

COCA-COLA DEUTSCHLAND EXECUTIVE SUMMARY NACHHALTIGKEIT 2017

Coca-Cola European Partners (CCEP) veröffentlichte im Juni 2018 den vollständigen Stakeholder Progress Report (Nachhaltigkeitsbericht) für das Jahr 2017. Bereits im November 2017 haben wir den neuen europäischen Aktionsplan Nachhaltigkeit für CCEP und die Western Europe Business Units (WEBU) mit Zielen, Commitments und Maßnahmen bis zum Jahr 2025 vorgelegt. Dieser Plan wurde von CCEP gemeinsam mit den Märkten erarbeitet. Er wurde auf Basis der bisherigen Nachhaltigkeitsschwerpunkte und eines umfangreichen Stakeholderdialogs mit unseren Partnern – NGOs, Politikern, Wissenschaftlern,

Zivilgesellschaft, Gewerkschaften, Kunden und Mitarbeitern¹ – erstellt.

Die vorliegende Executive Summary Nachhaltigkeit ist eine transparente Aufbereitung der für Coca-Cola Deutschland wichtigsten Nachhaltigkeitsinformationen und der relevantesten Entwicklungen des Jahres 2017.² Sie ist strukturiert nach den neuen Handlungsfeldern und zugeordneten Zielen für 2025 – sofern nicht anders angemerkt auf der Basis des Jahres 2010. Die deutschen Unternehmensteile leisten dabei einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der CCEP-weiten Nachhaltigkeitsziele.

UNSERE EUROPÄISCHEN NACHHALTIGKEITZIELE:

UNSERE FOCUS-BEREICHE FÜR NACHHALTIGE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

GETRÄNKE	Wir werden eine Total Beverage Company sein und den Verbrauchern eine große Auswahl an zuckerfreien und zuckerreduzierten Getränken anbieten.	VERPACKUNGEN	Wir wollen alle Verpackungen zurückgewinnen, sodass diese nicht als Müll in den Meeren landen.	GESELLSCHAFT	Wir wollen uns gemeinsam mit unseren Mitarbeitern für Inklusion und wirtschaftliche Entwicklung in unserer Gesellschaft einsetzen.
----------	---	--------------	--	--------------	--

WEITERE BEREICHE NACHHALTIGER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

WASSER	Wir werden das Wasser in unserer Produktion und unserer gesamten Wertschöpfungskette mit der gebührenden Sorgfalt behandeln.	KLIMA	Wir werden unsere unmittelbaren CO ₂ -Emissionen halbieren und 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energien beziehen.	LIEFERKETTE	Wir werden unsere wichtigsten Inhaltsstoffe und Rohstoffe nachhaltig und verantwortungsbewusst beschaffen.
--------	--	-------	---	-------------	--

TREIBENDE PRINZIPIEN FÜR DEN WANDEL

LEITBILD & UNTERNEHMENSKULTUR UND EINSATZ FÜR TRANSPARENZ & KOOPERATION.



¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Dokument die maskuline Personenbezeichnung verwendet, die für alle Geschlechter gilt.

² Die angegebenen Daten beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2017. Sofern relevant, werden auch Entwicklungen und Informationen bis zum Redaktionsschluss am 15.07.2018 dargestellt.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Kernbereiche: Nachhaltigkeitsstrategie, Richtlinien und Stakeholdermanagement

- Überprüfung der Einhaltung der Nachhaltigkeitsstrategie und Stakeholdermanagement durch das CCEP CSR Committee
- Adaptionsprozess der gesamteuropäischen Nachhaltigkeitsstrategie „Handeln. Verändern.“ in Deutschland
- Integration von Nachhaltigkeitsthemen in alle relevanten Steuerungselemente (Businesspläne, Zertifizierungen)
- Einhaltung zentraler Compliance-Richtlinien:
 - Kodex zum Verhalten im Geschäftsleben (Code of Business Conduct)³
 - Leitprinzipien für Zulieferer (Supplier Guiding Principles)
 - Richtlinie zu den Rechten am Arbeitsplatz (Workplace Rights Policy)
 - UNESDA-Selbstverpflichtung
 - UN Global Compact
 - Hospitality-Leitfaden von „S20 – The Sponsors’ Voice“
 - Weitere
- Ethical-Compliance-Manager und Compliance-Schulungen in allen Coca-Cola Unternehmen
- Ausrichtung der Nachhaltigkeitsstrategie und -aktivitäten an den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen
- Durchführung des Coca-Cola Zukunftsdialogs „FOOD+NEXT – Trends und innovative Ansätze zu Ernährung mit Zusatznutzen“ im November 2017 in Berlin
- Mit interaktiven Roundtables, die sich unterschiedlichen Handlungsfeldern der Nachhaltigkeit widmen, fördern wir in Deutschland den Austausch von Wissen, Best Practices, Workshops und Impulsvorträgen von Fachexperten. Die Roundtables zeigen auf, wo die Branche beim jeweiligen Thema steht, und sind eine ideale Plattform zum Vernetzen. 2017 wurden Roundtables zu den Themenschwerpunkten „Wasser & Biodiversität“ in einem Biosphärenreservat und „Nachhaltige Beschaffung“ am Produktionsstandort der ViO Produkte in Lüneburg durchgeführt.
- Herausforderungen und kritische Entscheidungen im Bereich Produktion und Vertrieb
 - Standort Weimar: im Oktober 2017 Absichtserklärung, den Standort zu schließen. Ergebnis der Gespräche mit den Arbeitnehmervertretern im November 2017: Die Produktion wird zum 23.02.2018 eingestellt, ein Logistikstandort mit 28 Mitarbeitern soll in der Region erhalten bleiben (2018 waren insgesamt 163 Mitarbeiter von der Veränderung betroffen, betriebsbedingte Kündigungen gab es nicht).
 - Standort Urbach: Die Produktion der Marken Urbacher und Schurwald wurde zum 01.07.2017 eingestellt. Die Werkstatt in Urbach bleibt erhalten und spezialisiert sich zukünftig auf Verkaufsautomaten für unsere Produkte. Es waren keine betriebsbedingten Kündigungen notwendig.

