde 2021 abgeschlossen. Die Partnerschaft mit Fairtrade hilft uns zudem dabei, biologische Inhaltsstoffe nachhaltig zu gewinnen.

11,2 % weniger Zuckeranteil pro Liter haben unsere Getränke seit 2015.

Seit 2021 bieten wir Fanta Orange, Sprite und mezzo mix als Getränkesirup online und im ausgewählten stationären Handel an. Der Getränkesirup wird in einer 0,33-l-Glasflasche geliefert, aus der sich fünf Liter kalorienreduziertes Fertiggetränk herstellen lassen. So können Verbraucher:innen ihre Getränke zu Hause selber zubereiten, ganz nach den eigenen Vorlieben und nur durch die Zugabe von kohlenensäurehaltigem Wasser.

Im Frühjahr haben wir außerdem das Getränkesortiment um die Marke Topo Chico Hard Seltzer erweitert.⁸ Dabei handelt es sich um ein alkoholhaltiges Mischgetränk mit FruchtdeSSERTwein und natürlichen Aromen. Topo Chico Hard Seltzer ist in 330-ml-Dosen in den drei Geschmacksrichtungen Tangy Lemon Lime, Tropical Mango und Cherry Acai erhältlich. Jede Sorte ist vegan, glutenfrei, enthält 99 Kalorien und 2,6 Gramm Zucker sowie 4,1 Volumenprozent Alkohol pro Dose.

Seit April ist das Ready-to-drink-Portfolio von Costa mit den Sorten Latte, Caramel Latte und Americano im Handel erhältlich. Alle drei Sorten bieten besonderen Kaffeegenuss für unterwegs und enthalten 30 Prozent weniger Zucker als die Mehrheit der gezuckerten Kaffeegetränke mit Kaffee-Extrakt in Deutschland – und das bei bestem Kaffeegeschmack. Wir verwenden ausschließlich Kaffee, der zu 100 Prozent von Rainforest Alliance™-zertifizierten Farmen stammt.

Wir entwickeln uns ständig weiter und bauen unser Sortiment aus, jedoch setzen sich nicht alle Innovationen am Markt durch. Die Produktion der 2019 gelaunchten Getränke Coca-Cola Energy, Aquarius und Honest Bio Limonade wurde Ende 2021 eingestellt.

⁸ Alle Marketingaktivitäten richten sich nach der Global Responsible Alcohol Marketing Policy von Coca-Cola. Diese wurde entwickelt, um sicherzustellen, dass unsere alkoholischen Marken auf eine verantwortungsvolle Weise vertrieben und vermarktet werden. Die Richtlinie besagt unter anderem, dass sich Marketingaktivitäten nicht an Menschen unter dem gesetzlichen Alkoholersterwerbsalter richten dürfen. Dieses liegt für Topo Chico Hard Seltzer bei 18 Jahren.

Transparenz zu Inhaltsstoffen

Coca-Cola setzt sich für eine klare und transparente Information der Verbraucher:innen über die Inhaltsstoffe in seinen Getränken ein. Dies tun wir bereits heute umfassend auf unseren Etiketten und auf unserer Webseite. 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. Wir sind davon überzeugt, dass eine Kennzeichnung, die mit der EU-Gesetzgebung übereinstimmt, Anreize für eine Neuformulierung bietet und auf den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen beruht, die größte Wirkung hat. 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 junge Menschen unter 14 Jahren richten, und dass wir Schulen als werbefreie Zonen respektieren. Damit folgen wir der in Deutschland geltenden freiwilligen Selbstverpflichtung der Werbewirtschaft, die zum 1. Juni 2021 erweitert worden ist. Wir verkaufen keine Getränke an Grundschulen. Darüber hinaus verzichten wir freiwillig darauf, an weiterführenden Schulen Getränke mit zugesetztem Zucker zu verkaufen.

Wir haben die erweiterten Verpflichtungen für verantwortungsbewusstes Marketing sowohl des EU Pledge⁹ als auch der UNESDA unterschrieben.

In die Werbung für kalorienarme und -freie Erfrischungsgetränke haben wir 2021 pro Liter dreieinhalbmals so viel investiert wie in die Werbung für unsere Erfrischungsgetränke mit Zucker.

⁹ Der EU Pledge ist eine freiwillige Initiative führender Lebensmittel- und Getränkehersteller, weitere Informationen finden sich hier: <https://eu-pledge.eu/the-eu-pledge-at-a-glance/>.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Getränken“

Absatzvolumen	Einheit	2019	2020	2021
Entwicklung des Absatzvolumens im Vergleich zum Vorjahr ¹⁰	Prozent	0,3	-8,0	0,2

Getränkeportfolio	Einheit	2019	2020	2021
Kaloriengehalt im Durchschnitt unseres gesamten Getränkevolumens ¹¹	kcal pro l	271	273	271
Kaloriengehalt im Durchschnitt unseres Erfrischungsgetränkevolumens ¹²	kcal pro l	292	286	281
Durchschnittliche Zuckerreduktion pro Liter Erfrischungsgetränk um ... (Basis 2015)	Prozent	8,0	9,8	11,2
Anteil kalorienarmer und -freier Getränke (< 20 kcal pro 100 ml) ¹³	Prozent	34	33	33
Werbebudget für kalorienarme und -freie Getränke im Vergleich zu klassischen Erfrischungsgetränken mit Zucker (pro Liter)	Prozent	279	358	360
Anteil Volumen in Verpackungsgrößen (≤ 250 ml) an Erfrischungsgetränken	Prozent	1,5	0,9	0,9

¹⁰ 2021 betrug das gesamte Absatzvolumen 3,55 Milliarden Liter (0,2 Prozent vs. Vorjahr).

¹¹ 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.

¹² Die Ermittlung der durchschnittlichen Kalorien erfolgt exklusive Wässern, Säften und Heißgetränken. Diesen Schlüsselindikator zur Erfolgsmessung führen wir auf, weil sich unsere Selbstverpflichtung zur Zuckerreduktion nur auf Erfrischungsgetränke bezieht.

¹³ Heißgetränke sind in dieser Kalkulation nicht enthalten.

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 Wertstoff. Unser Ziel ist es, den gesamten Kreislauf vom Design über die 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 2021 mit der Umstellung auf sogenannte Tethered Caps begonnen und die Verwendung von Recyclingmaterial bei PET-Einwegverpackungen und anderen Materialien erhöht.

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 für sie in der jeweiligen Verbrauchssituation passende Verpackung wählen können. Dabei wollen wir alle unsere Verpackungen mit fortschreitenden technologischen Möglichkeiten immer nachhaltiger 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 bis 2023 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 des Einsatzes von nachwachsenden Rohstoffen und intelligenter Ansätze 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 Endverbraucher:innen wird Pfand erhoben – ein großer Anreiz zur Rückgabe. Die Rücklaufquoten im deutschen Einwegpfandsystem und im Mehrwegpfandsystem liegen bei rund 97 Prozent.

Unser Mehrweganteil lag 2021 mit 35,5 Prozent weiterhin über dem Marktdurchschnitt alkoholfreier Erfrischungsgetränke, der 2019 21,7 Prozent betrug.¹⁴ Allein in den vergangenen drei Jahren (2019–2021) hat CCEP Deutschland knapp 130 Millionen Euro in Abfüllanlagen sowie in die Erneuerung und den Ausbau ihres Mehrwegflaschenpools und in neue Mehrwegkisten investiert. 2021 haben wir vor allem in unseren Flaschen- und Kistenpool für Mehrweg-PET und -Glas investiert und neue Mehrweg-Glasgebilde in Deutschland eingeführt. Dazu gehörten die 0,4-Liter-Mehrweg-Glasflaschen mit Schraubverschluss für den unterwegsverzehr von Coca-Cola, Fanta, Sprite und weiteren Getränken sowie die 0,3-Liter-Mehrweg-Glasflasche für Fuze Tea.

Verpackungsinnovationen

Coca-Cola hat schon 1929 das Mehrwegpfandsystem für Erfrischungsgetränke in Deutschland eingeführt. Noch immer ist das Unternehmen hierzulande volumenmäßig der größte Anbieter von Mehrweggebinden für alkoholfreie Erfrischungsgetränke.

