

Nachhaltigkeitsbericht 2019/2020



Die besten Milchmomente

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Heute und morgen die besten Milchmomente	4
Unsere Vision	5
Nachhaltigkeit als Teil des Geschäftsmodells	6
Unser Ansatz	6
Messbare Fortschritte	7
Ausblick	9
Wesentliche Themen	11
Fokusthema Nachhaltige Milchwirtschaft	11
Fokusthema Treibhausgase reduzieren	18
Fokusthema Verschwendung vermeiden	27
Fokusthema Mitarbeitende entwickeln	32
Fokusthema Wasser	39
Wirtschaftliche Leistung	43
Produktqualität	46
Innovation	49
Digitalisierung	51
Ernährung	55
Lieferantenmanagement	57
Arbeitssicherheit	61
Governance	66
Community Engagement	68
Allgemeine Angaben	72
Organisationsprofil	72
Strategie	77
Ethik und Integrität	77
Unternehmensführung	77
Einbindung von Stakeholdern	78
Vorgehensweise bei der Berichterstattung	81
Anmerkungen	82
GRI-Inhaltsindex	85
Impressum	91

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

Seit zehn Jahren berichten wir von Emmi regelmässig, unter anderem in Form eines mit den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI) konformen Nachhaltigkeitsberichts, über unser Nachhaltigkeitsengagement. In diesen zehn Jahren hat sich viel getan.

Vor zehn Jahren entschieden wir als Verwaltungsrat und Konzernleitung von Emmi, unser über Jahrzehnte gewachsenes Nachhaltigkeitsverständnis zu formalisieren. Wir formulierten eine Nachhaltigkeitsmission, setzten diese in elf Leitsätzen in den Kontext unserer täglichen Arbeit und bauten eine Nachhaltigkeitsorganisation mit Gremien auf verschiedenen Stufen auf.

Zeit für einen Zwischenhalt

2016 gingen wir einen Schritt weiter und setzten uns erstmals konkrete Ziele für die Nachhaltigkeitsarbeit in für Emmi besonders relevanten Themen. Horizont dieser Zielsetzungen war Ende 2020. Deshalb stellt der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht nicht nur wie üblich einen Rechenschaftsbericht über die letzten zwei Jahre dar, sondern bietet uns auch Gelegenheit, auf die gesamte erste Periode unserer Nachhaltigkeitsziele zurückzublicken und auch einen Ausblick in die Zukunft zu geben.

Die Bilanz in den vier Fokusthemen unseres Nachhaltigkeitsengagements ist unterschiedlich. Unsere eigenen Emissionen konnten wir global deutlich reduzieren. Dabei stimmt uns nicht primär die Erreichung unserer eigenen Vorgaben freudig, sondern die Tatsache, dass wir die Reduktion von Treibhausgasemissionen in unserer Kultur verankern konnten. Dies ist die denkbar beste Ausgangslage für zukünftige Fortschritte. Ebenfalls konnten wir ein gemeinsames Verständnis schaffen, wie wichtig die Mitarbeitenden, ihr Wissen und ihre Entwicklung für den Erfolg und die Fortschritte unseres Unternehmens sind. Unser erstes Etappenziel erreicht haben wir auch bei unserem wichtigsten Rohstoff Milch: Seit 2019 gibt es einen schweizweiten Standard für nachhaltige Milch. Verfehlt haben wir unsere Ambitionen beim Reduzieren von Verschwendung. Zentrale Food-Waste-Probleme konnten wir noch nicht zufriedenstellend und dauerhaft lösen und der Weg zu einer Kreislaufwirtschaft wird erst vage sichtbar und ist noch weit.

Der Weg ist das Ziel

Konkrete Ziele zu setzen, war und ist uns wichtig – nicht nur in der Nachhaltigkeit. Dass diese Ziele zum gesetzten Zeitpunkt erreicht werden, ebenso. Aber zentral ist, dass der richtige Weg eingeschlagen wurde und die dauerhafte Integration in unseren Alltag erreicht werden kann.

Wir sind überzeugt, dass unser Nachhaltigkeitsengagement, das sich auf ausgewählte, besonders relevante Themen fokussiert, der für Emmi richtige Weg ist. Denn er wird von unseren Anspruchsgruppen – insbesondere von unseren Mitarbeitenden – verstanden und mitgetragen. Deshalb halten wir an dieser Strategie und unseren Fokusthemen fest, setzen uns ambitioniertere Ziele und ergänzen für die nächste Strategieperiode lediglich ein Thema: Wasser. Bewährt haben sich auch die Ziele mit vergleichsweise kurzem Zeithorizont. Sie zwingen uns, fokussiert vorzugehen und rasch anzupacken. Dabei setzen wir verstärkt auf die Zusammenarbeit in Netzwerken entlang unserer Wertschöpfungskette – beispielsweise beim Engagement für eine Kreislaufwirtschaft.

Ergänzt werden unsere neuen Nachhaltigkeitsziele 2027 von unserer Vision netZero 2050. Dies verstehen wir als Bekenntnis zu einem Klimaschutz, der über das auf den ersten Blick betriebswirtschaftlich Zwingende und insbesondere über unseren direkten Einflussbereich hinausgeht. Obwohl diese Vision über persönliche Zeithorizonte hinausgeht, werden wir uns weiterhin für wirkungsvolle Massnahmen einsetzen, die unmittelbar messbare Fortschritte bringen.

Konrad Graber
Präsident des Verwaltungsrats

Urs Riedener
CEO

Heute und morgen die besten Milchmomente

Emmi ist eine international agierende Unternehmensgruppe – in der Schweiz verankert, weltweit unterwegs. Unsere Leidenschaft für die besten Milchmomente und ein auf nachhaltiges Wachstum ausgerichtetes Geschäftsmodell leiten unser Handeln.

Wir sind die führende Milchverarbeiterin der Schweiz. Diese Position verdanken wir einer langfristigen Unternehmensstrategie, einem auf nachhaltiges Wachstum ausgerichteten, geografisch diversifizierten Geschäftsmodell, hochwertigen Produkten und starken Marken. In den letzten 20 Jahren haben wir uns von einer regional tätigen Milchverarbeiterin zu einer international erfolgreichen Gruppe mit eigenen Präsenzen in 15 Ländern entwickelt. Hinzu kommen weitere rund 45 Länder, in die wir unsere Produkte exportieren.

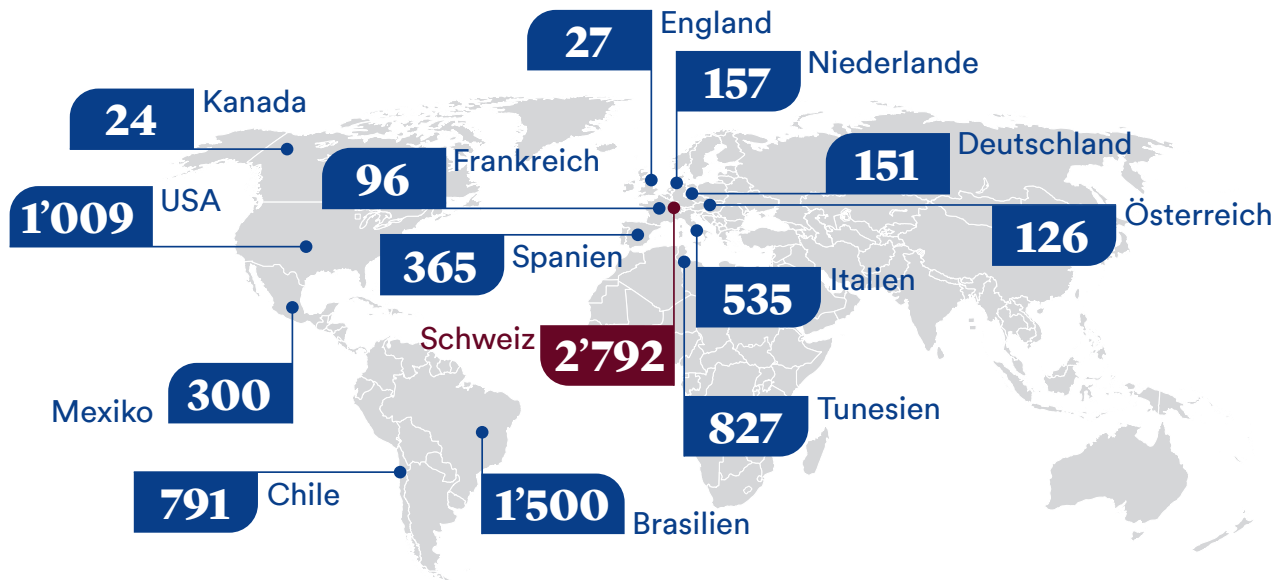
Kennzahlen Emmi Gruppe (per Ende 2020)



Mehr Informationen: [↪Link](#)

Weltweit beschäftigen wir knapp 8'700 Mitarbeitende, von denen rund zwei Drittel ausserhalb der Schweiz beschäftigt sind.

Anzahl Mitarbeitende pro Land (per Ende 2020)



Unsere Vision

Die besten Milchmomente zu kreieren. Dafür setzen wir uns mit ganzem Herzen, mit all unserer Leidenschaft sowie unserem Savoir-faire ein und betreiben ein Spektrum vom artisanalen Kleinbetrieb bis hin zu hochmodernen Produktionsanlagen. Aufgrund der lokalen Verankerung in der Lieferkette leisten wir zudem einen Beitrag zur Wertschöpfung in ländlichen Regionen und bleiben so auch nahe am Kern unserer Produkte, mit hochwertiger und zunehmend nachhaltig hergestellter Milch.

Mehr Informationen: [Link](#)

Nachhaltigkeit als Teil des Geschäftsmodells

Im Einklang mit unserem über 100-jährigen Erbe stellen wir unsere Produkte mit Rücksicht auf die natürlichen Ressourcen unseres Planeten sowie die Bedürfnisse der Menschen und der Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, her.

Unsere Wurzeln reichen über 100 Jahre zurück, als 62 milchbäuerliche Genossenschaften aus der Zentralschweiz die Vorgängerorganisation von Emmi gründeten, um ihre Milch gemeinsam zu vermarkten und so das Auskommen ihrer Familien zu sichern. Noch heute halten die Zentralschweizer Milch Produzenten (ZMP) eine Mehrheit der Emmi Aktien.

Dieses Erbe und unsere Herkunft prägen die Art und Weise, wie wir unser Geschäft weiterentwickeln und Verantwortung für unser Handeln übernehmen. Wir wollen einen Beitrag zur Wertschöpfung in unserem unmittelbaren Umfeld leisten und nahe am Ursprung unserer Produkte bleiben.

Wir verstehen uns als integralen Teil eines komplexen Milch- und Lebensmittel-Ökosystems. Dieses kann auf längere Sicht nur funktionieren, wenn ein nachhaltiger und sorgsamer Umgang mit Ressourcen jeglicher Art über alle Wertschöpfungsstufen hinweg stattfindet. Entsprechend sehen wir uns in der Mitverantwortung, einen Beitrag zur Lösung anstehender kollektiver Herausforderungen – etwa im Bereich Umwelt- und Tierschutz ([↪ siehe Seite 80](#)) sowie Ernährung ([↪ siehe Seite 55](#)) – zu leisten. Dies erlaubt uns auch, Risiken vorzubeugen, unnötige Kosten etwa durch Verschwendung ([↪ siehe Seite 27](#)) zu vermeiden oder mit nachhaltigen Innovationen ([↪ siehe Seite 49](#)) Chancen zu nutzen und so unsere Reputation sowie das Vertrauen der Menschen in Emmi weiter zu stärken.

Unser Ansatz

Milchprodukte können einen wichtigen Beitrag zu einer ausgewogenen Ernährung leisten und Kühe wandeln als Teil eines biologischen Kreislaufs für den Menschen nicht konsumierbares Gras höchst effizient in wertvolles Protein um. Dafür muss deren gesamter Lebenszyklus von der Milchproduktion, über die Verarbeitung und den Transport bis hin zum Verbrauch auf ein zukunftsfähiges nachhaltiges Fundament gestellt werden. Hierzu wollen wir über messbare, zeitgebundene und transparente Ziele sowie definierte Pläne und Partnerschaften unseren Beitrag leisten. Die strategische und operative Umsetzung unserer Ziele treiben wir funktions- und länderübergreifend voran. Unser Vorhaben unterziehen wir einer regelmässigen Bewertung und Umfeld- sowie Risikoanalyse, auch durch externe Partner wie etwa den WWF Schweiz.

Wir konzentrieren unsere Aktivitäten dabei auf die Bereiche, in denen wir die grösste Wirkung erzielen können: nachhaltige Milchproduktion, Schonung von Ressourcen, Reduktion von Treibhausgasemissionen und die Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden. Dabei kommt einer nachhaltigen Milchwirtschaft und der Zusammenarbeit mit unseren Milchlieferanten eine besondere Bedeutung zu. Denn die Milchproduktion generiert nicht nur den grössten Teil der Umweltauswirkungen von Milchprodukten, sondern beinhaltet auch relevante soziale und ethische Komponenten. Indem wir Fortschritte in diesen Bereichen gemeinsam mit unseren Milchlieferanten vorantreiben, sichern wir uns langfristig den Zugang zu hochwertiger sowie zunehmend nachhaltig hergestellter Milch und entsprechen so auch einem wachsenden Konsumentenbedürfnis.

Messbare Fortschritte

2016 hatten wir uns erstmals messbare Ziele für unser Nachhaltigkeitsengagement gesetzt. Der Horizont wurde damals mit 2020 bewusst auf eine vergleichsweise kurze Frist gesetzt, um zu einer raschen Implementation von Massnahmen zu animieren und die Weichen nach den ersten Erfahrungen noch gezielter stellen zu können. Ende 2020 lässt sich festhalten: in allen Fokusthemen konnten Fortschritte erzielt werden, es gibt aber auch Bereiche, in denen es noch mehr Anstrengungen bedarf.

Auf Kurs sehen wir uns bei unserer Ambition, auf nachhaltig produzierte Milch umzustellen. Hier haben wir uns in den ersten Jahren auf unsere Schweizer Lieferanten von Kuhmilch konzentriert. Mit der Etablierung des Branchenstandards «Nachhaltige Schweizer Milch» und des dazugehörigen Labels «swissmilk green» befindet sich hier die gesamte Schweizer Milchwirtschaft im internationalen Vergleich auf einem sehr guten Weg. Der Anteil der von Emmi in der Schweiz verarbeiteten, nach dem Standard «Nachhaltige Schweizer Milch» hergestellten Milch beträgt 93%. Mit Horizont 2027 setzen wir uns aktiv für die Weiterentwicklung dieses Standards – beispielsweise hinsichtlich Klimaschutz – ein und weiten unser Engagement auf unsere weltweiten Standorte aus.

Zufrieden sind wir mit der gruppenweiten Reduktion beim Ausstoss von Treibhausgasen. Unser Ziel einer 25%igen Reduktion im Vergleich zum Basisjahr 2014 haben wir praktisch erreicht.

Nicht erreicht haben wir hingegen unsere Zielsetzung für die Reduktion von Verschwendung (Fokus: Abfall, Verpackungen, Food Waste). Zwar konnten wir unsere Lebensmittelabfälle in der Schweiz um über 10% senken. Insgesamt bleiben wir aber bei der Entwicklung der Abfallmenge hinter unseren Erwartungen. Ebenso machen die Verpackungs- und Recyclingsysteme nur langsame Fortschritte. Was die Entwicklungspläne unserer Mitarbeitenden weltweit betrifft, sehen wir das Glas zwei Drittel voll. In vielen Ländern geht es hier primär um einen Veränderungsprozess kulturell geprägter Traditionen und weniger um die blosser Implementierung von HR-Systemen und entsprechenden Massnahmen.

FOKUSTHEMA	ZIELE 2020	STAND ENDE 2020	ZIELE 2027
<p>Nachhaltige Milchwirtschaft</p> 	<p>100 % von Emmis Lieferanten von Schweizer Kuhmilch erfüllen einen definierten Katalog an Nachhaltigkeitskriterien.</p>	<p>Der neue Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch» wurde geschaffen und ist seit September 2019 in Kraft.</p> <p>Ende 2020 erfüllen 93 % der bei Emmi in der Schweiz verarbeiteten Kuhmilch die Anforderungen des neuen Branchenstandards.</p>	<p>100 % der Milchlieferanten ausserhalb der Schweiz von Emmi produzieren nach einem lokal überdurchschnittlichen Standard</p> <p>Weiterentwicklung des Schweizer Branchenstandards</p>
<p>Treibhausgase reduzieren</p> 	<p>Die Emissionen auf Stufe Scope 1 und 2 werden um 25 % reduziert (im Vergleich zum Basisjahr 2014).</p>	<p>Ende 2020 wurde gegenüber dem Basisjahr 2014 eine Reduktion der Treibhausgasemissionen um 24 % erreicht.</p>	<p>Reduktion der eigenen Treibhausgasemissionen (Scope 1 und 2) um 60 % (im Vergleich zum Basisjahr 2014)</p> <p>Reduktion der Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette (Scope 3) um 25 % (im Vergleich zum Basisjahr 2019)</p> <p>Vision netZERO 2050</p>
<p>Verschwendung vermeiden</p> 	<p>Die Verschwendung von Nahrungsmitteln und Verpackungsmaterial wird im Vergleich zum Basisjahr 2017 um 20 % reduziert.</p>	<p>Der global von Emmi verursachte Abfall konnte um 10 % gesenkt werden (im Vergleich zum Basisjahr 2017).</p> <p>Der global von Emmi verursachte Food Waste konnte um 11 % gesenkt werden (im Vergleich zum Basisjahr 2017).</p>	<p>100 % rezyklierbare Verpackungen</p> <p>50 % weniger Abfall und Lebensmittelverschwendung im Vergleich zum Basisjahr 2017</p> <p>Keine Abfallentsorgung auf Deponien</p>
<p>Wasser (ab 2021)</p> 			<p>Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Risikoregionen um 50 % (im Vergleich zum Basisjahr 2019).</p> <p>Reduktion des eigenen Wasserverbrauchs in Nicht-Risikobereichen um 15 % (im Vergleich zum Basisjahr 2019).</p> <p>Reduzierter Wasserverbrauch in der Wertschöpfungskette</p>
<p>Mitarbeitende entwickeln</p> 	<p>50 % der offenen Schlüsselpositionen werden mit internen Kräften besetzt.</p> <p>100 % der Mitarbeitenden besitzen individuelle Entwicklungsziele.</p>	<p>2019 wurden 47 % der Schlüsselpositionen mit internen Bewerbern besetzt. 2020 waren es 82 %.</p> <p>2020 besaßen nachweislich 59 % der Mitarbeitenden individuelle Entwicklungsziele. Bemerkung: Da nicht alle Zielvereinbarungen systemisch erfasst wurden, liegt die effektive Zahl höher.</p>	<p>100 % der Mitarbeitenden von Emmi haben einen Entwicklungsplan</p> <p>50 % aller offenen Stellen werden mit internen Kandidaten besetzt</p>

Ausblick

Um auch künftigen Generationen die besten Milchmomente erlebbar zu machen, richten wir unsere Strategie neu entlang der Handlungsfelder Mitarbeitende, Gesellschaft und Umwelt aus, mit jeweils klar definierten Ambitionen. In dieses Modell reihen wir die bestehenden Fokusthemen ergänzt um ein konkretes Reduktionsziel beim Wasserverbrauch ein. Gleichzeitig haben wir mit der Definition weiterer Themenbereiche begonnen und können diese sowie künftig auch weitere relevante Aspekte als integrierten Teil unseres Ansatzes zu einem wirkungsstarken Modell verschmelzen.

Handlungsfelder der Emmi Nachhaltigkeitsstrategie



Wir bieten ein Umfeld, in dem sich alle Mitarbeitenden willkommen, wertgeschätzt sowie inspiriert fühlen und Entwicklungsmöglichkeiten vorfinden.

Wir schaffen gemeinsamen sozialen Mehrwert und machen nachhaltige Milchwirtschaft zur Norm.

Wir wollen bis 2050 «netZERO» erreichen und gleichzeitig die Kreislaufwirtschaft vorantreiben.

Neue Ziele mit Horizont 2027

Bei unserem Fokusthema «Nachhaltige Milchwirtschaft» weiten wir unser Engagement auf unsere weltweiten Aktivitäten aus. Gemeinsam mit unseren Milchlieferanten, innovativen Partnern und anderen Akteuren wollen wir nachhaltige Lösungen innerhalb der Milch- und Lebensmittelbranche noch stärker vorantreiben und auf systemische Veränderungen hinarbeiten (↪ [Siehe Seite 11 «Nachhaltige Milchwirtschaft»](#)).

Da im Lebenszyklus unserer Produkte der Grossteil der Emissionen ausserhalb unseres direkten Wirkungskreises anfällt, weiten wir unser CO₂-Reduktionsziel auf unsere gesamte Wertschöpfungskette (Scopes 1 bis 3) aus: von der Milchproduktion und dem Rohstoffanbau über den Transport, die Verarbeitung sowie die Verteilung bis hin zum Verbrauch und der Wiederverwertung. Von ganz besonderer Tragweite ist unsere Ambition, unseren CO₂-Fussabdruck bis 2050 auf einen Netto-Null-Reduktionspfad zu bringen. Dies tun wir mit unserer Vision netZERO 2050 auf der Grundlage wissenschaftlich abgestützter und unabhängig validierter CO₂-Reduktionsziele der Science Based Targets Initiative (SBTi) ([↪ Siehe Seite 18 «Treibhausgase reduzieren»](#)).

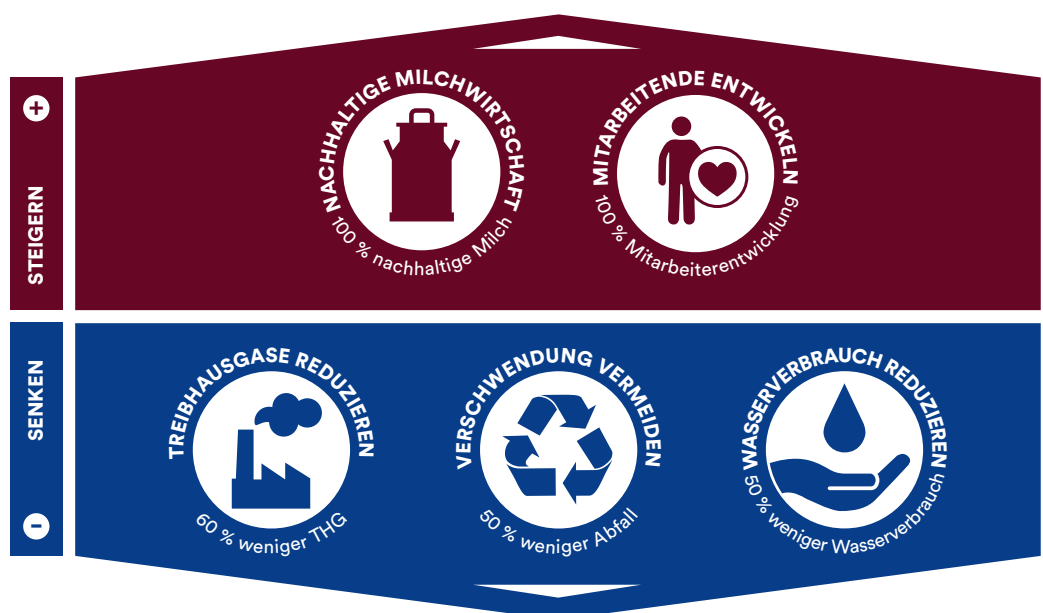
Ebenso ambitioniert haben wir uns die Ziele zur Vermeidung von Verschwendung gesetzt. In unseren eigenen Betrieben wollen wir weitere Fortschritte hinsichtlich Food Waste und Abfall erreichen. Aber insbesondere gilt es branchen- und länderübergreifend endlich Kreisläufe zu schliessen ([↪ Siehe Seite 27 «Verschwendung vermeiden»](#)).

Am Ball bleiben werden wir auch bei der individuellen Entwicklung unserer Mitarbeitenden. Dieses Versprechen gilt nach wie vor global für alle unsere Mitarbeitenden. Und wir sind überzeugt, dass wir im gleichen Zuge immer besser in der Lage sein werden, Positionen – auch im Bereich der Schlüsselstellen – mit internen Kandidatinnen und Kandidaten zu besetzen ([↪ Siehe Seite 32 «Mitarbeitende entwickeln»](#)).

In unserem neuen Fokusthema «Wasser» setzen wir uns konkrete Reduktionsziele. Im Sinne der Wesentlichkeit betonen wir in unserem Engagement aber bewusst Regionen, in denen die Wasserversorgung besonders kritisch ist ([↪ Siehe Seite 39 «Wasser»](#)).

