



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

KURZBERICHT NACHHALTIGKEIT COCA-COLA DEUTSCHLAND 2018

Coca-Cola European Partners (CCEP) hat im März 2019 den ersten integrierten Bericht sowie im Mai den dritten ausführlichen Sustainability Stakeholder Progress Report (Nachhaltigkeitsbericht) für das Jahr 2018 veröffentlicht. Hiermit legen wir speziell für Coca-Cola Deutschland (CCEP Deutschland und Coca-Cola GmbH) den „Handeln. Verändern. Kurzbericht Nachhaltigkeit Coca-Cola Deutschland 2018“ vor. Dieser Bericht gibt einen Überblick über die Ziele und die wichtigsten Nachhaltigkeitsmaßnahmen inklusive aller relevanten Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2018¹. Damit leisten wir in Deutschland einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der CCEP-weiten Ziele sowie der Ziele der Western Europe Business Units (WEBU). Außerdem haben wir eine aktualisierte Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex 2017 abgegeben.²

Unsere Unternehmensstruktur

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

Teil der Unternehmensphilosophie ist es, lokal zu produzieren. In Deutschland hat Coca-Cola 35 Standorte, 16 davon sind Produktionsstandorte, die übrigen 19 sind reine Logistik- und Vertriebsstandorte. Die Zentrale der Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH sowie der Sitz der Coca-Cola GmbH befinden sich in einem gemeinsamen Gebäude in Berlin.

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

Zum 23. Februar 2018 haben wir die Produktion in Weimar eingestellt. Ein Logistikstandort mit 31 Mitarbeitenden bleibt in Weimar erhalten. Durch die Umsetzung des Sozialplans waren keine betriebsbedingten Kündigungen notwendig. Außerdem hat CCEP die Finanzprozesse auf europäischer Ebene zentralisiert.

¹ Die angegebenen Daten beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2018. Sofern relevant, werden auch Entwicklungen und Informationen bis zum Redaktionsschluss am 31. Mai 2019 dargestellt.

² In diesem Bericht verwenden wir geschlechtergerechte Sprache.

VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

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

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

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

Nachhaltigkeitsthemen haben wir in alle relevanten Steuerungselemente integriert, so auch in unsere Businesspläne und in unsere Vorgaben für das Stakeholdermanagement. Unser CCEP CSR Committee überwacht die Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und unseres Stakeholdermanagements. Für ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement sind eine umsichtige und transparente Unternehmensführung sowie effektive Governance- und Compliance-Strukturen zentrale Bestandteile. Dazu finden bei CCEP DE und der Coca-Cola GmbH Compliance-Schulungen für Führungskräfte sowie Mitarbeitende anderer Hierarchieebenen statt. Ethical-Compliance-Managerinnen und -Manager sind die Ansprechpartner für ethisch verantwortungsvolles Handeln in allen Geschäftsfeldern.

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

- ▶ Kodex zum Verhalten im Geschäftsleben (Code of Business Conduct³)
- ▶ Leitprinzipien für Zulieferer (Supplier Guiding Principles und Sustainable Agriculture Guiding Principles)
- ▶ Human Rights Policy
- ▶ Modern Slavery Act Statement
- ▶ Richtlinie zu den Rechten am Arbeitsplatz (Workplace Rights Policy)
- ▶ UNESDA-Selbstverpflichtungen
- ▶ UN Global Compact
- ▶ Hospitality-Leitfaden von „S20 – The Sponsors’ Voice“

³ Der Code of Business Conduct ist Bestandteil des Arbeitsvertrages aller Mitarbeitenden der Coca-Cola GmbH. Bei der CCEP DE kommt der Code of Business Conduct lediglich bei den leitenden Angestellten zur Anwendung. Im Dezember 2018 wurde der Code of Conduct in Form der entsprechenden Gesamtbetriebsvereinbarungen für alle Mitarbeiter vereinbart.

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

Stakeholderdialoge und Kundeneinbindung

Mit interaktiven Roundtables, die sich unterschiedlichen Handlungsfeldern widmen, fördern wir in Deutschland den Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden sowie externen Expertinnen und Experten zu spezifischen Nachhaltigkeitsherausforderungen. Die Roundtables zeigen, wo die Branche beim jeweiligen Thema steht. 2018 veranstalteten wir Roundtables zu den Themen „Verpackung und Recycling“ am Produktionsstandort Karlsruhe, „Zucker und Inhaltsstoffe“ in der europäischen Zentrale in Brüssel und „Digitalisierung und Nachhaltigkeit“ gemeinsam mit SAP im SAP Sustainability Lab am Bodensee.

In Berlin und Hamburg tauschten wir uns mit regionalen Stakeholdern zu den Themen Ernährung und Verpackung aus. Zudem veranstalteten wir mit Kunden wie Backwerk oder DeliveryHero Workshops, um gemeinsame Schnittstellen beim Thema Nachhaltigkeit zu identifizieren.

Standards für Qualität und Nachhaltigkeit

Jeder unserer Produktionsstandorte ist nach folgenden Standards zertifiziert ⁴:

- ▶ Lebensmittelsicherheit (DIN EN ISO 22000:2005 + PAS 220 oder FSSC 22000:Version 4.1)
- ▶ Qualitätsmanagement (DIN EN ISO 9001:2015)
- ▶ Umweltmanagement (DIN EN ISO 14001:2015)
- ▶ Energiemanagement (DIN ISO 50001:2011)
- ▶ Arbeitssicherheit (OHSAS 18001:2007)

Auch 2018 überprüfte eine Zertifizierungsgesellschaft die oben genannten Systemvorgaben und Normanforderungen. Die Audits verliefen erfolgreich, alle Zertifizierungen konnten aufrechterhalten werden.

Nachhaltigkeitsindizes

CCEP belegte 2018 Platz 67 im Global 100 Index der nachhaltigsten Unternehmen der Welt (Corporate Knights)⁵. Außerdem wurde CCEP erneut in den Dow Jones Sustainability Index (Europe und World)⁶ sowie jeweils in die CDP „A-Liste“ für Klima und für Wasser aufgenommen.

⁴ Das Headquarter in Berlin wird wegen des zentral gesteuerten Prozessmanagements mit auditiert, erhält aber keine eigenen Zertifikate.

⁵ Weitere Informationen zum Global 100 Index unter <http://www.corporateknights.com>

⁶ Weitere Informationen zum Dow Jones Sustainability Index unter <http://www.sustainability-indices.com>

Kennzahlen im Bereich „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“

	Einheit	2016	2017	2018
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

Unser Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung

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

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

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

Wir setzen uns für die Gleichstellung von Frauen auf allen Hierarchieebenen ein und fördern Frauen in Führungspositionen, zum Beispiel mit Mentoring-Programmen. Eine offene Arbeitsatmosphäre, in der sich alle Mitarbeitenden wohlfühlen, unabhängig von sexueller Orientierung, Nationalität, Religion, Alter oder physischen Fähigkeiten, ist für uns selbstverständlich.