Kennzahlen im Bereich „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“

	Einheit	2015	2016	2017
Nicht eingehaltene Vorschriften in Bezug auf Werbung (inkl. Anzeigen, Verkaufsförderung, Produktkennzeichnung, Sponsoring)	Anzahl	0	0	0
Verstöße oder berechtigte Beschwerden bzgl. des Datenschutzes	Anzahl	0	0	0
Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Rechtsvorschriften	Euro	0	0	0
Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten	Anzahl	0	0	0

³ Der Code of Business Conduct ist Bestandteil des Arbeitsvertrages aller Mitarbeiter der Coca-Cola GmbH. Bei der CCEP DE kommt der Code of Business Conduct lediglich bei den leitenden Angestellten zur Anwendung.

Zertifikate und Normen

Alle unsere Produktionsstandorte sind nach folgenden Standards zertifiziert:

- Lebensmittelsicherheit (DIN EN ISO 22000 + PAS 220 oder FSSC 22000)
- Qualitätsmanagement (DIN EN ISO 9001)
- Umweltmanagement (DIN EN ISO 14001)
- Energiemanagement (DIN ISO 50001)
- Arbeitssicherheit (OHSAS 18001)

Auch 2017 wurden sämtliche spezifischen Systemvorgaben und Normanforderungen mittels Audits durch die Zertifizierungsgesellschaften überprüft. Die Audits verliefen erfolgreich, alle Zertifizierungen konnten aufrechterhalten werden.

Nachhaltigkeitsindizes

- Coca-Cola European Partners (CCEP) wurde 2017 in folgenden internationalen Nachhaltigkeitsindizes gelistet:
 - Platz 48 im Global 100 Index der nachhaltigsten Unternehmen der Welt (Corporate Knights)⁴
 - Erneute Aufnahme von CCEP im Dow Jones Sustainability Index (Europe und World)⁵
 - Aufnahme in den A-Listen der Bereiche Wasser und Klima des Carbon Disclosure Projects



Handeln bei unseren Getränken

Ziele 2025

- Wir werden den Zucker in unseren Erfrischungsgetränken um weitere zehn Prozent bis 2020 reduzieren.⁶
- Unser Ziel ist es, 50 Prozent unseres gesamten Verkaufsvolumens aus kalorienfreien oder -reduzierten Getränken zu erzielen.⁷
- Wir machen es Verbrauchern mit klaren Produktinformationen und kleineren Portionen leichter, ihren Zuckerkonsum zu kontrollieren.⁸
- Wir werden kontinuierlich unsere Rezepturen und unser Portfolio weiterentwickeln, um eine größere Auswahl an Getränken anzubieten.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Getränken“ für Deutschland

Kernbereiche: ausgewogenes Produktportfolio, transparente Produktinformation, verantwortungsvolles Marketing sowie lokale Produktions- und Vertriebsstrukturen

- Breites Portfolio an Erfrischungsgetränken mit reduziertem Zuckergehalt oder ohne Zucker, Säften, Schorlen und Wässern

⁴ Weitere Informationen zum Global 100 Index unter <http://www.corporateknights.com>.

⁵ Weitere Informationen zum Dow Jones Sustainability Index unter <http://www.sustainability-indices.com>.

⁶ Nur kohlenstoffhaltige und kohlenstofffreie Erfrischungsgetränke ohne Wasser und Saft.

⁷ Gesamtumsatz CCEP DE ohne Kaffee, Alkohol, Bier oder Freestyle. Kalorienarme Getränke ≤ 20 kcal/100 ml. Kalorienfreie Getränke < 4 kcal/100 ml.

⁸ Innerhalb der kommenden 12 Monate arbeiten wir konkrete Ziele für kleinere Verpackungen aus. Dabei ist uns der Zielkonflikt bewusst, dass kleinere Trinkgrößen zu einem höheren Verpackungsbedarf führen.