Mehr Informationen: [↪ Link](#)

Emmi Nachhaltigkeitsziele mit Horizont 2027



Wesentliche Themen

Im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse identifizierten wir 14 Themen, die für Emmi und ihre Anspruchsgruppen besonders relevant sind. Aufgrund ihrer hohen Bedeutung und unserer Einflussmöglichkeiten definierten wir «Nachhaltige Milchwirtschaft», «Verschwendung vermeiden», «Treibhausgase reduzieren» und «Mitarbeitende entwickeln» mit Blick auf unsere Nachhaltigkeitsstrategie als Fokusthemen. Bei der Überprüfung unserer Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2020 rückten wir zusätzlich das Thema «Wasser» in den Fokus.

(↻ Siehe «Vorgehensweise bei der Berichterstattung» Seite 81)



Fokusthema Nachhaltige Milchwirtschaft

Der Milch kommt bei Emmi eine zentrale Bedeutung zu. Denn Milch ist unser wichtigster Rohstoff – und für ländliche Regionen ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Zudem spielen neben dem Tierwohl auch die Umweltauswirkungen der Milchproduktion eine zentrale Rolle. Entsprechend setzen wir uns unter Einbindung unserer Milchlieferanten sowie im Verbund mit anderen Akteuren dafür ein, eine umfassend nachhaltige Milchproduktion zur Norm zu machen.

Schon 2016 setzten wir uns zum Ziel, in der Schweiz nur noch nachhaltig produzierte Kuhmilch zu verarbeiten. Unser Engagement trug dazu bei, dass die Schweizer Milchbranche im September 2019 den gemeinsamen Standard «Nachhaltige Schweizer Milch» einführte, der einen grossen Teil unserer Überlegungen aufnahm. Ein Schweizer Milchbauer muss bis spätestens September 2023 zehn Grund- und zwei Zusatzanforderungen erfüllen.

Grundanforderungen «Nachhaltige Schweizer Milch»



Tierwohl

- Täglicher Auslauf auf die Weide (RAUS) oder Laufstallhaltung (BTS)
- Kälber bleiben mindestens 21 Tage auf Geburtsbetrieb
- Regelmässiges Melken
- Strenge Regeln an Viehausstellungen
- Prüfung der Trächtigkeit vor dem Schlachten

Fütterung

- Wenn Soja, nur aus nachhaltigem Anbau
- Kein Palmöl, kein Palmfett

Diverses

- Förderung der Biodiversität
- Jede Kuh hat einen Namen

Weitere Grundanforderungen

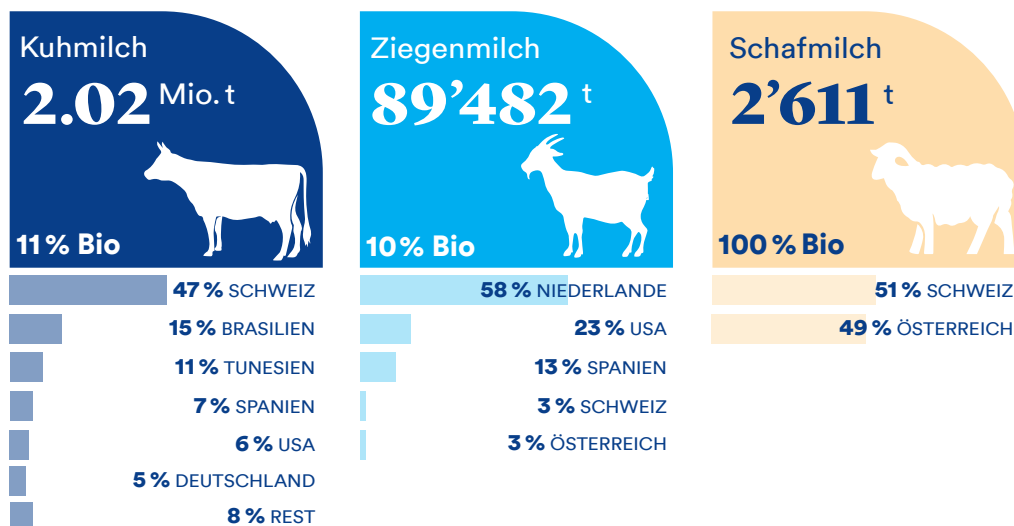
- Sorgfalt bei Antibiotika

Mehr Informationen: [↳Link](#)

Unsere Möglichkeiten, Einfluss auf die Milchproduktion zu nehmen, hängen natürlich von unserer Bedeutung als Einkäuferin im jeweiligen Markt ab, da wir weder eine milchbäuerliche Genossenschaft sind noch eigene Milchviehbestände besitzen. In der Schweiz ist Emmi eine der wichtigsten Abnehmerinnen von Milch: Gut ein Viertel der landesweit produzierten Milchmenge – bei Bio-Milch rund 40 % – wird in unseren Betrieben verarbeitet.

Ebenfalls eine wichtige Rolle als Milchabnehmerinnen spielen unsere Tochtergesellschaften in Tunesien und Chile. In den übrigen Ländern, in denen wir Produktionsstätten betreiben, besitzen wir höchstens regionales Gewicht als Abnehmerin, was den Einflussmöglichkeiten auf die dortige Milchproduktion Grenzen setzt. Wenngleich die von der brasilianischen Laticínios Porto Alegre verarbeitete Milchmenge mit über 300 Millionen Kilogramm im Emmi internen Vergleich bedeutend erscheint. Ausserdem ist die Art der Tierhaltung je nach Land sehr unterschiedlich. Emmi setzt deshalb darauf, gemeinsam mit der jeweiligen Branche Lösungen zu entwickeln, auch wenn die Abstimmungen und Prozesse dadurch komplexer werden.

Von Emmi verarbeitete Milchmengen weltweit (2020)



Entwicklungen 2019/2020

In der Schweiz sind wir auf einem guten Weg, nur noch nachhaltige Milch zu verarbeiten. Ende 2020 erfüllten bereits 93% der 822 Millionen Kilogramm von Emmi in der Schweiz verarbeiteten Milch (exkl. Bio, IP Suisse, Demeter) die Kriterien des neuen Branchenstandards «Nachhaltige Schweizer Milch». Die restlichen Zulieferbetriebe sind in der Umstellung. Nach Ablauf einer vierjährigen Übergangsfrist bis September 2023 werden wir nur noch nachweislich nachhaltige Milch kaufen. Für ihre Bemühungen erhalten die Bauern 3 Rappen mehr pro Kilogramm Milch. Hinzu kamen 141 Millionen Kilogramm Milch, welche 2020 die höheren Nachhaltigkeitsanforderungen von Bio Suisse, IP-Suisse und Demeter erfüllten.

Ausserhalb der Schweiz, wo Emmi in elf Ländern weltweit eigene Produktionsstätten betreibt, in denen zumeist regional hergestellte Milch verarbeitet wird, präsentiert sich die Situation komplexer. So fehlen etwa einheitliche Nachhaltigkeitsstandards, und in Ländern wie Brasilien oder Tunesien ist das Bewusstsein für eine nachhaltige Milchwirtschaft wenig ausgeprägt. Wir entwickeln deshalb zusammen mit der Berner Fachhochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) einen Kriterienkatalog, der mit internationalen Standards wie dem des Dairy Sustainability Framework (DSF) kompatibel ist, um die Nachhaltigkeit der Milchproduktion in unseren Produktionsländern zu messen und so die Ausgangslage für eine zukünftige Weiterentwicklung zu schaffen. Anhand der Erkenntnisse aus dieser Bestandsaufnahme werden wir dann länderspezifische Schwerpunkte und Ziele festlegen, die bis 2027 erreicht werden sollen. Damit wollen wir weltweit überdurchschnittlich nachhaltige Standards bei der Milchproduktion garantieren, die jeweils die lokalen Bedingungen berücksichtigen.

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz

Gemeinsam mit Milchlieferanten, anderen Verarbeitern und Verbänden arbeiteten wir an der Weiterentwicklung des Schweizer Branchenstandards «Nachhaltige Schweizer Milch». Dabei legen wir besonderen Wert darauf, dass zusätzliche Kriterien zum Klimaschutz aufgenommen werden, um die Treibhausgasemissionen aus der Milchproduktion zu reduzieren. Zudem ist die Branche gefordert, aufgrund der blockierten Weiterentwicklung der Schweizer Agrarpolitik (AP22+), die eigenen Nachhaltigkeitsbemühungen noch verstärkt voranzutreiben.

Zusammen mit Partnern der schweizerischen Milchbranche haben wir Ende März 2021 ein Projekt beim staatlichen Ressourcenprogramm zur Förderung der Innovation in der Landwirtschaft eingereicht. Dieses Ressourcenprojekt «Klimastar Milch» sieht vor, zwischen 2022 und 2027 bis zu 500 Milchwirtschaftsbetriebe mit einer Jahresproduktion von total 100 Millionen Kilogramm Milch dabei zu unterstützen, Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Ein besonderer Fokus liegt auf der nachhaltigen, standortangepassten Nutzung der natürlichen Ressourcen (v.a. Futter). Zudem soll die Konkurrenz zwischen Anbauflächen für Tierfutter und Anbauflächen für Nahrung für die Menschen weiter reduziert werden. Basis dafür ist das unter der Leitung von Agroscope und HAFL durchgeführte und unter anderem von Emmi finanziell unterstützte Forschungsprojekt «Flächen- und Nahrungsmittelkonkurrenz in der Milchproduktion».

Tiergesundheit und Antibiotikaeinsatz sind zentrale Aspekte einer nachhaltigen Milchproduktion. Von 2017 bis 2020 bot Emmi daher interessierten Bauern tierärztliche Unterstützung für die präventive Gesundheitsförderung ihrer Kühe an. Dadurch konnte der Antibiotikaeinsatz reduziert werden und es zeigten sich auch positive Effekte auf die Fruchtbarkeit der Tiere. Die Mehrheit dieser Milchbauern will die Unterstützung deshalb weiterhin in Anspruch nehmen.

Mehr Informationen: [↳ Link](#)

Ausserdem unterstützt Emmi in der Schweiz weiterhin folgende Projekte und Organisationen zu spezifischen Nachhaltigkeitsaspekten in der Milchproduktion:

- Das Sojanetzwerk Schweiz setzt sich für einen verantwortungsbewussten Anbau und eine nachhaltige Beschaffung von Futtersoja ein. www.sojanetzwerk.ch
- KOMETIAN ist ein Verein zur Förderung eines komplementärmedizinischen Tierheilangebots, um den Antibiotikaeinsatz in der Nutztierhaltung zu reduzieren. www.kometian.ch
- AgroCleanTech bietet Informationen und die Umsetzung von Förderprogrammen für eine energieeffiziente und klimaschonende Landwirtschaft an. www.agrocleantech.ch

Division Europa

2020 gab es in der Gläsernen Molkerei Deutschland eine erste «Zukunftswerkstatt Biomilch». Gemeinsam mit unseren Milchlieferanten wird die Gläserne Molkerei weiter an Nachhaltigkeitsaspekten wie Nährstoffkreisläufe, Bodenqualität und Artenvielfalt arbeiten.

In den Niederlanden wurde 2018 ein branchenweites Bewertungssystem für nachhaltige Ziegenmilch aufgebaut, bei dem 2020 schon 87% aller Milchproduzenten mitmachten. Der Fokus liegt auf Tierwohl und Tiergesundheit sowie auf Energie und Klima. Alle 49 Ziegenmilchlieferanten des Emmi Tochterunternehmens Bettinehoeve nehmen teil. Bettinehoeve erreichte damit das drittbeste Ergebnis unter zwölf teilnehmenden Milchverarbeitern.

Division Americas

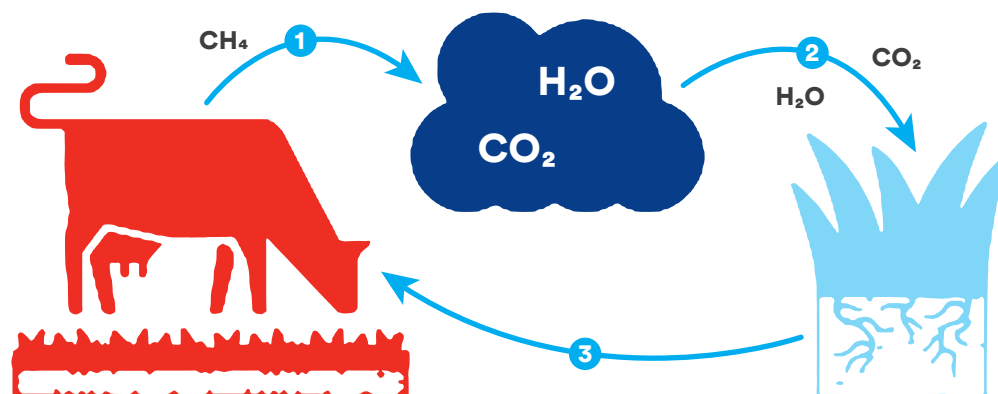
In Tunesien verkaufen vor allem Kleinbauern ihre Milch an unsere Tochtergesellschaft Centrale Laitière de Mahdia («Vitalait»). Um diese und eine nachhaltige regionale Milchproduktion zu unterstützen, hat Vitalait 2019 eine Stiftung gegründet. Landwirtschaftliche Berater besuchen die Kleinproduzenten und beraten sie in Bereichen wie Fütterung, Hygiene, Tierhaltung oder nachhaltiger Bodenbewirtschaftung. Die Stiftung beteiligt sich auch mit bis zu 30% an Investitionen, etwa für Melkanlagen. Seit März 2019 wurden bereits 1'800 Bauern unterstützt.

Managementansatz

103-1

In vielen ländlichen Gegenden der Welt ist die Milch ein bedeutender wirtschaftlicher Faktor, der Arbeitsplätze schafft und zur allgemeinen Wertschöpfung beiträgt. Gerade für bäuerliche Familienbetriebe in ärmeren Ländern ist der Milchverkauf eine wichtige Einkommensquelle. Die Milchproduktion ist aber auch mit gewichtigen ethischen und sozialen Themen verbunden und hat erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt, insbesondere aufgrund der erheblichen Treibhausgasemissionen. Hier lassen sich drei Hauptquellen identifizieren: Methan, das während der Verdauung der Kühe entsteht, Methan und Stickstoff die beim Einsatz von Hofdünger freigesetzt werden und verschiedene treibhausgasaktive Substanzen, die in der Futterproduktion entstehen. Deshalb möchten wir auf die Produktion unseres wichtigsten Rohstoffes noch stärker Einfluss nehmen.

Der natürliche biologische Kohlenstoffkreislauf in der Milchproduktion



Die Kuh ist grundsätzlich Teil eines natürlichen biologischen Kohlenstoffkreislaufs. ① Das Methan, das die Tiere nach der Verdauung in die Luft abgeben, wird innerhalb von zehn Jahren in CO₂ und Wasser (H₂O) aufgespalten. ② Die Pflanzen auf der Wiese nehmen dann beides bei der Photosynthese wieder auf und geben Sauerstoff (O₂) ab. ③ Die Kuh nimmt wiederum beim Fressen Kohlenstoff über das Grünfutter auf.

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Milchprodukte in eine nachhaltige Zukunft zu führen und so für die kommenden Generationen zu erhalten. Das bedeutet unter anderem, dass die Milchproduktion schrittweise hin zu einem Gleichgewicht geführt werden muss, in dem die Milchkuhhaltung dank standortgerechter Haltung - insbesondere Fütterung - die Belastungsmöglichkeiten dieses natürlichen biologischen Kreislaufs respektiert.

103-2

«Nachhaltige Milchwirtschaft» besitzt bei Emmi den Status eines Fokusthemas. Der Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit – zusammengesetzt aus sechs Mitgliedern von Konzernleitung und Managementteam – überprüft die Fortschritte und den Stand der Zielerreichung in allen Fokusthemen regelmässig. Für die operativen Aspekte der Fokusthemen sind jeweils thematisch passend zusammengesetzte, bereichsübergreifende Fokusteams zuständig.

Unser Fokusteam «Nachhaltige Milchwirtschaft» – bestehend aus Nachhaltigkeits- und Landwirtschaftsspezialisten – ist für die Umsetzung unserer Strategie für mehr nachhaltige Milch verantwortlich und koordiniert die Aktivitäten gruppenweit. Dabei wird das Team von unserer Beschaffungsabteilung unterstützt. Gruppenweit tauschen sich unsere Milcheinkäufer alle zwei Monate aus und besprechen zunehmend auch Nachhaltigkeitsaspekte.

In der Schweiz stehen wir mittels Befragungen, periodischer Bestandsaufnahmen, persönlicher Gespräche und Auftritten bei Branchenveranstaltungen mit unseren Milchlieferanten im Dialog. Traditionell eng ist auch die Zusammenarbeit mit der Hauptaktionärin und grössten Milchlieferantin Genossenschaft Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP). Zudem sind wir in der Branchenorganisation Milch (BOM) vertreten und arbeiten dort mit anderen Akteuren an der Weiterentwicklung des Standards «Nachhaltige Schweizer Milch», engagieren uns in Forschungspartnerschaften und tauschen uns mit anderen Milchverarbeitern aus. Zudem gehen wir das Thema gemeinsam mit unseren Kunden an, indem wir einen offenen Dialog pflegen und gemeinsame Projekte umsetzen.

Gruppenweit ist unser Ziel, dass bis 2027 die von unseren Gruppengesellschaften eingekaufte Milch nach im regionalen Vergleich höheren Nachhaltigkeitsstandards produziert wird ([siehe Entwicklungen 2019/2020 Seite 13](#)).

103-3

Um unseren Fortschritt bei der Verarbeitung von nachhaltig produzierter Milch zu beurteilen, erfassen wir, wie viele unserer Schweizer Lieferanten die Kriterien des Branchenstandards «Nachhaltige Schweizer Milch» erfüllen und welcher Milchmenge das entspricht. Ebenso erheben wir den Anteil besonders nachhaltiger Milch (Bio, IP-Suisse, Demeter).

2019 wurden der Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch» und andere Schweizer Milchproduktionsstandards vom WWF Schweiz überprüft. Positiv bewertet wurden der Einsatz von ausschliesslich zertifiziertem Soja, der Ausschluss von Palmfett und Palmöl und die Forderung nach genügend Auslauf via «Besonders tierfreundliche Stallhaltung» (BTS) oder «Regelmässiger Auslauf» (RAUS). Nachholbedarf sieht der WWF Schweiz in den Bereichen Boden und Wasser, Biodiversität, beim Thema Klima und beim Einsatz von Kraftfutter. Wir begrüßen deshalb, dass die Branchenorganisation Milch (BOM) bei der Weiterentwicklung des Branchenstandards auf das Themenfeld Klima fokussiert. Darüber hinaus möchten wir Empfehlungen zu einem nachhaltigen Kraftfutareinsatz erarbeiten.

Emmi ist Mitglied im Dairy Sustainability Framework (DSF) und erstattet dort jährlich Bericht zu Tiergesundheit, Treibhausgasemissionen und Abfall. Damit unterstützen wir die globale Initiative für mehr Nachhaltigkeit im Milchsektor, die auf eine gute Datengrundlage angewiesen ist. Auf diese Indikatoren können wir nun in der Erarbeitung unseres Kriterienkatalogs für die von unseren Tochtergesellschaften ausserhalb der Schweiz verarbeitete Milch zurückgreifen.

Indikatoren

Weltweit verarbeitete Milchmengen

		2019	2020	Δ
Kuhmilch	t	1'971'283	2'027'635	3 %
Ziegenmilch	t	84'772	89'482	2 %
Schafmilch	t	1'309	2'610	99 %
Total	t	2'057'364	2'119'727	3 %

Anteil verarbeitete «Nachhaltige Schweizer Milch» (Swissmilk green)

93 %

Weltweit verarbeitete Bio-Milchmengen

		2019	2020	Δ
Bio-Kuhmilch	t	191'370	224'088	17 %
Bio-Ziegenmilch	t	6'725	9'349	39 %
Bio-Schafmilch	t	1'309	2'610	99 %
Total Bio-Milch	t	199'404	236'047	18 %



Fokusthema Treibhausgase reduzieren

Der Klimawandel ist eine globale Herausforderung, der sich Unternehmen stellen müssen. Wir gehen diese Aufgabe engagiert und verantwortungsbewusst an, weil wir der Ansicht sind, dass Milchprodukte aufgrund der bedeutenden Treibhausgasemissionen in der Milchproduktion diesbezüglich deutliche Fortschritte machen müssen, um zukunftsfähig zu sein. Der Klimaschutz und die Reduktion von Treibhausgasen sind für ein langfristig denkendes Unternehmen wie Emmi deshalb eine drängende Verpflichtung.

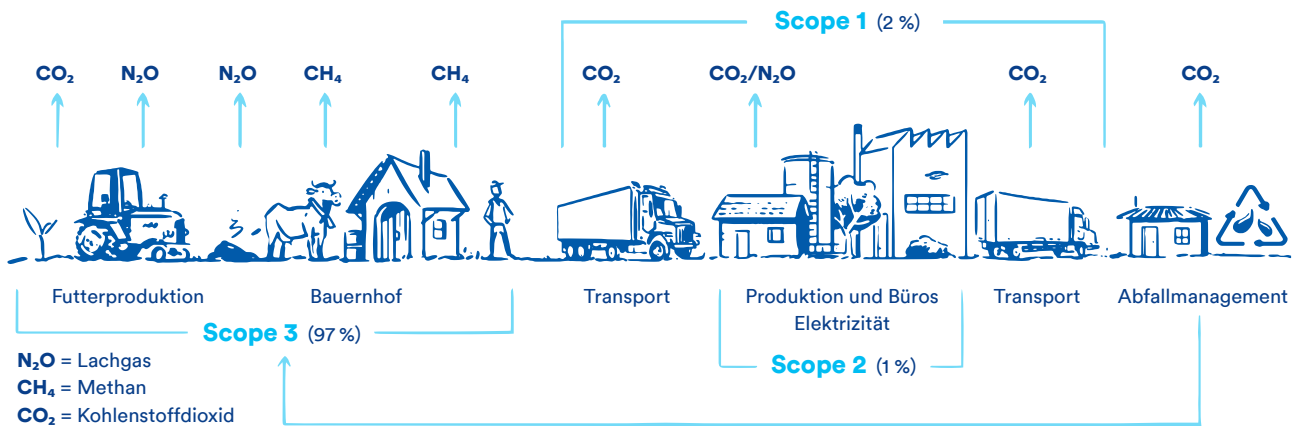
Entwicklungen 2019/2020

Wir arbeiteten auf verschiedenen Ebenen aktiv an der Reduktion unserer Treibhausgasemissionen. Mit 2020 im Vergleich zum Basisjahr 2014 um 24 % tieferen Treibhausgasemissionen in unseren eigenen Betrieben, in den eingekauften Energieträgern sowie in unserer Gütermobilität (Scopes 1 und 2) haben wir unser Reduktionsziel von 25 % nahezu erreicht. Die Schweiz trug den Löwenanteil dazu bei.

2020 wurde entschieden, ab 2021 auch die Standorte in Nord- und Südamerika mit Stromzertifikaten aus erneuerbaren Quellen abzudecken (-19'000 t CO₂). Dies nachdem 2017 zuerst die Schweizer Betriebe (-14'800 t CO₂) und 2018 alle Standorte in Europa (-17'600 t CO₂) umgestellt worden waren.

Im Jahr 2020 haben wir unseren CO₂-Fussabdruck entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingehend überprüft, um den aktuellen Umfang und Scope unserer Emissionen zu verstehen. Für die Festlegung der neuen Emissionsreduktionsziele von der Produktion und der bezogenen Energie (Scopes 1 und 2) bis hin zur gesamten Wertschöpfungskette (Scope 3) sind wir einer streng wissenschaftsbasierten Methodik in Übereinstimmung mit dem Greenhouse Gas Protocol und der Science Based Targets initiative (SBTi) gefolgt. 97 % aller Treibhausgasemissionen fallen in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette an. Den deutlich grössten Anteil verursachen Methan- und Lachgasemissionen in der Milchproduktion (diese Treibhausgase sind um ein Vielfaches schädlicher als CO₂). Zudem kann auch der Anbau von Futter erhebliche Emissionen verursachen ([↻ siehe Seite 16](#)).

Treibhausgasemissionen entlang der Emmi Wertschöpfungskette



Scope 1:

Scope 1 umfasst alle direkt vom Unternehmen verursachten Emissionen (z.B. Brennstoffe, Kältemittel).

Scope 2:

Scope 2 umfasst die indirekten, mit eingekaufter Energie verursachten Emissionen (Elektrizität, Fernwärme).

Scope 3:

Scope 3 umfasst alle vor- und nachgelagerten Treibhausgasemissionen. Bei Emmi sind das beispielsweise die Milchproduktion und die Herstellung respektive Entsorgung von Produktverpackungen.

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz

In unserem Heimmarkt gab es zahlreiche Projekte und Initiativen zur CO₂-Einsparung. So wird die Abwärme der Kälteanlage am Standort in Kirchberg inzwischen bestmöglich zur Wärmerückgewinnung genutzt. Die Photovoltaikanlage der Käserei Studer wurde von 91 MWh auf 250 MWh erweitert. Weitere Photovoltaikanlagen an anderen Standorten wurden in Betrieb genommen. 2019 und 2020 konnten wir unsere Energieeffizienz gegenüber 2018 je um 2% steigern.