Unser Wassermanagement setzt an mehreren Punkten an: Wasser schützen, den Wasserverbrauch reduzieren, Abwasser aufbereiten und Wasser schaffen. Wir ergreifen Maßnahmen, damit unsere Wasserentnahme an den Produktionsstandorten keine negativen Auswirkungen auf das Umfeld hat. Wir wollen unseren Wasserverbrauch weiter reduzieren. Außerdem arbeiten wir daran, das in unserer Produktion verwendete Abwasser wieder aufzubereiten.



99,9 Prozent unserer Verpackungen verkaufen wir mit Pfand, damit sie von den Verbrauchern zurückgegeben werden und so wiederbefüllt oder recycelt werden können. Außerdem werden wir ab 2020 unsere wichtigsten landwirtschaftlichen Rohstoffe zu 100 Prozent aus nachhaltigen Quellen beziehen.

Wir möchten alle unsere Verpackungen nach Gebrauch über Pfand- oder Sammelsysteme zurückgewinnen, um sie wiederzubefüllen oder zu recyceln. Zudem investieren wir in innovative Verfahren zum Upcycling von PET. Außerdem haben wir eine PET-Kunststoffflasche entwickelt und in den Markt eingeführt, die zum Teil aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt wird.

Wir unterstützen verschiedene Initiativen, die zum Beispiel Jugendlichen aus benachteiligten Familien oder Menschen mit Migrationshintergrund den Einstieg in den Beruf erleichtern oder ihnen hilfreiche Kompetenzen für die Arbeitswelt vermitteln.

HANDELN BEI UNSEREN GETRÄNKEN

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Getränken“ für Deutschland

Unser Produktportfolio umfasst eine Vielzahl von Erfrischungsgetränken mit und ohne Zucker oder mit reduziertem Zuckergehalt, dazu gehören Säfte, Schorlen und Wässer. Dieses Angebot bauen wir kontinuierlich aus, um Verbraucherinnen und Verbrauchern eine größere Auswahl an Getränken zur Verfügung zu stellen. Dazu gehört auch, dass wir unsere Produkte in vielen verschiedenen Portionsgrößen anbieten, damit sie zum Lebensstil unserer Konsumentinnen und Konsumenten passen.

Ziele 2025⁷

- ▶ Wir werden den Zucker in unseren Erfrischungsgetränken bis 2020 um weitere zehn Prozent reduzieren.⁸
- ▶ In Westeuropa machen wir es Verbrauchern mit klaren Produktinformationen und kleineren Portionen leichter, ihren Zuckerkonsum zu kontrollieren.⁹
- ▶ Wir werden kontinuierlich unsere Rezepturen und unser Portfolio weiterentwickeln, um eine größere Auswahl an Getränken anzubieten.

Ausgewogenes Produktportfolio

2018 haben wir insgesamt 13 Innovationen zum Ausbau des Portfolios kalorienreduzierter und -freier Getränke auf den deutschen Markt gebracht. Wir bieten unsere Fanta Sorten Mango, Pink Grapefruit, Erdbeere und Lemon ausschließlich „zuckerfrei“ an.

Die ViO BiO LiMO leicht haben wir 2018 in den zwei neuen Geschmacksrichtungen Kräuter und Ingwer auf den Markt gebracht.

Die Leicht-Variante von ViO BiO LiMO enthält rund 50 Prozent weniger Zucker als herkömmlich gezuckerte Limonaden in Deutschland, ohne dass dieser Anteil durch künstliche Süßstoffe ersetzt wird. Die für die ViO Apfel-, Rhabarber- und Johannisbeer-Schorlen verwendeten Früchte beziehen wir aus heimischen Anbaugebieten in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Niedersachsen und Baden-Württemberg. Abgefüllt wird das gesamte ViO Portfolio in Glasmehrwegflaschen sowie in der PLANTBOTTLE.¹⁰ Mit der ViO

13 kalorienreduzierte und -freie Getränkeinnovationen

⁷ Ausgangsbasis für die Formulierung der Zielgrößen ist das Jahr 2010. Wo das Zieldatum vom Jahr 2025 abweicht, ist das gesondert angegeben.

⁸ Nur kohlenensäurehaltige und kohlenäurefreie Erfrischungsgetränke ohne Wasser und Saft. Basis 2015.

⁹ 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.

¹⁰ Mehr Informationen zur PLANTBOTTLE auf Seite 11.

BiO LiMO, der biozertifizierten ViO Schorle Apfel sowie erstmalig Chaqwa Fair Trade Kaffee waren wir 2018 zum zweiten Mal auf der Messe BIOFACH in Nürnberg vertreten. Für das gesamte ViO Portfolio erhielten wir 2018/2019 erneut den Green Brands Germany Award. Die Auszeichnung würdigt die nachgewiesene und zertifizierte ökologische Nachhaltigkeit von Marken. Unser ViO Mineralwasser wurde erneut mit dem Superior Taste Award 2018 ausgezeichnet.

Mit GLACEAU SMARTWATER bauen wir unser Wasserportfolio im deutschen Markt weiter aus: Das Wasser ist in den zwei Varianten Still und Sparkling erhältlich. Verkauft wird es in der PLANTBOTTLE.

Ebenfalls 2018 in Deutschland gelauncht haben wir AdeZ, ein pflanzenbasiertes Frucht-Mix-Getränk aus verschiedenen Pflanzensamen wie Mandel und Hafer, kombiniert mit Früchten, Mineralien und Vitaminen. Gesüßt wird AdeZ mit Fruchtsaftkonzentrat und Stevia. Das Getränk ist laktosefrei und als vegan zertifiziert. Es wird in der PLANTBOTTLE angeboten.

Die Mixer-Range Royal Bliss haben wir zunächst nur in den Großstädten Berlin und Hamburg eingeführt – in den fünf Varianten Tonic Water, Yuzu Tonic, Berry Tonic, Zero Tonic und Bitter Lemon.

Neu eingeführt haben wir auch drei Sorten der Marke HONEST® Bio Tee. Dabei handelt es sich um ein natürliches, kalorienarmes Teegetränk mit Fruchtsaftkonzentrat und etwas Bio-Rohrzucker in der Mehrwegglasflasche. Der Kaloriengehalt liegt bei höchstens 19 kcal/100 ml. Alle drei Sorten sind biozertifiziert; die Sorten Schwarzer Tee Himbeere Basilikum und Weißer Tee Pfirsich Rosmarin sind zudem als vegan zertifiziert. Für das Etikett und die Werbemittel nutzen wir Graspapier.

Auch die Marke Fuze Tea ist neu in unserem Sortiment. Von dem Eistee sind vier Sorten erhältlich, zwei davon sind mit einer Kombination aus Zucker und Stevia¹¹ gesüßt und haben damit nur 19 kcal/100 ml, zwei sind zuckergesüßt mit 28 beziehungsweise 30 kcal/100 ml.

2018 haben wir unsere Kaffeemarke CHAQWA durch die beiden neuen Premium-Kaffeearten Café Crema und Espresso erweitert. Beide Sorten sind bio- und fairtrade-zertifiziert.