- Stetiger Ausbau des Getränkeportfolios ViO:
 - Launch ViO BiO LiMO leicht in drei Geschmacksrichtungen (kalorienarme vegane Bio-Limonade mit ca. 40-45 Prozent weniger Zucker als unsere klassische ViO BiO LiMO (43-45 kcal pro 250 ml))
 - Launch ViO Spritzig (kohlen säurehaltiges Mineralwasser)
 - Auszeichnung mit dem Green Brands Germany Award 2016/2017 für ViO BiO LiMO und 2017 für ViO BiO LiMO leicht. Das Gütesiegel würdigt die nachgewiesene und zertifizierte ökologische Nachhaltigkeit von Marken.
- Zuletzt hatte Coca-Cola Life nur noch einen sehr geringen Anteil am Absatzvolumen der Marke Coca-Cola. Da wir mit Coca-Cola Zero Sugar und Coca-Cola light taste weiterhin zwei kalorienfreie Alternativen anbieten, haben wir Coca-Cola Life zum 31.12.2017 aus dem Sortiment genommen. Außerdem wurde Urbacher Ende Juli vom Markt genommen. Zum Ende des Jahres 2017 haben wir das internationale Joint Venture „Beverage Partners Worldwide“ mit Nestlé aufgelöst. Seither produziert Coca-Cola die Marke Nestea nicht mehr.
- Wir haben pro Liter etwa 90 Prozent mehr in die Werbung unserer Erfrischungsgetränke mit weniger und ohne Zucker investiert als für Erfrischungsgetränke mit Zucker.
- Große Bandbreite verschiedener Portionsgrößen für den jeweiligen Bedarf
- Transparente Produktkennzeichnung zu Nährwerten mit prozentualer Angabe in Bezug auf den Tageskalorienbedarf
- Wir achten auf verantwortungsvolles Marketing und verantwortungsvollen Verkauf inklusive externer Prüfung. Das bedeutet:
 - keine Werbung in Medien, die sich vorrangig an Kinder unter 12 Jahren richten,
 - keine Werbung an Schulen,
 - kein Verkauf an Grundschulen.
- 2017 haben CCEP und WEBU das UNESDA-Commitment mit unterzeichnet. Darin verpflichten wir uns zusätzlich zu den bereits bestehenden Selbstverpflichtungen freiwillig,
 - bis 2020 den Zuckergehalt aller Softdrinks pro Liter im Durchschnitt um 10 Prozent (gegenüber 2015) zu senken.
 - an weiterführenden Schulen keine Getränke mehr mit zugesetztem Zucker zu verkaufen. In Deutschland setzen wir dies bis Ende 2018 um. Bis Ende desselben Jahres soll die Umstellung europaweit abgeschlossen sein.
- Produktion und Vertrieb an 36 Standorten (17 Produktions- und 19 andere Betriebsstandorte, vor allem Logistik sowie die Zentrale in Berlin)
- CCEP Deutschland GmbH (CCEP DE) ist Lohnabfüller für Monster Energy® und übernimmt den Vertrieb dieser Produkte. Monster Energy Europe Limited verbleibt eine eigenständige Firma und ist somit nicht Gegenstand dieses Berichts, abgesehen von den bei der Produktion anfallenden Verbrauchsdaten (Wasser, Energie etc.).

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Getränke“

Absatzvolumen	Einheit	2015	2016	2017
Entwicklung des Absatzvolumens im Vergleich zum Vorjahr ⁹	Prozent	+1,7	+1,8	-1,6
Getränkeportfolio				
Kaloriengehalt im Durchschnitt aller Getränke ¹⁰	kcal pro 250 ml	70,2	70,1	69,6
Kaloriengehalt im Durchschnitt aller Erfrischungsgetränke ¹¹	kcal pro 250 ml	79,3	78,5	77,3 ¹²

⁹ 2017 betrug das gesamte Absatzvolumen 3,87 Mrd. Liter (-1,6 Prozent vs. Vorjahr).

¹⁰ Die Ermittlung der durchschnittlichen Kalorien erfolgt für das Gesamtportfolio exklusive Heißgetränke. Hintergrund: Es liegen keine validen Kalorienangaben für Heißgetränke/Chaqua vor, da Endverbraucher ihre Heißgetränke eigenständig süßen.

¹¹ Die Ermittlung der durchschnittlichen Kalorien erfolgt exklusive Wasser, Säfte und Heißgetränke. Diesen Schlüsselindikator zur Erfolgsmessung führen wir auf, weil sich unser Commitment zur Zuckerreduktion nur auf Erfrischungsgetränke bezieht.

¹² Ab 2017 beziehen wir auch die Erfrischungsgetränke der Marke Monster Energy® in die Kalkulation ein.

Anteil kalorienreduzierter und -freier Getränke (< 20 kcal pro 100 ml) ¹³	Prozent	30	31	32
Werbebudget low/no calories vs. sugar (pro Liter)	Prozent	30	25	90



Handeln bei unseren Verpackungen

Ziele 2025

- Wir wollen sicherstellen, dass alle unsere Verpackungen wiederverwertbar oder wiederverwendbar sind.
- Wir werden mit lokalen und nationalen Partnern zusammenarbeiten, um zu erreichen, dass alle Verpackungen gesammelt bzw. zurückgegeben werden. Wir möchten zudem die Menschen inspirieren und motivieren, ihren Beitrag zum Recyceln zu leisten.
- Wir wollen sicherstellen, dass mindestens 50 Prozent des Materials, das wir für unsere nicht wiederbefüllbaren PET-Flaschen nutzen, aus Recyclingmaterial besteht.
- Wir wollen Vorreiter im Bereich nachhaltiger Verpackungen sein – einschließlich beim Einsatz von nachwachsenden Rohstoffen und bei intelligenten Ansätzen zur Abfallreduzierung.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Verpackungen“ für Deutschland

Kernbereiche: nachhaltige Verpackungslösungen, Materialeinsparungen in der Produktion und Schließung von Wertstoffkreisläufen