In der Berichtsperiode gab es auch einige Verzögerungen bei wichtigen Projekten. So kann der Standort Suhr erst Mitte 2021 – und damit später als geplant – an das lokale Fernwärmenetz angebunden werden. Dieser Wechsel wird jährlich 5'500 Tonnen CO₂ pro Jahr einsparen.

Im Transportbereich laufen verschiedene «Leuchtturmprojekte». So stellen wir unseren Mitarbeitenden an den grösseren Standorten seit 2019 für geschäftliche Fahrten Elektrofahrzeuge zur Verfügung. Ausserdem haben wir Ende 2020 die ersten Wasserstofflastwagen in Betrieb genommen. Die wenigen 2020 noch per Flugzeug absolvierten Geschäftsreisen haben wir zum ersten Mal kompensiert. Die Mittel fliessen einem myclimate-Projekt zur Stromproduktion aus FSC-Holzabfall im Amazonas zu. Generell werden wir in Zukunft Geschäftsreisen reduzieren und die Emissionen der verbleibenden Flüge kompensieren.

Division Europa

Die Standorte in Europa konnten 2020 gegenüber dem Vorjahr 380 Tonnen CO₂ reduzieren (–4%).

Seit 2019 produzieren wir am Standort Nüziders (Österreich) jährlich rund 160 MWh Strom mit einer Photovoltaikanlage.

Die Standorte von Emmi Dessert Italia in Gattico, Pero und Lasnigo setzten Massnahmen aus den Energieaudits um. Sie konnten insgesamt eine 6%ige Energieeffizienzsteigerung erreichen. Durch konsequente Isolierungen und Optimierung des Drucks der Eiswasserpumpe wurden 2020 rund 1'900 MWh weniger Energie verbraucht. Dadurch wurden 495 Tonnen CO₂ eingespart.

Kältemittelverluste führten 2020 zu einer Zunahme von 100 Tonnen treibhausgasaktiven Emissionen bei Nüziders (Österreich). Das Problem wurde mittlerweile behoben.

Division Americas

In der Division Americas hat Wachstum zu einer Steigerung der absoluten Emissionen geführt.

Die Standorte der Division Americas stiessen 2020 1'350 Tonnen weniger CO₂ aus als 2019. Durch den Wechsel von Öl auf Gas konnte die chilenische Quillayes Surlat 2020 rund 3'670 Tonnen CO₂ einsparen.

Auch Energieverluste konnte die chilenische Quillayes Surlat durch bessere Isolierung reduzieren.

Emmi Roth in den USA hat 2019 eine neue Photovoltaikanlage mit einer Jahresproduktion von rund 680 MWh in Betrieb genommen.

Die mexikanische Mexideli nahm 2020 eine effiziente und klimaneutrale CO₂-Kälteanlage in Betrieb – die erste dieser Art in dem lateinamerikanischen Land – und konnte dank der Zusammenlegung der Standorte auch die Transportkilometer deutlich reduzieren.

Managementansatz

103-1 Emmi steht bei der Reduktion von Treibhausgasen vor einer besonderen Aufgabe, denn die Herstellung und der Vertrieb von Milchprodukten ist ein energie- und emissionsintensives Geschäft. Mit einer Besonderheit: Fast der gesamte Treibhausgasausstoss entsteht in der vorgelagerten, nicht direkt beeinflussbaren Rohstoffproduktion. Innerhalb unserer eigenen Wertschöpfungskette benötigt das Erwärmen und Kühlen der Rohstoffe während der Verarbeitung viel Energie und bei Transport und Lagerung muss eine einwandfreie Kühlkette sichergestellt werden.

103-2 «Treibhausgase reduzieren» besitzt bei Emmi den Status eines Fokusthemas. Der Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit – zusammengesetzt aus sechs Mitgliedern von Konzernleitung und Managementteam – überprüft die Fortschritte und den Stand der Zielerreichung in allen Fokusthemen regelmässig. Für die operativen Aspekte der Fokusthemen sind jeweils thematisch passend zusammengesetzte, bereichsübergreifende Fokusteams zuständig.

Wir überwachen den Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen aller Produktionsstandorte kontinuierlich. In den Schweizer Betrieben wird dies auch durch das nach ISO 14001 zertifizierte Umweltmanagementsystem sichergestellt, in den europäischen Werken spezifisch noch nach ISO 50001.

Bei der Stromversorgung setzt Emmi auf auf regenerative Energie durch Einkauf von Grünstromzertifikaten. Seit Anfang 2017 arbeiten alle Werke in der Schweiz mit Strom aus Wasserkraft. Seit 2018 werden auch unsere Betriebe in Europa mit nachhaltigem Strom aus Wasserkraft beliefert. Seit Anfang 2021 beziehen die Betriebe der Division Americas ebenfalls Strom aus erneuerbarer Energie.

Ausserdem stärken wir die Eigenproduktion erneuerbarer Elektrizität und Wärme. Als alternative Energieträger haben sich Fernwärme, Solarenergie (v.a. auf den Dächern unserer Produktionswerke) und Holzschnitzel bewährt. Zudem prüfen wir Optionen mit Biogas.

Um den Ausstoss von Treibhausgasen weiter zu reduzieren, setzen wir auf verbesserte Energieeffizienz sowie den Ersatz fossiler Energieträger durch CO₂-ärmere Alternativen. Zu den Effizienzschritten gehören beispielsweise Prozessoptimierungen, der Einsatz besserer Pumpen und Motoren sowie Verfahren, mit denen Wärme zurückgewonnen wird. Dies bauen wir kontinuierlich weiter aus.

Emmi hält zudem weiterhin am Entscheid fest, nicht mehr in Technologien zu investieren, die auf fossilen Energieträgern basieren.

Bei unseren weiteren Schritten orientieren wir uns an unseren neuen Unternehmenszielen, die von der Science Based Targets Initiative (SBTi) validiert sind:

Bis 2027 wollen wir in Scopes 1 und 2 eine absolute Reduktion der CO₂-Emissionen von 60 % im Vergleich zu 2014 zu erreichen, was auf Kurs ist mit dem 1.5-Grad-Ziel SBTi.

Im Scope 3 werden sich unsere Anstrengungen auf eine CO₂-Reduktion in der Milchproduktion richten. Dieser Ansatz ist nach dem «baseline stabilization scenario» ebenfalls SBTi-konform. Weil wir keinen direkten Einfluss auf die Emissionen in unserer vorgelagerten Lieferkette haben, arbeiten wir mit unseren Lieferanten, anderen Molkereien, Nichtregierungsorganisationen sowie der Wissenschaft und Forschung zusammen.

103-3

In allen Emmi Werken weltweit werden Kennzahlen für Strom, Gas, Öl und andere Energieträger erhoben, auch SGS-Audits für alle Umweltkennzahlen sind Standard.

In der Schweiz überprüft Emmi die Einhaltung ihrer CO₂-Zielvereinbarung mit dem Bund periodisch.

Um künftig die Treibhausgasemissionen in der vorgelagerten Lieferkette senken zu können, müssen wir in einem nächsten Schritt Primärdaten erheben. Aktuell arbeiten wir mit Emissionsfaktoren der «World Food LCA Database». Der Fokus liegt zuerst auf der Schweiz. Von den Erfahrungen mit den Reduktionsmassnahmen in unserem Heimmarkt werden in den kommenden Jahren die Emmi Standorte in den übrigen Ländern profitieren.

Indikatoren

302

ENERGIE¹

302-1

		2019	2020	Δ
WÄRME		382'365	420'650	10 %
Heizöl	MWh	61'365	48'057	-22 %
Erdgas	MWh	291'398	344'484	18 %
Diesel	MWh	3'729	3'578	-4 %
Holzschnitzel	MWh	2'332	1'980	-15 %
Fernwärme	MWh	23'542	22'551	-4 %

TREIBSTOFFVERBRAUCH FAHRZEUGE

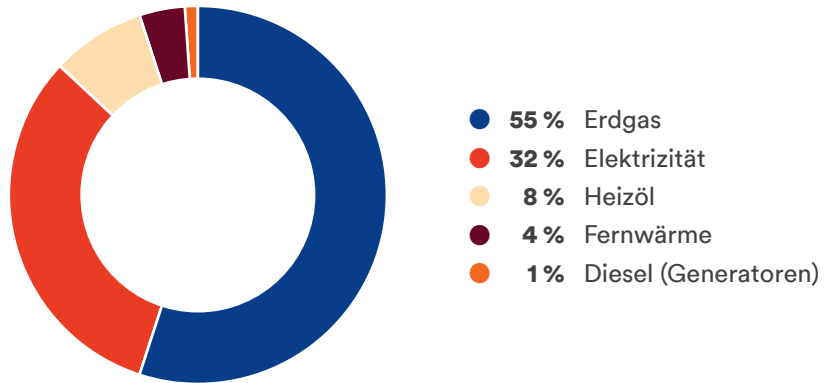
Benzin	Liter	188'491	178'660	-5 %
Diesel	Liter	3'003'859	2'844'514	-5 %

ELEKTRIZITÄT

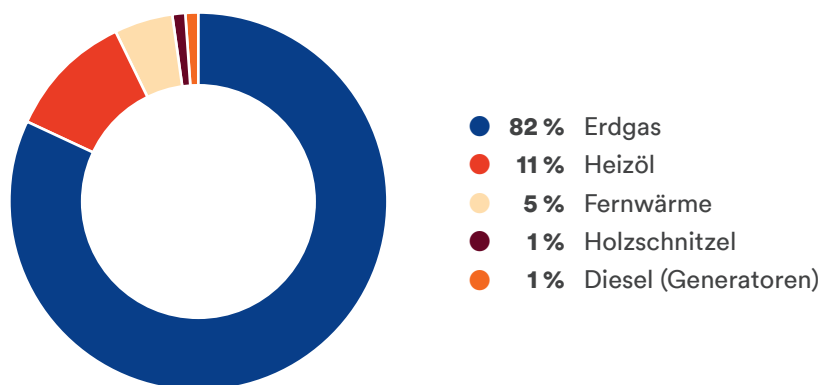
		194'650	200'463	3 %
Anteil erneuerbar	MWh	149'346	149'924	0 %
Anteil nicht erneuerbar	MWh	45'304	50'540	12 %

¹ Die Berechnungsgrundlage der Umweltkennzahlen ist auf Seite 85 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

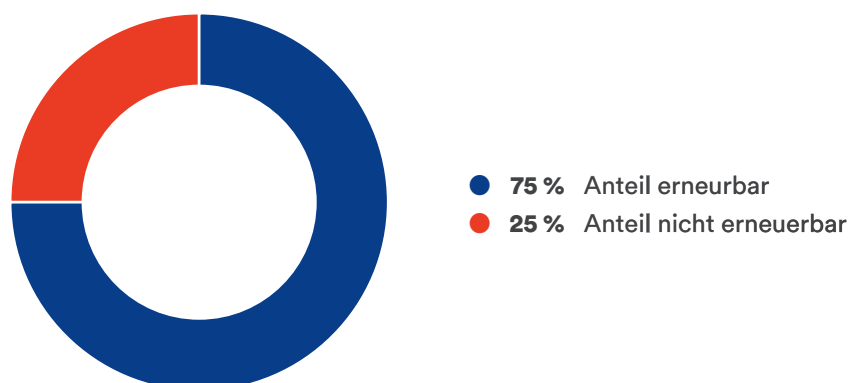
Betrieblicher Energieverbrauch (2020)



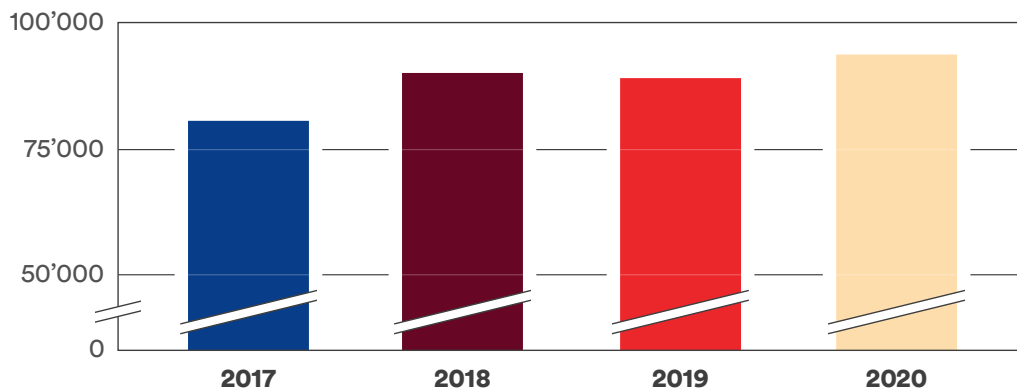
Wärmeverbrauch nach Energiequelle (2020)



Gesamtelektrizitätsverbrauch nach Quellen erneuerbar und nicht erneuerbar (2020)



Gesamtelektrizitätsverbrauch 2017 – 2020 (MWh)



305

EMISSIONEN

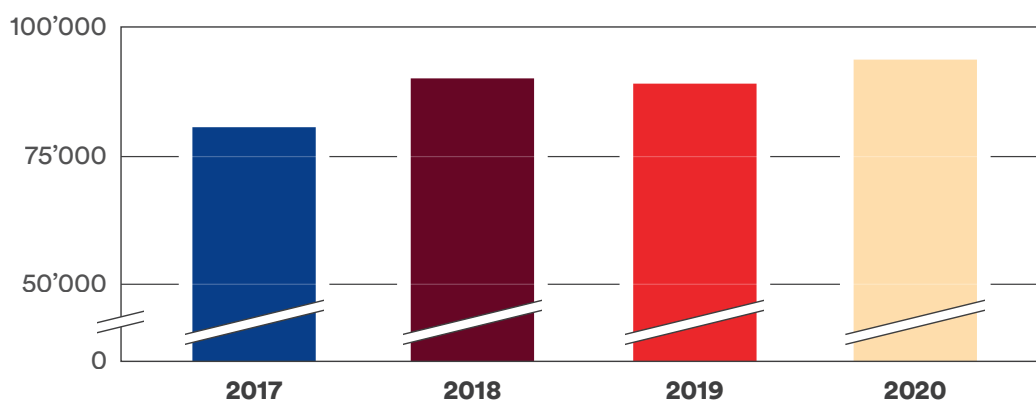
305-1

DIREKTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN (SCOPE 1)¹

		2019	2020	Δ
Brennstoffe	tCO ₂ e	74'400	78'246	5%
Kältemittel	tCO ₂ e	3'046	3'495	15%
Transport/Treibstoff	tCO ₂ e	8'351	7'904	-5%
Total	tCO₂e	85'797	89'645	4%

¹ Die Berechnungsgrundlage der Umweltkennzahlen ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

Treibhausgasemissionen (Scope 1) 2017 – 2020 (tCO₂e)



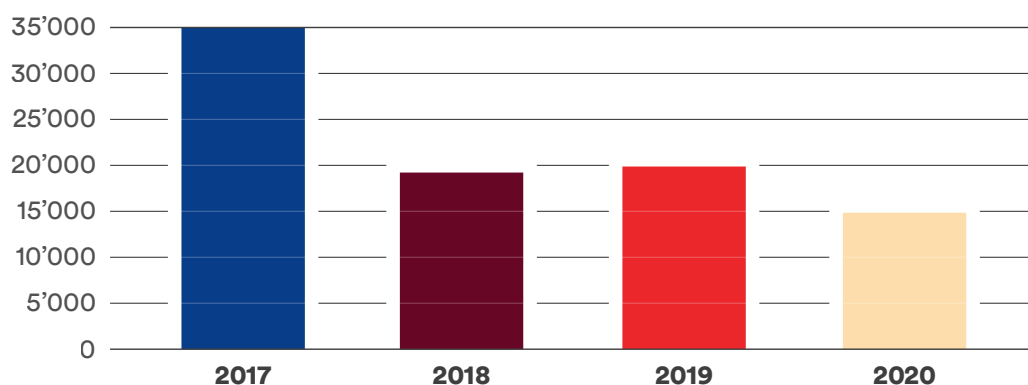
305-2 Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)¹

		2019	2020	Δ
Elektrizität	tCO ₂ e	19'828	14'841	-25 % ²
Andere (z.B. Fernwärme)		44	42	-4 %
Total	tCO₂e	19'872	14'883	-15 %

1 Die Berechnungsgrundlage der Umweltkennzahlen ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden. Basierend auf World Food LCA Database.

2 Durch den Einsatz einer Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) bei der Centrale Laitière de Mahdia («Vitalait») konnten wir die eingekaufte Elektrizität deutlich reduzieren. Gleichzeitig führt dies zu einem erhöhten Erdgasverbrauch.

Indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2) 2017 – 2020 (tCO₂e)



305-3 Sonstige indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)¹

		2019	2020	Δ
Total Scope 3	tCO₂e	4'953'252	5'321'746	7 %
davon Kategorie 1: Eingekaufte Güter und Dienstleistungen		4'583'584	4'707'873 ²	3 %
davon Milch ³		4'004'093	4'128'382	3 %

1 Die Berechnungsgrundlage der Umweltkennzahlen ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden. Basierend auf World Food LCA Database.

2 Nur Milch für 2020 neu erhoben, Rest der Kategorie-1-Emissionen von 2019 übernommen.

Die Zunahme der Scope-3-Emissionen resultiert aus einem Anstieg der verarbeiteten Milchmenge, vor allem ausserhalb der Schweiz. Im Durchschnitt sind die Emissionsfaktoren der Milchproduktion im Ausland höher, da die durchschnittlichen Produktionssysteme im Vergleich zur Schweiz weniger Milchleistung erbringen. Wir arbeiten bisher mit Werten aus der LCA Food Database, planen aber in Zukunft eigene Daten zu erheben, um genauere Werte zu erhalten. Zudem sind 2020 neu die Tochtergesellschaften Leeb in Österreich und Quillayes in Chile (Zusammenschluss mit Surlat) hinzugekommen. Ausserdem wurde Laticínios Porto Alegre in Brasilien schon einbezogen, da die Milchmenge dieser Tochtergesellschaft 16 % der weltweit verarbeiteten Milchmenge der Emmi Gruppe ausmacht. Üblicherweise werden neue Betriebe erst zwei Jahre nach der Übernahme in das Nachhaltigkeitsreporting integriert.

Zu den bedeutendsten Scope 3-Emissionen zählt der Einkauf von Milch, Käse und Jogurt. Weitere relevante Scope 3-Emissionen stammen aus dem Anbau von Früchten und Kaffee sowie von Verpackungsmaterialien. Eingerechnet ist auch graue Energie aus der Energie- und Treibstoffproduktion sowie die Abfallentsorgung.

305-4 Intensität der Treibhausgasemissionen¹

	2019	2020	Δ
tCO ₂ pro TCHF Umsatz ²	1,45	1,46	1%

¹ Die Berechnungsgrundlage der Umweltkennzahlen ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

² Der Umsatz von Emmi stieg von CHF 3,49 Milliarden im Jahr 2019 um 6 % auf über CHF 3,7 Milliarden im Jahr 2020.

305-5

2019 konnten wir die Treibhausgasemissionen in den Scopes 1 und 2 um 34'909 Tonnen gegenüber 2014 und gegenüber dem Vorjahr 2018 um 104 Tonnen senken.

Die Treibhausgasemissionen in den Scopes 1 und 2 sind 2020 im Vergleich zum Basisjahr 2014 um 36'050 Tonnen und im Vergleich zum Vorjahr 2019 um 1'141 Tonnen gesunken.

Die Reduktion der Treibhausgasemissionen resultiert aus zahlreichen Effizienzsteigerungsmassnahmen, wie zum Beispiel Isolation, Wärmerückgewinnung und Prozessoptimierungen, die wir weltweit in unseren Betrieben umsetzen. Zudem investierten wir 2019 in eine weitere Kraft-Wärme-Kopplung mittels Erdgas in unserem Werk in Tunesien. Da wir keinen Strom mehr vom örtlichen Netzbetreiber beziehen und auch die anfallende Wärme selbst direkt am Standort nutzen können, wird in Summe deutlich weniger CO₂ ausgestossen.

Anteil Strom aus Wasserkraft bei den Emmi Standorten in der Schweiz und Europa

- Ende 2019: 100 %
- Ende 2020: 100 %

Treibhausgase nach Division (in Scopes 1 und 2)¹

		2019	2020	Δ
Division Schweiz	tCO ₂ e	40'836	41'263	1%
Division Europa	tCO ₂ e	9'135	8'748	-4%
Division Americas	tCO ₂ e	55'654	54'474	-2%

¹ Die Berechnungsgrundlage der Umweltkennzahlen ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.



Fokusthema Verschwendung vermeiden

Unter dem Thema «Verschwendung vermeiden» verstehen wir einerseits die Reduktion von Produktionsabfällen und Lebensmittelabfällen («Food Waste»). Hier ist die Aufgabe, die Mengenströme zu identifizieren, zu reduzieren und damit auch die Kosten zu senken. Andererseits haben wir auch die Produktverpackungen besonders im Blick.

Um Abfälle dauerhaft zu vermeiden muss eine Kreislaufwirtschaft entstehen: Der grösstmögliche Anteil der Verpackung muss einfach und kostengünstig wiederverwertbar sein. Verpackungen sollten so zusammengesetzt und konzipiert sein, dass sie in der Wertschöpfungskette verbleiben und wieder für Lebensmittel eingesetzt werden können. Für diese Recyclingfähigkeit ist es wichtig, Materialien zu wählen, die im Kreislauf geführt werden können, wobei biologisch abbaubare Kunststoffe für uns nicht im Vordergrund stehen. Nicht ausgeblendet werden können in dieser Thematik auch die derzeit vielerorts noch fehlenden Kreislaufsysteme für grundsätzlich wiederverwertbare Materialien.

Weiter gilt es nicht nur die aus Kreislaufsicht optimalen Verpackungsmaterialien einzusetzen sondern auch den Materialeinsatz per se zu reduzieren. Für uns stellt sich dabei die Herausforderung, das Gewicht der Verpackungen zu reduzieren und gleichwohl einen guten Schutz des Produkts zu gewährleisten. Im Hinblick auf die dahinter stehenden Umweltauswirkungen muss bei Produkten mit tierischen Rohstoffen immer der Produktschutz priorisiert werden.

Aktuell gibt es noch kein Material oder System, das sich bei den Produktverpackungen als ideal erwiesen hat und von Konsumentinnen und Konsumenten akzeptiert wird. Wir erkennen jedoch eine sehr hohe Innovationsdynamik im Markt. Um Mehrwegsysteme einzuführen, fehlen im Markt derzeit die Rücknahme- und Reinigungssysteme. Als internationale Unternehmensgruppe beobachten wir die Entwicklungen in allen Ländern, in denen Emmi vertreten ist, und handeln, sobald sich Trends etablieren. Zudem gibt es grosse länderspezifische Unterschiede bei den eingesetzten Materialien, der Kennzeichnung, den Sortier- und Wiederverwertungsmöglichkeiten. Das erschwert eine einheitliche Linie.

Entwicklungen 2019/2020

Von 2017 bis 2020 konnten wir den von unseren Betrieben global verursachten Abfall um 10 % und die Lebensmittelverschwendung («Food Waste») in der Schweiz um 11 % senken. Zum Ziel gesetzt hatten wir uns eine 20%ige Reduktion gegenüber dem Basisjahr 2017. Diese Vorgabe haben wir somit deutlich verfehlt.

Dass wir unser Abfallziel nicht erreicht haben, lässt sich im Wesentlichen auf eine Verschwendungsquelle zurückführen. So wird der bei der tunesischen Centrale Laitière de Mahdia entstehende Schlamm aus der Abwasserreinigung auf einer Deponie entsorgt. Der bis anhin von uns verfolgte Lösungsansatz (direkte Ausbringung als Dünger auf den Feldern) hat sich als nicht zielführend erwiesen. Ende 2020 mussten die entsprechenden Pläne nach einer endgültigen Absage durch die zuständige Behörde beigelegt werden. Nun werden wir neue Lösungsansätze (Biogas, Kompost, Trocknung und Einsatz als Brennstoff) evaluieren und in die vertiefte Abklärung bringen.

Beim Food Waste dauern die Abklärungen für ein Investitionsprojekt, mit dem eine deutliche Reduktion erzielt werden könnte, länger als geplant. So verschiebt sich diese in die nächste Zielsetzungsperiode.

In den letzten beiden Jahren optimierten wir unsere Verpackungen hinsichtlich des Materialverbrauchs und möglicher Alternativen zu Kunststoff. So wurde zum Beispiel auf unnötige Umverpackungen verzichtet, Stülpedeckel aus Kunststoff bei Jogurt und Spezialitätenrahm fielen weg, Plastiktrinkhalme wurden durch solche aus Karton ersetzt.