Verantwortungsvolles Marketing und transparente Produktinformation

Wir achten auf ein verantwortungsvolles Marketing und einen verantwortungsvollen Verkauf. Das bedeutet, dass wir nicht in Medien werben, die sich vorrangig an Kinder unter zwölf Jahren richten, und dass wir Schulen als werbefreie Zonen respektieren. Wir verkaufen keine Getränke an Grundschulen.



In die Werbung für zuckerreduzierte oder zuckerfreie Erfrischungsgetränke haben wir 2018 pro Liter drei Mal mehr investiert als in die Werbung für unsere Erfrischungsgetränke mit Zucker. Dadurch erreichten wir auch ein überproportionales Wachstum bei Coca-Cola Zero Sugar.

Darüber hinaus verzichten wir freiwillig darauf, an weiterführenden Schulen Getränke mit zugesetztem Zucker zu verkaufen. 2018 haben CCEP und WEBU das entsprechende, erweiterte UNESDA-Commitment umgesetzt.

All unsere Produkte enthalten transparente Hinweise zu Nährwerten inklusive prozentualer Angaben in Bezug auf den Tageskalorienbedarf.

¹¹ Steviolglycosid ist ein Süßstoff natürlichen Ursprungs ohne Kalorien.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Getränken“

Absatzvolumen	Einheit	2016	2017	2018
Entwicklung des Absatzvolumens im Vergleich zum Vorjahr ¹²	Prozent	+1,8	-1,5	-0,9
Getränkeportfolio				
Kaloriengehalt im Durchschnitt aller Getränke ¹³	kcal pro l	281	278	276
Kaloriengehalt im Durchschnitt aller Erfrischungsgetränke ¹⁴	kcal pro l ¹⁵	313	308	302
Durchschnittliche Zuckerreduktion pro Liter Erfrischungsgetränk um ... (Basis 2015)	Prozent	1,0	2,7	4,7
Anteil kalorienreduzierter und -freier Getränke (< 20 kcal pro 100 ml) ¹⁶	Prozent	31	32	33
Werbudget low/no calories vs. sugar (pro Liter)	Prozent	125	190	300
Anteil Volumen in Verpackungsgrößen (≤ 250 ml) an Erfrischungsgetränken	Prozent	--	1,6	1,6

¹² 2018 betrug das gesamte Absatzvolumen 3,84 Mrd. Liter (-0,9 Prozent vs. Vorjahr). Geringfügige Anpassung zur Vorjahreszahl -1,5 Prozent statt -1,6 Prozent.

¹³ Die Ermittlung der durchschnittlichen Kalorien erfolgt für das Gesamtportfolio exklusive Heißgetränke. Hintergrund: Es liegen keine validen Kalorienangaben für Heißgetränke/Chaqua vor, da Endverbraucherinnen und -verbraucher ihre Heißgetränke eigenständig süßen.

¹⁴ 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.

¹⁵ Zur Angleichung an den europäischen Standard haben wir Liter als Maßeinheit gewählt. Die Zahlen wurden rückwirkend korrigiert.

¹⁶ Heißgetränke sind in dieser Kalkulation nicht enthalten.

HANDELN BEI UNSEREN VERPACKUNGEN

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Verpackungen“ für Deutschland

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

Ziele 2025

- ▶ Wir wollen sicherstellen, dass alle unsere Verpackungen wiederverwertbar oder -verwendbar 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 nichtwiederbefüllbaren PET-Flaschen nutzen, aus Recyclingmaterial bestehen.
- ▶ Wir wollen Vorreiter im Bereich nachhaltiger Verpackungen sein – dazu zählen wir auch den Einsatz von nachwachsenden Rohstoffen und intelligente Ansätze zur Abfallreduzierung.

Schließen von Wertstoffkreisläufen

Wir verkaufen sowohl unsere Mehrweg- als auch unsere Einwegverpackungen in den jeweiligen Pfandsystemen. Auf 99,9 Prozent unserer Verpackungen für Endverbraucher wird Pfand erhoben, damit ein Anreiz zur Rückgabe besteht. Die Rücklaufquote im deutschen Einweg-Pfandsystem liegt bei rund 97 Prozent.

Die 1,0-Liter-PET-Mehrwegflasche und unsere Glasmehrwegflaschen bleiben zentrale Verpackungsangebote in unserem Kerngeschäft. Als Glasverpackung nutzen wir ausschließlich Mehrwegglasflaschen. Unser Mehrweganteil lag 2018 mit 39,89 Prozent weiterhin über dem Marktdurchschnitt alkoholfreier Erfrischungsgetränke, der 2016 bei 25,1 Prozent lag (letzte offiziell verfügbare Zahl, veröffentlicht durch das Umweltbundesamt).

99,9 %

unserer Verpackungen sind bepfandet.

Der Anteil von Recyclingmaterial (rPET) am Gesamt-PET liegt bei Einwegpfandflaschen in den Größen bis zu einem halben Liter derzeit bei 50 Prozent, ausgenommen die ViO Range und die stillen Getränke (Fuze Tea, Powerade etc.). Bezogen auf das Gesamtportfolio lag der rPET-Anteil bei Einwegpfandflaschen bei 33 Prozent.



Die The Coca-Cola Company investiert in Ioniqa Technologies, um den Zugang zu lebensmitteltauglichem Rezyklat zu verbessern. Das niederländische Start-up arbeitet an einem chemischen Up-cycling-Verfahren mit dem alte PET-Verpackungen unabhängig von Eigenschaft, Farbe und Beschaffenheit in Rezyklat für neue PET-Getränkeflaschen umgewandelt werden sollen.

Diesen Anteil möchten wir weiter erhöhen. Jedoch fehlt es noch an lebensmitteltauglichem Rezyklat, da das Alt-PET aus den sortenrein im Pfandsystem gesammelten Getränkeflaschen auch in anderen Bereichen sehr

gefragt ist. Deshalb hat Coca-Cola eine mehrjährige Liefervereinbarung mit Loop Industries Inc. geschlossen, um ab 2020 100 Prozent recycelbares Loop™ PET für Verpackungen in Westeuropa zu beschaffen. Dadurch kann Coca-Cola die verstärkte Verwendung von Wertstoffen in seinen Kunststoffflaschen beschleunigen.

Unser Konzept für die stoffliche Verwertung von 99 Prozent aller Produktionsabfälle haben wir bisher erfolgreich an den Standorten Genshagen, Karlsruhe und Dorsten umgesetzt. Ein weiterer Rollout läuft derzeit am Standort Lüneburg. 2019 sollen die Standorte Fürstenfeldbruck und Mölln folgen.

In Kooperation mit einem Entsorgungsunternehmen und dem Unternehmen FRÄNKISCHE werden jährlich rund 1.200 Tonnen unserer Coca-Cola Mehrwegverschlüsse zu Regenwasserspeichern, sogenannten Rigofill-Blöcken, recycelt. Da die Verschlüsse nicht wieder in der Lebensmittelindustrie eingesetzt werden dürfen, eignen sie sich hervorragend als Rezyklat und ersetzen dabei nicht nur Neuware, sondern können mindestens 50 Jahre im Einsatz sein und danach auch erneut vollständig dem Recycling zugeführt werden.