Unser Ziel ist es, mit den Ressourcen für unsere Verpackungen bestmöglich umzugehen. Um das zu erreichen, suchen wir immer wieder innovative Lösungen, die den Materialbedarf senken und die Wiederverwertung im Wertstoffkreislauf ermöglichen.

Im November 2021 haben wir am Standort Dorsten mit der Umstellung auf sogenannte Tethered Caps begonnen. Indem die Verschlüsse nach dem Öffnen fest mit der Flasche verbunden bleiben, werden sie von den Verbraucher:innen zusammen mit der Flasche dem Recycling zugeführt. In Deutschland kommen bereits 97 Prozent der PET-Einwegflaschen über das Pfandsystem zurück, davon rund 95 Prozent mit Deckel. Bis März 2024 werden alle Einweglinien umgestellt sein. Damit setzen wir die EU-Vorgaben für Einwegplastik um, leisten aber noch mehr: Durch die gleichzeitig durchgeführte Optimierung der Flaschenmündung werden wir je Flasche 1,02 Gramm PET und je Verschluss bis zu 0,25 Gramm High Density Polyethylen (HDPE) einsparen.

Mit Coca-Cola Freestyle-Automaten bieten wir eine Selbstbedienungslösung für Getränke im Außer-Haus-Markt, bei der Verbraucher:innen mehr als 100 Getränkevarianten individuell zusammenstellen können. Die Geschmacksrichtungen werden in Kartuschen geliefert und im Automaten mit Wasser gemischt. Dadurch wird das Volumen der Verkaufsverpackung im Vergleich zu derselben Getränkemenge in PET-Flaschen signifikant verringert. 2021 hatte Coca-Cola in Deutschland mehr als 600 Freestyle-Automaten bei verschiedenen Partnern im Einsatz.

Recyclingmaterial

Unsere Einwegverpackungen – PET-Flaschen und Dosen – kommen über das Einwegpfandsystem der DPG Deutsche Pfandsystem GmbH zurück und werden recycelt. Unsere Verpackungen in Deutschland sind zu 99,9 Prozent recyclingfähig. Uns ist wichtig, dass wir bei der Herstellung unserer Verpackungen auch

¹⁴ Hierbei handelt es sich um die jüngste offiziell verfügbare Zahl, veröffentlicht vom Umweltbundesamt.

Recyclingmaterial einsetzen, um den Kreislauf „Flasche zu Flasche“ zu schließen. 2021 konnten wir den durchschnittlichen Anteil an recyceltem PET in all unseren PET-Einwegpfandflaschen weiter signifikant auf 52,5 Prozent rPET erhöhen.

Für die Abfüllung von Fuze Tea wurde Ende 2020 eine neue energieeffizientere Blasmaschine in Betrieb genommen, Anfang 2021 eine neue aseptische Abfüll-Anlage am Standort Halle. Damit sind wir nicht nur in der Lage, 100 Prozent recyceltes PET zu verarbeiten, sondern auch die Gewichte von Preforms und Flaschen zu reduzieren.

2021 haben wir die Umstellung auf 100 Prozent recyceltes Material für alle PET-Einwegverpackungen bis einschließlich 0,5 Liter von Coca-Cola, Fanta, Sprite, mezzo mix sowie von ViO, Fuze Tea und Powerade abgeschlossen.

Recycling betrifft nicht nur unsere Einwegflaschen, sondern auch andere Materialien:

- 2021 haben wir neben Shrinkfolien für Dosen, für Sofortverzehr-Verpackungen und für ViO auf 100 Prozent recyceltes Polyethylen (PE) umgestellt. Alle anderen Folien konnten wir bereits auf 50 Prozent recyceltes PE umstellen, bis Ende 2022 sollen auch diese Shrinkfolien aus 100 Prozent recyceltem PE bestehen.
- Abdeckfolien für Paletten wurden in vielen Betrieben in der Dicke und auch in der Breite reduziert, wodurch wir an diesen Standorten 15 bis 40 Prozent an Gewicht einsparen konnten. Ende 2021 haben wir begonnen, auch für Abdeckfolien recyceltes PE einzusetzen. Nach ersten erfolgreichen Tests werden wir 2022 damit starten, eine Folie mit 80 Prozent recyceltem PE einzusetzen.
- Bei Stretchfolien haben wir mit Tests von bis zu 30 Prozent recyceltem Kunststoff begonnen.
- Für Kronenkorken wurde eine neue mineralölfreie Dichteinlage getestet. Nach erfolgreichen Tests werden jetzt alle Kronenkorken auf dieses Material umgestellt. Für Aluminiumrollverschlüsse haben wir mit den entsprechenden Tests Ende 2021 begonnen.

Coca-Cola unterstützt weiterhin die Umsetzung des Projektes „Spende Dein Pfand“ an deutschen Flughäfen. Deutschlandweit spendeten Passagiere 2021 das Pfand von rund 618.240 Gebinden. Das entspricht einer Spendensumme von 154.560 Euro. Wegen des durch COVID-19 eingeschränkten Flugverkehrs ist die

Spendensumme immer noch auf niedrigerem Niveau als im letzten Vorpandemiejahr 2019, 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 die Wertstoffkreisläufe. Die Gesamtrecyclingquote lag 2021 in

100 % recyceltes Material für alle PET-Einwegverpackungen für alle Kleingebinde bis einschließlich 0,5 Liter.

der Produktion bei 96,0 Prozent. Wir haben unser 2015 entwickeltes Konzept zur Erhöhung der Wiederverwertung von Produktionsabfällen durch eine bessere und differenziertere Sortierung an unseren Produktionsstandorten weiter umgesetzt. 2020 starteten wir mit fünf Standorten und 2021 konnten wir die Zusammenarbeit mit unserem Entsorgungsdienstleister in Fürstentfeldbruck und Mönchengladbach fortsetzen.

2020 haben wir ein neues Abfallbilanz-Tool für unsere Produktionsstandorte entworfen, welches es uns ermöglicht, Vergleichswerte zu ziehen, um unser Abfallvolumen weiter zu senken. 2021 konnten wir dieses Tool nutzen, um unsere Abfallströme transparenter zu machen: So haben wir 96 Prozent der Abfälle aus unseren Produktionsstätten 2021 recycelt. Weitere 3,74 Prozent konnten auf andere Weise verwertet werden, zum Beispiel zur Energieerzeugung. Nur 0,26 Prozent des gesamten im Jahr 2021 produzierten Abfalls war nicht verwertbar. Diese Transparenz hilft uns dabei, Strategien zu entwickeln und unser Handeln auf eine Zukunft mit weniger Abfall auszurichten.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Verpackungen“

Anteil von Mehrweg und Einweg bei den Endverbraucher:innenverpackungen	Einheit	2019	2020	2021
Mehrweg	Prozent	38,83	36,57	35,50
Einweg mit Pfand	Prozent	61,12	63,42	64,50
Einweg ohne Pfand	Prozent	0,05	0,01	0,00

Einsatz von erneuerbaren Materialien	Einheit	2019	2020	2021
Anteil recyceltes PET über alle PET-Einwegflaschen	Prozent	29,7	39,5	52,5
Anteil recyceltes Glas in unseren Glasflaschen ¹⁵	Prozent	59	59	60

¹⁵ Es werden die Daten des Vorjahres verwendet. Bei den gemeldeten Zahlen von 2021 handelt es sich um Daten für 2020.

HANDELN FÜR UNSERE GESELLSCHAFT



In der COVID-19-Pandemie haben wir konsequent Maßnahmen zum Gesundheitsschutz unserer Mitarbeitenden umgesetzt und ihre Arbeitssicherheit gewährleistet. 2021 unterstützten wir unsere Mitarbeitenden besonders bei der Stärkung der mentalen Gesundheit sowie beim Thema Gesundheitsvorsorge.

Wir arbeiten weiter intensiv daran, den Frauenanteil in unseren Führungsstrukturen zu erhöhen und so die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiterinnen und weiblichen Führungskräfte voranzutreiben. Wir fördern die Chancengleichheit in unserem Unternehmen, indem wir ein attraktives und offenes Arbeitsumfeld schaffen, indem 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 wie der Deutschlandstiftung Integration (DSI). Dabei liegen uns der Einsatz für Integration, Diversität und Inklusion besonders am Herzen. Während der COVID-19-Pandemie unterstützten wir zudem soziale Organisationen wie das Deutsche Rote Kreuz, die Tafeln sowie Projekte wie LOKALFREUN.DE, um gezielt Nothilfe zu leisten.