Die Ansätze der Kreislaufwirtschaft werden gerade im Bereich der Verpackungen immer wichtiger und aktueller. 2020 haben wir deshalb ein neues Fachteam für nachhaltige Verpackungen geschaffen.

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz

Bei vielen Produkten konnte Verpackungsmaterial eingespart werden:

Das Gewicht von Aktifit- und Benecol-Flaschen (Mini-Drinks) wurde um 10 % reduziert, die Trays und Kartonagen optimiert.

Bei Emmi Caffè Latte wurde die Sleeve-Dicke reduziert.

Um die Recyclingfähigkeit zu verbessern, wurden verschiedene Multilayer-Verpackungen auf Monolayer umgestellt (Racletteschalen, Luzerner Rahmkäse-Sticks).

Wir haben eine interne Initiative lanciert, Verpackungsabfälle in den Kreislauf zurückzuführen (z.B. Aluplatinen).

2020 haben wir ein neues Team geschaffen, um unsere Bemühungen für nachhaltige Verpackungen weiter voranzutreiben.

Division Europa

Die Gläserne Molkerei in Deutschland verzichtet bei Jogurt und Buttermilch auf die zusätzlichen Stülpedeckel und sparte damit 30 Tonnen Kunststoff. Als Alternative werden den Konsumentinnen und Konsumenten neu anstatt dessen Mehrwegdeckel angeboten.

Emmi Dessert Italia wechselte bei den meisten Verpackung von Polystyrol (PS) auf Polypropylen (PP) oder Polyethylenterephthalat (PET) und setzt dabei schon mehr als 18 % (rund 240 t) rezykliertes PET ein.

Division Americas

Die Cowgirl Creamery in Kalifornien (USA) hat ihr e-Commerce Packaging deutlich verbessert. Durch neu entwickelte Versandverpackungen verbesserte sich die Recyclingfähigkeit der Materialien. Zudem reduzierte sich die Abfallmenge um ca. 2.5 Tonnen. Seit 2020 wird beim Versand kein Styropor und keine Luftpolsterfolien mehr verwendet. Die isolierende Umverpackung für verderbliche Ware konnten wir ebenfalls optimieren.

Bei Kaiku in Spanien wurden die verwendeten Verpackungsmaterialien zum Teil verringert oder ersetzt. So liessen wir den Karton als Umverpackung bei mehreren laktosefreien Kaiku-Produkten weg, auch beigefügte Löffel gibt es nicht mehr. Bei den Produkten Kaiku Gurea und Kaiku Begetal ersetzten wir die Kunststoffverpackung durch Karton und bei pflanzlichen Getränken substituierten wir die Tetra-Verpackung durch biobasierte Kunststoffe. Das Gewicht verschiedener Kartonverpackungen wurde reduziert.

Managementansatz

103-1 Abfälle zu vermeiden ist für Emmi aufgrund betriebswirtschaftlicher und ökologischer Aspekte relevant. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht sind die eingesparten Entsorgungskosten am augenfälligsten, gleichzeitig spart die Vermeidung von Verlusten im Produktionsprozess wertvolle Ressourcen. Aber Verschwendung von Materialien und Produkten kann auch ausserhalb unseres Unternehmens, entlang der gesamten Wertschöpfungskette entstehen: bei Lieferanten, bei den Abnehmern sowie bei den Konsumentinnen und Konsumenten.

103-2 «Verschwendung vermeiden» besitzt bei Emmi den Status eines Fokusthemas. Der Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit – zusammengesetzt aus sechs Mitgliedern von Konzernleitung und Managementteam – überprüft die Fortschritte und den Stand der Zielerreichung in allen Fokusthemen regelmässig. Für die operativen Aspekte der Fokusthemen sind jeweils thematisch passend zusammengesetzte, bereichsübergreifende Fokusteams zuständig. Während die gesamte Abfallthematik traditionell im zentral gesteuerten aber seit geraumer Zeit in den Produktionsbetrieben integrierten Umweltmanagement angesiedelt ist, wurde für nachhaltige Verpackungen extra eine neue Stelle eingerichtet, während Food Waste-Themen als Projekte angegangen werden.

Im Abfallmanagement lautet unser Credo: «Vermeiden, Vermindern, Verwerten». Das bedeutet, dass unvermeidbare Abfälle in erster Priorität vermindert werden, um dann für die möglichst geringe Restmenge eine optimale Lösung, idealerweise in einem Kreislaufsystem, zu finden.

Das Abfallmanagement steuern wir in den Produktionsbetrieben über das Umweltmanagement. Wir setzen den Schwerpunkt auf die Reduktion des Abfalls, der bislang in die Verbrennung oder auf Deponien gelangt. Während die Schweizer Emmi Betriebe seit langem ein professionelles, nach ISO 14001 zertifiziertes Abfallmanagement anwenden, fehlen in vielen ausländischen Produktionsstätten momentan die Steuerungsmechanismen und dementsprechend auch Daten. Wir arbeiten daran, diese Lücken Schritt für Schritt zu schliessen. In den Schweizer Produktionsbetrieben gibt es ein detailliertes Abfallmonitoring. Wo eine stoffliche Verwertung nicht möglich ist, erfolgt eine energetische – vorzugsweise in modernen Kehrlichtverbrennungsanlagen. Organische Abfälle werden in Biogasanlagen verwertet. Der technologische Fortschritt eröffnet laufend neue Möglichkeiten, Reststoffe nicht zu entsorgen, sondern gewinnbringend einzusetzen.

Das Ziel, möglichst keine Lebensmittel zu verschwenden, treiben wir unter anderem mit der Initiative Emmi Operational Excellence (EOE) voran. Unvermeidbare Lebensmittelabfälle, wie beispielsweise Molke aus der Käseherstellung, sollen wenn immer möglich zu Lebensmitteln verarbeitet werden. Oberste Maxime ist aber, die Entsorgung qualitativ einwandfreier Lebensmittel zu vermeiden. Überschüssige oder falsch verpackte Produkte verkaufen wir in unseren Fabrikläden zu reduzierten Preisen oder spenden einwandfreie Lebensmittel an gemeinnützige Organisationen, wie zum Beispiel «Tischlein deck dich» oder «Schweizer Tafeln».

Bei Verpackungsmaterial nutzen wir zunehmend erneuerbare Materialien, die nach Gebrauch in einen Kreislauf zurückgeführt werden können. Wir unterstützen den Aufbau von Kreislaufsystemen auch durch unsere Mitgliedschaft im Verein PRISMA, der ein zukunftsfähiges Recyclingsystem für sämtliche Materialien anstrebt. Ausserdem engagieren wir uns bei der Drehscheibe Kreislaufwirtschaft und bei Realcycle.

Bei der Auswahl und dem Erproben neuer Verpackungsmaterialien oder -konzepte hat der Produktschutz höchste Priorität. Geprüft wird aber auch die Recyclingfähigkeit des Stoffs oder Stoffgemischs, zum Beispiel nach Cyclos-HTP oder Recyclclass. Auch die Herkunft der Rohstoffe, der Recyclat-Anteil und die Materialgesundheit spielen eine Rolle. Zudem berechnen wir die CO₂-Emissionen.

Da das Thema höchst dynamisch ist und die ideale Lösung noch nicht vorliegt, wurde ein Informationsblatt erstellt, das unsere Vision und Verpackungsstrategie sowie bereits gesicherte Erkenntnisse beschreibt. Dieses dient den Tochterunternehmen als Leitfaden zur Umsetzung lokaler Projekte.

Emmi strebt bis 2027 an, den eigenen Abfall gegenüber 2017 zu halbieren, und nicht mehr verwertbarer Abfall soll ausschliesslich in die Verbrennung gehen. Auch im Bereich Foodwaste ist eine Halbierung das Ziel. Das Hauptaugenmerk liegt hier auf den Schweizer Betrieben, wo es systematische Erhebungen dazu gibt. In relevanten internationalen Werken setzen wir die Reduktion projektbezogen um. Auch die Recyclingfähigkeit der Verpackungen ist ein wichtiges Thema. Ziel ist, bis 2027 die Produktverpackungen recyclingfähig zu machen und/oder mehrfach zu nutzen. Ausserdem soll ebenfalls bis 2027 in allen genutzten Materialien der Recyclatanteil bei mindestens 30 % liegen.

103-3

Verschiedene Abfallkennzahlen, wie Abfall in Verbrennung, Abfall in Deponie, organische Abfälle, Sonderabfälle oder recyceltes Material, erfassen wir systematisch in einer gruppenweiten Plattform.

Wir erfassen auch die Art und Menge der Verpackungsmaterialien sowie Ausschuss und Produktfehler. Daraus berechnen wir die Kennzahl «Kosten schlechter Qualität» und können Unzulänglichkeiten in den Produktionsprozessen identifizieren und eliminieren.

In der Schweiz werden Lebensmittelabfälle seit 2017 nach dem international anerkannten «Food Loss and Waste Accounting and Reporting Standard» (FLW) gruppiert und diese Kennzahlen durch ein unabhängiges Auditunternehmen validiert.

Indikatoren

306

ABWASSER UND ABFALL¹

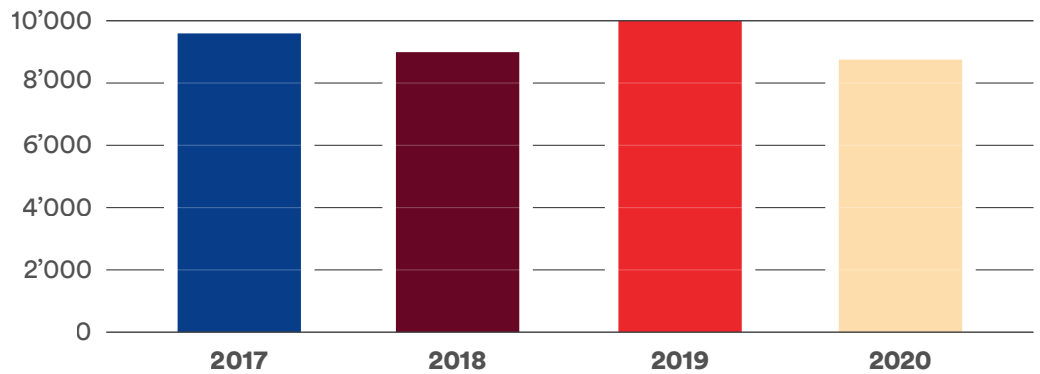
		2019	2020	Δ	
306-2	Abfall (Verbrennung/Deponie) ²	t	10'265	8'747	-15 %
	Sondermüll	t	84	125	49 %
	Wiederverwerteter Abfall ³	t	5'036	5'415	8 %

1 Die Berechnungsgrundlage der Umweltkennzahlen ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

2 Basis für unsere Fokusthemazielsetzung

3 Dazu zählen Wertstoffe, die recycelt wurden (ohne organische Abfälle)

Gesamtgewicht des Abfalls 2017 – 2020 (Tonnen)



Abfallreduktion

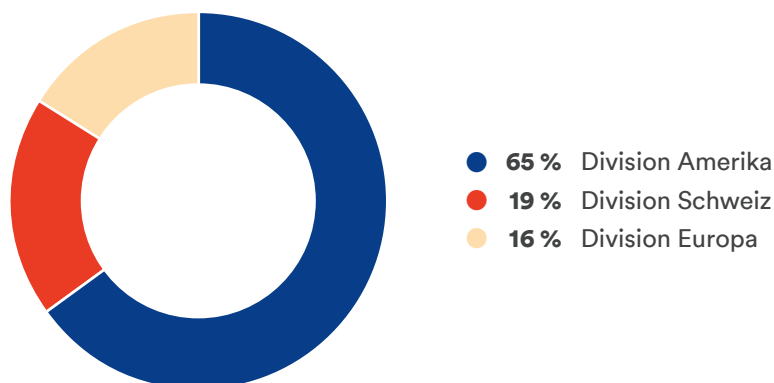
Im Vergleich zum Basisjahr 2017 (9'611 t) konnte das Gesamtgewicht des Abfalls um 9 % reduziert werden. 2019 nahm der Abfall, bedingt durch Schwankungen in der Abwasser-aufbereitung in Tunesien, gegenüber 2017 noch um 7 % zu.

Abfall nach Divisionen¹

		2019	2020	Δ
Schweiz	t	1'424	1'694	19%
Verbrennung	t	1'424	1'694	19%
Deponie	t	0	0	0%
Europa	t	1'284	1'364	6%
Verbrennung	t	363	427	18%
Deponie	t	921	937	2%
Americas	t	7'557	5'689	-25%
Verbrennung	t	0	0	0%
Deponie	t	7'557	5'689	-25%

¹ Die Berechnungsgrundlage der Umweltkennzahlen ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

Anteil Abfall nach Division 2020





Fokusthema Mitarbeitende entwickeln

Gute und engagierte Mitarbeitende sind unerlässlich für den Erfolg eines Unternehmens. Deshalb ist es für uns von zentraler Bedeutung, Positionen im Unternehmen mit Mitarbeitenden zu besetzen, welche die passenden fachlichen, sozialen und persönlichen Kompetenzen mitbringen. Gleichzeitig ändern sich die beruflichen Anforderungen laufend und in zunehmendem Tempo – etwa durch neue Technologien oder neue Marktbedürfnisse. Wir sehen uns daher auch in der unternehmerischen und gesamtgesellschaftlichen Verantwortung, die Arbeitsmarktfähigkeit unserer Mitarbeitenden zu fördern und ihre Kompetenzen weiterzuentwickeln.

Entwicklungen 2019/2020

Die Entwicklung unserer Mitarbeitenden hilft uns, unseren eigenen Bedarf an Kompetenzen zu decken. Im Jahr 2020 gelang es uns, über 80 % der Schlüsselpositionen intern zu besetzen. Ein Ziel, welches durch viele verschiedene individuelle Entwicklungsmassnahmen und gezielte Nachfolgeplanungen erreicht wurde.

Ein wichtiger Baustein unserer Entwicklungsarbeit sind unsere Führungskräfte. Sie tragen einen Grossteil der Verantwortung für die individuelle Entwicklung ihrer Mitarbeitenden. Aus diesem Grund sind wir der Überzeugung, dass gute Führungsarbeit zentral ist. Zwölf Mitarbeitende aus der ganzen Emmi Gruppe absolvieren 2020/2021 das Management-Entwicklungs-Programm «Management Practice», 195 Führungskräfte der Emmi Gruppe nahmen 2020 am Online-Training «Basic Excellent Leadership» teil. Parallel wird gute und professionelle Führungsarbeit lokal mit zahlreichen Workshops laufend vertieft und reflektiert.

Mit dem Ziel, für die Mitarbeitenden geeignete Entwicklungsmassnahmen zu definieren und die Nachfolge-Pipeline zu sichern, führten wir trotz Covid-19 in der ganzen Gruppe «Talent Review Meetings» durch: 76 in der Division Schweiz, 16 in der Division Europa und 9 in der Division Americas.

2020 starteten wir mit der Entwicklung von Laufbahnmodellen in den Bereichen Produktion und Marketing, um unseren Mitarbeitenden vielfältige Laufbahnen bei Emmi aufzuzeigen.

Zudem führten wir beispielsweise in den Bereichen Beschaffung und Marketing gruppenweit Trainings durch, um die Mitarbeitenden hinsichtlich neuer, übergreifender Prozesse und Tools zu schulen.

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz

Alle neuen Mitarbeitenden werden zu zentralen Themen wie beispielsweise Qualität und Sicherheit geschult.

In der Schweiz werden bei Emmi derzeit 128 Lernende ausgebildet. 2020 konnten wir insgesamt 44 Lehrstellen besetzen, was das Jahresziel von 30 Lehrstellen weit übertraf. Alle 30 Lernenden haben im Jahre 2020 ihre Lehre erfolgreich abgeschlossen.

Aktuell sind neun Trainees in Ausbildung. Wir konnten in den letzten zwei Jahren alle Trainees nach Abschluss des Programms im Unternehmen weiterbeschäftigen.

Division Europa Die Tochtergesellschaft Emmi Dessert Italia rief im Jahr 2020 ein spezifisches sechsmonatiges Traineeprogramm ins Leben, um Studienabgänger schnell in die Arbeitswelt einzuführen. Vier Trainees haben nach sorgfältiger Selektion ihre Ausbildung angetreten.

In den Niederlanden werden alle neuen Mitarbeitenden in der Produktion und der Logistik durch Online-Trainings zu zentralen Themen wie beispielsweise Qualität und Sicherheit geschult.

In den italienischen Gesellschaften wurden die Führungskräfte in generellen Führungsthemen, wie zum Beispiel gewinnbringende Zielvereinbarungsprozesse, geschult.

Division Americas Bei Mexideli (Mexiko) wurde das Emmi Kompetenzmodell eingeführt. Dies ermöglicht eine einheitliche Einordnung von Jobanforderungen, eine Einschätzung der individuellen Kompetenzen und die Planung entsprechender Entwicklungsmassnahmen.

Bei Centrale Laitière de Mahdia («Vitalait», Tunesien) wurden Kulturworkshops zur gemeinsamen Ausarbeitung von Unternehmenswerten und Förderung des Teamspirits durchgeführt.

Bei Cypress Grove und der Cowgirl Creamery (USA) arbeiteten die Führungsteams regelmässig in Workshops an der Verbesserung der Führungs- und Zusammenarbeit.

Managementansatz

103-1 Damit wir in Zukunft bestehen können, brauchen wir engagierte Mitarbeitende mit den richtigen Fähig- und Fertigkeiten. Unser Engagement ist ein Mittel gegen den vielerorts herrschenden Fachkräftemangel wie auch ein Beitrag zur Arbeitsmarktfähigkeit unserer Mitarbeitenden.

103-2 «Mitarbeitende entwickeln» besitzt bei Emmi den Status eines Fokusthemas. Das Fokusthema wird hauptsächlich durch die Führungskräfte und den Fachbereich Personal voran getrieben.

Unsere Mission im Bereich Human Resources ist es, das Engagement unserer Mitarbeitenden langfristig zu erhalten. Essenziell dafür sind eine professionelle Führung, Zielsetzungen, die Orientierung geben, ein umfassendes Kompetenzmanagement und ein positiv gestaltetes Arbeitsumfeld.

Es gibt dazu drei zentrale Aufgaben: das Gewinnen, das Halten und das Entwickeln von Mitarbeitenden.

Mitarbeitende gewinnen

In der Schweiz setzen wir auf Berufslehren, um Nachwuchskräfte zu rekrutieren und branchenspezifische Kompetenzen auszubilden. Deshalb bauen wir die Anzahl der Lehrstellen in den branchenspezifischen Kernberufen laufend aus. Die Ansprache der Zielgruppe erfolgt – auch aufgrund der eingeschränkten Möglichkeiten durch die Corona-Pandemie – zunehmend über Social Media-Kanäle.

Emmi benötigt vermehrt auch Mitarbeitende mit akademischem Hintergrund. Gefragt sind hauptsächlich Kompetenzen aus Lebensmittel- und Wirtschaftswissenschaften sowie zunehmend aus der Wirtschaftsinformatik und Logistik. Seit 2011 bietet Emmi in der Schweiz deshalb Trainee-Programme für Hochschulabsolventen an. Die Trainees haben zwei Jahre Zeit, ihr Hochschulwissen mit praktischen Kompetenzen aus verschiedenen Bereichen und internationaler Erfahrung zu verknüpfen. Ähnliche Modelle werden auch zunehmend von Emmi Tochtergesellschaften ausserhalb der Schweiz implementiert ([↻ Siehe Seite 32 «Aktivitäten Divisionen»](#)).

Mit vielfältigen Angeboten und Perspektiven zur beruflichen Weiterentwicklung erhöhen wir unsere Attraktivität als Arbeitgeberin.

Mitarbeitende halten und entwickeln

Emmi setzt auf eine ausgewogene Förderung von unternehmerischen, persönlichen, sozialen und fachlich-methodischen Kompetenzen. Dazu verfolgen wir einen 70-20-10-Entwicklungsansatz: 70 % der Entwicklung soll im Arbeitsalltag erreicht werden, 20 % mit gezieltem Feedback und Reflexion und 10 % in Schulungen. Dieser Ansatz steht unter dem Motto «Keep Exploring», das die stetige Neugier und das Interesse an Neuem im Berufsalltag betonen soll.

Die Entwicklung der Mitarbeitenden findet in allen Unternehmensbereichen statt. Es ist Aufgabe der Führungskräfte, mit allen Mitarbeitenden jährlich Entwicklungsziele zu definieren. In der Produktion nutzt Emmi für die Erkennung von Ausbildungsbedarf die «QualiMatrix», eine Gegenüberstellung von arbeitsplatzspezifischen Anforderungen und vorhandenen individuellen Kompetenzen.

Durch die starke Internationalisierung und Digitalisierung wächst bei Emmi zudem das Angebot an Online-Trainings, die einen spannenden Methodenmix aus sozialem Lernen und Selbststudium bieten. Dies entspricht dem heutigen Bedürfnis nach orts- und zeitunabhängigem Lernen und dem Portionieren von Lernstoff in kleinere und somit besser in den Alltag integrierbare Einheiten. Im Bereich der Führung können so bereits gruppenweit Führungskräfte von den gleichen Trainings profitieren, was die Verbindung der Gruppe stärkt und eine gemeinsame Führungssprache unterstützt.

103-3

Zeigen sich in einem Unternehmensbereich negative Auffälligkeiten, wie zum Beispiel eine stärkere Fluktuation, vermehrte Absenzen oder ein Anstieg von Konflikten, werden im betroffenen Bereich Mitarbeiterbefragungen durchgeführt und gemeinsam Verbesserungsmaßnahmen eingeleitet. Dies hat sich in der Vergangenheit als wertvolles Vorgehen erwiesen, weil durch passende Massnahmen schnelle Verbesserungen erreicht werden konnten.

2020 hat Emmi das Engagement-Messungs-Tool «Pulse» entwickelt. Es ermöglicht den Geschäftsbereichen, ihre Mitarbeitenden zu entscheidenden Faktoren für ihr Engagement zu befragen und Handlungsbedarf zu erkennen. Den Führungskräften steht zusätzlich zum Tool eine Bandbreite an möglichen Verbesserungsideen zur Verfügung.

Wir verfolgen zudem die Entwicklung verschiedener Kennzahlen, wie beispielsweise die Fluktuation. Bei Austritten identifizieren wir die Gründe dafür und leiten – wo nötig – Massnahmen ein. Künftig wollen wir den Austritten von Schlüsselpersonen und aussichtsreichen Nachwuchsführungs- und Fachkräften noch gezielter entgegenwirken.

Emmi unterzieht sich regelmässig dem Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA), einem der am meisten verwendeten Prüfverfahren für nachhaltiges und ethisches Verhalten in Geschäftsverhältnissen.

Indikatoren

401

BESCHÄFTIGUNG¹

	2019	2020	Δ
401-1 Anzahl neue Mitarbeitende	898	729	-19 %
Rate neu eingestellte Mitarbeitende	15 %	12 %	-20 %
Anzahl Mitarbeitende, die das Unternehmen verlassen haben	580	614	6 %
Mitarbeiterfluktuation	9 %	10 %	10 %

¹ Die Berechnungsgrundlage der Kennzahlen zu den Mitarbeitenden sind auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

404

AUS- UND WEITERBILDUNGEN

404-1

Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung¹

	2019	2020	Δ
Alle Mitarbeitende	10,33	9,14	-12 %
Weiblich	8,30	9,54	15 %
Männlich	7,05	6,26	-11 %

¹ Die Berechnungsgrundlage der Kennzahlen zu den Mitarbeitenden sind auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

404-2

Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe

Um Nachwuchskräfte zu gewinnen, setzt Emmi in der Schweiz auf die Schaffung von Lehrstellen. Die meisten Lernenden beschäftigt Emmi in den Berufen Milchtechnologin/Milchtechnologe, Logistikerin/Logistiker, Anlagenführerin/Anlagenführer und Polymechanikerin/Polymechaniker. Emmi will Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger möglichst im Unternehmen halten, um dem verbreiteten Fachkräftemangel zu begegnen. Auch das Programm «Young Professionals» – eine einjährige Einsatzmöglichkeit für junge Berufsleute in einer anderssprachigen Tochtergesellschaft – stärkt diese Bestreben.

Das «Management Practice»-Programm hat das Ziel, global Führungskräfte in Richtung oberes Management zu entwickeln, und spricht gezielt Kompetenzen wie unternehmerisches und strategisches Denken oder den Umgang mit Komplexität an.

Unsere Führungskräfte haben die Möglichkeit, gruppenweite Führungsseminare zu absolvieren. In vielen Gruppengesellschaften werden zudem regelmässig lokale Führungsworkshops durchgeführt.

In der Schweiz werden Mitarbeitende im Alter von 58 Jahren zu einem zweitägigen Seminar eingeladen, um sie über rechtliche und finanzielle Themen bei der Pensionierung zu informieren. Zudem werden ihnen auch konkrete Tipps für die Vorbereitung auf diesen neuen Lebensabschnitt mitgegeben. Es ist uns ein grosses Anliegen, dass Mitarbeitende ihre letzten Berufsjahre den eigenen Bedürfnissen entsprechend gestalten können, beispielsweise indem sie im Teilzeitpensum arbeiten oder auch nach dem ordentlichen Pensionsalter ihre Expertise einbringen können.