Verpackungsinnovationen

Ebenso wie unsere Produkte der Marke ViO bieten wir jetzt auch AdeZ in der PLANTBOTTLE an. Die PLANTBOTTLE ist eine Innovation der The Coca-Cola Company, bei der bis zu 30 Prozent des PET-Neumaterials aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt werden. Zudem setzen wir bei unseren PLANTBOTTLE-Flaschen auch recyceltes PET ein, bei den ViO Flaschen beispielsweise 35 Prozent rPET. Die PLANTBOTTLE-Flaschen haben die gleichen physikalischen Eigenschaften wie PET-Flaschen aus fossilen Rohstoffen, sodass sie gemeinsam mit diesen recycelt werden können.

Im April 2018 haben wir die Preform-Werkzeuge für die Verpackungsgrößen 0,33 Liter und 0,5 Liter umgebaut, damit wir mit ihnen Flaschen mit geringerem Materialaufwand produzieren können. So sparen wir pro Einwegflasche 1,6 Gramm PET. Bis März 2019 wird die Umstellung aller Linien abgeschlossen sein.

Nachdem es uns gelungen ist, die Materialmenge von PET-Einwegflaschen zu reduzieren, nehmen wir nun die Folien in den Blick. Lieferanten von Shrinkfolie haben für uns erste Muster angefertigt, die bis zu 100 Prozent aus Regenerat und biobasiertem Material bestehen. 2019 werden wir weiter an der technischen Umsetzung arbeiten – gemeinsam mit Folienherstellern, Maschinenherstellern und den Produktionsbetrieben.

Für das Einpacken von Paletten verwenden wir Stretchfolie. Deren Materialstärke konnten wir 2018 von 23 auf 20 Mikrometer reduzieren, an einigen Standorten sogar schon auf 17 Mikrometer. 2019 arbeiten wir weiter daran, alle Standorte so umzustellen, dass die Stretchfolie nur noch 17 Mikrometer dick ist. 2018 haben wir außerdem erfolgreiche Tests durchgeführt, um die Materialstärke der Außenfolie von Beuteln für Bag-in-Box von 85 auf 81 Mikrometer und die der Innenfolie von 50 auf 46 Mikrometer zu reduzieren. 2019 gehen wir mit den materialreduzierten Beuteln in einen sechsmonatigen Feldversuch.

Bei unserer Kaffeemarke CHAQWA haben wir in den letzten zwei Jahren alle Packungen mit einer Füllmenge von weniger als einem Kilogramm vom Markt genommen, um Material einzusparen. Außerdem wird die Verpackung nur noch mit zwei und nicht wie ursprünglich mit vier Farben bedruckt.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln bei unseren Verpackungen“

Verpackungen	Einheit	2016	2017	2018
Anteil von Mehrweg und Einweg bei den Endverbraucherpackungen¹⁷				
Mehrweg	Prozent	46,36	41,17	39,89
Einweg mit Pfand	Prozent	53,32	58,63	60,03
Einweg ohne Pfand	Prozent	0,32	0,20	0,08
Einsatz von recyceltem PET (rPET)¹⁸				
Anteil recyceltes PET über alle PET-Einwegflaschen	Prozent	27	28	33
Eingesetzte Materialien - erneuerbare¹⁹				
davon recyceltes Glas	Prozent	52	52	59
davon recycelte Dosen ²⁰	Prozent	ca. 70	ca. 70	ca. 70

¹⁷ Die Kennzahlen für 2017 mussten geringfügig korrigiert werden, um die volle Vergleichbarkeit zu 2018 zu gewährleisten.

¹⁸ Werte auf volle Stelle gerundet.

¹⁹ Werte auf volle Stelle gerundet.

²⁰ Durchschnittszahl für Europa. Basierend auf der CE-Delft-Studie wird für die Metalle Weißblech und Aluminium angenommen, dass der Wert für das Recycling auch als Wert für den Rezyklatanteil genommen werden kann.

HANDELN FÜR DIE GESELLSCHAFT

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für die Gesellschaft“ für Deutschland

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

Ziele 2025

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

Unsere Aktivitäten im Bereich Mitarbeitende

Förderung von Diversity im Unternehmen

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

Die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiterinnen und weiblichen Führungskräfte treiben wir kontinuierlich voran, um Gleichberechtigung auf allen Ebenen zu fördern. Dazu gehören Mentoring-Programme und Veranstaltungen unseres Frauennetzwerks. Mit der gezielten Ansprache von Frauen wollen wir vor allem in den technischen Bereichen mehr Frauen anwerben und Perspektiven für eine erfolgreiche Karriere schaffen. So nahmen 2018 zwei Betriebsleiterinnen ihre Arbeit auf.

Im Rahmen des Internationalen Frauentags am 8. März 2018 luden wir gemeinsam mit der METRO Group zu einer Diversity Filmnacht. 250 Mitarbeitende von Metro Group und CCEP beleuchteten gemeinsam die Dimension „Frauen und demografischer Wandel“. In einer weiteren Diversity Filmnacht mit dem Europa Park Rust stand die Dimension „Herkunft und Religion“ im Fokus.

Das interne Rainbow Network zur Akzeptanz von LGBTIQ war auch 2018 sehr aktiv, unter anderem als Unterstützer der Respect Gaymes des Lesben- und Schwulenverbands Berlin-Brandenburg sowie in diversen LGBTIQ-Firmennetzwerken der Stadt Berlin. Coca-Cola erhielt 2018 das Siegel „Pride 500“. Damit werden LGBTIQ-freundliche Unternehmen ausgezeichnet.



Mit Sensibilisierungsworkshops zur sexuellen Orientierung und geschlechtlichen Identität begleiteten wir erfolgreich die Transition einer Kollegin und schufen die Voraussetzung dafür, dass sich Transgender in unserem Unternehmen wohlfühlen, Mitarbeitende Berührungsängste verlieren und Vorurteile abgebaut werden.

Einbindung der Mitarbeitenden

Im Juni 2018 haben wir zum ersten Mal in allen Units der CCEP eine Kulturbefragung durchgeführt, an der alle Mitarbeitenden teilnehmen konnten. Die Ergebnisse nutzten wir, um Initiativen zur Verbesserung der Unternehmenskultur abzuleiten. Eine Neuerung ist zum Beispiel, dass wir künftig den Workshop „Accelerate Performance“ nicht nur für Führungskräfte, sondern für alle Mitarbeitenden anbieten werden. Dadurch wollen wir das Verständnis für die Strategie und die Kultur des Unternehmens auf allen Ebenen fördern und zeigen, welchen Beitrag jeder Mitarbeitende leisten kann.

Neben monatlich stattfindenden ET-Calls vertieften wir mit dem neuen Format „Auf ne Coke mit ...“ den persönlichen und offenen Austausch mit Mitarbeitenden aller Ebenen. Mitglieder des Top-Managements besuchten alle 36 Standorte und ermöglichten das direkte Besprechen von Anliegen und Fragen. Mitarbeitende von CCEP Deutschland, die mit ihren Vorschlägen dazu beitragen, die Effizienz zu steigern, die Arbeitssicherheit zu erhöhen oder Umweltauswirkungen zu reduzieren, erhalten eine Bonuszahlung. 2018 gingen 152 Vorschläge ein, 105 davon wurden prämiert.