Wir fördern die Einbindung der Mitarbeitenden in die Entscheidungsfindung in unserem Unternehmen sowie den offenen Austausch zwischen Top-Management und Mitarbeitenden aller Ebenen unter anderem durch regelmäßige Befragungen. Mit zwei Freistellungstagen pro Jahr fördern wir das Engagement unserer Mitarbeitenden in sozialen und ökologischen Initiativen (Corporate Volunteering).

Wir arbeiten seit vielen Jahren mit den Tafeln in Deutschland zusammen und helfen auf diese Weise, Menschen mit geringem Einkommen mit Lebensmitteln zu versorgen. Außerdem setzen wir damit ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung.

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, Gleichberechtigung und Inklusion ebenso wichtig sind wie Sozialleistungen, Arbeitssicherheit und betriebliches Gesundheitsmanagement. Gleichzeitig wollen wir vor Ort in den Regionen, in denen wir tätig sind, ein guter Nachbar sein und uns um wichtige Anliegen der Gesellschaft kümmern. Dazu geben wir unseren Mitarbeitenden auch die Möglichkeit, in ihrer Arbeitszeit soziale und ökologische Initiativen zu unterstützen.

Ziele 2025

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

Unsere Aktivitäten im Bereich Mitarbeitende

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 verantwortungsvoller Arbeitgeber nach der Global Workplace Policy, der Charta der Vielfalt und den Vorgaben von Fair Company Deutschland. So nahmen wir 2021 mit zwei Gruppen von Auszubildenden an der Diversity Challenge der Charta der Vielfalt teil.

Wir sind Mitglied der PrOut@Work-Foundation, der Dachorganisation für LGBTIQ*-freundliche Unternehmensnetzwerke. 2021 zählten wir zu Deutschlands besten Unternehmen im LGBTIQ+ Performance Index. An 20 Standorten hissten wir zu Beginn der sogenannten Pride Season Regenbogenflaggen als Zeichen für Respekt, Akzeptanz und Solidarität.

Im Berichtsjahr haben wir uns weiter aktiv für mehr Chancengleichheit eingesetzt. Wir waren als Veranstalter von Gesprächsrunden bei HerCareer, der Karrieremesse für Frauen, dabei. Außerdem boten wir Vorträge und Formate wie „Coke meets Campus“ oder „Female Talent Evening Session“ an Hochschulen an. 2021 arbeiteten die Teilnehmer:innen unseres Talentprogramms an Projekten, die sie im Unternehmen umsetzen möchten, darunter Projekte zu Vielfalt und Inklusion.

2021 führten wir eine Vielfalts- und Inklusionsumfrage durch, um mehr über die Bedürfnisse, das Zugehörigkeitsgefühl und die Wertschätzung unserer Belegschaft zu erfahren und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen. Um die Bedürfnisse von Menschen mit psychischen oder physischen Einschränkungen besser zu verstehen, veranstalteten wir Zuhör-Sessions, in denen Mitarbeitende ihre Sicht auf das Thema schildern konnten.

Unsere Mitarbeitenden erhielten 2021 im Durchschnitt Schulungen im Umfang von 11,4 Stunden¹⁶ bei CCEP Deutschland und 30 Stunden bei der Coca-Cola GmbH. Die Coca-Cola GmbH setzt den Fokus auf individuelle Lern- und Entwicklungsinitiativen, die on- und offline für alle Mitarbeitenden frei wählbar sind. Die Schulungsmöglichkeiten bei Coca-Cola Deutschland setzen sich aus bereichsübergreifenden Einführungs- trainings für neue Mitarbeitende, speziellen Führungskräfte-Programmen sowie virtuellen Live-Veranstaltungen und On-Demand-Lernressourcen zusammen. Trotz Pandemie haben wir es geschafft, 2021 weiterhin alle relevanten technischen Trainings für unsere Mitarbeitenden anzubieten.



Unser Beitrag während der COVID-19-Pandemie: Ausbau der umfangreichen Unterstützung der Gesundheit unserer Mitarbeitenden und finanzielle Unterstützung von Gastronom:innen durch unser Programm LOKALFREUN.DE.

¹⁶ Durch Initiativen wie virtuelle Wellbeing-Sessions konnten wir den Umfang steigern.

Einbindung der Mitarbeitenden

Die Coca-Cola GmbH und CCEP Deutschland legen großen Wert darauf, die Meinung der Mitarbeitenden einzuholen und sie in die Entscheidungsfindung einzubeziehen. Zwei während der Pandemie durchgeführte Puls-Befragungen mit Fokus auf das Wohlbefinden der Mitarbeitenden haben zu konkreten Maßnahmen geführt: Die Initiative „Auf 'ne Coke mit ...“ setzten wir 2021 in einem Live-Streaming-Format fort, um den offenen Austausch von Mitgliedern des Top-Managements mit Mitarbeitenden aller Ebenen zu fördern. Auch den Wünschen der Mitarbeitenden nach Wellbeing-Trainings wurde entsprochen: Es wurden drei Online-Tools zu Themen rund um emotionales Wohlbefinden, ausgewogene Ernährung und körperliche Fitness eingeführt. Zudem haben Sport-Coaches regelmäßige Online-Trainings durchgeführt. Abgerundet wurde das Angebot für die Mitarbeitenden mit Equipment für das Homeoffice, technischen Schulungen und Trainings im Bereich Verbesserung der finanziellen Situation. Mehr als 2.200 Mitarbeitende und Führungskräfte haben wir dazu geschult.

Die bereits 2019 bei CCEP unternehmensweit durchgeführte Mitarbeitendenbefragung führte zu drei Workshop-Streams, die trotz der Pandemie auch 2021 fortgesetzt wurden. Auf Basis der Mitarbeitendenbefragung 2021 haben wir konkrete Maßnahmen vereinbart, um die Kommunikation, Entscheidungsfindung und Entwicklung von Mitarbeitenden weiter zu verbessern.

2021 wurde zudem ein Tarifvertrag zur mobilen Arbeit geschlossen, der es den Mitarbeitenden erlaubt, 40 Prozent ihrer individuellen Arbeitszeit pro Monat mobil zu arbeiten, sofern die Tätigkeit es zulässt. Damit gehen wir auf die geänderten Bedürfnisse der Belegschaft ein.

Mitarbeitende von CCEP Deutschland, die mit ihren Vorschlägen dazu beitragen, die Effizienz zu steigern, die Arbeitssicherheit zu erhöhen oder Umweltauswirkungen zu reduzieren, erhalten eine Prämienzahlung. 2021 wurden 108 von 165 eingereichten Vorschlägen prämiert.

Entlohnung und Sozialleistungen

CCEP Deutschland entlohnt 92,1 Prozent der Mitarbeitenden nach Tarif und unabhängig vom Geschlecht. Die Mitarbeitenden der Coca-Cola GmbH werden außertariflich bezahlt. Ihre Bezahlung entspricht mindestens dem Tarifvertrag von CCEP Deutschland. 2021 wurden die monatlichen Tabellenentgelte der Tarifgruppen von CCEP Deutschland um 63 Euro brutto angehoben. Das Urlaubsgeld erhöhte sich 2021 bei allen tariflich beschäftigten Mitarbeitenden von 32,83 Euro auf 33,45 Euro pro Urlaubstag. Das bedeutet bei einer tariflichen Vollzeitbeschäftigung eine Erhöhung des Urlaubsgelds von 985 Euro auf 1004 Euro. Zusätzlich erhalten die Mitarbeitenden Leistungen für Altersteilzeit und Altersvorsorge, Sonderzuwendungen und Gesundheitsvorsorge. Im Rahmen der weltweiten COVID-19-Pandemie erhielten Tarif-Mitarbeitende der CCEP Deutschland außerdem für ihr großes Engagement zwei Corona-Beihilfen in Höhe von jeweils 500 Euro.