- Wir verkaufen sowohl unsere Mehrweg- als auch unsere Einweg-Verpackungen im Pfandsystem, die Rücklaufquote liegt bei ca. 97 Prozent.
- Die 1,0-Liter-PET-Mehrwegflasche sowie das Glas-Mehrwegangebot bleiben zentrale Verpackungsangebote in unserem Kerngeschäft. Dennoch ist der Mehrweganteil 2017 aufgrund der finalen Auslistung der 0,5-L-PET-Mehrwegflasche weiter zurückgegangen. Der Mehrweganteil lag 2017 jedoch mit 41,03 Prozent weiterhin über dem Marktdurchschnitt alkoholfreier Erfrischungsgetränke.
- Der Anteil von Recyclingmaterial am Gesamt-PET (rPET) bei Einweg-PET-Flaschen ≤ 0,5 L liegt derzeit bei 50 Prozent, ausgenommen die ViO Range und stille Getränke (Fuze Tea, Powerade etc.). Bezogen auf das Gesamtportfolio lag der rPET-Anteil bei Einweg-PET-Flaschen bei 27,5 Prozent.
- Alle nicht wiederbefüllbaren Flaschen der ViO Range werden in der PlantBottle angeboten. Sie besteht zu 14 Prozent aus erneuerbarem Material und zu 35 Prozent aus recyceltem Plastik und ist zu 100 Prozent recycelbar.
- Durch eine leichte Verringerung der Blechstärke konnten wir bisher bei rund einem Drittel aller eingesetzten Kronkorken den Materialeinsatz um ca. 10 Prozent verringern.
- Nach erfolgreichem Testpilot sind uns bei den Preforms für 1-1,25-Liter-Einweg-PET-Flaschen Materialeinsparungen um 2 g gelungen. Der Werkzeugumbau für die Verpackungsgrößen 0,33 L und 0,5 L erfolgt im April 2018. Die Einsparung liegt hier bei 1,6 g PET je Einweg-Flasche.
- 2017 wurden Tests zur Reduzierung der Stretchfolie für Paletten von 23 m² auf 20 bzw. 17 m² gestartet.
- Das erfolgreich am Standort Genshagen eingeführte Konzept der stofflichen Verwertung von 99 Prozent aller Produktionsabfälle wurde auf den Standort Karlsruhe ausgeweitet. Für 2018 ist der Rollout auf den Produktionsstandort Dorsten geplant.

¹³ Heißgetränke sind in dieser Kalkulation nicht enthalten.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Verpackungen“

Verpackungen	Einheit	2015	2016	2017
Anteil von Mehrweg und Einweg bei den Endverbraucherpackungen				
Mehrweg	Prozent	53,72	46,36	41,03
Einweg mit Pfand	Prozent	45,95	53,32	58,51
Einweg ohne Pfand	Prozent	0,33	0,32	0,46
Einsatz von recyceltem PET (rPET)				
Anteil rPET über alle PET-Einwegflaschen	Prozent	29,23	26,82	27,50

Handeln für die Gesellschaft



Ziele 2025

- Wir werden eine Unternehmenskultur fördern, die auf Vielfalt und Inklusion setzt. Mindestens 40 Prozent der Managementpositionen wollen wir mit Frauen besetzen.
- Wir werden unseren gesellschaftlichen Beitrag verstärken, indem wir ehrenamtliche Tätigkeiten unserer Mitarbeiter 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.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für die Gesellschaft“ für Deutschland

Mitarbeiter

Kernbereiche: Mitarbeiterentwicklung und Sozialleistungen, Förderung von Diversity im Unternehmen sowie Gesundheit und Sicherheit

- Schulungen pro Mitarbeiter 2017 im Durchschnitt: 11,4 Stunden bei der Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH (CCEP DE) und 23,2 Stunden bei der Coca-Cola GmbH.
- Deutschlandweites Rollout eines neuen Lernkonzepts für den Verkauf mit Fokus auf Training on the Job ergänzt durch Coachings und Schulungen.
- CCEP DE entlohnt überwiegend (94,6 Prozent) nach Tarif und somit unabhängig vom Geschlecht (Equal Pay). Die Mitarbeiter der Coca-Cola GmbH werden außertariflich bezahlt. Ihre Bezahlung entspricht mindestens dem Tarifvertrag von CCEP DE.
- Zusätzliche Leistungen für Altersteilzeit und Altersvorsorge, Sonderzuwendungen und Gesundheitsvorsorge.
- 2017 erhöhte sich der Altersvorsorgebeitrag des Arbeitgebers gemäß Tarifvertrag um 200 € von 800 € p. a. auf 1.000 € p. a.

- Mithilfe diverser Programme zur beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung von Frauen konnten wir den Frauenanteil steigern. Zu unseren wichtigsten Programmen für Frauen zählen:
 - Mentoringprogramme, wie z. B. unser internes paneuropäisches Connect to Grow für Frauen auf allen Führungsebenen sowie die externen Formate MentorMe für Studentinnen und Young Professionals und IWIL (Initiative Women into Leadership) für obere Führungsebenen
 - Unser internes Frauennetzwerk mit über 100 aktiven Teilnehmerinnen
 - Des Weiteren unsere Trainingsprogramme Achieve-Your-best-Self-Programm sowie Leverage & Inspiring Female Talent
- Mittlerweile sind beispielsweise 40 Prozent der Teilnehmer in unserem Talentprogramm Frauen und der Frauenanteil der drei obersten Führungsebenen bei CCEP DE liegt bei 26,2 Prozent (2016: 25,1 Prozent).
- Konkrete Unterstützung erhalten lesbische, schwule, bi- und transsexuelle Kollegen (LGBTI) seit 2014 im internen LGBTI/Rainbow Network. Es sensibilisiert zum Thema sexuelle Orientierung und hilft Interessierten, sich innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu vernetzen. Darüber hinaus beteiligte sich das Netzwerk an zahlreichen Aktivitäten der LGBTI-Community.
- Anlässlich des 5. Deutschen Diversity-Tages haben wir die dritte Diversity Filmnacht in Kooperation mit der Charta der Vielfalt ausgerichtet.¹⁴
- Unser betriebliches Gesundheitsmanagement, Schulungen zu Arbeitssicherheit sowie Sicherheits- und Gesundheitstage haben die Gesundheit und Sicherheit im Unternehmen gefördert. Im Jahr 2017 fanden deutschlandweit 280 Gesundheitsmaßnahmen statt. Dies entspricht Ø 8,4 Maßnahmen pro Standort, 2016 waren es noch Ø 6,5 pro Standort. Daraus ergaben sich ca. 17.800 Kontaktpunkte zu unseren Mitarbeitern. Über 1.500 Mitarbeiter haben zudem an Maßnahmen zur Steigerung des psychischen Wohlbefindens teilgenommen. Die Krankenquote ist im Vergleich zu den Vorjahren erstmals nicht gestiegen und beträgt 8,6 Prozent.¹⁵ Wie in den Vorjahren wurde ein Gesundheitsbericht veröffentlicht, der für alle Mitarbeiter im Intranet einsehbar ist.
- Seit Anfang 2015 hat sich an allen Standorten in Deutschland die Zahl der Unfalltage um 50 Prozent reduziert. Die Lost Time Incident Rate (LTIR) sank von 2,7 (2016) auf 2,1 (2017).
- Zentrale Richtlinien im Bereich Mitarbeiter für Coca-Cola: Global Workplace Policy, Fair Company Deutschland, Charta der Vielfalt.
- Unsere Mitarbeiterstiftung „Wir sind Coca-Cola“ meldete für 2017 sieben Unterstützungsfälle und rund 11.000 € Unterstützungsleistungen.¹⁶