Gesundheit und Sicherheit

Deutschlandweit luden wir unsere Mitarbeitenden 2018 zu mehr als 220 Gesundheitsmaßnahmen ein, etwa zu den Themen Stressprävention oder Gesundheitsvorsorge. Im Durchschnitt boten wir damit 8,4 Maßnahmen pro Standort an. Vorsorge-Aktionen waren mit mehr als 4.500 Teilnehmern besonders gefragt. Außerdem geben wir unseren Mitarbeitenden und ihren Angehörigen bei persönlichen oder beruflichen Fragen die Möglichkeit, anonym und kostenlos eine externe Beratung anzurufen.

Der Erfolg zeigt sich auch im Unternehmen: 2018 sank die Krankenquote bei CCEP Deutschland erstmalig von 8,6 auf 8,3 Prozent²¹. Als Anerkennung für unser Gesundheitsengagement erhielten wir 2018 den Sonderpreis „Stressprävention“ des Corporate Health Awards, der jährlich von EuPD Research und dem Handelsblatt verliehen wird.

Auch die Zahl der Unfälle ging weiter zurück: Die Lost Time Incident Rate²² (LTIR) sank von 2,1 (2017) auf 1,9 Prozent (2018).²³ In den vergangenen vier Jahren ging die LTIR um 56 Prozent zurück – dank einer Vielzahl von Maßnahmen wie Trainings, Sicherheitskampagnen und technischen Optimierungsmaßnahmen, zu denen in den Werken Lichtschranken sowie Gehwegbegrenzungen zu Fahrwegen zählen. Für das von einem Mitarbeiter entwickelte Planspiel „Arbeitssicherheit für Führungskräfte der CCEP“ hat uns die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe den Präventionspreis verliehen.

²¹ Kalkulation basiert auf der Gesamtmitarbeitendenzahl inkl. aller krankheitsbedingt inaktiven Mitarbeitenden, abzüglich der Mitarbeitenden in ruhenden Arbeitsverhältnissen, Freistellung oder Altersteilzeit/Ruhephase.

²² 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-Arbeitnehmerinnen- und -Arbeitnehmer arbeiten 40 Stunden/Woche für 50 Wochen. Besucher, Lieferanten, Zeit- und Leiharbeitskräfte werden in der Statistik nicht erfasst.

²³ 2018 kam es zu einem tödlichen Wegeunfall: Ein Mitarbeiter des Werkstattstandorts Hamm verunglückte auf dem Arbeitsweg mit seinem Motorrad. In der Region Münster verstarben bei einem Unfall mit einem Coca-Cola LKW zwei Insassen des Gegenfahrzeugs. In Dortmund kam es zu einem tödlichen Fahrradunfall mit einem Coca-Cola LKW. Im ersten Fall wurde festgestellt, dass unseren LKW-Fahrer keine Schuld traf. Im zweiten Fall konnte das eingeleitete Strafverfahren einvernehmlich beendet werden, ohne dass über die Schuld des Fahrers in einer öffentlichen Hauptverhandlung entschieden wurde.

Fortbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden

Deutschlandweit luden wir unsere Mitarbeitenden 2018 zu mehr als 220 Gesundheitsmaßnahmen ein. Unsere Mitarbeitenden erhielten 2018 im Durchschnitt Schulungen im Umfang von 9,2 Stunden bei CCEP Deutschland und 8,3 Stunden bei der Coca-Cola GmbH.

Ein Beispiel für ein in den Jahren 2017 und 2018 angebotenes strategisches Supply-Chain-Qualifizierungsprogramm: Rund 100 erfahrene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den Bereichen Produktion, Instandhaltung, Qualitätssicherung, Planung und Logistik wurden zu Inhouse-Trainerinnen und -Trainern weitergebildet. Methodisch-didaktisch solide ausgebildet werden sie ihre Expertise mit ihren Kolleginnen und Kollegen im Tagesgeschäft teilen. Das Programm ist ein wichtiger Schritt, um uns alle für die Herausforderungen von Industrie 4.0 fit zu machen.

Entlohnung und Sozialleistungen

CCEP Deutschland entlohnt überwiegend (94,1 Prozent) nach Tarif und somit unabhängig vom Geschlecht. Die Mitarbeitenden der Coca-Cola GmbH werden außertariflich bezahlt. Ihre Bezahlung entspricht mindestens dem Tarifvertrag von CCEP Deutschland.

2018 wurden die monatlichen Tabellenentgelte der unteren Tarifgruppen von CCEP DE um 100 Euro brutto und der oberen Tarifgruppen um 50 Euro brutto angehoben. Das Urlaubsgeld erhöhte sich 2018 bei allen tariflich beschäftigten Arbeitnehmern von 30,00 Euro auf 30,90 Euro pro Urlaubstag. Das bedeutet bei einer tariflichen Vollzeitbeschäftigung eine Erhöhung des Urlaubsgelds von 900 Euro auf 927 Euro. Zusätzlich erhalten die Mitarbeitenden Leistungen für Altersteilzeit und Altersvorsorge, Sonderzuwendungen und Gesundheitsvorsorge.

Mitarbeiterstiftung „Wir sind Coca-Cola“

Unsere Mitarbeiterstiftung „Wir sind Coca-Cola“ unterstützt seit fünf Jahren Mitarbeitende und ihre nahen Angehörigen in Notsituationen. Sie hilft finanziell bei Schicksalsschlägen wie schweren Unfällen, langer Krankheit oder Naturkatastrophen. Die Stiftung meldete für 2018 neun Unterstützungsfälle, für die sie insgesamt mehr als 32.000 Euro zur Verfügung stellte.²⁴

Unsere Aktivitäten im Bereich gesellschaftliches Engagement

Corporate Volunteering

Wir von Coca-Cola Deutschland engagieren uns auf vielfältige Weise für das Gemeinwohl. Unsere Mitarbeitenden packen bei den „Aktionstagen Nachhaltigkeit“ kräftig an. 2018 nahmen 408 Mitarbeitende teil. Dabei arbeiteten wir mit Partnern wie EUROPARC Deutschland, den Tafeln Deutschland und Special Olympics zusammen. 157 Mitarbeitende sammelten in neun Städten rund 38 Kubikmeter Müll.

Die Coca-Cola GmbH gewährt ihren Mitarbeitenden bereits zwei Freistellungstage, damit sie sich im Rahmen von Corporate-Volunteering-Projekten engagieren können. CCEP Deutschland wird den Mitarbeitenden ab 2019 ebenfalls zwei Tage statt wie bislang einen Tag bezahlte Freistellung für gesellschaftliches Engagement anbieten.

408 Mitarbeitende nahmen an den „Aktionstagen Nachhaltigkeit“ teil.

²⁴ Berücksichtigung geprüfter Anträge, die bis zum Redaktionsschluss am 31. Mai 2019 eingegangen sind.