Unsere Mitarbeiterstiftung „Wir sind Coca-Cola“ unterstützt Mitarbeitende und ihre nahen Angehörigen in persönlichen, unverschuldeten Notsituationen. Die Flutkatastrophe im Sommer 2021, die viele Kolleg:innen am Standort Bad Neuenahr direkt betroffen hat, war eine besondere Bewährungsprobe für unsere Mitarbeiterstiftung. Die Stiftung stellte 2021 für 27 Unterstützungsfälle insgesamt 134.244 Euro zur Verfügung. 29 Anträge waren eingegangen.

Gesundheit und Sicherheit

Auch 2021 hat die COVID-19-Pandemie wieder zu einem besonderen Jahr für das Gesundheitsmanagement in Deutschland gemacht. Um die Gesundheit der Mitarbeitenden zu unterstützen, wurde der Fokus auf die Stärkung der mentalen Gesundheit, den Umgang mit Veränderung, die Digitalisierung der Fitness- und Gesundheitsangebote sowie die Gesundheitsvorsorge gelegt. So wurden zum Beispiel Expert:innen-Gespräche

im Rahmen des Employee Assistance Program (EAP) ins Leben gerufen. Die Themen in den Gesprächen waren vielfältig und reichten von Rechtsfragen bis zu mentaler Gesundheit. Darüber hinaus gab es erstmalig Eltern-Kind-Webinare, um Eltern in der außergewöhnlichen Corona-Situation zu unterstützen, den veränderten Alltag mit Kindern zu meistern.

Trotz der schwierigen Präsenz-Rahmenbedingungen haben wir unseren Mitarbeitenden rund 121 lokale Gesundheitsmaßnahmen angeboten. Zu diesem Zweck wurden drei Trainer:innen für Deutschland ausgebildet, um weitere mentale Ersthelfer zu schulen. Inzwischen sind 54 mentale Ersthelfer an den Standorten im Einsatz.

Das nationale VORLEBEN-Programm zur Stärkung der mentalen Gesundheit wurde 2021 mit dem Online-Tool für insgesamt 2.100 Mitarbeitende umgesetzt. Wir haben uns als Unternehmen grundsätzlich des Themas sexuelle Belästigung angenommen und entsprechende Inhalte in das nationale VORLEBEN-Programm integriert. Daraus ist eine Kommunikationskampagne mit Workshops, Flyern und Postern zum Umgang mit sexueller Belästigung hervorgegangen.

Mehr als 448 Führungskräfte bildeten sich in einem oder mehreren der folgenden Bereiche weiter: Gesundes Führen, Resilienz, Führen in Zeiten der Veränderungen und Gesundheitsgespräche.

Zur Einführung der Gesundheits-App Humanoo im Jahr 2020 hatten wir eine Aktivierungsquote von 18,3 Prozent. 2021 nutzten bereits 30 Prozent der Mitarbeitenden die digitale Gesundheits-App.

2021 war das bisher erfolgreichste Jahr in Bezug auf die Reduktion von Arbeitsunfällen. Mithilfe verschiedener Programme konnte die Lost Time Incident Rate (LTIR)¹⁷ erneut gesenkt werden: von 1,34 (2020) auf 1,17 (2021).

Unsere Aktivitäten im Bereich gesellschaftliches Engagement

Engagement vor Ort

Coca-Cola füllt Getränke in Deutschland weitgehend regional ab und engagiert sich rund um die Produktionsstandorte als verlässlicher Partner. 2021 haben wir insgesamt 100.000 Euro an 51 regional tätige Organisationen und Projekte gespendet. Darunter waren im Berichtsjahr auch gemeinnützige Vereine, die während der COVID-19-Pandemie und nach der Flutkatastrophe im Ahrtal in besonderer Weise auf Unterstützung angewiesen waren. Darüber hinaus haben wir als deutsche Coca-Cola Organisation die Hilfsarbeit des Deutschen Roten Kreuzes (DRK) in der Hochwasserregion mit einer Spende in Höhe von 400.000 Euro unterstützt. Eine weitere Spende von 400.000 US-Dollar erhielt das DRK von der The Coca-Cola Foundation. Die Coca-Cola GmbH stellte zusätzlich eine Spende in Höhe von 20.000 Euro für ein lokales Projekt im Ahrtal bereit. CCEP Deutschland hat die Region zusätzlich mit Getränkespenden im Gesamtwert von knapp 30.000 Euro unterstützt.

Unser regional verankertes „Projekt: LokalLiebe.“ haben wir 2021 weitergeführt. Mit jeder verkauften Mehrweg-Glasflasche von ViO, Apollinaris und Honest und jeder 100-Prozent-rPET-Flasche von ViO gibt CCEP Deutschland zwei Cent an soziale Wunschprojekte von teilnehmenden Gastronom:innen. Trotz der coronabedingten Schließungen der Gastronomie kam 2021 eine Summe von 53.819,46 Euro zusammen. Damit konnten wir 66 gemeinnützige Projekte und Organisationen unterstützen. Auf der Unterstützungsplattform LOKALFREUN.DE haben wir 2021 weitere elf Webinare und Expert:inneninterviews für Gastronom:innen geteilt und Tipps zur Unterstützung während des Lockdowns und zur Vorbereitung auf den Neustart im AH-Markt gegeben.

¹⁷ 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:innen, Lieferanten, Zeit- und Leiharbeitskräfte werden in der Statistik nicht erfasst. Wir arbeiten jedes Jahr an der Genauigkeit unserer Daten, daher können sich auch rückwirkend Zahlen/Daten ändern, um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

Weitere von der COVID-19-Pandemie besonders betroffene Gruppen haben wir in Aktionen mit unseren Kunden Lidl und Penny zu Weihnachten bedacht. Coca-Cola Deutschland und Lidl spendeten gemeinsam 200.000 Euro für einen neuen Fonds der Tafel Deutschland zur Förderung lokaler Weihnachtsfeiern mit von Armut betroffenen Menschen und ehrenamtlichen Helfer:innen der Tafeln.

Unsere Unterstützung für Betroffene in Folge der Flutkatastrophe im Ahrtal 2021: finanzielle Unterstützung für das Deutsche Rote Kreuz sowie für unsere Mitarbeitenden am Standort Bad Neuenahr durch unsere Mitarbeiterstiftung „Wir sind Coca-Cola“.



Im Rahmen der Weihnachtskampagne von Penny haben wir gemeinsam mit Penny 100.000 Euro für das DRK gesammelt. Die Organisation verwendet das Geld für Projekte, die Jugendlichen zugutekommen, die besonders unter der Pandemie gelitten haben.

Corporate Volunteering

Wir von Coca-Cola Deutschland setzen uns für das Gemeinwohl ein. Unsere Mitarbeitenden engagieren sich im Rahmen der „Aktionstage Nachhaltigkeit“ in Corporate-Volunteering-Projekten. Die Coca-Cola GmbH und CCEP Deutschland gewähren ihren Mitarbeitenden dafür zwei Freistellungstage. 2021 leisteten mehr als 139 Mitarbeitende in ihrer Arbeitszeit über 1.162 Stunden ehrenamtliche Arbeit. Wegen der COVID-19-Kontaktbeschränkung und zur Wahrung der Sicherheitsstandards für unsere Mitarbeitenden wurden auch 2021 deutlich weniger Freiwilligeneinsätze durchgeführt als vor der Pandemie. Aus diesem Grund boten wir Online-Corporate-Volunteering-Möglichkeiten an.

Zeitweise waren 2021 aber auch gemeinsame Einsätze vor Ort bei sozialen und ökologischen Initiativen möglich. So haben unsere Mitarbeitenden zum Beispiel die Naturwacht Brandenburg bei der Pflege einer Orchideenwiese unterstützt, bei den Berliner und Neumünsteraner Tafeln Lebensmittel sortiert, in Knetzgau den Uferbereich des Mains gereinigt, der Stiftung Waldheim in Achim bei der Gartenarbeit und dem Bau eines Tiergeheges geholfen und in Schleiden/Eifel bei den Aufräumarbeiten nach dem Hochwasser angepackt. Das Forum Rezyklat, in dem wir seit 2020 Mitglied sind, rief im Juli zu einer deutschlandweiten Müllsammelaktion auf, bei der wir uns beteiligten.