Gemeinwesen

Kernbereiche: Corporate Volunteering, Markenengagement und Unterstützung von Organisationen aus den Themenfeldern soziale und ökologische Kompetenzen sowie Integration

- Corporate Volunteering: Teilnahme von 268 Mitarbeitern bei den Aktionstagen Nachhaltigkeit und den nationalen Spielen von Special Olympics.
- Markenengagement: Fortsetzung der Fanta-Spielplatzinitiative und Fortführung der Zusammenarbeit mit Special Olympics Deutschland sowie Lift zur Inklusion durch Sport.
- Zusammenarbeit mit EUROPARC Deutschland e.V.:
 - Unter dem Motto „ViO und Du für Deutschlands Natur“ setzt sich ViO für den Schutz und Erhalt der Natur in Regionen ein, aus denen zum Teil die Zutaten für unsere Produkte gewonnen werden. Insgesamt fördert ViO deutschlandweit zehn Projekte mit einer Gesamtsumme von 150.000 €.
 - Biodiversität: Mit einer Spende in Höhe von 490.000 € der The Coca-Cola Foundation an unseren Partner EUROPARC fördern wir den Erhalt heimischer Streuobstwiesen für die kommenden zehn Jahre.
 - Studentenwettbewerb zur zukünftigen Rolle von Biodiversität für Unternehmen, NGOs, Zivilgesellschaft und Politik, zu dem CCEP DE gemeinsam mit EUROPARC und dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis bereits zum vierten Mal einlud.

¹⁴ Weitere Kooperationspartner waren die Deutsche Bahn AG, Axel Springer, Commerzbank, Deutsche Bank, Fraport, Lufthansa und PwC, die alle im Forum „Diversity in der Wirtschaft“ vertreten sind.

¹⁵ Kalkulation basiert auf der Gesamtmitarbeiterzahl inklusive aller krankheitsbedingt inaktiven Mitarbeiter, abzüglich der Mitarbeiter in ruhenden Arbeitsverhältnissen, Freistellung oder Altersteilzeit Ruhephase.

¹⁶ Berücksichtigung geprüfter Anträge, die bis zum Redaktionsschluss am 15.07.2018 eingegangen sind.

- Coca-Cola ist seit 2016 offizieller Partner der Deutschlandstiftung Integration. Diese setzt sich für die Chancengleichheit von Menschen mit Einwanderungsgeschichte in Deutschland ein. 2017 starteten auch die ersten Mentees von Coca-Cola Deutschland im zweijährigen Programm „Geh Deinen Weg“ als Stipendiaten.
- Coca-Cola unterstützt seit vielen Jahren den Dachverband Tafel Deutschland e.V. mit Waren-, Geld- und Sachspenden und wurde wie in den vergangenen Jahren für das Engagement mit dem „Tafelteller“ ausgezeichnet.

Von Coca-Cola Deutschland und der The Coca-Cola Foundation unterstützte Organisationen (Auszug):

- Strategische Partner im Bereich Ökologie
 - EUROPARC Deutschland e.V.
- Strategische Partner im Bereich Soziales
 - Schwerpunkt Integration: Deutschlandstiftung Integration, Stipendien- und Mentorenprogramm 2016 „Geh Deinen Weg“
 - Schwerpunkt Lebensmittelverschwendung: Tafel Deutschland e.V.
 - Schwerpunkt Renovierung von Spielplätzen: Deutsches Kinderhilfswerk
 - Schwerpunkt Inklusion von Menschen mit geistiger Behinderung: Special Olympics Deutschland
- Darüber hinaus unterstützen wir folgende Organisationen/Initiativen, die insbesondere Jugendlichen aus sozial benachteiligten Familien sowie Geflüchteten soziale Kompetenzen über den Sport vermitteln:
 - Camp Group
 - Deutsche Sportjugend
 - Oliver Kahn Stiftung
 - Streetfootball World