Für den Erhalt von Biodiversität

Als langjähriges Fördermitglied von EUROPARC Deutschland setzen wir auch gesellschaftlich Zeichen für die Nationalen Naturlandschaften in Deutschland. Die The Coca-Cola Foundation spendete dem Verein insgesamt 490.000 Euro für den Erhalt heimischer Streuobstwiesen. Im Rahmen der METRO Water Initiative zum Weltwassertag konnten wir 2018 außerdem gemeinsam eine Spende von mehr als 12.000 Euro erzielen. Das Geld wird EUROPARC Deutschland für Meeresschutzmaßnahmen im Biosphärenreservat Südost-Rügen verwenden.

Bereits zum fünften Mal richtete CCEP Deutschland 2018 gemeinsam mit EUROPARC und dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis einen Studierendenwettbewerb aus. Die Teilnehmenden beschäftigten sich mit der zukünftigen Rolle von Biodiversität für Unternehmen, NGOs, Zivilgesellschaft und Politik. Im Rahmen unserer Partnerschaft mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis thematisierte EUROPARC 2018 in einem Dialogforum unsere gemeinsamen Biodiversitätsprojekte.

Eine neue Partnerschaft sind wir 2018 mit Trinkwasserwald e. V. eingegangen. Coca-Cola stellt über einen Zeitraum von fünf Jahren 25.000 Euro zur Verfügung, damit Nadelwald-Kulturen in Niedersachsen gezielt mit Laubbäumen unterpflanzt werden können, um die Trinkwasserneubildung zu verbessern. Von dem gespendeten Geld können jedes Jahr 1.000 Bäume gekauft werden. Im Rahmen der Nachhaltigkeitstage waren Mitarbeitende bei der Pflanzaktion im Einsatz.

Unterstützung von Geflüchteten auf dem Weg in den Arbeitsmarkt

Wir setzen uns aktiv für die Integration von geflüchteten Menschen sowie von Migrantinnen und Migranten in den deutschen Arbeitsmarkt ein. Seit 2016 sind wir offizieller Partner der Deutschlandstiftung Integration, die sich für die Integration von Menschen mit Einwanderungsgeschichte stark macht. CCEP Deutschland ist im Stiftungsrat und im Kuratorium vertreten. Mitarbeitende von Coca-Cola Deutschland engagieren sich als Mentoren für talentierte Migrantinnen und Migranten im Rahmen des zweijährigen Programms „Geh deinen Weg“ der Deutschlandstiftung Integration. Die The Coca-Cola Foundation unterstützt darüber hinaus die REDI SCHOOL of Digital Integration, die geflüchteten Frauen IT-Kompetenzen vermittelt, mit insgesamt 350.000 Euro.

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

Gegen Lebensmittelverschwendung

Coca-Cola Deutschland unterstützt seit vielen Jahren den Dachverband Die Tafel Deutschland e. V. mit Waren-, Geld- und Sachspenden. Auf diesem Weg setzen wir ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung. 2018 haben wir besonders die Tafel Jugend unterstützt. Für unser Engagement erhielten wir erneut den „Tafelteller“.

Für Inklusion im Sport

Auch 2018 haben wir unsere Zusammenarbeit mit Special Olympics Deutschland fortgesetzt, um die Inklusion von Menschen mit geistiger Behinderung zu fördern. In deutschlandweiten Unified Laufgruppen trainieren Sportlerinnen und Sportler mit und ohne Behinderung gemeinsam und nehmen an Wettbewerben teil. Auf diese Weise können sie voneinander lernen und gleichzeitig Berührungsängste im Umgang miteinander abbauen.

Für kindgerechte Spielplätze

Im Rahmen unserer Fanta Spielplatzinitiative haben wir erneut gemeinsam mit dem Deutschen Kinderhilfswerk dazu aufgerufen, Spielplätze für eine Modernisierung oder Erweiterung vorzuschlagen. Damit wollen wir mehr Raum für kreatives und sicheres Spielen schaffen. Im Jahr 2018 förderten wir 150 Projekte mit insgesamt 198.500 Euro. Wegen unserer Selbstverpflichtung, keine Werbung an Kinder unter zwölf Jahren zu adressieren, richten sich alle Kommunikationsmaßnahmen an die Eltern und wir verzichten auf Markenhinweise auf den Spielplätzen.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für die Gesellschaft“

Mitarbeiter

Gesamtbelegschaft	Einheit	2016	2017	2018
Gesamtzahl der Mitarbeitenden CCEP DE ²⁵	Anzahl gesamt	10.786	9.745	9.142
	Geschlecht (m/w)	8.582/2.204	7.756/1.989	7.379/1.763
Gesamtzahl aktiver Mitarbeitender (Berechnungsgrundlage CCEP DE) ²⁶	Anzahl gesamt	8.806	8.337	7.829
	Geschlecht (m/w)	7.065/1.741	6.712/1.625	6.334/1.495
Coca-Cola GmbH ²⁷	Anzahl gesamt	166	145	146
	Geschlecht (m/w)	69/97	54/91	55/91

Anteil von Frauen an der Gesamtbelegschaft	Einheit	2016	2017	2018
CCEP DE	Prozent	20,4	20,4	19,3
Coca-Cola GmbH	Prozent	58,4	62,8	62,3

Anteil von Frauen in den drei obersten Führungsebenen	Einheit	2016	2017	2018
CCEP DE ²⁸	Prozent	25,1	26,2	30,0
Coca-Cola GmbH	Prozent	52,3	56,0	50,0

Gesamtbelegschaft nach Nationalität	Einheit	2016	2017	2018
CCEP DE ²⁹	Prozent (Deutsch/Andere)	90,2/9,8	89,9/10,1	89,4/10,6
Coca-Cola GmbH	Prozent (Deutsch/Andere)	84,3/15,7	78,6/21,4	86,0/14,0

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

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

²⁷ Headcount operativ und nicht operativ.

²⁸ Alle Mitarbeitergruppen inkl. Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeitende aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikantinnen und Praktikanten.

²⁹ Alle Mitarbeitergruppen inkl. Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeitende aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikantinnen und Praktikanten.