Integration und Inklusion als gesellschaftliche Kernaufgaben

Seit 2016 ist Coca-Cola Deutschland offizieller Partner der Deutschlandstiftung Integration (DSI), um dieses wichtige gesellschaftliche Thema für die Zukunft zu adressieren und Menschen mit Migrationsgeschichte ihren Weg in unsere Gesellschaft zu erleichtern. Vertreter unseres Unternehmens arbeiten im Stiftungsrat und im Kuratorium mit. Mitarbeitende engagieren sich als Mentor:innen im Rahmen des Stiftungsprogramms „Geh Deinen Weg“. 2021 nahmen 15 Stipendiat:innen an der dreitägigen „Sommerakademie Klimaschutz“ teil, die wir gemeinsam mit der DSI und den Nationalen Naturlandschaften organisiert hatten. Die Teilnehmer:innen beschäftigten sich mit Anforderungen an die Klimapolitik aus einer postmigrantischen Perspektive und erstellten dazu ein Positionspapier.

Mit unserer Unterstützung setzte die DSI 2021 die Brieffreundschaftskampagne „Fremde Freunde“ fort, bei der Menschen mit und ohne Migrationsgeschichte Briefe an ältere Menschen schrieben, die während der Pandemie kaum soziale Kontakte hatten. Fast 1.200 Menschen wurden im Rahmen der Kampagne miteinander verbunden.

Wir unterstützten die DSI im Berichtsjahr auch bei der Umsetzung einer Impfkampagne, um Menschen mit Migrationshintergrund für die COVID-19-Impfung zu gewinnen. Türkische und russische Künstler:innen werben in Kampagnenvideos für die Immunisierung. Außerdem waren wir Partner bei der Verleihung des Integrationspreises „Talisman“, der 2021 stellvertretend an vier Menschen verliehen wurde, die vor 50 Jahren nach Deutschland kamen und hier ihre Heimat gefunden haben.

2021 haben wir die Partnerschaft mit Special Olympics Deutschland fortgesetzt, 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- und Geldspenden. Damit helfen wir, Menschen mit geringem Einkommen mit Lebensmitteln zu versorgen, und setzen ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung. 291.122 Liter Getränke spendeten wir 2021 an die gemeinnützige Organisation. Für unsere langjährigen Partner Tafel Deutschland e. V. und die DSI hat CCEP Deutschland ein Online-Seminar zum Thema „Agiles Arbeiten“ konzipiert und Praxiserfahrungen geteilt. Damit bildeten wir junge Tafel-Engagierte und Stipendiat:innen der DSI weiter.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für die Gesellschaft“

Mitarbeitende

Gesamtbelegschaft	Einheit	2019	2020	2021
Gesamtzahl der Mitarbeitenden CCEP DE ¹⁸	Anzahl	8.935	8.509	8.000
Gesamtzahl aktiver Mitarbeitenden (Berechnungsgrundlage CCEP DE) ¹⁹	Anzahl	7.278	6.839	6.390
Coca-Cola GmbH ²⁰	Anzahl	149	136	110
Anteil von Frauen an der Gesamtbelegschaft	Einheit	2019	2020	2021
CCEP DE	Prozent	19,3	19,3	19,1
Coca-Cola GmbH	Prozent	58,4	60,3	58,2
Anteil von Frauen in den drei obersten Führungsebenen	Einheit	2019	2020	2021
CCEP DE ²¹	Prozent	29,2	30,8	32,0
Coca-Cola GmbH	Prozent	47,0	46,0	48,0
Gesamtbelegschaft nach Nationalität	Einheit	2019	2020	2021
CCEP DE ²²	Prozent (Deutsch / andere)	89,2/10,8	88,9/11,2	89,1/10,9
Coca-Cola GmbH	Prozent (Deutsch / andere)	79,8/20,2	82,0/18,0	80/20

¹⁸ Kalkulation basiert auf der Anzahl aller aktiven und nicht aktiven Mitarbeitenden zum Stand Dezember des jeweiligen Jahres ohne Einschränkung.

¹⁹ Kalkulation basiert auf allen aktiven Mitarbeitenden zum Stand Dezember des jeweiligen Jahres exklusive Mitarbeitende in Restrukturierung und vornehmlich international tätigen Rollen.

²⁰ Headcount operativ und nicht operativ.

²¹ Kalkulation basiert auf der Gesamtmitarbeitendenzahl inklusive aller krankheitsbedingt ausfallenden Mitarbeitenden und abzüglich der Mitarbeitenden in ruhenden Arbeitsverhältnissen, Freistellungen oder Altersteilzeit/Ruhephase.

²² Alle Mitarbeitendengruppen inklusive Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeitende aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikant:innen.

Auszubildende der CCEP DE ²³	Einheit	2019	2020	2021
Anteil von Auszubildenden	Prozent	3,4	3,5	2,8
Technische und gewerbliche Auszubildende	Anzahl gesamt	209	189	136
Kaufmännische Auszubildende	Anzahl gesamt	53	53	52

Mitarbeitende mit Behinderung	Einheit	2019	2020	2021
CCEP DE ²⁴	Prozent	6,9	6,5	6,7
Coca-Cola GmbH	Prozent	2,7	2,9	4,6

Krankenquote der CCEP DE	Einheit	2019	2020	2021
Krankenquote ²⁵	Prozent	7,8	8,0	7,8

Unfallstatistik der CCEP DE	Einheit	2019	2020	2021
Lost Time Incident Rate (LTIR) ²⁶	Prozent	1,7	1,3	1,2

Trainingsstunden pro Mitarbeiter:in	Einheit	2019	2020	2021
CCEP DE ²⁷	Stunden	9,7	9,2	11,4
Coca-Cola GmbH ²⁸	Stunden	20,0	30,0	30,0

Gesellschaftliches Engagement

Engagement auf regionaler und nationaler Ebene	Einheit	2019	2020	2021
Summe aller Bar- und Sachförderungen	Euro	868.471	984.043	1.291.866
Summe geleisteter Arbeitsstunden für soziale Zwecke	Stunden	5.001	584	1.162

²³ Der Anteil der Auszubildenden bezieht sich auf die Grundgesamtheit aller Mitarbeitenden (außer Mitarbeitenden in Restrukturierung und Altersteilzeit passiv).

²⁴ Alle Mitarbeitendengruppen inklusive Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeitende aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikant:innen.

²⁵ Kalkulation basiert auf der Gesamtmitarbeitendenzahl inklusive aller krankheitsbedingt inaktiven Mitarbeitenden, abzüglich der Mitarbeitenden in ruhenden Arbeitsverhältnissen, Freistellungen oder Altersteilzeit/Ruhephase.

²⁶ 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:innen, Lieferanten, Zeit- und Leiharbeitskräfte werden in der Statistik nicht erfasst.

²⁷ Berücksichtigung aller Mitarbeitenden, die zum operativen Headcount zählen, inklusive Auszubildenden und Trainees. Ausgetretene und externe Mitarbeitende sind nicht enthalten. Daten berücksichtigen ausschließlich Klassenraum- und Online-Trainings. Unser Fokus liegt inzwischen verstärkt auf Learning und Coaching-on-the-Job u. a. in Form von Inhouse-Trainer:innen, Shadowing sowie Expert:innen-Communitys.

²⁸ Berechnung erfolgte auf Basis der Mitarbeitendenzahl ohne Werkstudierende. Im Jahr 2021 standen vor allem digitale und Self-placed-Learnings, Führungskräfte Trainings, Karriereworkshops sowie von Mitarbeitenden für Mitarbeitende 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 ressourcenschonender Umgang mit Wasser ist uns dabei wichtig.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für das Wasser“

Wasser ist der wichtigste 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.²⁹
- 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.

2021 ist das Verhältnis von Wasserverbrauch und Produktionsmenge weiter gesunken: von 1,69 auf 1,67 Liter Wasser pro Liter Getränk. 2021 haben wir insgesamt mehr als 1,4 Millionen Kubikmeter Wasser weniger als im Jahr 2010 eingesetzt. Einen Einfluss auf das Ergebnis hatte jedoch das pandemiebedingt geringere Produktionsvolumen von wasserintensiveren Glasmehrwegverpackungen.

²⁹ Wassernutzungsverhältnis, Wasserverbrauch gesamt in Liter pro Liter produzierten Fertigerzeugnissen.