Standardmässig werden Entwicklungsprogramme und Trainings evaluiert, indem Teilnehmende mittels Fragebogen befragt werden. Die Fragen beziehen sich sowohl auf den Lerninhalt und die Methodik als auch auf die Trainerinnen und Trainer und die Kursorganisation. So wird ein kontinuierlicher Optimierungsprozess sichergestellt. Auch Führungskräfte der Teilnehmenden werden zur Transfersicherung einbezogen.

Das neue Angebot von Online-Trainings bedingt, dass die Trainerinnen und Trainer regelmässig geschult und durch den Erfahrungsaustausch die Qualität hochgehalten wird.

404-3

Angestellte, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten haben

	2019	2020	Δ
Anzahl Mitarbeitende ¹⁺²	6'021	6'178	0 %
Prozentsatz aller Mitarbeitenden ¹⁺²	87 %	85 %	-2 %

1 Ohne Auszubildende, Praktikanten, Trainees, extern Angestellte

2 Die Berechnungsgrundlage der Kennzahlen zu den Mitarbeitenden sind auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

405-1

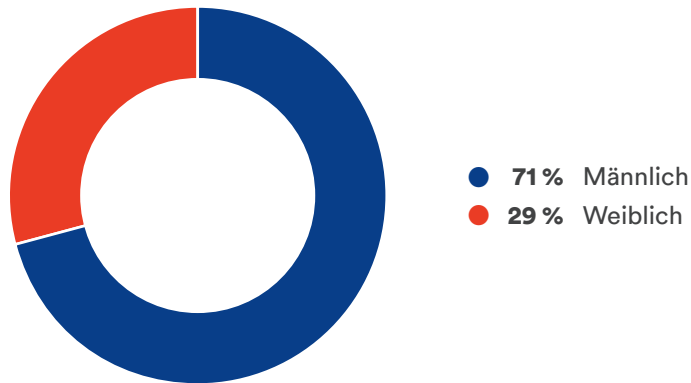
Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten

	2019	2020	Δ
VERWALTUNGSRAT			
Geschlecht			
Weiblich	44 %	44 %	0 %
Männlich	56 %	56 %	0 %
Alter			
Unter 30 Jahre	0 %	0 %	0 %
30–50 Jahre	11 %	11 %	0 %
Über 50 Jahre	89 %	89 %	0 %
GESCHÄFTSLEITUNG			
Geschlecht			
Weiblich	25 %	25 %	0 %
Männlich	75 %	75 %	0 %
Alter			
Unter 30 Jahre	0 %	0 %	0 %
30–50 Jahre	37 %	37 %	0 %
Über 50 Jahre	63 %	63 %	0 %
MITARBEITENDE²			
Geschlecht			
Weiblich	28 %	29 %	1 %
Männlich	72 %	71 %	-1 %
Alter			
Unter 30 Jahre	16 %	15 %	0 %
30–50 Jahre	54 %	56 %	0 %
Über 50 Jahre	28 %	29 %	0 %

1 Die Berechnungsgrundlage der Kennzahlen zu den Mitarbeitenden sind auf Seite 85 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

2 Ohne Auszubildende, Praktikanten, Trainees, extern Angestellte

Gesamtzahl der Mitarbeitenden nach Geschlecht (Ende 2020)



Führungskräfte in «Excellent Leadership» ausgebildet

195

Anzahl Lernende in Schweizer Betrieben

128

Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger, die bei Emmi weiter beschäftigt werden

83% (2020), 65% (2019) wobei 77% von uns das Angebot zur Weiterbeschäftigung erhalten haben.

Schlüsselpositionen, die mit internen Kandidaten besetzt wurden

Das erklärte Ziel, bis 2020 die Hälfte der offenen gruppenweiten Schlüsselpositionen mit internen Kräften zu besetzen, konnte mit 81,8% (2019: 47%) deutlich übertroffen werden.



Fokusthema Wasser

Zunehmend sind mehr Gebiete auf der Welt von Wasserknappheit und extremen Wetterereignissen wie Dürren und Überschwemmungen betroffen. Sauberes Wasser wird zu einer immer wertvolleren Ressource. In verschiedenen Risikoberichten des Weltwirtschaftsforums wird die globale Wasserkrise mittlerweile als reale Bedrohung für die Weltwirtschaft gesehen.

Wir wollen unsere Wasserrisiken verstehen, Managementstrategien entwickeln und handeln, um die negativen Auswirkungen unseres Wirtschaftens auf die lokalen Wasserökosysteme zu reduzieren.

Entwicklungen 2019/2020

Um unsere Wasser-Risikogebiete zu identifizieren, haben wir 2019 auf alle unsere Standorte, die produzieren, den «WWF Water Risk Filter» angewendet, der anhand von zwölf Kriterien die Wasserrisiken an einem spezifischen Standort analysiert. Diese Analyse hat unsere Standorte in Tunesien und Kalifornien als Risikogebiete identifiziert.

Ein externes Wasseraudit in unserem Werk in Tunesien zeigte auf, wie der Wasserverbrauch hier bis 2027 um ein Drittel gesenkt werden kann. Um den Wasserverbrauch wie geplant zu halbieren, sind noch weitere Massnahmen notwendig. Die Centrale Laitière de Mahdia («Vitalait») geht die Aufgabe engagiert an und setzt die vorgeschlagenen Massnahmen bereits um. Als nächstes ist ein solches Audit bei unseren Tochtergesellschaften in Kalifornien geplant, um mögliche Reduktionsmassnahmen zu erkennen. Viele unserer Produktionsbetriebe haben eigene Wasser-Teams gebildet, einen internen Wissensaustausch institutionalisiert und erste Massnahmen eingeleitet.

Ein weiteres Augenmerk liegt auf der Lieferkette. Der grösste Teil des Wasser-Fussabdrucks von Emmi entsteht beim Anbau der landwirtschaftlichen Rohstoffe, die für die Herstellung unserer hochwertigen Produkte benötigt werden. Ziel ist auch hier ein geringerer Verbrauch und eine nachhaltigere Nutzung der Ressource Wasser. Wir haben uns darüber mit der Umweltorganisation WWF ausgetauscht und bereiten nun zusammen mit unseren Stakeholdern erste Projekte für Risikorohstoffe vor. Wir beginnen mit Mandeln. Den Wasserverbrauch in der Milchproduktion decken wir über unseren Kriterienkatalog «Nachhaltige Milchwirtschaft» ab.

(↪ [Siehe Seite 11 «Nachhaltige Milchwirtschaft»](#))

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz

Der Standort Emmen konnte den absoluten Wasserverbrauch von 2019 auf 2020 um 11 % reduzieren. Die neu gebildeten Wasser-Teams setzten viele Sparmassnahmen um, wie beispielsweise die Optimierung der Gebinde-Reinigung und die Reduktion der Säure-Reinigung auf einer Abfüllmaschine.

In der neuen Käserei in Emmen, die derzeit gebaut wird, werden wir mit einer neuen Filtrationsanlage bei der Molkenaufbereitung in Zukunft rund 60 Millionen Liter Wasser gewinnen und in der Käserei wiederverwenden.

Am Standort Ostermündingen wurden die Reinigungstakte optimiert (FLIP-Reduktion). Dadurch können ohne weitere Investitionen erhebliche Mengen an Wasser und Reinigungsmitteln eingespart werden. Dieser Ansatz ist auf andere Standorte übertragbar, da der Optimierungsprozess bei allen Reinigungen angewendet werden kann. Dafür haben wir bereits eine neue Arbeitsgruppe gebildet.

In der Käserei Stein wurde mit dem Reinigungslieferanten eine Validierung aller Reinigungskreisläufe durchgeführt. Dadurch werden nun etwa 2'700 m³ Frischwasser pro Jahr eingespart.

In Kirchberg konnte dank einer neuen Kälteanlage der Wasserverbrauch am Standort um rund 40'000 m³ (45 %) gesenkt werden.

Division Europa

In den Niederlanden beginnen wir Mitte 2021 mit dem Bau einer modernen Ziegenmilchpulverfabrik und werden dabei auf ressourceneffiziente Prozesse setzen, insbesondere auch was den Wasserverbrauch betrifft. Durch die Wiederverwendung von Kondensat und Installation einer Umkehrosmose zur Wasseraufbereitung wird die neue Anlage um 45 % effizienter als vergleichbare bisherige Anlagen. Der sparsame Wasserkreislauf wird durch Wasseraufbereitung weiter optimiert.

Bei Emmi Dessert Italia können durch den Einbau neuer Reinigungsdüsen 12'500 m³ Wasser pro Jahr eingespart werden.

Division Americas

Das Audit im tunesischen Werk zeigte Möglichkeiten zur Wasserreduktion um jährlich 35 % auf. Mit den bisher umgesetzten Massnahmen werden schon jetzt jährlich rund 10 % des früheren Wasserverbrauchs eingespart gegenüber 2019.

Emmi Roth in Wisconsin gründete drei neue Wasser-Teams, die Einsparungsmöglichkeiten identifizieren. Es konnte bereits eine Reduktion von 9 % erreicht werden gegenüber 2019. Ziel ist eine Reduktion von 15 % bis 2027.

Das Werk von Redwood Hill in Kalifornien verbrauchte im Jahr 2020 durch ein neues Pasteurisierungsverfahren (Hochtemperatur-Kurzzeit-Verfahren) 1'800 m³ weniger Wasser.

In Pamplona wurde der Wasserverbrauch durch das systematische Beheben von Leckagen und Prozessverbesserungen um 17 % reduziert im Vergleich zu 2019.

Managementansatz

103-1

Wasser ist eine essenzielle Ressource entlang der ganzen Wertschöpfungskette von Emmi. Es wird einerseits für die Rohstoffherzeugung gebraucht, andererseits wird Wasser auch bei der Milchverarbeitung benötigt, wo es unter anderem als Produktbestandteil und zur Reinigung eingesetzt wird. Zum Teil sind die Standorte unserer ausländischen Tochtergesellschaften von strengen Konzessionen betroffen, so dass sie nur begrenzte Mengen an Wasser verbrauchen dürfen.

Der fortschreitende Klimawandel und das Bevölkerungswachstum beeinflussen die Qualität und Verfügbarkeit von Wasser. Für ein Lebensmittelunternehmen wie Emmi ist es daher zentral, sich für ein gutes Wassermanagement zu engagieren.

Während in der Schweiz trotz vermehrter saisonaler Trockenheit reichlich Wasser vorhanden ist, gibt es in anderen Ländern Regionen mit hohem Wasserstress. Emmi als international tätige Unternehmensgruppe legt deshalb ihren Schwerpunkt beim Wassermanagement auf wasserarme Risikogebiete ausserhalb der Schweiz.

103-2

«Wasser» besitzt seit Anfang 2021 den Status eines Fokusthemas. Der Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit – zusammengesetzt aus sechs Mitgliedern von Konzernleitung und Managementteam – überprüft die Fortschritte und den Stand der Zielerreichung in allen Fokusthemen regelmässig. Für die operativen Aspekte der Fokusthemen sind jeweils thematisch passend zusammengesetzte, bereichsübergreifende Fokusteams zuständig.

Wir haben uns dazu verpflichtet, den Wasserverbrauch bis 2027 um 15 % zu reduzieren – in wasserarmen Gebieten sogar um 50 % (Basisjahr 2019). Das soll unter anderem mit Know-how aus der Schweiz erreicht werden. Zudem werden externe Audits Aufschluss über erforderliche Massnahmen und Fortschritte liefern.

In unseren Produktionsstätten sehen wir Möglichkeiten einer effizienteren Nutzung von Wasser vor allem im optimierten Einsatz von Reinigungswasser, in neuen, effizienteren Reinigungslösungen und in der Kaskadennutzung. An Risikostandorten müssen wir auch stärker an der Wasseraufbereitung arbeiten, um Wasser möglichst im Kreislauf zu halten und so den Frischwasserbezug zu minimieren.

Auch in der Wertschöpfungskette wollen wir den Wasserverbrauch bis 2027 reduzieren. Dabei sind wir auf die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Partnern angewiesen. Erste Analysen zu unseren Rohstoffen Mandeln, Kaffee und Kakao, die von Studierenden des Diploma of Advanced Sustainability des Institute for Business Sustainability in Luzern erarbeitet wurden, haben wir intern geteilt. In diesem Rahmen wurden auch wertvolle Beiträge von Anspruchsgruppen eingebracht und unser Netzwerk gestärkt. In einem ersten Schritt werden wir uns nun dem Mandelanbau widmen und die gewonnene Expertise dann für eine Skalierung nutzen. Langfristig wollen wir das Thema in unsere Beschaffungsrichtlinien integrieren. Wasserreduktion in der Milchproduktion adressieren wir mit unserem Kriterienkatalog «Nachhaltige Milchwirtschaft».

103-3

Der Wasserverbrauch, die Abwassermenge in unseren Produktionswerken und der chemische Sauerstoffbedarf zur Abwasserkontrolle werden systematisch erfasst. In der Schweiz werden diese Daten seit 2008 gesammelt, von unseren ausländischen Betrieben seit 2019. Daraus leiten wir standortspezifische Massnahmen ab, natürlich auch auf Grundlage der jeweiligen nationalen und lokalen Gesetze und Richtlinien. Entsprechende Prozesse überwachen wir mit unserer Kennzahlenplattform.

Anhand des Basisjahrs 2019 steuern wir die Parameter für Frischwasser und Abwasser auf Gruppenstufe vierteljährlich. Zudem werden bei Bedarf Audits durchgeführt, bei denen der Wasserverbrauch und die Wasserqualität innerhalb der Werke und entlang der Prozesse gemessen und Verbesserungspotenziale identifiziert werden.

Indikatoren

303

WASSER UND ABWASSER

303-1

Wasser als gemeinsam genutzte Ressource

Wir nutzen Wasser in unseren Werken für Produktion, Reinigung und Kühlung. Je nach Standort des Werkes nutzen wir dafür Gemeindewasser, Quellwasser, Grundwasser oder «Tropfwasser» in Höhlen.

Die Wasserrisiken unterscheiden sich stark nach Region. Emmi setzt hier auf differenzierte, spezifische Risikoanalysen (WWF Water Risk Filter). Einige unserer Produktionsstätten befinden sich in Regionen mit Wasserrisiken, namentlich in Kalifornien in den USA, und in Tunesien.

Der grösste Teil unseres Wasser-Fussabdrucks entsteht beim Anbau der landwirtschaftlichen Rohstoffe. Anhand einer Analyse identifizierten wir die wichtigsten Produktgruppen und arbeiteten anschliessend eine passende Vorgehensweise aus.

Welche Auswirkungen wir auf die Qualität und Verfügbarkeit von Wasser in der Wertschöpfungskette der Milch haben, werden wir künftig lokal prüfen und bei Bedarf Entwicklungsmassnahmen formulieren. Bei anderen Rohstoffen, wie beispielsweise Mandeln, Kaffee oder Kakao, beginnen wir anhand von Pilotprojekten unseren Fussabdruck kennenzulernen. Es ist unser Ziel, das Thema künftig in die Entwicklungs- und Beschaffungsprozesse einzubinden.

Für die Definition unserer Ziele zur Senkung des Wasserverbrauchs in den eigenen Betrieben und in der Wertschöpfungskette bis 2027 orientierten wir uns an den Zielen anderer Unternehmen der Branche. Unsere Standorte in Gebieten mit Wasserrisiken sollen pro Endprodukt rund 50 % weniger Wasser verbrauchen als 2019, Standorte in Gebieten ohne Wasserrisiken um 15 %. Welche Gebiete als Gebiete mit Wasserrisiken gelten, werden wir alle zwei Jahre anhand des WWF Water Risk Filters prüfen.

Das Abwasser aus unseren Werken reduzieren wir sowohl bezüglich Menge als auch Fracht so weit wie möglich. Entsprechend der örtlichen Anforderungen und Auflagen betreiben wir unterschiedlich komplexe eigene Abwasseraufbereitungsanlagen, um die Einleitbedingungen zu erfüllen.

303-2

Die minimalen Anforderungen an den Qualitätsstandard der Abwassereinleitung werden von den entsprechenden lokalen Behörden vorgegeben. Wir überwachen die Einhaltung der Vorgaben kontinuierlich.

303-3

		2019	2020	Δ
Gesamte Wasserentnahme ^{1,2}	m ²	5'570'510	5'542'615	1%

1 Die Berechnungsgrundlage der Umweltkennzahlen ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

2 Wasser bezogen von der jeweiligen staatlichen Wasserversorgung oder aus eigenen Brunnen.

Frischwasser-Einsparungen

Durch Optimierungsmassnahmen an den Standorten Platteville (USA) (-18'000 m³), Emmen (CHE) (-43'000 m³), Pamplona (ESP) (-57'000 m³), Mahdia (TUN) (-4'000 m³), Gattico (ITA) (-17'409 m³), Pero (ITA) (-5'000 m³) konnten im Jahr 2020 145'034 m³ Frischwasser gespart werden. Höhere Produktionsvolumen wurden nicht berücksichtigt.

Wirtschaftliche Leistung

Emmi strebt nach langfristigem wirtschaftlichen Erfolg. Wir wollen nachhaltig profitabel wachsen, den Investoren eine angemessene Rendite auf ihrem investierten Kapital zukommen lassen und Wertschöpfung für unsere Anspruchsgruppen schaffen.

Entwicklungen 2019/2020

In der Berichtsperiode haben wir die Umsetzung unserer langjährigen Strategie weiter vorangetrieben. Diese beinhaltet – neben einem starken Heimmarkt Schweiz und konsequentem Kostenmanagement – auch ein sehr bewusstes Mass an Diversifizierung hinsichtlich der geografischen Präsenz von Emmi. 2019 haben wir erstmals mehr Umsatz im Ausland als in der Schweiz erwirtschaftet. Diese Entwicklung setzte sich 2020 fort.

Emmi konnte Umsatz und Gewinn sowohl 2019 als auch 2020 steigern. Die positive Umsatzentwicklung war sowohl auf organisches Wachstum als auch auf Akquisitionen in interessanten Nischenmärkten (z.B. Dessert) oder in Wachstumsmärkten (Brasilien, Chile) zurückzuführen.

Um den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg sicherzustellen und Corona-bedingte Verwerfungen abzudämpfen, haben wir 2020 unser konsequentes Kostenmanagement weiter verstärkt. Gleichzeitig tätigten wir gezielt wertschaffende Investitionen, um die Innovations- und Wachstumspläne langfristig zu stärken. Dadurch konnten die Profitabilität und die Rentabilität weiter gesteigert werden.

Mehr Informationen: [↪ Link](#)

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz Das Wachstum starker Markenkonzepte – wie Emmi Caffè Latte oder Käsespezialitäten wie Kaltbach und Luzerner Rahmkäse – haben den Schweizer Heimmarkt gestärkt. Mit dem Neubau der Käserei in Emmen, der 2020 startete, investieren wir in das aussichtsreiche Geschäft mit Schweizer Käse.

Division Europa In verschiedenen Nischenmärkten, welche wir mit unseren Tochtergesellschaften bedienen, gab es ein signifikantes Wachstum, so bei italienischen Dessertspezialitäten, bei Bio-Produkten und veganen Milchersatzprodukten.

Division Americas Mit der Akquisition einer US-amerikanischen Dessertherstellerin investiert Emmi in einen interessanten Nischenmarkt.

Wachstum gab es auch in den aufstrebenden Märkten Chile und Brasilien.

Mit dem Neubau und der damit verbundenen Zusammenführung von Logistik, Produktion und Administration tätigten wir bedeutende Investitionen in den Standort Mexiko und reduzieren den Fussabdruck signifikant.

Für die brasilianische Laticínios Porto Alegre erstellten wir in Patos de Minas einen komplett neuen Molkereistandort und erweiterten in Antonios Carlos das bestehende Werk mit einer Pulvertrocknung.

Managementansatz

[103-1](#) Wir wollen wirtschaftlich langfristig erfolgreich sein und unsere Geschäftstätigkeiten umwelt- und sozialverträglich gestalten. Dafür streben wir eine finanziell solide Basis an. Wenn wir aus finanzieller Sicht solide aufgestellt sind und unser Geschäft nachhaltig weiterentwickeln, bleiben wir eine verlässliche Partnerin für alle unsere Anspruchsgruppen.

[103-2](#) Unser wirtschaftlicher Erfolg basiert auf einer fokussierten und bewährten Unternehmensstrategie. Während wir unsere Führungsposition auf dem Schweizer Heimmarkt weiter stärken, forcieren wir gleichzeitig unser internationales Wachstum. Beides tun wir durch eine stetige Optimierung unseres Marken-, Produkt- und Gesellschaftsportfolio. Wir setzen dabei insbesondere auf Innovationen und starke Markenkonzepte. Um in nachhaltiges Wachstum und Innovationen investieren zu können, setzen wir zudem gruppenweit auf ein konsequentes Kostenmanagement.

Für den wirtschaftlichen Erfolg setzt sich Emmi kurz- und mittelfristige Ziele. Diese beinhalten Bandbreiten für die organische Umsatzentwicklung in unseren Divisionen und die Gruppe als Ganzes, eine Bandbreite für das operative Ergebnis (EBIT) sowie die Reingewinnmarge aus Gruppensicht. Weitere wichtige Zielsetzungen im Zusammenhang mit dem wirtschaftlichen Erfolg bestehen bezüglich der Kapitaleffizienz und der Rentabilität auf dem investierten Kapital.

103-3 Es finden zahlreiche verschiedene interne Beurteilungen der wirtschaftlichen Performance statt. Dies betrifft unterschiedliche Bereiche und Kennzahlen auf Stufe einzelner Gesellschaften, Divisionen, der Gruppe als Ganzes oder für Funktionen, strategische Initiativen oder andere Projekte ([↻ Siehe auch Geschäftsbericht 2020](#)).

Mehr Informationen: [↪Link](#)

Indikatoren

201

WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG

201-1

Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

([↻ Siehe auch Geschäftsbericht 2020](#)).

Produktqualität

Emmi hat sich über Jahrzehnte den Ruf einer Herstellerin von genussvollen Qualitätsprodukten erarbeitet. Um die damit zusammenhängenden Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten erfüllen und die entsprechende Marktposition verteidigen und ausbauen zu können, setzen wir auf höchste Produktqualität. Die hohe und konstante Qualität unserer Produkte ist der Schlüssel zu unserem wirtschaftlichen Erfolg. Das Credo unseres Qualitätsmanagements lautet denn auch: Emmi möchte genussvolle, sichere und qualitativ hochwertige Lebensmittel produzieren und vertreiben.

Entwicklungen 2019/2020

Emmi strebt ein unternehmensweit einheitliches Qualitätsverständnis an. Deshalb wurde 2019 eine globale Qualitätsstrategie entwickelt. Dies beinhaltete auch eine Gap-Analyse, um Verbesserungspotenzial im Qualitätsmanagement zu identifizieren. Zwei in der Folge durchgeführte Pilotprojekte an Standorten in Italien und Spanien wurden erfolgreich abgeschlossen.

Unser zentrales, globales Qualitätsmanagement unterstützt alle Gruppengesellschaften bei Verbesserungsprojekten. Schwergewicht waren in den Berichtsjahren die Zertifizierungen in den USA und in Spanien.

Über die letzten Jahre hinweg konnten wir durch verschiedene Projekte und laufende Verbesserungen der Lebensmittelsicherheit und Qualität sowohl Beanstandungen als auch Fehlerkosten kontinuierlich reduzieren. Beispielsweise sanken in der Schweiz die Beanstandungen in den letzten beiden Jahren um rund einen Fünftel deutlich.

Im Rahmen des globalen Krisenmanagements wurden die Prozesse und das Verhalten bei möglichen Qualitätsvorfällen optimiert. In diesem Zusammenhang wurden 2019 Trainings in acht Gesellschaften durchgeführt. In den anderen Gesellschaften wurden diese Trainingseinheiten im Jahr 2020 wegen der Corona-Pandemie online durchgeführt.

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz Die Schweizer Betriebsstätten stellten sich auf die neue Lebensmittelkennzeichnung ein, die seit dem 1. Mai 2021 gilt. Mit der damit verbundenen Annäherung des schweizerischen Rechts an die Vorschriften in der EU wird der Export von Produkten aus der Schweiz erleichtert.

Trotz der schwierigen Bedingungen während des Pandemiejahres 2020 haben wir unser Qualitätsmanagementsystem auch in diesem Zeitraum mit regelmässigen internen und externen Audits optimiert und zertifiziert.