Auszubildende der CCEP DE ³⁰	Einheit	2016	2017	2018
Anteil von Auszubildenden	Prozent	3,4	2,9	3,0
Technische und gewerbliche Auszubildende	Anzahl gesamt	230	171	172
	Geschlecht (m/w)	193/37	150/21	145/27
Kaufmännische Auszubildende	Anzahl gesamt	81	69	65
	Geschlecht (m/w)	31/50	19/50	29/36

Mitarbeitende mit Behinderung	Einheit	2016	2017	2018
CCEP DE ³¹	Prozent	5,7	6,1	6,4
Coca-Cola GmbH	Prozent	2,4	2,1	2,1

Gleichstellung	Einheit	2016	2017	2018
Vorfälle an Diskriminierungen jeglicher Art	Anzahl	0	0	0

Krankenquote	Einheit	2016	2017	2018
CCEP DE ³²	Prozent	8,6	8,6	8,3

Unfallstatistik der CCEP DE	Einheit	2016	2017	2018
Lost Time Incident Rate (LTIR) ³³	Prozent	2,7	2,1	1,9
Absolute Ausfalltage (total) aufgrund von Vorfällen	Tage	5.620	3.670	3.003
davon Arbeitsunfälle	Tage	4.778	3.095	2.404
davon Wegeunfälle	Tage	842	575	599

Trainingsstunden pro Mitarbeitenden	Einheit	2016	2017	2018
CCEP DE ³⁴	Stunden	11,4	11,4	9,2
Coca-Cola GmbH ³⁵	Stunden	9,1	23,2	8,3

Gesellschaftliches Engagement

Engagement der Verkaufsbereiche und Hauptverwaltungen	Einheit	2016	2017	2018
Summe aller Bar- und Sachförderungen	Euro	811.724	1.023.208	658.400
Summe geleisteter Arbeitsstunden für soziale Zwecke	Stunden	2.472	1.608	2.645

³⁰ Der Anteil der Auszubildenden bezieht sich auf die Grundgesamtheit aller Mitarbeitenden (außer MA in Restrukturierung und ATZ passiv).

³¹ Alle Mitarbeitergruppen inkl. Auszubildenden, Trainees und ruhender Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeitende aus der Restrukturierung, Aushilfen und Praktikantinnen und Praktikanten.

³² Kalkulation basiert auf der Gesamtmitarbeitendenzahl inkl. aller krankheitsbedingt inaktiven Mitarbeitenden, abzüglich der Mitarbeitenden in ruhenden Arbeitsverhältnissen, Freistellung oder Altersteilzeit Ruhephase.

³³ 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-Arbeitnehmerinnen und -Arbeitnehmern arbeiten 40 Stunden/Woche für 50 Wochen. Besucher, Lieferanten, Zeit- und Leiharbeitskräfte werden in der Statistik nicht erfasst.

³⁴ Berücksichtigung aller Mitarbeitenden, die zum operativen Headcount zählen inkl. Auszubildende und Trainees. Ausgetretene und externe Mitarbeitende sind nicht enthalten. Daten berücksichtigen ausschließlich Klassenraum- und Onlinetrainings. Unser Fokus liegt inzwischen verstärkt auf Learning und Coaching-on-the-Job u. a. in Form von Inhouse-Trainerinnen und -Trainern, Shadowing sowie Expertinnen- und Experten-Communities.

³⁵ Berechnung erfolgte auf Basis der Mitarbeitendenzahl ohne Trainees, Auszubildende, Praktikantinnen und Praktikanten oder Werkstudierende.

HANDELN FÜR DAS WASSER

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für das Wasser“ für Deutschland

Wasser ist eine wichtige Ressource und wichtigster Inhaltsstoff für unsere Getränke. Deshalb ist der sorgsame Umgang mit Wasser einer der Schwerpunkte unseres Umweltmanagements. Wir untersuchen alle Standorte hinsichtlich eventueller langfristiger Risiken der Wasserentnahme für das Umfeld und leiten bei Bedarf entsprechende Maßnahmen ein. Wir wollen die Wassereffizienz weiter erhöhen und unser Abwasser so aufbereiten, 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.³⁶
- ▶ Wir werden 100 Prozent des Wassers, das wir in Gebieten mit Wasserstress verwenden, wieder ausgleichen.

Ausgezeichnetes Wassermanagement

In Fürstfeldbruck haben wir 2018 eine neue Flaschenreinigungsmaschine in Betrieb genommen. Damit konnten wir den Wasserverbrauch um rund 40 Prozent und den Energieverbrauch um rund 56 Prozent verringern. Am Standort Knetzgau bereiten wir Prozesswasser auf und können es danach erneut nutzen. So haben wir 2018 13.000 Kubikmeter Wasser gespart. Diese Optimierung wollen wir 2019 an weiteren Standorten vornehmen.

Die unabhängige Organisation CDP hat CCEP erneut für das Nachhaltigkeitsengagement im Bereich Wasser ausgezeichnet. Damit gehören wir zu den 31 Unternehmen weltweit, die in die prestigeträchtige A-Liste „Water“ aufgenommen wurden. 2018 haben sich mehr als 7.000 Unternehmen beworben – nur zwei Prozent wurden in die A-Liste aufgenommen.

Auch auf nationaler Ebene erfuhr unsere Wasserstrategie Anerkennung in der Branche: CCEP Deutschland war unter den drei Nominierten für das Grüne Band – den Preis für Nachhaltigkeit im Außer-Haus-Markt – in der Kategorie „Wassermanagement“.



Die Strategie, mit der Coca-Cola die Jury überzeugen konnte, beruht auf vier Säulen: Wasser schützen, Wasser aufbereiten, Wasserverbrauch reduzieren und Wasser schaffen. In allen Bereichen konnten wir jeweils wirksame Maßnahmen präsentieren.

³⁶ Wassernutzungsverhältnis, Wasserverbrauch gesamt in Liter pro Liter an produzierten Fertigerzeugnissen.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für das Wasser“

Wasser	Einheit	2016	2017	2018
Betriebe mit Water-Source-Vulnerability-Analyse und Maßnahmen	Betriebe/ Prozent	18/100	17/100	16/100
Wasserverbrauch an den Produktionsstandorten der CCEP DE	l H ₂ O pro l Getränk	1,84	1,75	1,72
Reduktion des Wasserverbrauchs pro Liter Fertiggetränk seit 2010	Prozent	11,11	15,46	16,91

Wasserentnahme an den Produktionsstandorten der CCEP DE

Gesamt	Liter	6.760.569.000	6.252.000.000	6.226.000.000
davon Stadtwasser	Prozent	66,06	68,45	66,20
davon eigene Brunnen	Prozent	33,94	31,55	33,80

HANDELN FÜR DAS KLIMA

Schwerpunkte im Handlungsfeld „Handeln für das Klima“ für Deutschland

Wir haben unseren Klimaeffekt über die gesamte Wertschöpfungskette analysiert und für alle relevanten Bereiche Maßnahmen entwickelt und umgesetzt, um unsere Treibhausgas-Emissionen weiter kontinuierlich zu senken.

Ziele 2025

- ▶ Wir werden die Treibhausgas-Emissionen unseres Kerngeschäfts um 50 Prozent senken.
- ▶ 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.

Strom aus erneuerbaren Energien und Energieeffizienz

Auch im Jahr 2018 bezogen wir zu 100 Prozent Ökostrom. 310 mit Ökostrom betriebene E-Gabelstapler waren für uns im Einsatz. Damit stieg der Elektroanteil an der gesamten Staplerflotte im Vergleich zum Vorjahr von 60,4 auf 63,8 Prozent. Von den Kühlgeräten, die wir Märkten zur Verfügung stellen, waren knapp 63 Prozent mit energiesparenden Lösungen ausgestattet. Wir kaufen nur noch FKW-freie Kühler; bereits 72 Prozent unserer Kühler im Markt sind FKW-frei.