Beispiele für Effizienzmaßnahmen, die wir umgesetzt haben:

- Im Jahr 2021 haben wir an der Optimierung des CIP-Prozesses³⁰ gearbeitet und damit den Wasserverbrauch pro produziertem Liter Fertiggetränk gesenkt.
- Messwasser, das wir für die Qualitätsanalyse benötigen, verwenden wir inzwischen wieder, um Wasserverluste zu reduzieren.

Coca-Cola nimmt die Bedrohungen wie Dürreperioden und Wetterextreme durch den Klimawandel ernst. Die Bedeutung der Verfügbarkeit von sauberem Wasser wird in Zukunft weiter steigen. Durch ein effektives Wassermanagement leistet Coca-Cola seit Jahren einen wichtigen Beitrag zum Schutz dieser lebenswichtigen Ressource – in Deutschland und weltweit. Dieses Wassermanagement

entwickeln und verbessern wir kontinuierlich. Beispielsweise haben wir an vier weiteren Standorten (Bad Neuenahr, Karlsruhe, Genshagen und Mönchengladbach) im Jahr 2021 den Risikoanalyse-Standard inklusive Anforderungen aus dem Alliance for Water Stewardship Standard eingeführt. In diesem Prozess werden zuerst lokale Risiken und Chancen betrachtet und bewertet und daraus gegebenenfalls Maßnahmen innerhalb eines sogenannten „Water Management Plan“ entwickelt.



Im Rahmen unseres Wassermanagements haben wir 2021 den entwickelten Risikoanalyse-Standard inklusive Anforderungen aus dem Alliance for Water Stewardship Standard an vier weiteren Standorten eingeführt.

Brunnenbau in Lüneburg

Anfang 2022 haben die Apollinaris Brands GmbH und CCEP Deutschland entschieden, bis auf Weiteres keinen Antrag zur Entnahme von Wasser aus einem dritten Brunnen am Standort Lüneburg einzureichen. Die Situation im Mineralwassermarkt hat sich anders entwickelt als zu Beginn des Vorhabens im Jahr 2016 erwartet: Aus einem wachsenden Markt ist ein rückläufiger Markt geworden. Außerdem wirkt sich die COVID-19-Pandemie negativ auf das wettbewerbsintensive Mineralwassergeschäft aus. Diese Entwicklung hat dazu geführt, dass Coca-Cola die Nachfrage nach dem Mineralwasser der Marke ViO mit den bestehenden Brunnen vorerst weiterhin gut bedienen kann.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für das Wasser“³¹

Wasser	Einheit	2019	2020	2021
Betriebe mit Analyse von und Maßnahmen zu „Water Source Vulnerability“	Betriebe/ Prozent	16/100	16/100	14/100
Wassereffizienz an den Produktionsstandorten der CCEP DE	l H ₂ O pro l Getränk	1,71	1,69	1,67
Reduktion des Wasserverbrauchs pro Liter Fertiggetränk seit 2010	Prozent	17,48	18,58	19,41

³⁰ CIP (Cleaning in Place): Beim CIP-Reinigungsverfahren wird die Anlage ohne wesentliche Demontage auf den produktberührten Flächen gereinigt.

³¹ Wir arbeiten jedes Jahr an der Genauigkeit unserer Daten, daher können sich auch rückwirkend Zahlen/Daten ändern, um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

Wasserverbrauch an den Produktionsstandorten der CCEP DE	Einheit	2019	2020	2021
Gesamt	Liter	6.039.000.000	5.549.000.000	5.678.000.000
Davon Stadtwasser	Prozent	65,58	68,79	72,12
Davon eigene Brunnen	Prozent	34,42	31,21	27,88

HANDELN FÜR DAS KLIMA



Wir sind uns unserer Verantwortung für den Klimaschutz bewusst und arbeiten kontinuierlich daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Bis 2040 möchten wir CO₂-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.

An unseren Produktionsstandorten beziehen wir 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energien. Unsere Energieeffizienz steigern wir durch gezielte Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen. Seit 2021 kaufen wir nur noch energieeffiziente Kühlgeräte.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für das Klima“

Wir haben in allen relevanten Bereichen entlang unserer Wertschöpfungskette weiterhin Maßnahmen umgesetzt, um unseren Klimaeffekt zu reduzieren. Die Ziele, die wir uns ursprünglich für 2025 gesteckt hatten, haben wir bereits übertroffen. Deshalb haben wir uns neue ambitionierte Ziele gesetzt, die mit der Science Based Targets initiative (SBTi) abgestimmt wurden.

CCEP verfolgt als Teil der neuen Klimastrategie 2020 ehrgeizige Klimaziele, um so einen wichtigen Beitrag zur Erreichung des 1,5-Grad-Ziels zu leisten. Schrittweise sollen bis 2040 in Europa Netto-Null-Emissionen erreicht werden – zehn Jahre vor der Zielsetzung des Pariser Klimaabkommens. Berücksichtigt werden dabei nicht nur die Emissionen aus dem Kerngeschäft, sondern die Treibhausgasemissionen aus der gesamten Wertschöpfungskette.³² Damit hat sich Coca-Cola ein ambitioniertes Ziel gesetzt: Denn gerade die CO₂-Reduktion über die gesamte Wertschöpfungskette ist eine große Herausforderung.

Ziele 2025–2040

Folgende Ziele haben wir im Rahmen der aktuellen Klimastrategie nachgeschärft:

- Bis 2040 werden wir entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette Netto-Null-Emissionen erreichen.³³
- Wir werden unsere Treibhausgasemissionen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette bis 2030 um weitere 30 Prozent reduzieren (im Vergleich zu 2019).³⁴

³² Die gesamte Wertschöpfungskette beinhaltet Emissionen aus Scope 1, 2 und 3.

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

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

- Wir werden weiterhin zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energiequellen einkaufen.
- Wir erwarten von unseren Lieferanten die Festlegung von wissenschaftlich fundierten Zielen und Maßnahmen, mit denen sie ihre CO₂-Emissionen reduzieren. Zudem werden sie aufgefordert, bis 2023 zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu nutzen.

Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks

Die CO₂-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.³⁵ Dazu integrieren wir Maßnahmen zur CO₂-Reduktion in unsere Businesspläne und investieren bis 2023 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 CCEP und der

TCCC in Europa 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.

Bis 2040 will CCEP Netto-Null-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette erreichen. Das ist der zentrale Pfeiler unserer Klimastrategie.

Die CO₂-Reduzierung in unserer eigenen Wertschöpfungskette treiben wir voran, indem wir die Energieeffizienz an unseren Standorten erhöhen, energiesparende Kühlgeräte einsetzen, Verkehr auf die Schiene verlagern und Ökostrom beziehen.

Um unsere Scope-3-Emissionen zu senken, setzen wir verstärkt recyceltes Material in unseren Verpackungen ein, insbesondere recyceltes PET. Speziell in Deutschland wird weiterhin in Mehrwegverpackungen und in die dafür notwendige Infrastruktur investiert. Parallel wird der Materialeinsatz bei Einweg- und Mehrwegverpackungen optimiert (mehr dazu im Kapitel „Verpackungen“).

2021 hat CCEP Deutschland mit einer Spende von 100.000 Euro die Renaturierung eines Kalkflachmoors im Biosphärenreservat Schaalsee unterstützt. Damit tragen wir nicht nur zum Erhalt dieses wertvollen Biotops mit seltenen Pflanzen und Tieren bei, sondern leisten auch einen Beitrag zum Klimaschutz. Moore spielen als natürliche CO₂-Senken eine besonders wichtige Rolle für das Klima.

Nachdem wir 2020 unser Sales-Kick-off als erstes Event der CCEP Deutschland klimaneutral umgesetzt hatten, haben wir diesen Ansatz 2021 auf alle eigenen Events ausgeweitet. Im Vorfeld haben wir unsere Prozesse analysiert und konkrete Einzelmaßnahmen in den verschiedenen Bereichen der Eventorganisation definiert, um CO₂-Emissionen zu vermeiden oder zu verringern und im letzten Schritt zu kompensieren. Insgesamt führten wir acht Events durch, bei denen 247,13 Tonnen CO₂ kompensiert wurden. Durch eine kontinuierliche Prozessoptimierung soll der Ausstoß von CO₂-Emissionen stetig verringert werden. Für die Erfassung und Kompensation nicht vermeidbarer CO₂-Emissionen arbeiten wir mit der myclimate gGmbH zusammen, einer Stiftung, die weltweit zu den Qualitätsführern von freiwilligen CO₂-Kompensationsmaßnahmen zählt.