Division Europa In verschiedenen Betrieben wurden Anlagen optimiert oder neu in Betrieb genommen:

- Die österreichische Leeb GmbH verbesserte die UHT-Anlage.
- Bei der Gläsernen Molkerei in Deutschland wurde eine neue Anlage in Betrieb genommen, mit der Joghurts ohne Zusatzstoffe (Konzept «Jogurtpur») hergestellt werden können.
- Bei Emmi Dessert Italia wurde das Qualitätsprogramm mit den neuen Werken (Quadri-foglio) abgestimmt und die Grundlage für eine gemeinsame Qualitätsstrategie erarbeitet.

Division Americas Die mexikanische Tochtergesellschaft Mexideli baute mit den neuen Anlagen für die Konfektionierung und Verpackung von importiertem Käse ein Qualitätsmanagementsystem auf.

Die insgesamt vier Produktionsstätten von Quillayes Surlat in Chile arbeiten nun ebenfalls mit einem einheitlichen Qualitätsmanagementsystem, was Voraussetzung für die geplante gemeinsame Zertifizierung ist.

Erfolgreich war die Zertifizierung nach FSSC 22000 (Food Safety System Certification) gemäss dem Anforderungsprofil der lokalen Kunden bei Redwood Hill (USA), nachdem das Qualitätsmanagementsystem im Betrieb umgesetzt war.

Bei Lacteos de Navarra («Kaiku») in Spanien konnten verschiedene Projekte und Massnahmen zur verbesserten Prozesssicherheit, die im Rahmen des RAFT-Konzepts (Right At First Time) durchgeführt wurden, erfolgreich abgeschlossen werden.

Managementansatz

103-1 Grösste Chancen auf langfristigen wirtschaftlichen Erfolg sehen wir, wenn es uns gelingt, das Vertrauen in unsere Marken und Produkte aufrechtzuerhalten und von den Konsumentinnen und Konsumenten als qualitativ hochstehende Produzentin wahrgenommen zu werden. Entsprechend wichtig ist unser Qualitätsmanagement.

103-2 Das Qualitätsverständnis steht an erster Stelle unseres gruppenweiten Verhaltenskodex und ist in unseren Unternehmenspolitiken verankert. Als international tätiges Unternehmen streben wir in all unseren Betrieben ein einheitliches Verständnis von Qualität an. Aus diesem Grund ergänzt ein auf Gruppenstufe angesiedeltes, globales Qualitätsmanagement das Vorgehen der Länderorganisationen.

Um die Vorgaben im Bereich Produktqualität zu erreichen, werden aus den Gruppenzielen Zielsetzungen für die einzelnen Bereiche abgeleitet. Aus diesen wiederum definiert Emmi individuelle Ziele für die Mitarbeitenden, die in regelmässigen Abständen besprochen werden. Massnahmen zur Zielerreichung werden dokumentiert und nachverfolgt.

In Emmis Qualitätsreglement ist festgehalten, dass alle Mitarbeitenden für die Qualität ihrer Arbeit verantwortlich sind. Im Speziellen sind die Mitarbeitenden entlang der Wertschöpfungskette von Entwicklung, Einkauf, Produktion, Verpackung sowie Technik und Logistik gefragt, da sie unmittelbaren Einfluss auf die Produktionsprozesse haben.

Für die fortlaufende Entwicklung ist uns eine gelebte Fehlerkultur wichtig. Das hilft, Fehlerquellen zu identifizieren und Verbesserungsmaßnahmen einzuleiten.

Um unsere Qualitätsansprüche in allen Betrieben verständlich zu machen, arbeiten wir vermehrt mit grafischen Darstellungen – denn unsere Mitarbeitenden stammen aus insgesamt knapp 100 Ländern. Schulungen helfen, Darstellungen und Piktogramme korrekt zu verwenden und ermöglichen die Abstrahierung von komplexen Themen.

Die Lebensmittelsicherheit bei Emmi basiert auf dem HACCP-Konzept (Hazard Analysis Critical Control Points) – einer Methodik bestehend aus Gefahrenanalyse, Risikobewertung und Risikosteuerung bei der Lebensmittelherstellung sowie bei Distribution und Logistik. Diese Methodik wird auch für die Freigabe neuer Prozessanlagen und Verfahren genutzt.

Damit eine hohe Produktqualität jederzeit gewährleistet ist, betreiben wir in der Schweiz ein zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem (QMS) nach den Grundsätzen von ISO 9001: 2018 sowie zusätzlich dem FSSC 22000 (Food Safety System Certification), einem von der GFSI (Global Food Safety Initiative) anerkannten Lebensmittelsicherheitsstandard. International können je nach Standort und individuellen Marktanforderungen unterschiedliche GFSI-Standards oder QMS zur Anwendung kommen. In den allermeisten Fällen ist dies der FSSC 22000, der IFS oder auch der ISO 22000 Standard.

103-3 Wir messen unsere Ziele und Ansprüche im Bereich Produktqualität mit zahlreichen Indikatoren: Beanstandungsquote, interne Fehleranalyse, Reduktion von Fehlerkosten, Lieferantenbeurteilungen, Hygieneindikatoren, Analysedaten, Ergebnisse von Produkt-Degustationen, Anzahl und Inhalt von Rückmeldungen aus internen und externen Audits, direkte Rückmeldungen von Kunden und Konsumenten. Interne Auswertungen und Audits zeigen, dass die eingeführten Prozesse effizient arbeiten.

Die wichtigsten Qualitätsthemen werden jährlich in einem Management Review zusammengefasst und der Geschäftsleitung präsentiert.

Indikatoren

Es werden zahlreiche Kennzahlen zur Produktqualität erfasst, jedoch grundsätzlich nicht veröffentlicht.

Innovation

Wir sehen Innovationskraft als zentralen Faktor für unseren langfristigen Erfolg und streben hohe Innovationstätigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette an. Unsere Unternehmensstruktur mit sehr selbständig organisierten Gruppengesellschaften bietet die Möglichkeit, schnell auf lokale Gegebenheiten und Trends zu reagieren. Gleichzeitig sehen wir es aber aufgrund dieser besonderen Strukturen auch als Herausforderung, Prozesse einheitlich zu implementieren und Innovationen effizient in mehreren Gesellschaften gleichzeitig zu lancieren.

Im Bereich der Produktinnovationen ist es für uns als Lebensmittelhersteller entscheidend, kontinuierlich Neuheiten auf den Markt zu bringen. Bedürfnisse und Wünsche der Konsumentinnen und Konsumenten müssen wir deshalb früh erkennen, um neue Produkte mit Wettbewerbsvorteilen in den Handel zu bringen. Dabei verfügen wir über ein ausgeprägtes Gespür für Konsumtrends und bedienen ausgewählte, strategisch bedeutsame Wachstumsfelder laufend mit Innovationen. Zunehmend wichtiger werden nachhaltige Produktverpackungen sowie regionale Rohstoffe – und die Kommunikation dieser Neuerungen gegenüber dem Markt bei der Produktlancierung.

Entwicklungen 2019/2020

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz

Unsere 2020 lancierte pflanzenbasierte Produktlinie beleaf mit Trinkmilchalternativen, Jogurtalternativen, Drinks und Desserts auf Mandel-, Reis- oder Haferbasis ist eine Antwort auf die steigende Nachfrage nach veganen Lebensmitteln. Eine weitere Innovation in diesem Segment war im Frühjahr 2020 die Lancierung des aus Mandeldrink und Kaffee zusammengesetzten Emmi Caffè Drink. Hinzu kommen weitere Innovationen im Vegan-Bereich (z.B. Glace) für unsere Private-Label-Partner.

15 Jahre nach der Lancierung erhielten 2020 die meisten Sorten von Emmis Erfolgsprodukt Emmi Caffè Latte eine neue patentierte Rezeptur. Bei den meisten Sorten kann dank einem neuen Herstellverfahren auf jegliche Zusatzstoffe (z.B. Carrageen) verzichtet werden. Zu erkennen ist die veränderte Rezeptur an dem Aufdruck «100 % natural ingredients».

Seit 2020 neu auf dem Schweizer Markt sind der Emmi Energy Milk Whey Drink sowie die höhlengereiften Appenzeller® und Swiss Gouda unter der Marke Kaltbach.

Division Europa

Die seit 2019 zur Emmi Gruppe gehörende italienische Pasticceria Quadrifoglio bietet mit der Marke Mia neu eine Reihe gekühlter hochwertiger Desserts, die im Glas angeboten werden.

Seit 2019 neu auf dem deutschen Markt sind die Fruchtbuttermilch-Drinks Himbeere und Zitrone in Bio-Qualität von der Gläsernen Molkerei.

Im Käsebereich gibt es mit den Ziegenkäse-Pearls von Bettinehoeve ebenfalls ein neues Produkt.

Division Americas

Emmi Roth (USA) lancierte in enger Zusammenarbeit mit einem Kunden eine Käsemischung für Fladenbrot Pizza.

Jackson-Mitchell («Meyenberg») (USA) führte ein neues Quetschbeutel-Format für Ziegenmilchpulver ein und bietet nun auch Ziegenbutter an.

Redwood Hill (USA) schuf die Voraussetzungen für eine neue pflanzenbasierte Produktion.

Cypress Grove (USA) brachte zwei neue Produkte unter den Namen Little Giant und Bloody Mary auf den Markt.

Laticínios Porto Alegre (Brasilien) lancierte erstmals eine Jogurtlinie und vertreibt neu auch Milchpulver.

Kaiku führte Begetal (Milchalternative) und Gurea (lokale Marke) auf dem spanischen Markt ein.

Managementansatz

103-1

Die Globalisierung, der technologische Fortschritt sowie die vielfältigen Bedürfnisse von Konsumentinnen und Konsumenten sowie Partnern in der Wertschöpfungskette erfordern von einem erfolgreichen Unternehmen Innovationskraft in verschiedensten Bereichen. Wir beschränken Innovation deshalb nicht nur auf die Produktentwicklung, sondern streben sie entlang der ganzen Wertschöpfungskette an. Dies umfasst beispielsweise neue Technologien, optimierte Prozesse, neue Arten der Zusammenarbeit sowie die Nutzung der neuesten Marketing- und Medienkanäle.

103-2

Innovation treiben wir sowohl auf Konzernebene als auch in allen Tochterfirmen voran. Ein zentrales Element des Innovationsmanagements ist dabei der überarbeitete strategische Innovationsprozess: Dieser beinhaltet einen klaren Stufenplan bei der Entwicklung von Innovationen, führt zu einem verstärkten internationalen Austausch bezüglich geplanter Neuerungen und beseitigt somit Doppelspurigkeiten. Damit wollen wir auch mehr multi-nationale Lancierungen erreichen.

Wachstumsbereiche («growth fields»), die durch einen Trendradar laufend aktuell gehalten werden, dienen uns als Grundlage für neue Produktideen. Diese fliessen in unseren Innovationstrichter («innovation funnel») ein, den wir quartalsweise global sichten. Im Rahmen des «innovation funnels» werden zuerst Innovationsvorschläge analysiert und bewertet. Anschliessend folgt die Ausarbeitung der Ideen und die Erstellung von «business cases» zur Priorisierung. In einem letzten Schritt werden Prototypen erstellt, die danach zu einer Produktlancierung führen können. Die laufenden Innovationsprojekte werden von der Konzernleitung regelmässig überprüft. Wir organisieren auch internationale Innovationsworkshops um neue Ideen zu entwickeln.

103-3

Emmi stellt eine fortlaufende Überwachung der Innovationsprozesse sicher und misst den monetären Wert ihrer Innovations-Pipeline global. Zudem werden die Bruttomarge und der EBIT der neuen Produktentwicklungen beziffert, um profitables Wachstum durch Innovationen zu erreichen.

Digitalisierung

Die Digitalisierung eröffnet uns viele neue Möglichkeiten. Als international aufgestelltes Unternehmen können wir weltweit gut zusammenarbeiten und Ressourcen effektiv wie effizient nutzen. Abläufe in der Lieferkette, der Produktion oder im Marketing und Verkauf werden transparenter und können optimiert werden. Die zunehmende Vernetzung fördert auch eine moderne, an die neue Arbeitswelt angepasste Unternehmenskultur und ein weitgehend papierfreies Produktionsmanagement.

Entwicklungen 2019/2020

Wir nutzen Digitalisierung vor allem als Hebel für Marketing und Verkauf, Produktion und Logistik und Unternehmensentwicklung.

Marketing und Verkauf

Digitale Absatzkanäle werden immer wichtiger. In mehreren Ländern wie USA, Spanien, Schweiz und China hat Emmi seit 2018 e-Commerce-Angebote lanciert. Dazu gehören beispielsweise die Kaltbach-Boutique (Schweiz), die Onlineshops von Cowgirl Creamery, Cypress Groove (USA) und Kaiku (ESP) oder auch der Emmi Flagshipstore auf Tmall.com (China). Die gesammelten Erfahrungen dienen uns für die nächste Ausbaustufe und tragen zur kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer e-Commerce-Strategie bei.

Unser digitales Marketing haben wir mit der Einführung der zentralen «Digital Experience Plattform» seit 2018 neu aufgestellt. Emmi betreibt weltweit knapp 300 digitale Touchpoints, wie Webseiten, Social Media-Kanäle, e-Commerce-Shops und Apps. Um die Fülle an möglichen Interaktionspunkten effizient bewirtschaften zu können, haben wir in den Bereich Marketing-Automation investiert, Teams in den Bereichen digitales Marketing und Online-Kommunikation aufgebaut und bestehende Marketing-Mitarbeitende weitergebildet. Seit 2019 migrieren wir zudem die über 80 verschiedenen Webseiten des Unternehmens auf ein zentrales «Web Content Management System».

Produktion und Logistik

Seit 2019 verarbeiten neue intelligente Anwendungen die verfügbaren Daten bestehender Systeme aktiv und unterstützen den Bereich «Integrated Business Planning» in der Entwicklung möglicher zukünftige Szenarien. Dadurch wird es uns möglich, von der retrospektiven Orientierung zu einer vorausschauenden, in Szenarien denkenden Planung zu wechseln.

Durch die 2019 erfolgte Daten-Synchronisation und den Informationsaustausch mit unseren Kunden können wir die Lieferkette effizienter und effektiver steuern, wodurch auch Food Waste reduziert wird und die Abnehmer sowie Konsumentinnen und Konsumenten von mehr Frische profitieren.

Das 2016 in der Division Schweiz eingeführte «Manufacturing Execution Systems» (MES) werden wir künftig in weiteren Emmi Werken einführen, denn die digitale Produktionssteuerung bringt zahlreiche Vorteile wie beispielsweise Fehlerreduktion, erhöhte Genauigkeit, Rückverfolgbarkeit, end-to-end-Auftragsabwicklung und Energieverbrauchsverfolgung.

Unternehmensentwicklung

Unser bisheriges Engagement zahlte sich während der Covid-Pandemie 2020 in vielerlei Hinsicht aus. Das digitale Management der Absatz- und Umsatzplanung, die Supply-Chain-Planung und Einkaufs- und Warensteuerung ermöglichen es uns, schnell auf Veränderungen im Markt, wie beispielsweise die Verschiebung unserer Absatzkanäle von der Gastronomie hin zum Detailhandel aufgrund der Pandemie, zu reagieren und die Warenversorgung als systemrelevante Lieferantin stets aufrechtzuerhalten. Und dank unserer digitalen Arbeitsinfrastruktur und der dazugehörigen Ausbildung unserer Mitarbeitenden meisterten wir die Verlagerung der administrativen Arbeitsplätze ins Home-Office ausgezeichnet. Dazu hat die 2019 gestartete strategische Initiative «Digital Collaboration» entscheidend beigetragen.

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz

Mit dem 2018 lancierten Projekt Joint Value Creation Supply Chain (JVC) in Kooperation mit dem Detailhändler Coop wollen wir nachhaltig die gemeinsame Lieferkette weiter synchronisieren und so einen spürbaren Mehrwert für die Konsumentinnen und Konsumenten schaffen: Unsere Produkte stehen jederzeit und frisch zur Verfügung und Lebensmittelverschwendung wird weitgehend vermieden. Dazu tauschen wir im Rahmen von Pilotprojekten Informationen und Daten aus und testen neue Konzepte wie «Continuous Replenishment Process» (CRP).

Viele unserer Mitarbeitenden aus der Verwaltung wechselten mit Beginn der Pandemie ins Home-Office. Um das Potenzial dieses «new way of working» auszuschöpfen, lag der Fokus auf der Befähigung und Begleitung der Mitarbeitenden im Home-Office.

Division Europa

Emmi UK und Emmi Benelux führten das von Emmi Schweiz für die internationalen Standorte entwickelte LeanERP (Enterprise Resource Planning) ein. Durch die Ablösung der alten Systeme wurden die Automatisierung von Prozessen ermöglicht sowie die Basis für weitere Optimierungen und datengestützte Entscheidungsfindungen geschaffen.

Bei verschiedenen Gruppengesellschaften rollten wir schrittweise «Integrated Business Planning» (IBP) aus. Insbesondere Emmi Deutschland und die Gläserne Molkerei (Deutschland) erzielten sehr gute Fortschritte und konnten dadurch ihre Lieferketten optimieren und Verschwendung reduzieren.

Mit zwei Ausnahmen wurden alle Gruppengesellschaften an die «HR Suite» angeschlossen. Dies erleichtert die internationale Zusammenarbeit und schafft die Voraussetzung, die Entwicklung unserer Mitarbeitenden auch systemtechnisch zu unterstützen.

Division Americas

Emmi Canada und Redwood Hill (USA) führten das von Emmi Schweiz für die ausländischen Standorte entwickelte «LeanERP» (Enterprise Resource Planning) ein. Durch die Ablösung der alten Systeme wurden die Automatisierung von Prozessen ermöglicht sowie die Basis für weitere Optimierungen und datengestützte Entscheidungsfindungen geschaffen.

Managementansatz

103-1

Die Digitalisierung verändert zwar nicht den Kern der Milchverarbeitung, dennoch werden relevante Prozesse innerhalb und ausserhalb unseres Unternehmens transformiert. Das ist in der ganzen Wertschöpfungskette zu spüren, wenn auch in unterschiedlichem Mass. Die Digitalisierung verändert sowohl innerbetriebliche Abläufe als auch den Umgang und Kontakt mit Geschäftspartnern sowie Konsumentinnen und Konsumenten. Auch für die Unternehmenskultur bedeuten digitale Technologien Veränderungen.

103-2 **Produktion und Logistik**

Wo es technisch möglich ist, automatisieren wir in unseren Werken Produktionsschritte und ersetzen manuelle Tätigkeiten durch Roboter und Maschinen. Fahrerlose Transportsysteme finden mehr und mehr Anwendung bei der Bewegung von Paletten. Zunehmend gewinnt die Fernbetreuung von Produktionsanlagen an Bedeutung.

Mit dem von Emmi Schweiz erarbeiteten LeanERP werden Gruppengesellschaften in verschiedenen Ländern in die Lage versetzt, ihre Geschäftsprozesse zu verbessern. Die grösste Herausforderung bei der Entwicklung dieser schlanken Lösung stellte dabei die markante Heterogenität der Standorte hinsichtlich ihrer Anforderungen an ein ERP-System dar, weil sie ihre Geschäftsabläufe unterschiedlich ausgeprägt in Prozessen pflegen.

Durch intelligente Software kann Emmi die Warenströme optimieren. Wir synchronisieren die Warenbestände über verschiedene geografische Lagerorte mit der Produktion und definieren so den Produktionszeitpunkt und die Produktionsmenge optimal.

Die Integration von Abnehmern und Lieferanten in die Planung wird durch eine verbesserte Kommunikation zwischen Maschinen ermöglicht, was zu einem neuen Grad an Automatisierung und Effizienz führt. Über «collaborative Planning, Forecasting and Replenishment» (CPFR) tauschen wir direkt mit den Handelspartnern Absatz- und Bestandsinformationen aus. So können wir – wie beispielsweise in den Shutdown-Monaten der Covid-Pandemie – starke Schwankungen schneller abgleichen und die Versorgung sicherstellen.

Marketing und Verkauf

Mit modernster Marketing-Technologie sind wir in der Lage, unsere Prozesse zu vereinfachen und «Consumer Journeys» holistisch zu planen. Die Erkenntnisse aus dem digitalen Marketing fließen auch in die Produktentwicklung ein. Zunehmend erarbeiten wir uns auch digitale Datenkompetenz in den Bereichen Produktentwicklung und Marktforschung. In einem nächsten Schritt werden unsere digitalen Plattformen sinnvoll miteinander verknüpft, um den maximalen Mehrwert herauszuholen.

Unternehmensentwicklung

Dank stetem Investment in moderne, digitale Arbeitsinfrastruktur und Ausbildung der Mitarbeitenden arbeiten wir effektiv und effizient. Wir setzen gruppenweit digitale Instrumente für die Kommunikation, den Informationsaustausch und die Zusammenarbeit ein. Mittels E-Learning unterstützen wir unsere Mitarbeitenden, sich laufend in der digitalen Kommunikation und Zusammenarbeit weiterzuentwickeln. Zudem steht ihnen ein zentrales «Help Center», persönliche Beratung und Hilfe zur Selbsthilfe zur Verfügung.

103-3

Charakteristisch für die Digitalisierung ist die rapide Geschwindigkeit der Veränderungen und die hohen Kosten, die am Anfang neuer Projekte entstehen können. Um die Fortschritte der Digitalisierungsprojekte zu messen und gegebenenfalls Korrekturmassnahmen einzuleiten, findet ein regelmässiges Reporting an die Konzernleitung statt. Strategische Initiativen und Programme unterliegen einem standardisierten Reporting beziehungsweise einem «Quality Assurance»-Rhythmus.

Ernährung

Immer mehr Menschen achten darauf, was sie essen und informieren sich über die Möglichkeiten einer ausgewogenen Ernährung. Die Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten und des Marktes nach natürlichen, regionalen und nachhaltigen Produkten steigt. An Beliebtheit gewinnen auch Produkte mit Zusatznutzen – wie beispielsweise laktosefreie Milchprodukte, probiotische Joghurts oder High-Protein-Produkte. Auch pflanzenbasierte Milchalternativen werden immer häufiger nachgefragt. Der Trend zu einer veganen oder flexitarischen Ernährung ist eine der stärksten beobachteten Ernährungsveränderungen und erfordert angepasste Produktlösungen.

Wir möchten, dass Konsumentinnen und Konsumenten Emmi Produkte ohne Kompromisse geniessen können. Deshalb stehen bei uns Nachhaltigkeit und Natürlichkeit im Fokus. Bei der Berücksichtigung aller gesundheitlichen Aspekte soll und darf der Genuss aber nicht zu kurz kommen – schliesslich werden unsere Produkte vor allem dafür geschätzt.

Emmi Produkte mit Zusatznutzen

cholesterinsenkend	✓									
glutenfrei	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
laktosefrei		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ungesüsst			✓				✓	✓	✓	✓
kein zugesetzter Zucker			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
probiotisch		✓								
High Protein					✓	✓		✓		
Vegan							✓			

Entwicklungen 2019/2020

Aktivitäten Divisionen

- Division Schweiz** 2019 haben wir die Fortführung der 2015 formulierten «Erklärung von Mailand» mitunterzeichnet. Damit verpflichten wir uns zu einer weiteren Reduktion des zugesetzten Zuckers um 10 % in Joghurts bis 2024.
- Division Europa** Das Sortiment von Emmi Dessert Italia wurde um weitere laktosefreie und glutenfreie Produkte erweitert.
In Österreich wurden die veganen Produktlinien von MyLove-MyLife weiter ausgebaut.
- Division Americas** Kaiku (Spanien) führt mit Begetal eine neue Linie veganer Milchalternativen ein.

Managementansatz

103-1 Neue Ernährungsvorlieben und -trends zu erkennen und aufzugreifen liegt in unserem ureigenen Geschäftsinteresse. Bei der Entwicklung neuer Produkte und der Optimierung bestehender Rezepturen stehen die Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten deshalb im Mittelpunkt.

In der Schweiz wird unsere Geschäftstätigkeit auch durch die Ernährungsstrategie des Bundes beeinflusst. Diese zielt darauf ab, allen Konsumenten eine gesunde, ausgewogene Ernährung zu ermöglichen und fördert unter anderem die Reduktion des Zucker-, Fett- und Salzgehalts von Lebensmitteln.

103-2 Als verantwortungsvolle Lebensmittelproduzentin setzen wir uns für eine gesunde Ernährung ein. Wir verfolgen das Ziel, unsere Produkte kontinuierlich und bestmöglich den neuesten ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen anzupassen.

Um neue Trends und Vorlieben aufzugreifen, erstellt die Marketingabteilung zuerst Konzepte mit Produktanforderungen und der gewünschten Produktzusammensetzung. Die Abteilung Forschung & Entwicklung kümmert sich anschliessend um die Umsetzung der Rezepturen. Sie ist auch verantwortlich für die Entwicklung von Technologien und Rezepturen, die zur Reduktion von Zucker, Fett und Salz in Lebensmitteln beitragen. Mit unserem Wissen unterstützen wir auch unsere Eigenmarkenkunden.