100 %
Ökostrombezug

In unseren Produktionsstätten konnten wir die Energieeffizienz durch Modernisierungsmaßnahmen und die Instandhaltung von Anlagen um sieben Prozent steigern. Wir haben unter anderem:

- ▶ den Blasdruck in Genshagen, Bad Neuenahr, Dorsten, Knetzgau und Fürstenfeldbruck reduziert,
- ▶ in Liederbach in Teilbereichen auf LED-Beleuchtung umgestellt,
- ▶ die Niederdruckluft-Systeme an drei Standorten durch den Austausch von Kompressoren optimiert,
- ▶ weitere Leckagen bei der Druckluft behoben und monatliches Tracking/Monitoring bzgl. der Leckagenreparatur eingeführt.

Lieferverkehr auf die Schiene

2016 haben wir damit begonnen, ViO Getränke vom Produktionsstandort Lüneburg per Bahn zu transportieren. 2018 haben wir 966 Lkw-Ladungen auf die Schiene gebracht (2017: 490), das entspricht 590.000 Zugkilometern.

Interner Umweltpreis für Werk in Dorsten

Das Dorstener Produktionswerk erhielt als erstes Werk den neuen „The Coca-Cola Company Western Business Unit Environment Award“. Mit diesem 2018 ins Leben gerufenen internen Umweltpreis wird nun jedes Jahr das Produktionswerk ausgezeichnet, das die größten Fortschritte etwa in den Bereichen Wasser- und Energieeinsparung sowie Müllvermeidung erreicht. Neben Dorsten schafften es die Werke Hildesheim und Mölln unter die besten fünf Standorte von insgesamt 54 Produktionsbetrieben in Westeuropa.



CDP hat CCEP erneut für das Nachhaltigkeitsengagement im Bereich Klima ausgezeichnet. Damit gehören wir zu den weltweit 136 Unternehmen, die in die A-Liste „Climate“ aufgenommen wurden. Mit der Auszeichnung ist die CCEP eines von nur 19 Unternehmen, die für 2018 eine A-Wertung sowohl für Klima als auch für Wasser erhalten haben.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für das Klima“³⁷

CO ₂ -Fußabdruck im Kerngeschäft	Einheit	2016	2017	2018
CO ₂ -Fußabdruck gesamt ³⁸	Tonnen	479.739	452.043	427.238
Reduktion CO ₂ -Fußabdruck im Kerngeschäft seit 2010	Prozent	49,00	51,95	54,58

CO₂-Fußabdruck pro Liter Getränk über die gesamte Lieferkette

CO ₂ -Fußabdruck pro Liter Getränk ³⁹	g pro l Getränk	251,9	248,9	243,9
Reduktion CO ₂ -Fußabdruck pro Liter Getränk seit 2010	Prozent	36,0	36,7	38,0

Energieverbrauch der Produktionsstandorte der CCEP DE ⁴⁰	kWh pro 1.000 l Getränk in Prozent	99,2	96,9	91,1
Gesamter Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen ⁴¹	MWh	192.692	192.194	172.047
Gesamter Stromverbrauch aus erneuerbaren Quellen	kWh/Prozent	181.024/96,3	176.868/100	163.362/100

Kühler im Markt

Gesamt	Anzahl	249.609	249.923	257.683
davon FKW-frei	Anzahl	137.361	158.450	184.313
	Prozent	55,03	63,40	71,53
Energiesparende Kühler	Anzahl	140.874	143.818	161.712
	Prozent	56,44	57,54	62,76

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 sind die Herstellung der Verpackungen und die der Inhaltsstoffe der Produkte.

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

⁴⁰ 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.

⁴¹ 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

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

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

Ziele 2025

- ▶ Wir werden sicherstellen, dass 100 Prozent unserer wichtigsten landwirtschaftlichen Inhaltsstoffe und Rohstoffe bis 2020 aus nachhaltigen Quellen stammen.
- ▶ Wir werden auch weiterhin Nachhaltigkeit, Ethik und Menschenrechte zu einem wesentlichen Bestandteil unserer Partnerschaften in der Lieferkette machen.⁴²

Unsere Aktivitäten

Für die gesamte Organisation der CCEP gilt die Human Rights Policy. Im Juni 2018 veröffentlichte CCEP die Human Rights Restructuring Guidelines sowie das Statement zum UK Modern Slavery Act für 2017. Beide gelten ebenfalls für alle Länderorganisationen. 2018 legte die TCCC erstmals einen Human Rights Report vor.

Für alle unsere Lieferanten gelten unsere Supplier Guiding Principles (SGPs) beziehungsweise unsere Sustainable Agriculture Guiding Principles (SAGPs) unter Berücksichtigung der Human Rights Policy. Wir verpflichten vertraglich unsere Lieferanten die SGPs und SAGPs einzuhalten. Unabhängige Prüfungsgesellschaften kontrollieren unsere Lieferanten nach dem Sedex-Smeta 6.0 Sozialstandard.

2018 haben wir vom Institut Steward Redqueen eine „Social Economic Impact“-Studie durchführen



Um Nachhaltigkeit in der Lieferkette sicherzustellen, arbeitet CCEP mit der EcoVadis-Plattform und TCCC mit der Sustainable Agriculture Initiative (SAI) zusammen. SAI ist die weltweit einzige Initiative von Unternehmen der Lebensmittelindustrie, die das Ziel einer nachhaltigen Landwirtschaft verfolgt.

⁴² Wir tun dies über unsere globalen Lieferanten- und Menschenrechtsleitlinien.

lassen, deren Ergebnisse Anfang 2019 präsentiert wurden. Danach verbleiben von jedem Euro, den Verbraucher für Coca-Cola Getränke in Deutschland ausgeben, 85 Cent in Deutschland. Über die gesamte Lieferkette trägt Coca-Cola damit 6,63 Milliarden Euro zur Wirtschaftsleistung in Deutschland bei und sichert hierzulande insgesamt 108.400 Arbeitsplätze.

Kennzahlen im Handlungsfeld „Handeln für eine nachhaltige Lieferkette“⁴³

	Einheit	2016	2017	2018
100 Prozent der landwirtschaftlichen Zutaten und Rohstoffe stammen bis 2020 aus nachhaltigen Quellen	Prozent	--	100	100
Auditierte Lieferanten zu Nachhaltigkeit, Ethik und Menschenrechte	Prozent	--	85,8	95,0

⁴³ 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 + 49 172 20 26 720
E-Mail abachmann@ccep.com

Uwe Kleinert

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

Zukunftsgerichtete Aussagen und Haftungsausschluss

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

Markenrechte

Coca-Cola, Coke, Fanta, AdeZ, Chaqwa und Royal Bliss sind eingetragene Schutzmarken der The Coca-Cola Company. ViO, ViO BiO LiMO sind eingetragene Schutzmarken. Fuze Tea ist eine eingetragene Schutzmarke von DP Beverages Limited. GLACEAU SMARTWATER ist eine eingetragene Schutzmarke von Energy Brands Inc. HONEST ist eine eingetragene Schutzmarke von Honest Tea.