³⁵ Wir berechnen unsere CO₂-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.

Der Versand von Werbemittel- und Promotionpaketen an unsere Kunden bietet einen weiteren Hebel, um bis 2040 klimaneutral zu sein: Seit Anfang 2021 versendet Deutschland als erstes CCEP-Land Werbematerialien klimaneutral. Außerdem stellen wir die Versandkartonage auf voll recycelbare Kartons aus umweltfreundlichem Material um. Die neuen Kartons bestehen zu mindestens 80 Prozent aus recyceltem Altpapier und zu 20 Prozent aus Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft (FSC). Sie können nach Gebrauch vollständig recycelt werden. Außerdem sind die Kartons faltbar, damit wir Füllmaterial sparen. Um die Gesamtzahl der Pakete zu reduzieren, vermeiden wir Bestellungen von kleinen Mengen und schränken Expresslieferungen ein.

Strom aus erneuerbaren Energien und Energieeffizienz

Seit 2015 ist CCEP Deutschland (Produktion, Vertrieb, Verwaltung) nach dem Energiemanagementstandard DIN ISO 50001 zertifiziert. 2021 konnten wir die Zertifizierung erfolgreich aufrechterhalten.

2021 hatten wir 243.791 Kühlgeräte im Markt. Wir kaufen nur noch FKW-freie Kühler. Bereits 85,1 Prozent unserer Kühler im Markt sind FKW-frei (2020: 82,3 Prozent). Durch den stetigen Austausch und die Optimierung von Kühlgeräten senkt CCEP Deutschland den Energiebedarf der Geräte im Durchschnitt um 0,2 kWh pro Jahr, gerechnet über die vergangenen fünf Jahre. Seit 2021 kaufen wir nur noch Geräte mit einem durchschnittlichen Energieverbrauch von 1,6 kWh pro Tag. Aktuell liegt der durchschnittliche Verbrauch der Kühler im Markt bei 3,1 kWh je Gerät.

Auch im Jahr 2021 bezogen wir für unsere Produktionsstandorte zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energien.

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 mehr als 19 Prozent gesenkt werden (2021: 0,328 EUR).³⁶

In unseren Produktionsstätten haben wir unter anderem folgende Energieeffizienzmaßnahmen über Modernisierung und Instandhaltung umgesetzt: Optimierung der Niederdruckluftherzeugung in Halle, Lüneburg, Bad Neuenahr und Mölln, Installation von LED-Beleuchtung in Bad Neuenahr, Verbesserung der Wärmeverluste durch Isolierung von Rohrleitungen und Kesseln in Köln und Hildesheim, Temperaturanpassungen der Kälteanlage in Halle sowie verbesserte Flaschenbodenkühlung für die Blasmaschine in Hildesheim und Austausch eines Ölkessels gegen einen Gaskessel in Karlsruhe. Unsere Lagerfahrzeuge stellen wir Schritt für Schritt auf E-Antrieb um: Von 391 Staplern waren im Berichtsjahr 255 elektrisch, das entspricht einem Anteil von 65,2 Prozent.

Ein weiterer Baustein zur Erreichung unserer Klimaziele ist die Umstellung unserer Dienst- und Funktionswagenflotte: Die rund 2.300 Fahrzeuge sollen bis 2025 ausschließlich elektrisch unterwegs sein. Ende 2021 sind bereits 80 Dienst- und Funktionswagen mit E-Antrieb im Einsatz und 161 weitere bestellt. Ergänzend zu den öffentlichen Ladesäulen bauen wir eine eigene Ladeinfrastruktur auf: 2021 wurden insgesamt 33 Ladepunkte an acht Standorten installiert. Bis zum ersten Quartal 2022 werden wir an 17 deutschen Standorten rund 80 Ladestationen installiert haben. In Kooperation mit dem Energieversorger Vattenfall bieten wir allen Mitarbeitenden vergünstigte Konditionen für die Anschaffung und Installation einer Heim-Ladestation, einer sogenannten Wallbox, an. Wer einen elektrischen Dienst- oder Funktionswagen nutzt, kann zudem eine Förderung von CCEP Deutschland erhalten.

Auch im Vending setzen wir vermehrt auf E-Transporter, um die Vending-Automaten auf den Werksgeländen unserer Großkunden zu befüllen. So konnte der eingesetzte Fuhrpark bei Mercedes-Benz 2021 komplett elektrifiziert werden. Insgesamt sind neben elf Elektrofahrzeugen der Hersteller Linde und STILL nun sechs

³⁶ Energy use ratio (MJ pro Liter).

eSprinter und zwei eVito von Mercedes-Benz im Einsatz. Durch diese Umstellung können ca. 6,5 Tonnen CO₂ eingespart werden. Weiterhin wurden Tests mit dem VW ABT e-Transporter und VW e-Crafter durchgeführt, um die Umstellung des eingesetzten Fuhrparks beim Großkunden Porsche 2022 reibungslos zu gewährleisten.

Logistik auf die Schiene verlagern

CCEP Deutschland hat das Schienengüternetz für Langstreckentransporte zwischen den eigenen Standorten mit DB Cargo im Jahr 2021 weiter ausgebaut. Bis zum Ende des Jahres waren 13 Coca-Cola Standorte in das Netz eingebunden. Auf 19 Strecken zwischen den Standorten haben wir 2021 mit DB Cargo etwa 1.000 Tonnen CO₂ und 1,7 Millionen Lkw-Kilometer eingespart, so viel wie bereits im Jahr 2020. Trotz der Erweiterung des Schienengüternetzes mit DB Cargo im Jahr 2021 konnten die Einsparungen von CO₂ und Lkw-Kilometern nicht erhöht werden. Der Grund waren die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Getränkebranche.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für das Klima“³⁷

CO ₂ -Fußabdruck im Kerngeschäft	Einheit	2019	2020	2021
CO ₂ -Fußabdruck gesamt ³⁸	Tonnen	390.945	337.465	323.131
Reduktion CO ₂ -Fußabdruck im Kerngeschäft seit 2010	Prozent	58,14	63,87	65,40
CO ₂ -Fußabdruck über die gesamte Lieferkette	Einheit	2019	2020	2021
CO ₂ -Fußabdruck pro Liter Getränk ³⁹	g pro l Getränk	227,8	231,2	225,3
Reduktion CO ₂ -Fußabdruck pro Liter Getränk seit 2010	Prozent	41,3	40,4	41,9
Scope-1-Emissionen	Tonnen	79.754	69.506	67.654
Scope-2-Emissionen (marktbasierter Ansatz)	Tonnen	4.391	3.712	3.508
Scope-3-Emissionen	Tonnen	784.756	746.275	729.069
Gesamte CO ₂ -Emissionen Scope 1–3	Tonnen	868.901	819.493	800.231
Absolute Reduktion der gesamten CO ₂ -Emissionen (Scope 1–3) seit 2010	Prozent	36,8	40,4	41,8
Absolute Reduktion der gesamten CO ₂ -Emissionen (Scope 1–3) seit 2019	Prozent	-	5,7	7,9
Energieverbrauch und Verbrauch aus erneuerbaren Energiequellen	Einheit	2019	2020	2021
Energieverbrauch der Produktionsstandorte der CCEP DE ⁴⁰	kWh pro 1.000 l Getränk	92,32	91,58	91,03
Gesamter Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen ⁴¹	MWh	159.610	150.118	148.147
Gesamter Stromverbrauch aus erneuerbaren Quellen	MWh/Prozent	158.765/100	149.597/100	147.713/100

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

³⁸ CCEP berichtet seit 2016 den CO₂-Fußabdruck nach einem veränderten Scope, der sich auf das eigene Kerngeschäft (Produktion, Logistik, Verkaufstechnik) bezieht, nicht enthalten ist die Herstellung der Verpackungen und der Inhaltsstoffe der Produkte.

³⁹ Diese Kennzahl bezieht sich auf den CO₂-Fußabdruck für die gesamte Wertschöpfungskette, also inklusive der Herstellung von Verpackungen und Inhaltsstoffen.