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für die Gesellschaft“

Mitarbeiter

Gesamtbelegschaft	Einheit	2015	2016	2017
Gesamtzahl der Mitarbeiter CCEP DE ¹⁷	Anzahl	11.292	10.786	9.745
	Anzahl Geschlecht (m/w)	8.933/2.359	8.582/2.204	7.756/1.989
Gesamtzahl aktiver Mitarbeiter (Berechnungsgrundlage CCEP DE) ¹⁸	Anzahl gesamt	9.956	8.806	8.337
	Anzahl Geschlecht (m/w)	7.976/1.980	7.065/1.741	6.712/1.625
Coca-Cola GmbH ¹⁹	Anzahl gesamt	158	166	145
	Anzahl Geschlecht (m/w)	67/91	69/97	54/91

Gesamtbelegschaft nach Nationalität	Einheit	2015	2016	2017
CCEP DE ²⁰	Prozent (Deutsch/Andere)	90,8/9,2	90,2/9,8	89,9/10,1
Coca-Cola GmbH	Prozent (Deutsch/Andere)	86,8/13,2	84,3 / 15,7	78,6/ 21,4

¹⁷ Kalkulation basiert auf der Anzahl aller aktiven und nicht aktiven Mitarbeiter zum Stand Dezember des jeweiligen Jahres ohne Einschränkung.

¹⁸ Kalkulation basiert auf allen aktiven und nicht aktiven VBE (Vollbeschäftigteneinheit) zum Stand Dezember des jeweiligen Jahres exklusive (der Kostenstellen) Board und Restrukturierung.

¹⁹ Headcount operativ und nicht operativ.

²⁰ Alle Mitarbeitergruppen inkl. Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikanten.

Auszubildende der CCEP DE ²¹

Anteil von Auszubildenden	Prozent	4,1	3,4	2,9
Technische und gewerbliche Auszubildende	Anzahl gesamt	306	230	171
	Anzahl Geschlecht (m/w)	263/43	193/37	150/21
Kaufmännische Auszubildende	Anzahl gesamt	105	81	69
	Anzahl Geschlecht (m/w)	43/62	31/50	19/50

Trainingsstunden pro Mitarbeiter

	Einheit	2015	2016	2017
CCEP DE ²²	Stunden	13,5	11,4	11,4
Coca-Cola GmbH ²³	Stunden	7,0	9,1	23,2

Anteil von Frauen an der Gesamtbelegschaft

	Einheit	2015	2016	2017
CCEP DE	Prozent	20,5	20,3	20,4
Coca-Cola GmbH	Prozent	57,6	58,4	62,8

Anteil von Frauen in den drei obersten Führungsebenen ²⁴

	Einheit	2015	2016	2017
CCEP DE ²⁵	Prozent	24,8	25,1	26,2
Coca-Cola GmbH	Prozent	51,3	52,3	56,0

Gleichstellung

	Einheit	2015	2016	2017
Vorfälle an Diskriminierungen jeglicher Art	Anzahl	0	0	0

Mitarbeiter mit Behinderung

	Einheit	2015	2016	2017
CCEP DE ²⁶	Prozent	4,6	5,7	6,1

Unfallstatistik der CCEP DE

	Einheit	2015	2016	2017
Lost Time Incident Rate (LTIR) ²⁷	Prozent	3,8	2,7	2,1

Gemeinwesen**Engagement**

	Einheit	2015	2016	2017
Summe aller Bar- und Sachförderungen	Euro	1.175.624	811.724	1.023.208
Summe geleisteter Arbeitsstunden für soziale Zwecke	Stunden	4.818	2.472	1.608

²¹ Der Anteil der Auszubildenden bezieht sich auf die Grundgesamtheit aller Mitarbeiter (außer MA in Restrukturierung und ATZ passiv).

²² Berücksichtigung aller Mitarbeiter, die zum operativen Headcount zählen inkl. Auszubildende und Trainees. Ausgetretene und externe Mitarbeiter sind nicht enthalten. Daten berücksichtigen ausschließlich Klassenraum- und Onlinetrainings. Unser Fokus liegt inzwischen verstärkt auf Learning und Coaching-on-the-Job u. a. in Form von Inhouse-Trainern, Shadowing sowie Experten Communities.

²³ Berechnung erfolgte auf Basis der Mitarbeiterzahl ohne Trainees, Auszubildende, Praktikanten oder Werkstudenten.

²⁴ Führungskräfte: ab Jobgrade 10.

²⁵ Alle Mitarbeitergruppen inkl. Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikanten.

²⁶ Alle Mitarbeitergruppen inkl. Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikanten.

²⁷ Die Kennzahl LTIR berechnet sich aus: Anzahl der Arbeitsunfälle * 200.000 Stunden/tatsächlich geleistete Arbeitsstunden (Arbeitsstunden abzüglich Ausfallzeiten). Die Berechnung mit 200.000 Stunden basiert auf: 100 Vollzeit-Arbeitnehmer arbeiten 40 Stunden/Woche für 50 Wochen. Besucher, Lieferanten, Zeit- und Leiharbeitskräfte werden in der Statistik nicht erfasst.