Wir haben 2015 die «Erklärung von Mailand» unterschrieben und uns damit verpflichtet, die Rezepturen unserer Produkte zu überprüfen und, wo möglich, den Zuckergehalt zu reduzieren. Bis 2024 werden wir den zugesetzten Kristallzucker in unseren Produkten um 10 % senken. Bei bestehenden Produkten nehmen wir eine schrittweise Reduktion des Zuckergehalts vor, um die geschmackliche Veränderung für die Konsumentinnen und Konsumenten akzeptabel zu halten. Neuprodukte entwickeln wir bereits mit geringerem Zuckergehalt.

Damit Konsumenten leichter gesunde Ernährungsentscheidungen treffen können, informieren wir transparent über die Zusammensetzung unserer Produkte. Unsere Webseite bietet aktuelle Informationen zu Ernährungsthemen und wir verfügen über eine eigene Ernährungsberatungsstelle für Konsumenten, Kunden und die breite Öffentlichkeit. Die Ernährungsberatungsstelle unterstützt auch interne Schulungen, Projekte und Produktentwicklungen. Ab 2021 haben wir bei unserer Marke Emmi Caffè Latte testweise den sogenannten «Nutri-Score» abgebildet, der die Konsumenten über die Nährwerte der Lebensmittel informiert und einen Vergleich innerhalb einer Produktgruppe erleichtern soll.

Wir unterstützen diverse eigene und fremde Forschungsarbeiten zu den Themen Ernährung, Ernährungsweisen, alternative Proteine und Milchalternativen. Einen Teil dieser Arbeiten führen wir gemeinsam mit Hochschulen durch. Wir sind auch Mitglied in der Kommission für Ernährung der Föderation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial). Die Fial ist ein Zusammenschluss verschiedener Branchenverbände der Schweizer Nahrungsmittelindustrie, der auch die wirtschaftspolitischen Interessen der Mitglieder vertritt.

103-3

Gespräche und Projekte mit unseren Kunden, aber auch Konsumententests, zeigen uns, welche unserer Produkte mit Zusatznutzen auf dem Markt gefragt sind.

Die Einhaltung der geltenden Normen wird durch Lebensmittelkontrollen und Audits gewährleistet. Unsere laktosefreien oder glutenfreien Produkte werden zudem von den jeweiligen Zertifizierungsstellen geprüft.

Über unsere Fortschritte bei der Reduktion des Zuckergehalts erstatten wir dem Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV) jährlich Bericht.

Lieferantenmanagement

Wir kaufen landwirtschaftliche Rohstoffe wie Milch, Zucker und Früchte sowohl bei Händlern als auch direkt bei Produzenten ein. Ausserdem beschaffen wir Halb- und Fertigfabrikate zur weiteren Verarbeitung oder für den Weiterverkauf. Dies ist vor allem bei Käse der Fall, den wir in bedeutenden Mengen von Käsereien und anderen Milchverarbeitern beziehen.

Die Lieferanten stellen die Produkte grösstenteils gemäss unseren Spezifikationen her. Je nach Beschaffungsvolumen und Bedeutung des Materials werden die Lieferanten in verschiedene Klassen eingeteilt. Bei den sogenannten strategischen Lieferanten streben wir eine enge Partnerschaft an.

Die Leistung der Lieferanten wird – soweit möglich – laufend überwacht. Die Ergebnisse werden je nach Klassifikation der Lieferanten regelmässig, mindestens jedoch einmal jährlich, mit dem jeweiligen Lieferanten besprochen. Bei Nichterreichung der Zielsetzung werden Verbesserungsmassnahmen vereinbart.

Entwicklungen 2019/2020

In unserer Einkaufsstrategie spielt die Nachhaltigkeit von Rohstoffen oder Produkten eine immer wichtigere Rolle. Bereits über 93 % der von Emmi in der Schweiz verarbeiteten Kuhmilch, die nicht von Bio-Höfen stammt, entsprechen dem neuen Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch» ([↪ Siehe «Nachhaltige Milchwirtschaft» Seite 11](#)).

2020 haben wir das Projekt «procureNet» weiter vorangetrieben, um die Zusammenarbeit zwischen den Einkaufsabteilungen verschiedener Gruppengesellschaften zu koordinieren. Dadurch können grössere Einkaufsvolumen beschafft werden, was dazu führt, dass wir eine sichere, qualitativ hochstehende Versorgung und teilweise bessere Konditionen erhalten. Im Rahmen dieses Projekts wurde auch eine Beschaffungsrichtlinie erarbeitet, die ethische und ökologische Grundsätze enthält.

2020 erarbeiteten wir eine standardisierte Methode zur Lieferantenbeurteilung, die nun schrittweise bei allen Gruppengesellschaften ausgerollt und kontinuierlich weiterentwickelt wird. Bei der Lieferantenbeurteilung bewerten wir vier Dimensionen: Qualität, Kosten, Innovation und Logistik.

Unser bestehendes Risikomanagement half uns zu Beginn der Covid-19-Pandemie die Versorgungssicherheit mit Rohstoffen schnell zu analysieren. Mit Ausnahme von Mandeln, Kaffee und Kakao wurde das Risikomanagement von wichtigen Rohstoffen bisher primär dezentral geführt. In einem nächsten Entwicklungsschritt planen wir, die lokal identifizierten Risiken zu konsolidieren und bezüglich ihrer Relevanz für die gesamte Emmi Gruppe zu beurteilen. Dies wird uns erlauben, die Risiken bei Bedarf einheitlich und noch effizienter zu managen.

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz

Bei der letzten Ausschreibung für Lieferanten von Kunststoffflaschen haben wir uns trotz günstigerer Alternativen dazu entschlossen, eine Teilmenge von einem Schweizer Lieferanten mit kürzerem Transportweg zu beschaffen und diese Partnerschaft künftig weiter auszubauen.

Division Europa

Aus strategischen Gründen wurde die Produktion eines fremdgefertigten Fertigprodukts näher zum britischen Absatzmarkt verlagert. Dadurch wurden die Transportwege zwischen dem Herstellwerk und dem Verteillager kürzer, wodurch etwa 35 Tonnen CO₂ eingespart werden konnten.

Auf Vorschlag eines unserer Co-Packer konnte bei einem Produkt für den Markt Grossbritannien das Bechergewicht reduziert werden. Dadurch konnte die Menge des verwendeten Kunststoffs um 24 % reduziert werden, was rund 13 Tonnen pro Jahr entspricht.

Division Americas

Bei der Ausschreibung der Seefracht von Europa nach Nordamerika entschieden wir uns für einen Frachtdienstleister, der die damit verbundenen Treibhausgasemissionen kompensiert.

Durch den Ersatz von Gabelstaplern am Ende ihrer Lebensdauer durch elektrische Gabelstapler an den Standorten der Kaiku-Gruppe sowie von Jackson-Mitchell und Emmi Dessert Italia werden künftig weniger Treibhausgase ausgestossen.

Managementansatz

103-1

Gute vertrauensvolle Beziehungen zu den Lieferanten sind für ein verarbeitendes Unternehmen wie Emmi wichtig, um eine hohe Qualität der Rohstoffe zu sichern. Gerade bei dem Aspekt einer nachhaltigen, umweltschonenden Produktion der Rohstoffe ist eine gute Kommunikation und Zusammenarbeit mit den Lieferanten unerlässlich.

103-2

Die Lieferketten der Gruppengesellschaften sind generell auf Länderebene organisiert, die Verantwortung obliegt den jeweiligen Geschäftsführern. Darüber hinaus nutzen wir seit einigen Jahren zusätzlich ein zentrales Supply-Chain-Management auf Konzernstufe. Dieses erlaubt die zentrale Steuerung besonders wichtiger Elemente der Lieferkette und optimiert dadurch die gesamte Wertschöpfungskette in Bezug auf Service, Qualität, Compliance und Kosten.

Als Ergänzung des Emmi Verhaltenskodexes verfügen wir seit 2020 über eine konzernweite Beschaffungsrichtlinie. Diese beschreibt Standards und Vorgehensweise für den operativen und strategischen Einkauf und enthält ethische, soziale und ökologische Grundsätze und Vorgaben, wie beispielsweise den Grundsatz, dass Gesetze eingehalten und Rechte respektiert werden. Zudem werden Themen wie Moral, Fairness, Verlässlichkeit, Diskretion, und Vermeidung von Interessenkonflikten in der Zusammenarbeit mit Lieferanten adressiert. Die Beschaffungsrichtlinie soll regelmässig überprüft und wo nötig angepasst werden.

Im Rahmen unseres Risikomanagements werden neue Lieferanten vor ihrer Aufnahme gründlich geprüft. Potenzielle Lieferanten durchlaufen eine Risikobewertung. Dafür müssen sie Angaben zu verschiedenen Standards in den Kategorien Qualität, Umwelt und Soziales machen. Zusätzlich müssen sie die Rahmenvereinbarung und allgemeinen Anforderungen für Packmittel und Rohmaterial schriftlich akzeptieren.

Den Entscheid und die Freigabe für die Aufnahme neuer Lieferanten trifft ein funktionsübergreifendes Team, das aus Mitgliedern der Einkaufs- und Nachhaltigkeitsabteilung sowie des Supplier Quality Managements (SQM) besteht. Ob und welche ökologischen und sozialen Kriterien bei der Entscheidung eine Rolle spielen, wird von der Nachhaltigkeitsabteilung definiert. Künftig möchten wir dafür materialgruppenübergreifende Grundlagen schaffen, um die gesetzten Nachhaltigkeitsziele systematischer in den Entscheidungsprozessen zu berücksichtigen.

Nachdem ein Lieferant ausgewählt, qualifiziert und integriert wurde, wird die Leistung regelmässig bezüglich Qualität, Kosten, Technologie, Innovationskraft und Logistik bewertet. Seit 2020 verfügen wir über eine standardisierte Methode zur Lieferantenbeurteilung.

103-3 Das Tool zur Lieferantenbeurteilung erlaubt es, die Resultate der Leistungsbewertung in einem Spinnendiagramm darzustellen, und ermöglicht so, die Lieferanten untereinander und mit einem definierten Ziel zu vergleichen. Die Ergebnisse nutzen wir intern für die Lieferantenentwicklung oder in Lieferantengesprächen sowie für Vertragsverhandlungen.

Für die kontinuierliche Weiterentwicklung der Beschaffungsrichtlinie teilen wir unsere Erkenntnisse aus Umfragen zur Verständlichkeit, Vollständigkeit und Anwendbarkeit der Beschaffungsrichtlinie innerhalb des Konzerns.

Indikatoren

308

UMWELTBEWERTUNG DER LIEFERANTEN

308-1

Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden

Potenzielle Neulieferanten müssen eine Selbstdeklaration ausfüllen, die Punkte zu Umweltmanagement und -risiken enthält. Unser Nachhaltigkeitsteam wertet die Antworten aus und erstellt eine Risikobeurteilung. Diese Selbstdeklaration soll künftig gruppenweit bei allen potenziellen Lieferanten eingeführt werden. Bei kritischen Rohstoffen oder Regionen prüfen wir, ob die Angaben der möglichen Lieferanten mit den Erkenntnissen von Nichtregierungsorganisationen übereinstimmen. Unklarheiten oder Unstimmigkeiten klären wir im Gespräch mit den potenziellen Lieferanten. Bei Bedarf führen wir am Produktionsstandort des Lieferanten zusammen mit Experten ein Audit durch.

414

SOZIALE BEWERTUNG DER LIEFERANTEN

414-1

Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden

Potenzielle Neulieferanten müssen im Rahmen einer Selbstdeklaration beschreiben, wie sie sicherstellen, dass das Arbeitsrecht eingehalten wird, und welche Massnahmen bei einer allfälligen Verletzung eingeleitet werden ([↪ Siehe auch GRI 308-1](#)).

Arbeitssicherheit

Die Funktionsfähigkeit der Emmi Gruppe muss jederzeit erhalten bleiben. Das beinhaltet den Schutz von Personen und Infrastrukturen, aber auch vorsorgliche Massnahmen um Zwischenfälle zu verhindern. Dabei ist uns bewusst, dass menschliches Handeln nie fehlerfrei sein und es keine absolute Schadensvermeidung geben kann. Die Herausforderung besteht darin, die Mitarbeitenden mit den Sicherheitsregeln vertraut zu machen, im Umgang mit Gefahren zu schulen und ein Bewusstsein für eine verhaltensorientierte Sicherheit zu schaffen.

Entwicklungen 2019/2020

2020 erarbeiteten wir die sogenannte «Safety Roadmap» für 2021. Diese beinhaltet beispielsweise Factsheets, die ein spezifisches Sicherheitsthema erläutern, Informationen mit Erkenntnissen aus vergangenen Sicherheitsvorfällen, kurze Videos zu Sicherheitsthemen und einen regelmässigen Erfahrungsaustausch aller Sicherheitsbeauftragten der Gruppengesellschaften.

Wir konnten die «Total Incidence Frequency Rate» (TIFR) von 2019 zu 2020 um 31 % reduzieren. Auch künftig wollen wir die Zahl der TIFR und der Betriebsunfälle noch weiter reduzieren. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir in einem ersten Schritt zusammen mit einem externen Partner eine Benchmark-Analyse durchgeführt. Auf dieser Grundlage entsteht ein Schulungskonzept, das Führungskräfte für die Unfallrisiken sensibilisieren soll. Ziel ist, die verhaltensorientierte Sicherheit zu verbessern und in allen Bereichen des Unternehmens zu verwurzeln.

Umgesetzt haben wir 2019 schon gruppenweite Richtlinien zum Tankeinstieg und Arbeiten in Tanks.

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz

Das jährlich umgesetzte Sicherheitsprogramm richtet sich an ISO 45001 aus und beinhaltet interne sowie externe Audits, Risiko-Assessments und Brandschutzaudits.

Im Projekt BeSafe gab es 2020 Schulungen für alle Führungskräfte im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

Division Europa

Am Standort Dechow der Gläsernen Molkerei (Deutschland) erhielten Mitarbeitende eine Schulung für die Bereiche Persönliche Schutzausrüstung (PSA) und die Anwendung der Persönlichen Schutzausrüstung gegen Absturz (PSAgA), ausserdem zum Arbeiten und Retten in engen Räumen gemäss der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV). Die zuvor durchgeführte Begehung der Tankanlagen ermöglichte die Ausarbeitung von mehreren Modellen beim Tankeinstieg.

Division Americas

Risiko-Assessments durch unsere Produktionsunterbruch-Versicherung gab es in den beiden chilenischen Produktionsbetrieben Loncoche und Pitrufoquén von Quillayes Surlat, in Mahdia (Tunesien), an den US-amerikanischen Standorten Monroe und Platteville von Emmi Roth und bei Cypress Grove sowie im Werk in Pamplona (Spanien).

Managementansatz

103-1 Es ist unsere Verpflichtung, unseren Mitarbeitenden und den in unserem Auftrag arbeitenden Personen von Drittfirmen ein sicheres Arbeitsumfeld zu bieten. Eine gute und umfassende Sicherheitsorganisation sowie eine präventive Ereignisplanung haben zum Ziel, Menschen, Umwelt und Infrastruktur vor Schäden zu bewahren und die Funktionsfähigkeit der Emmi Gruppe jederzeit zu gewährleisten. So garantieren wir auch, dass die entsprechenden Gesetze und Normen stets eingehalten werden.

103-2 Der Bereich Sicherheitsmanagement wird zentral auf Konzernebene geführt, die Umsetzung erfolgt dezentral in den einzelnen Werken. Die Grundlagen dazu sind in der Sicherheitspolitik geregelt, die unser Sicherheitsverständnis, unsere Sicherheitsgrundsätze und unsere Sicherheitsorganisation ausführt.

Wir erarbeiten Sicherheitszielsetzungen, überwachen deren Einhaltung und dokumentieren die Leistungen periodisch. Unsere wichtigste Kennzahl zur Messung der Betriebsunfälle ist die «Total Incidence Frequency Rate» (TIFR). Diese Kennzahl erfasst die Gesamtzahl aller medizinischen Behandlungsfälle, Fälle mit eingeschränkter Arbeitsfähigkeit, Fälle mit Ausfallzeit sowie Todesfälle pro Million Arbeitsstunden.

(↻ [Siehe auch GRI 403-1, GRI 403-2 und GRI 403-3](#))

Neben einem sicheren Arbeitsumfeld ist auch das umsichtige Verhalten der Mitarbeitenden entscheidend für Arbeitssicherheit. Emmi setzt auf Information, Prävention und Kontrolle, um Risiken zu vermeiden. Die Massnahmen beziehen sich sowohl auf unsere Mitarbeitenden und Drittpersonen auf unseren Arealen als auch auf die gesamte Infrastruktur.

Das übergeordnete Sicherheitsziel, die Funktionsfähigkeit des Unternehmens jederzeit zu gewährleisten, erreichen wir durch ein umfassendes Sicherheitsmanagement sowie Präventionsmassnahmen. Sicherheit basiert bei Emmi auf folgenden Prinzipien:

- Passive Sicherheit: Menschen und Infrastrukturen werden durch geeignete Konzeption, Design und Ausführung geschützt.
 - Aktive Sicherheit: Die strikte Handhabung und Kontrolle von Prozessen und Systemen erhöht die Sicherheit im Unternehmen.
 - Verhaltensorientierte Sicherheit: Die Mitarbeitenden werden einbezogen und geschult, um Risiken und Gefahrensituationen erkennen und dann richtig handeln zu können.
 - Notfallorganisation: Im Notfall helfen festgelegte Abläufe dabei, Schäden einzudämmen und die Situation zu beherrschen.
-

103-3 Emmi lässt die Prozesse des Sicherheitsmanagements und dessen Aufbauorganisationen regelmässig durch interne und externe Auditierung überprüfen und bei Bedarf anpassen. Für alle relevanten Bereiche und zu allen relevanten Themen führen wir Risikoanalysen durch, um Gefahrenpotenziale zu ermitteln und eine zielgerichtete, ökonomisch vertretbare Vorsorge zu treffen.

Zudem melden die Produktionsstandorte sicherheitsrelevante Kennzahlen, zu denen Zielvorgaben bestehen. Dies hilft, Verbesserungspotenziale zu identifizieren. Die Kennzahlen beinhalten unter anderem arbeitsbedingte Unfälle oder medizinische Behandlungsfälle (Medical Treatment Cases), die in (temporärer) Arbeitsunfähigkeit (Lost Time Cases) oder arbeitsbezogenen Todesfällen resultieren.

Indikatoren

403

ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

403-1

Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die Grundlagen für das Sicherheitsmanagement bei Emmi sind Gesetze, Verordnungen und privatrechtliche Vereinbarungen. Wir richten unsere Sicherheitsorganisation an ISO 45001 aus. Unser Sicherheitsmanagement besteht aus vielen Bestandteilen, darunter Richtlinien, Anweisungen und Formulare.

Das Sicherheits- und Umweltmanagementsystem ist bei Emmi folgendermassen strukturiert:

- Die Konzernleitung legt die Zielsetzung fest und gibt das Budget vor.
- Aufgaben und Kompetenzen der Verantwortlichen werden festgelegt, relevante Sicherheitsaspekte systematisch ermittelt und standortspezifische Programme mit quantitativ und qualitativ messbaren Zielen formuliert.
- Es erfolgt ein Abgleich mit den behördlichen Auflagen und den geltenden Gesetzen an den jeweiligen Standorten.
- Ausbildungen und Schulungen befähigen unsere Mitarbeitenden, Risiken zu erkennen und zu beherrschen.
- Die zu beherrschenden Aspekte werden systematisch überwacht, aufgezeichnet und berichtet. Bei Abweichungen werden Sofortmassnahmen bestimmt und umgesetzt.
- Für die Vorsorge und Bewältigung von Störfällen sind Personen, deren Zuständigkeiten und Erreichbarkeit bestimmt. Sofortmassnahmen sind definiert. Bei Eskalationen wird ein Notfall- und Krisenmanagement eingehalten. Die zuständigen Stellen bei Emmi Schweiz sind zwingend zu informieren.
- Der Konzern verpflichtet sich zur internen und externen Kommunikation über Tätigkeiten im Rahmen des Sicherheitsmanagements.

Die Auswertung der internen und externen Audits des periodischen Umwelt- und Sicherheitsmanagements erfolgt über das «Sicherheit & Umwelt»-Programm vom Reporting bis zum Managementreview.

403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen

Emmi definiert im Bereich Sicherheit Ziele, deren Einhaltung überwacht und periodisch dokumentiert wird. Ein Kennzahlensystem erfasst Zielvorgaben und unterstützt die Identifikation von Verbesserungspotenzialen. Das Sicherheitsmanagement wird kontinuierlich angepasst und verbessert. Vorfälle und Beinahe-Ereignisse werden analysiert.

Wir nutzen verschiedene Systeme, um unser Sicherheitsmanagement aufrechtzuerhalten:

- SharePoint (EmmiNet) vereinfacht das Sicherheits- und Umweltmanagement und beinhaltet Funktionalitäten für einen effizienten, sicheren und gezielten Umgang mit Notfällen und Krisen.
- In IQ Soft können Audits geplant und verfolgt werden. Zudem erlaubt das System, dass die Umsetzung von Massnahmen überprüft und Verbesserungsideen gesammelt werden.
- Im UKA, einer Software für Unfall, Krankheit und Absenzen, werden alle relevanten Daten über Unfälle und Krankheiten der Mitarbeitenden gesammelt und ausgewertet.

403-3 Arbeitsmedizinische Dienste

Die Verantwortung für das Entwickeln und kontinuierliche Überprüfen des Sicherheitsmanagements ist im Unternehmen zentral verankert, um einen hohen Standard und ein gemeinsames Verständnis zu sichern. Detaillierte Sicherheitsverfahren definieren den Umgang mit Mensch und Infrastruktur. Speziell für die Mitarbeitenden relevant sind die Verfahren zum Gesundheitsmanagement, zur Arbeitssicherheit und Gesundheit, zur Büroökologie und -einrichtung sowie die Notfallorganisation. Der Sicherheit der Infrastruktur wird mit den Verfahren zu Zutritt und Überwachung, Brand- und Explosionsschutz sowie bezüglich Einwirkungen Dritter und durch Naturkatastrophen Rechnung getragen.

Für die Umsetzung des Sicherheitsmanagements und der Sicherheitsverfahren sind die einzelnen Standorte zuständig. Aufgrund der Heterogenität der Produktionsstätten kann die Ausprägung sehr unterschiedlich ausfallen. Alle unsere Standorte führen aber eine regelmässige Evaluation der verschiedenen Sicherheitsverfahren durch. Dabei werden die unterschiedlichen Aspekte auf ihre Relevanz und ihr Potenzial zur Verbesserung untersucht. Jeder Standort definiert einen Sicherheitsverantwortlichen, welcher für die lokal angepasste Sicherheits- und Umweltmanagementorganisation zuständig ist.

403-4 Mitarbeitendenbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Emmi evaluiert ihr Sicherheitsmanagement regelmässig mit Audits. In diesen werden Systeme, Verfahren, Prozesse und Produkte überprüft sowie die Erfüllung von Vorgaben und Nachweisen beurteilt. Die Audits sind Bestandteil unseres kontinuierlichen Verbesserungsprozesses und werden durch interne und externe Stellen durchgeführt.

403-5 Mitarbeitendenschulung zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Im Projekt BeSafe gab es 2020 in der Schweiz Schulungen für alle Führungskräfte im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden

Emmis Führungskräfte werden durch das Programm «Excellent Leadership» zu einer gesundheitsorientierten Mitarbeitendenführung befähigt. Den Mitarbeitenden selbst werden zur Gesundheitsförderung diverse Lernmodule angeboten, so z.B. zur Stärkung der Resilienz oder zum Umgang mit Stress. Zudem unterstützen wir regelmässig die Teilnahme an Sportaktivitäten wie z.B. Bike to Work, Laufveranstaltungen und ähnliches.

403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz

Im Rahmen der Lieferantenbewertung wird abgefragt, ob der Lieferant die Kriterien zur Arbeitssicherheit und Gesundheit erfüllt und seine Verantwortung diesbezüglich wahrnimmt.

403-8 Mitarbeitende, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind

Im Jahr 2020 waren 2'725 Mitarbeitende von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt. Das entspricht 44 % aller Mitarbeitenden. 2019 waren 2'551 Mitarbeitende von einem solchen System abgedeckt, was 42 % entspricht.

403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen¹

	2019	2020	Δ
Anzahl Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0	0	0 %
Rate der Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0	0	0 %
Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen	2	2	0 %
Rate arbeitsbedingter Verletzungen mit schweren Folgen	0	0	0 %
Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen gesamt (inkl. Verletzungen mit schweren Folgen)	311	233	-25 %

¹ Die Berechnungsgrundlage der Kennzahlen zu den Mitarbeitenden ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

403-10 Arbeitsbedingte Erkrankungen¹

	2019	2020	Δ
Anzahl Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Erkrankungen	0	0	0 %
Anzahl der arbeitsbedingten Erkrankungen	1	1	0 %

¹ Die Berechnungsgrundlage der Kennzahlen zu den Mitarbeitenden ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

Governance

Die Corporate Governance (CG) ist für uns der Ordnungs- und Handlungsrahmen für die Oberleitung und Oberaufsicht der Emmi Gruppe. Die Grundlagen dafür bilden Gesetze, die Statuten der Emmi AG, das Organisationsreglement sowie der Verhaltenskodex. Weil uns eine nachhaltige Geschäftsführung wichtig ist, beziehen wir auch ökologische, soziale und Governance-Aspekte (ESG-Aspekte) in unser Handeln ein.