⁴⁰ Zur Berechnung der Energieintensität wird das Produktionsvolumen verwendet. Berücksichtigte Energiearten sind Strom, Heizöl, Propangas, Erdgas, Biogas und Fernwärme. Seit 2013 berücksichtigen wir auch den Strom-, Propangas- und Erdgasverbrauch der Preform-Herstellung an unserem Standort Halle.

⁴¹ 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.

Kühler im Markt	Einheit	2019	2020	2021
Gesamt	Anzahl	265.908	255.236	243.791
Davon FKW-frei	Anzahl	208.919	209.938	207.384
	Prozent	78,57	82,25	85,07
Energiesparende Kühler ⁴²	Anzahl	177.768	175.181	171.917
	Prozent	66,85	68,64	70,52

⁴² CCEP legt gemeinsam mit ihren Lieferanten den Fokus auf energiesparende Modelle. Wir haben uns darauf geeinigt, dass die Standardkühlschränke mind. EEK C nach der neuen Skala erfüllen müssen. Deshalb fließen diese seit 2020 in die Berechnung 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 Principles for Sustainable Agriculture (PSA) 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 des weltweiten Coca-Cola Systems und der Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. Bei CCEP 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 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 die CCEP, die Unternehmen, die sie besitzt, die Unternehmen, an denen sie eine Mehrheitsbeteiligung hält, sowie die Einrichtungen, die sie

verwaltet. Wir haben unsere Richtlinie für Menschenrechte 2021 überarbeitet, damit diese dem erweiterten Fokus von CCEP und den Besonderheiten unserer neuen Geschäftsgebiete Australien, Pazifik und Indonesien (API) Rechnung trägt. In diesem Zuge haben wir Landbesitz, Wasserressourcen und Umweltauswirkungen in unsere Richtlinie für Menschenrechte aufgenommen.

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 [Principles for Sustainable Agriculture \(PSA\)](#) 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. In der Lieferkette konzentrieren wir uns insbesondere auf die Landwirtschaft, von der wir die Inhaltsstoffe für unsere Getränke beziehen. Unabhängige Prüfungsgesellschaften kontrollieren unsere Lieferanten nach dem Sedex SMETA 6.0 Sozialstandard.

Im Jahr 2017 veröffentlichte CCEP ein Statement zum UK Modern Slavery Act und erstmals 2021 für Australien zum Modern Slavery Act 2018 – welche jährlich aktualisiert werden – gefolgt von den Human Rights Restructuring Guidelines im Juni 2018. All diese Richtlinien gelten für die gesamte Organisation von CCEP. 2018 legte TCCC erstmals einen Menschenrechtsreport vor.

Bei Verstößen gegen die Menschenrechte arbeitet CCEP Deutschland gemeinsam mit den entsprechenden Lieferanten an Problemlösungen, behält sich aber auch als ultima ratio 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. 2019 haben wir in Europa neun Schlüsselbereiche und in den neuen Geschäftsgebieten Australien, Pazifik und Indonesien (API) drei zusätzliche Schwerpunktthemen (kulturelle Rechte von Minderheiten, Freiheit von Bestechung und Korruption sowie Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Ausbeutung) als größtes Risiko für Menschen in unseren eigenen Betrieben und in unserer gesamten Wertschöpfungskette identifiziert.

Für Europa konzentrierten wir uns 2019 zunächst auf die ersten vier prioritären Themen, um sicherzustellen, dass sie vollständig eingehalten und Maßnahmen ergriffen werden: Gesundheit, Sicherheit und Schutz; Gleichstellung und Nichtdiskriminierung; Arbeitszeiten sowie Wander- und Zeitarbeitnehmer:innen. Für 2020 haben wir Aktionspläne für die Vereinigungsfreiheit, das Recht auf Privatsphäre und den Datenschutz weiterentwickelt. Wegen der COVID-19-Pandemie ergriffen wir zusätzliche Maßnahmen, um die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden und anderer für CCEP tätiger Personen zu gewährleisten. 2021 legten wir den Fokus auf die beiden verbleibenden Schwerpunktthemen Zwangsarbeit und Löhne und ergriffen entsprechende Maßnahmen. 2021 hat CCEP zu den europaweiten Bemühungen in diesem Bereich einen gesonderten [Report](#) veröffentlicht, der auch die Ergebnisse einer Risikoanalyse von CCEP enthält.



Das nachhaltige Lieferkettenmanagement der CCEP gehörte 2021 weltweit zu den besten ein Prozent der von EcoVadis bewerteten Unternehmen. Dafür wurden wir mit der EcoVadis-Platinmedaille ausgezeichnet.

Im Jahr 2021 haben wir unsere Schulungen zu Menschenrechten fortgeführt. Dabei lag ein Schwerpunkt auf dem Thema „Prozess im Fall einer Menschenrechtsgefährdung“. Zielgruppe sind alle Mitarbeitenden im Einkauf, die mit Lieferanten interagieren. Am Tag der Menschenrechte im Dezember 2021 informierten wir unsere Mitarbeitenden und weitere Interessengruppen über unsere Fortschritte. Daneben haben wir in Europa ein neues Online-Training zur Vermeidung von Belästigung und Diskriminierung eingeführt, das für alle Mitarbeitenden des Bereiches People & Culture sowie für alle Führungskräfte verpflichtend ist.

Kooperationen zum Schutz biologischer Vielfalt

Coca-Cola ist bereits seit 2012 Partner und 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. So setzten wir 2021 gemeinsam mit den Nationalen Naturlandschaften ein Projekt zur Renaturierung eines Kalkflachmoors im Biosphärenreservat Schaalsee in Mecklenburg-Vorpommern um.

Seit 2019 sind wir außerdem Mitglied der Initiative „Biodiversity in Good Company“, eines branchenübergreifenden Zusammenschlusses von Unternehmen, die sich für den Schutz und die nachhaltige Nutzung der weltweiten Biodiversität engagieren. Auch unsere Partnerschaft mit Trinkwasserwald® e.V. haben wir fortgesetzt. Trinkwasserwald® e.V. ist ein anerkannter und engagierter Partner, dessen Projekte mehrfach ausgezeichnet wurden. Im Rahmen unserer Kooperation werden Nadelwaldkulturen gezielt mit standortgerechten Laubbäumen unterpflanzt, um die Trinkwasserneubildung zu fördern.

2021 haben wir darüber hinaus die Prüfungen und Vorbereitungen für die naturnahe Umgestaltung von Firmengeländen fortgesetzt. Wir konnten Ende 2021 trotz Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie mit dem Bau von Insektenhotels als Nisthilfen im Rahmen unserer Kooperation mit der Heinz Sielmann Stiftung starten. Unsere Mitarbeitenden aus der Zentrale und den Verkaufsgebieten in Berlin errichteten während eines Corporate-Volunteering-Einsatzes Nisthilfen für Wildbienen. Soweit es die Pandemie zulässt, sollen bis Ende 2023 17 weitere Corporate-Volunteering-Events zum Bau von Nisthilfen stattfinden.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für eine nachhaltige Lieferkette“

Nachhaltige Lieferkette	Einheit	2019	2020	2021
Anteil landwirtschaftlicher Zutaten und Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen	Prozent	100	100	100
Zu Nachhaltigkeit, Ethik und Menschenrechten auditierte Lieferanten	Prozent	95,1	99,2	99,2

Ansprechpartner:in und Kontaktinformationen

Axel Bachmann

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

Anja Jonas

Coca-Cola GmbH
Leiterin Public Affairs
Stralauer Allee 4 | 10245 Berlin
Telefon +49 160 97 89 68 99
E-Mail anja.jonas@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 Europacific 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 Europacific 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 Europacific Partners Deutschland GmbH hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Markenrechte

Coca-Cola, Coke, Coca-Cola Energy, Coca-Cola freestyle, Fanta, Sprite, Powerade, mezzo mix, Chaqwa, AQUARIUS sind eingetragene Schutzmarken der The Coca-Cola Company. ViO, ViO BiO LiMO, Apollinaris sind eingetragene Schutzmarken. Fuze Tea ist eine eingetragene Schutzmarke von DP Beverages UC. HONEST ist eine eingetragene Schutzmarke von Honest Tea, Inc. Costa Coffee ist eine eingetragene Schutzmarke. Topo Chico ist eine eingetragene Schutzmarke der The Coca-Cola Company. ©2022 Monster Energy Company