Handeln für das Wasser

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.²⁸
- Wir werden 100 Prozent des Wassers, das wir in Gebieten mit Wasserstress verwenden, wieder ausgleichen.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für das Wasser“ für Deutschland

Kernbereiche: Wassereinsparung in der Getränkeproduktion

- Erwerb neuer Flaschenreinigungsmaschine mit deutlichen geringeren Energie- und Wasserverbräuchen für den Standort Sodenthal
- Die unabhängige gemeinnützige Organisation CDP²⁹ (Carbon Disclosure Project) hat Coca-Cola European Partners für ihr Nachhaltigkeitsengagement im Bereich Wasser ausgezeichnet. Damit gehören wir zu den weltweit 74 Unternehmen, die in die A-Liste „Water“ aufgenommen wurden. Die Strategie, mit der Coca-Cola die Jury überzeugen konnte, beruht auf vier Säulen – Wasser schützen, Wasser aufbereiten, Wasserverbrauch reduzieren und Wasser schaffen – mit denen wir jeweils wirksame Maßnahmen präsentieren konnten.
- Für unser Nachhaltigkeitsengagement erhielten wir in der Kategorie „Water Footprint“ zum wiederholten Male den German Award for Excellence der DQS.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für das Wasser“

Wasser	Einheit	2015	2016	2017
Betriebe mit Water-Source-Vulnerability-Analyse und Maßnahmen	Betriebe/Prozent	20/100	18/100	17/100
Wasserverbrauch an den Produktionsstandorten der CCEP DE	l H ₂ O pro l Getränk	1,88	1,84	1,75

Wasserentnahme an den Produktionsstandorten der CCEP DE

		2015	2016	2017
Gesamt	Liter	6.700.008.000	6.760.569.000	6.252.000.000
Davon Stadtwasser	Prozent	69,49	66,06	68,45
Davon eigene Brunnen	Prozent	30,51	33,94	31,55

²⁸ Wassernutzungsverhältnis, Liter Wasser pro Liter produzierte Fertigerzeugnisse.

²⁹ Die Investoreninitiative CDP ermittelt seit 2003 jedes Jahr anhand von detailliert zu beantwortenden Fragebögen diejenigen nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen, die einen Beitrag zur Bekämpfung von Klimawandel, Entwaldung sowie Wasserverschwendung und -verschmutzung leisten.



Handeln für das Klima

Ziele 2025

- Wir werden die Treibhausgas-Emissionen unseres Kerngeschäfts um 50 Prozent senken.³⁰
- Wir werden die Treibhausgas-Emissionen pro verkauftem Liter Getränk in unserer gesamten Wertschöpfungskette um 35 Prozent senken.
- Bis 2020 werden wir Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen einkaufen.

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für das Klima“ für Deutschland

Kernbereich: Klimaschutz mit Fokus auf Bereiche mit größtem Einsparungseffekt

- Auch 2017 bezogen wir zu 100 Prozent Öko-Strom.
- Anzahl an eigenen Kühlern mit energiesparenden Lösungen: mehr als 57,54 Prozent, gemessen an der Gesamtzahl von eigenen Kühlern im Markt
- Fortsetzung der 2016 begonnenen Auslieferung von ViO Produkten über eigene Zugsanbindung am Produktionsstandort Lüneburg. 2017 entsprach dies 490 LKW-Ladungen.
- 2017 waren 327 mit Ökostrom betriebene E-Gabelstapler für uns im Einsatz. 2016 waren es noch 359, Grund des Rückgangs waren Standortschließungen.
- Erhöhung der Energieeffizienz in der Produktion durch Modernisierungsmaßnahmen und Instandhaltung von Anlagen:
 - Reduzierung des Blasdrucks (bspw. in Liederbach)
 - neues Beleuchtungskonzept (Umstieg auf LEDs) in vielen Lagerstandorten
 - neue Flaschenreinigungsmaschine mit geringeren Energie- und Wasserverbräuchen am Standort Sodenthaler Br. Sulzbach/Soden
 - Modernisierung der Kesselhäuser und Kesselsteuerung an drei Standorten (Bad Neuenahr, Mannheim, Mönchengladbach)
 - Fortsetzung der Behebung von Leckagen der Druckluft
- Mitarbeiterschulungen zu energiesparendem Verhalten und sechsmonatiges Traineeprojekt zum Thema klimafreundliche Mobilität (Bewusstseinsstärkung, Sensibilisierung)
- Berechnung des CO₂-Fußabdrucks der Getränkeproduktion auf Grundlage des Greenhouse Gas Protocol. Die unabhängige gemeinnützige Organisation CDP³¹ (Carbon Disclosure Project) hat Coca-Cola European Partners für ihr Nachhaltigkeitsengagement in dem Bereich Klima ausgezeichnet. Damit gehören wir zu den weltweit 120 Unternehmen, die in die A-Liste „Climate“ aufgenommen wurden.

³⁰ Absolutes Kohlendioxidsenkungsziel, unabhängig vom Unternehmenswachstum. Das Kerngeschäft umfasst Produktion, technische Verkaufsgeräte und Transport.

³¹ Die Investoreninitiative CDP ermittelt seit 2003 jedes Jahr anhand von detailliert zu beantwortenden Fragebögen diejenigen nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen, die einen Beitrag zur Bekämpfung von Klimawandel, Entwaldung sowie Wasserverschwendung und -verschmutzung leisten.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für das Klima“³²

Klimaschutz	Einheit	2015	2016	2017
CO ₂ -Fußabdruck pro Liter Getränk ³³	g pro l Getränk	259	246	242
CO ₂ -Fußabdruck gesamt ³⁴	Tonnen	536.894	479.395	451.870
Energieverbrauch der Produktionsstandorte der CCEP DE³⁵				
Energieverbrauch der Produktionsstandorte der CCEP DE ³⁵	MJ pro l Getränk	0,359	0,357	0,351
Gesamter Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen ³⁶	MWh	176.633	192.692	192.194
Gesamter Stromverbrauch aus erneuerbaren Quellen	MWh/ Prozent	175.264/100	181.024/100	176.868/100
Kühler im Markt				
Gesamt	Anzahl	279.432	249.609	249.923
Davon FKW-frei	Anzahl	130.554	137.361	158.450
	Prozent	46,72	55,03	63,40
Davon energiesparende Kühler	Anzahl	130.554	140.874	143.818
	Prozent	52,19	56,43	57,54

³² Wir arbeiten jedes Jahr an der Genauigkeit unserer Daten, daher können sich auch rückwirkend Zahlen/Daten ändern, um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

³³ Diese Kennzahl bezieht sich auf den CO₂-Fußabdruck für die gesamte Value-Chain, also inklusive der Herstellung von Verpackungen und Inhaltsstoffen.

³⁴ CCEP berichtet seit 2016 den CO₂-Fußabdruck nach einem veränderten Scope, der sich auf das eigene Kerngeschäft (Produktion, Logistik, Verkaufstechnik) bezieht, nicht enthalten sind die Herstellung der Verpackungen und die der Inhaltsstoffe der Produkte.

³⁵ Zur Berechnung der Energieintensität wird das Produktionsvolumen verwendet. Berücksichtigte Energiearten sind Strom, Heizöl, Propangas, Erdgas, Fernwärme. Beim Propan- und Erdgasverbrauch berücksichtigen wir seit 2013 auch den Verbrauch, der durch die Preform-Herstellung an unserem Standort Halle entsteht.

³⁶ Seit 2013 fließen neben Strom aus erneuerbaren Quellen (Einkauf Ökostrom) auch Biogas in Knetzgau sowie Hackschnitzel in Fürstenfeldbruck in die Kennzahlenberechnung mit ein. Neben der für die Getränkeherstellung benötigten Energie bezieht die Kennzahl auch die Verpackungsherstellung der Pre-Forms für PET-Flaschen in Halle mit ein.



Handeln für eine nachhaltige Lieferkette

Ziele 2025

- Wir werden sicherstellen, dass 100 Prozent unserer wichtigsten landwirtschaftlichen Inhaltsstoffe und Rohstoffe bis 2020 aus nachhaltigen Quellen stammen.
- Wir werden auch weiterhin Nachhaltigkeit, Ethik und Menschenrechte zu einem wesentlichen Bestandteil unserer Partnerschaften in der Lieferkette machen.³⁷

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für eine nachhaltige Lieferkette“ für Deutschland

Kernbereich: Verantwortungsbewusster Bezug von Roh- und Inhaltsstoffen sowie verantwortungsbewusstes Lieferantenmanagement

- Gebündelter Einkauf von Roh- und Inhaltsstoffen auf europäischer Ebene
- Um Nachhaltigkeit in der Lieferkette sicherzustellen, arbeitet CCEP mit der EcoVadis-Plattform und die The Coca-Cola Company mit der SAI-Plattform (Sustainable Agriculture Initiative – der weltweit einzigen Initiative von Unternehmen der Lebensmittelindustrie, die das Ziel einer nachhaltigen Landwirtschaft verfolgt) zusammen
- Veröffentlichung der Human Rights Policy im April 2017 für die gesamte Organisation der Coca-Cola European Partners, die die zuvor in Deutschland geltende Human Rights Policy der Coca-Cola Company ablöst.
- Überarbeitung der Supplier Guiding Principles (SGPs) und der Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGPs) unter Berücksichtigung der neuen Human Rights Policy. Wir legen Wert darauf, dass unsere Lieferanten die SGPs und SAGPs einhalten.
- Veröffentlichung des Modern Slavery Act Statements im Juni 2017 für die gesamte Organisation der Coca-Cola European Partners und damit auch für Deutschland
- Lieferantenauditierung nach dem 4-Pillar-„Sedex Members Ethical Trade Audit“ durch unabhängige Prüfungsgesellschaften
- Die für die ViO Apfel-, Rhabarber- und Johannisbeer-Schorlen verwendeten Früchte ernten wir in heimischen Anbaugebieten in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Niedersachsen und Baden-Württemberg.
- Mit der ViO BiO LiMO sowie der biozertifizierten ViO Schorle Apfel sind wir 2017 erstmals auf der BIOFACH in Nürnberg vertreten.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für eine nachhaltige Lieferkette“³⁸

Nachhaltige Lieferkette	Einheit	2015	2016	2017
Einkaufsvolumen bei Lieferanten, die unsere globalen Lieferanten- und Menschenrechts-Leitlinien abdecken	Prozent	-	-	77
Anteil der Zuckerrüben, bezogen von Lieferanten, die unseren Sustainable Agriculture Guiding Principles entsprechen	Prozent	-	-	100

³⁷ Wir tun dies über unsere globalen Lieferanten- und Menschenrechts-Leitlinien.

³⁸ Im jetzigen Scope werden die Zahlen erst seit 2017 erhoben.

Ansprechpartner und Kontaktinformationen

Axel Bachmann

Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH
Geschäftsleiter Nachhaltigkeit
Mathias-Brüggen-Straße 74 | 50827 Köln
Telefon + 172 20 26 720
E-Mail axel.bachmann@cceag.de

Uwe Kleinert

Coca-Cola GmbH
Leiter Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung
Stralauer Allee 4 | 10245 Berlin
Telefon + 49 30 22606-9434
E-Mail ukleinert@coca-cola.com

Zukunftsgerichtete Aussagen und Haftungsausschluss

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

Markenrechte

Coca-Cola, Coke, Coca-Cola Life, Fanta, Lift, die Konturflasche, die dynamische Welle sind eingetragene Schutzmarken der The Coca-Cola Company. ViO und ViO BiO sind eingetragene Schutzmarken.

All rights reserved.