Entwicklungen 2019/2020

In den letzten Jahren sind mit dem Wachstum und der Entwicklung des Unternehmens sowie der Erwartungshaltung der Gesellschaft auch die Anfragen und Anforderungen an die Corporate Governance (CG) gestiegen. Dem höheren Kommunikationsbedarf tragen wir Rechnung, indem wir neben der Nutzung der üblichen Kommunikationsgefässe auch den Austausch mit Unternehmen suchten, die auf Governance und Nachhaltigkeit spezialisiert sind. Zudem standen wir mit verschiedenen ESG-Ratingagenturen in Kontakt, um die Transparenz bei ESG-Kriterien zu verbessern sowie spezifische Governance-Aspekte zu optimieren. Eine Erkenntnis daraus ist, dass wir künftig vor allem in unserem Geschäftsbericht verstärkt auch zu ESG-Themen und -Aktivitäten berichten.

In der Berichtsperiode passten wir unsere Governance mit Blick auf die Internationalisierung unseres Geschäfts an. So stimmten wir die Ausgestaltung der Kompetenzen einzelner Organe und Gremien mit den lokalen Gesetzgebungen und Regulatorien ab. 2020 überarbeiteten wir unser Risikomanagement. Die Arbeit floss in eine neue Risikomanagement-Richtlinie ein, die im Januar 2021 vom Verwaltungsrat verabschiedet wurde.

Managementansatz

103-1

Die Einschätzungen von Finanzinstituten, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Ratingagenturen zu unserer Governance dienen der Meinungsbildung von Investoren, Analysten und unseren Aktionärinnen und Aktionären und können ihre Investitionsentscheide oder ihr Abstimmungsverhalten beeinflussen. Ihr Vertrauen und ihre Zustimmung sind wichtig, um die Geschäftstätigkeit von Emmi zu sichern.

Zunehmend achten auch Konsumentinnen und Konsumenten bei ihren Kaufentscheidungen darauf, ob das Unternehmen, das hinter den Produkten steht, nachhaltig geführt wird.

103-2

Die Anforderungen an die Governance von Emmi unterscheidet sich in den 15 Ländern, in denen wir mit Tochtergesellschaften präsent sind. Wir halten es für wichtig, die Flexibilität dieser Gesellschaften zu gewährleisten, um auf die lokalen Anforderungen und Gegebenheiten einzugehen.

Unser Corporate-Governance-System besteht aus den relevanten Gesetzen, den Statuten der Emmi AG, des Organisationsreglements, welches jährlich angepasst wird, sowie dem Verhaltenskodex. Alle Dokumente sind online verfügbar.

Viele weitere Richtlinien und Reglemente bestehen sowohl auf Gruppenebene als auch auf Länderebene. Auf der Gruppenebene werden beispielsweise der Verhaltenskodex sowie der «Modern Slavery Act» implementiert. Zudem verfügen wir über gruppenweite Richtlinien zu Qualitäts- und Lebensmittelsicherheit, Sicherheit von Personen und Infrastruktur, Umwelt- und Nachhaltigkeit, Gentechnologie und zum Umgang mit Rohstoffen aus kritischen Herkunftsländern.

Mehr Informationen: [↳Link](#)

Das oberste Organ des Unternehmens ist der Verwaltungsrat. Dieser beauftragt den CEO als Vorsitzenden der Konzernleitung mit der Führung des Unternehmens, wobei Nachhaltigkeitsaspekten eine besondere Bedeutung beigemessen wird. So wurde beispielsweise ein Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit eingerichtet, in dem nicht weniger als sechs der total acht Konzernleitungsmitglieder vertreten sind.

Der Verwaltungsrat und die Konzernleitung sind überzeugt, dass eine nachhaltige Unternehmensstrategie essenziell für den langfristigen Erfolg der Emmi Gruppe ist.

Mehr Informationen: [↳Link](#)

103-3

Der Verwaltungsrat und seine Ausschüsse unterziehen sich einer jährlichen Selbstevaluation. Dabei werden Arbeitsabläufe, Verantwortlichkeiten, Kompetenzen und Leistungen anhand des Organisationsreglements beurteilt. Zudem werden die Zusammensetzung und Diversität des Verwaltungsrats, der Erneuerungsprozess sowie die Zusammenarbeit mit der Konzernleitung beurteilt. Basierend auf den Ergebnissen werden anschliessend Massnahmen erarbeitet und festgelegt.

Mehr Informationen: [↳Link](#)

Community Engagement

Emmi fühlt sich als wirtschaftliches und auf nachhaltiges Wachstum ausgerichtetes Unternehmen auch dem Gemeinwohl verpflichtet und engagiert sich in Initiativen und Projekten, die einen Bezug zu den Kernaktivitäten des Unternehmens haben. Unser Motto «Dairy Business is a Local Business» gilt auch für unser soziales Engagement. Die unterstützten Projekte und Massnahmen sind primär lokal verortet ([↻ Siehe auch Seite 11 «Nachhaltige Milchwirtschaft»](#)).

Entwicklungen 2019/2020

In den vergangenen beiden Jahren haben wir begonnen, unseren «Social Responsibility»-Ansatz zu überarbeiten. In einem ersten Schritt klärten wir Begriffe und führten in unseren Gruppengesellschaften Umfeldanalysen durch. Es zeigte sich, dass sich die Bedeutung des Themas regional stark unterscheidet. In einem nächsten Schritt soll eine Arbeitsgruppe Empfehlungen erarbeiten, welche Themen wir künftig aufnehmen und wie wir unser «Community Engagement» gestalten sollen.

Indem wir unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie in die Themenfelder People, Community und Planet gliedern, haben wir die Grundlage für eine stärkere Berücksichtigung des «Community Engagements» in unserer Nachhaltigkeitsstrategie geschaffen ([↻ Siehe auch Seite 6 «Nachhaltigkeit als Teil des Geschäftsmodells»](#)).

Aktivitäten Divisionen

Division Schweiz Emmi gewinnt 2020 aufgrund ihrer vorbildlichen Wiedereingliederungsmassnahmen den Award der Invalidenversicherung des Kanton Luzerns.

Division Europa Während der Covid-19-Pandemie spendeten die Mitarbeitenden von Emmi Dessert Italien fast 20'000 Euro – was über 400 Arbeitsstunden entspricht – an Spitäler und an gemeinnützige Organisationen. Wir verdoppelten den Betrag, so dass insgesamt 40'000 Euro gespendet wurden. Ausserdem schenken wir dem Personal der umliegenden Krankenhäuser Desserts als Zeichen der Anerkennung.

Um Geld zu sammeln, sich zu vernetzen und die Mitarbeitenden zu sensibilisieren, nahm Emmi UK 2020 an mehreren von «GroceryAid» organisierten Veranstaltungen teil. Für die Zukunft ist eine weitere Zusammenarbeit geplant.

Division Americas Im Jahr 2020 war das soziale Engagement der Kaiku-Gruppe in Spanien massgeblich durch die Pandemie geprägt. Kaiku spendete Produkte an ein öffentliches Krankenhaus, das in Madrid provisorisch für die Versorgung von Patienten mit Covid eingerichtet wurde, an verschiedene Gesundheitszentren und an mehrere Einrichtungen, die sich aufgrund der Pandemie in einer gefährdeten Situation befinden.

Die Cowgirl Creamery unterstützte 2020 drei lokale Einzelmolkereien in ihrer Entwicklung und spendete überschüssige Lebensmittel an eine provisorische Wohnorganisation und ein lokales Seniorenheim.

Emmi Canada spendete 2020 überschüssigen Käse an eine Lebensmittelbank.

Die Centrale Laitière de Mahdia («Vitalait») in Tunesien hat 2019 eine Stiftung gegründet, um lokale Kleinproduzenten von Milch zu unterstützen.

(↪ [Siehe auch Seite 11 «Nachhaltige Milchwirtschaft»](#))

2020 veranstaltete Vitalait ein Fest für die Kinder der Mitarbeitenden, das dazu beitrug, dass die Familien die Kosten für das neue Schuljahr bewältigen konnten. Vitalait unterstützt zudem das Waisenhaus «La Voix de l'Enfant» mit jährlichen Spenden.

Managementansatz

103-1 Unser «Community Engagement» dient dazu, Wertschätzung auszudrücken und Partnerschaften zu stärken. Emmi und ihre Tochtergesellschaften sehen sich als lokale Arbeitgeber, die sich auch vor Ort sozial engagieren und einbringen.

103-2 Für das «Community Engagement» gibt es bei Emmi keine allgemeinen Vorgaben oder Ziele. Wie das soziale Engagement abläuft und welche Veranstaltungen, Programme oder Initiativen unterstützt werden, wird vom jeweiligen Management der einzelnen Standorte entschieden. Wir haben jedoch ein Projekt initiiert, das möglichen Handlungsbedarf in diesem Bereich klärt.

Unser «Community Engagement» beinhaltet im Allgemeinen Unterstützungen in Form von Naturalspenden, finanzielle Beiträge zu kulturellen, sportlichen, gesellschaftlichen Veranstaltungen, lokale Mitgliedschaften oder die gezielte Förderung von Projekten aus der Belegschaft.

103-3 Rückmeldungen zu unseren Engagements erhalten wir lokal unter anderem von Kunden, Konsumenten, Behörden und Gemeinden. Geschätzt wird vor allem die unbürokratische Unterstützung in Form von Produkten und Ausrüstung, wie zum Beispiel die Nutzung von Gerätschaften, Gebäuden und Fahrzeugen. Wir führen aber keine strukturierten Umfragen zu unseren Engagements durch.

Indikatoren

203

INFRASTRUKTURINVESTITIONEN UND GEFÖRDERTE DIENSTLEISTUNGEN

203-1

Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen

Beispiele von Initiativen und Projekten, die Emmi und ihre Tochtergesellschaften in den jeweiligen Ländern umsetzen, sind:

Division Schweiz

Emmi spendet Produkte an die Organisationen «Tischlein deck dich» und «Schweizer Tafeln». Zudem werden jährlich rund tausend Sport- und Klassenlager unterstützt und mehrere zehntausend Emmi Produkte kostenlos zur Verfügung gestellt.

Division Europa

Emmi UK unterstützt die Wohltätigkeitsorganisation «GroceryAid», die sich für Mitarbeitende in der Lebensmittelindustrie, die finanzielle Unterstützung und soziale Betreuung benötigen, engagiert.

Emmi Deutschland spendet nicht mehr verkäufliche Lebensmittel an gemeinnützige Organisationen und hilft damit Bedürftigen.

Emmi Österreich pflegt eine lange Zusammenarbeit mit Caritas Österreich. Nicht mehr verkäufliche Lebensmittel werden an die Organisation «Tischlein deck dich» gegeben, welche die Lebensmittel an bedürftige Personen verteilt.

Division Americas

Quillayes Surlat arbeitet mit der Universidad de la Frontera (Temuco) und dem Liceo Politécnico de Pitrufquén zusammen. Dadurch werden Werksbesichtigungen, Praktika für Ingenieurstudenten und technische und fachliche Praktika für Studenten des Berufsbildes Elektronik ermöglicht. Dies beinhaltet ausserdem Trainee-Pläne für Prozessingenieure und Projekte sowie einen dualen Ausbildungsplan für Wartungsarbeiter.

Kaiku setzte die Zusammenarbeit mit der gemeinnützigen Stiftung Banco de Alimentos de Navarra (BAN) fort.

Quillayes Surlat sponsert ausserdem jedes Jahr mehrere Veranstaltungen und spendet an Schulen und Nachbarschaftseinrichtungen in den Gemeinden Pitrufquén und Loncoche.

In der Gemeinde Victoria unterstützt Quillayes Surlat das Kinderheim von San Pedro Armengol mit Produkten und Weihnachtsgeschenken. Ausserdem spendet Quillayes Surlat das ganze Jahr über Produkte an ganz Chile, die über die Organisation Red de Alimentos verteilt werden.

Die amerikanische Tochtergesellschaft Cowgirl Creamery übernimmt verschiedene Verwaltungsratsmandate von gemeinnützigen Organisationen in der lokalen Gemeinde und bei nachhaltigen Landwirtschaftsorganisationen.

Cypress Grove spendet Käse an Wohltätigkeitsorganisationen, die sich mit Frauen- und Kinderfragen befassen.

Allgemeine Angaben

Organisationsprofil

102-1 Name der Organisation

Emmi Gruppe

102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen

Wir sind mit eigenen Gruppengesellschaften in 15 Ländern präsent und erwirtschaften unseren Umsatz je ungefähr hälftig in der Schweiz und im Ausland, seit 2019 mehrheitlich im Ausland.

In unserem Heimmarkt Schweiz stellen wir ein komplettes Sortiment an Milchprodukten für eigene Marken und Marken von Handelspartnern her. Unsere wichtigsten Absatzmärkte sind der Detailhandel und die Lebensmittelindustrie, wie beispielsweise Schokoladen- und Backwarenhersteller. Auch der Export ist ein wichtiger Teil unseres Geschäfts. Neben der Dachmarke Emmi sind die bekanntesten Marken Emmi Caffè Latte und Kaltbach. Unsere 25 Produktionsbetriebe in der Schweiz sind auf die Deutsch- und Westschweiz verteilt und beschäftigen je nach Betriebsgrösse zwischen drei und 600 Mitarbeitende. Weil wir mehr als ein Viertel der landesweit produzierten Milchmenge beschaffen, sind wir für die Landwirtschaft der Schweiz ein bedeutendes Unternehmen.

Auch unsere Betriebe in 14 Ländern ausserhalb der Schweiz sind äusserst unterschiedlich, was die Grösse, die Unternehmensstrategie und die jeweilige Produktpalette angeht. Allen gemein ist eine starke Position – entweder in einem ausgewählten Nischenmarkt oder in einer Region.

102-3 Hauptsitz der Organisation

Luzern, Schweiz

102-4 Anzahl und Namen der Länder, in denen das Unternehmen tätig ist

Ausserhalb der Schweiz zählen Gruppengesellschaften in 14 Ländern zu Emmi:

Belgien/Luxemburg (keine Produktionsstätten), Brasilien, Chile, Deutschland, Frankreich, England (keine Produktionsstätten), Italien, Kanada (keine Produktionsstätten), Mexiko, Niederlande, Österreich, Spanien, Tunesien, USA

102-5 Eigentumsverhältnisse und Rechtsform

Emmi ist an der Schweizer Börse kotiert. Eine Mehrheit der Aktien wird von der milchbäuerlichen Organisation ZMP gehalten ([↪ Siehe auch Geschäftsbericht 2020 Seite 25](#)).

102-6 Belieferte Märkte

Schwerpunkte der Geschäftsaktivitäten bilden – neben dem Heimmarkt Schweiz – Westeuropa sowie Nord- und Südamerika. Emmi exportiert aus der Schweiz in rund 60 Länder.

Der Umsatz von CHF 3.7 Milliarden verteilt sich ungefähr hälftig auf die Schweiz und das Ausland. Von den knapp 8'700 Mitarbeitenden sind mittlerweile über zwei Drittel an den Standorten ausserhalb der Schweiz beschäftigt.

(↻ Siehe «Kennzahlen Emmi» Seite 4)

INFORMATIONEN ZU ANGESTELLTEN UND SONSTIGEN MITARBEITENDEN

	2019	2020	Δ
GESAMTZAHL DER MITARBEITENDEN^{1, 2}	6'054	6'174	2 %
Weiblich	1'746	1'792	3 %
Männlich	4'308	4'382	2 %

AUSZUBILDENDE, PRAKTIKANTEN, TRAINEES, EXTERN ANGESTELLTE			
Weiblich	69	60	-13 %
Männlich	235	219	-7 %

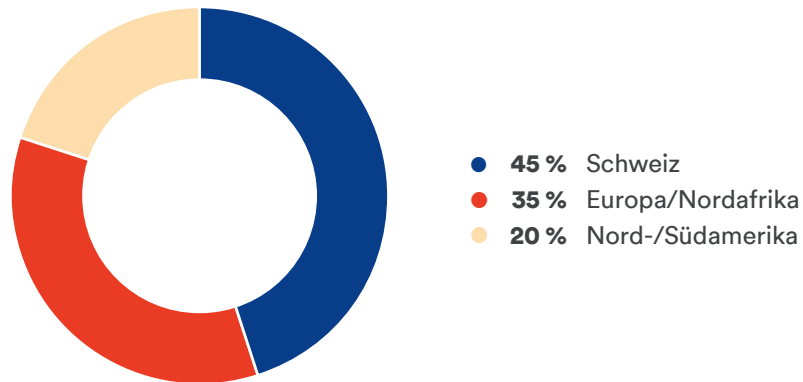
MITARBEITENDE NACH ARBEITSVERTRAG^{1, 2}			
Unbefristete Anstellung	5'868	5'995	2 %
Weiblich	1'687	1'733	3 %
Männlich	4'181	4'262	2 %
Befristete Anstellung	207	214	3 %
Weiblich	78	69	-12 %
Männlich	129	145	12 %

MITARBEITENDE NACH BESCHÄFTIGUNGSART^{1, 2}			
Vollzeit	5'364	5'462	2 %
Weiblich	1'313	1'301	-1 %
Männlich	4'051	4'161	3 %
Teilzeit	690	713	3 %
Weiblich	461	494	7 %
Männlich	229	219	-4 %

1 Ohne Auszubildende, Praktikanten, Trainees, extern Angestellte

2 Die Berechnungsgrundlage der Kennzahlen zu den Mitarbeitenden ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

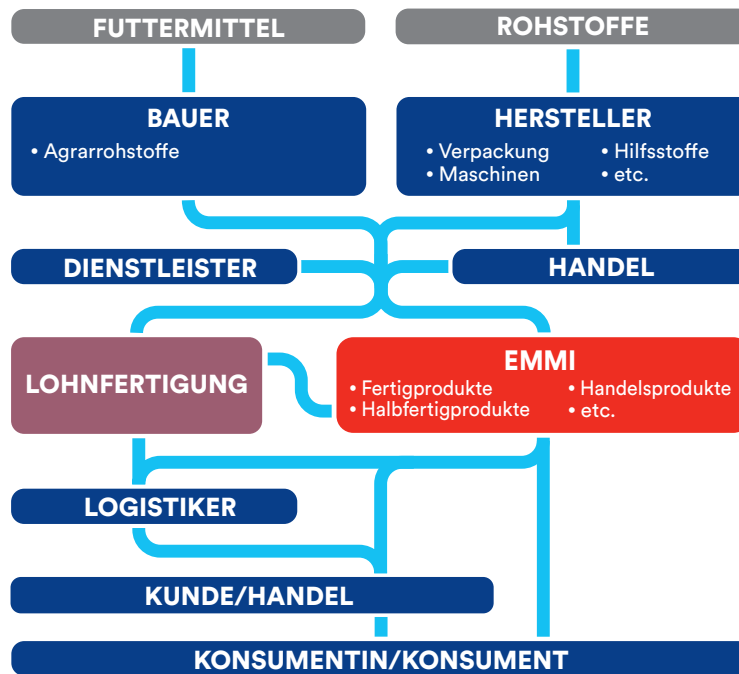
Mitarbeitende nach Region (2020)



102-9

Lieferkette

Jede zur Emmi Gruppe zählende Gesellschaft zeichnet sich durch eine individuelle Lieferkette aus. Gemeinsam haben alle, dass die Basis immer zugekaufte Rohstoffe, Halb- oder Fertigprodukte sind.



102-10

Signifikante Veränderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette

Die Unternehmensstrategie von Emmi setzt sowohl auf die Stärkung des Schweizer Heimmarktes als auch auf Wachstum im Ausland. Dabei setzt Emmi auf organisches und akquisitorisches Wachstum. Bei unseren Akquisitionen haben wir immer unsere langjährigen geografischen und thematischen Schwerpunkte im Blick.

Im Wachstumssegment Ziegenmilch erhöhten wir unsere Beteiligung am niederländischen Ziegenmilchverarbeiter Bettinehoeve und am österreichischen Bio-Ziegenmilch- und Schafmilchverarbeiter Leeb.

Durch den Kauf einer Blauschimmelkäse-Produktionsstätte in Seymour, Wisconsin, verschafften wir uns in den USA Kapazität und Know-how in der Herstellung dieser Spezialitätenkäse.

In der Schweiz akquirierten wir die Chäs Hütte Zollikon GmbH.

Mit der Akquisition von Pasticceria Quadrifoglio srl erweiterten wir das bestehende Dessertnetzwerk in Italien.

Mit der Übernahme von Indulge Desserts Intermediate Holdings, LLC bauten wir unsere Position in den USA aus, und schufen neue Vertriebsmöglichkeiten für unsere italienischen Desserts im weltweit grössten und wachsenden Dessertmarkt.

In den wachsenden Märkten Lateinamerikas stärkten wir unsere Stellung ebenfalls, indem wir unsere Beteiligung an der brasilianischen Laticínios Porto Alegre erhöhten.

Surlat, unsere Tochtergesellschaft in Chile, schloss sich mit dem Mitbewerber Quillayes zu Quillayes Surlat zusammen. Die neu gegründete Firma wird damit zur Nummer vier im chilenischen Milchmarkt. Mit 51.5% hält die Emmi-Tochter Kaiku die Mehrheit am neuen Unternehmen.

Veräussert haben wir das Handels- und Belieferungsunternehmen Emmi Frisch-Service AG (Schweiz) sowie unseren Mehrheitsanteil am spanischen Ziegenmilchverarbeiter Lácteos Caprinos.

(↻ [Weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2020 ab Seite 80 und Geschäftsbericht 2019 ab Seite 87 «Veränderungen im Konsolidierungskreis»](#))

102-11

Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip

Im Rahmen der Strategieentwicklung Nachhaltigkeit steht Emmi in regelmässigem Austausch mit dem WWF Schweiz, der uns dabei unterstützt, relevante Umweltthemen zu erkennen und adäquat anzugehen. Besonders aktiven Austausch pflegen wir zu den Themen Emissionen, Food Waste und Nachhaltige Milchwirtschaft. Neu Erkenntnisse daraus, wie auch aus den anderen Fokusthemen stehen regelmässig auf der Traktandenliste des Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit. Die gewonnenen Erkenntnisse fliessen zunehmend in die Investitionsentscheide wie auch in die Auswahl unserer Lieferanten ein.

102-12 Externe Initiativen

Zu den wichtigsten Organisationen, Initiativen, Vereinbarungen und Prinzipien, die Emmi unterstützt oder denen sich Emmi angeschlossen hat, gehören:

Global Reporting Initiative (GRI), Milan Urban Food Policy Pact (MUFPP), Sustainable Development Goals (SDGs), Global Food Safety Initiative (GFSI-Standard), Food Safety System Certification (FSSC 22000), Science-Based Targets Initiative (SBTi)

102-13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen

Emmi ist Mitglied in den folgenden Verbänden und Interessenvertretungsorganisationen:

Schweiz

AgroCleanTech, KOMETIAN, Branchenorganisationen Milch (BOM), Föderation der Schweizerischen Lebensmittelindustrien (fial), PET-Reycling Schweiz, PRISMA, Promarca, soja netzwerk Schweiz, Vereinigung Schweizerische Milchindustrie (VMI), Drehscheibe Kreislaufwirtschaft

Deutschland

Milchindustrie-Verband e.V., Mittelständische Lebensmittel-Filialbetriebe e.V. (MLF), MMM Club e.V., Bioland e.V., Demeter e.V., Gäa e.V., Naturland e.V.

Frankreich

ECOCERT

Grossbritannien

Recycle Pal, Paper Round, On-Pack Recycling Label (OPRL)

Italien

Assolatte, Centromarca

Österreich

ARGE Gentechnik-frei, ARGE Heumilch

Spanien

Federación Nacional de Industrial Lácteas (Fenil)

Kanada

International Cheese Council of Canada

USA

American Cheese Society (ACS), American Dairy Products Institute (ADPI), American Dairy Goat Association (ADGA), California Artisanal Cheese Guild, Cheese Importers Association of America (CIAA), International Dairy Bakery Association (IDDBA), International Dairy Foods Association (IDFA), North Bay Food Industry Group (FIG), Wisconsin Cheese Makers Association (WCMA)

Strategie

[102-14](#) Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers

(↻ [Siehe «Vorwort» auf Seite 3](#))

Ethik und Integrität

[102-16](#) Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen

Verantwortungsvolle Unternehmensführung umfasst für Emmi den gewissenhaften Umgang mit Kunden, Mitarbeitenden, der Gesellschaft und weiteren Anspruchsgruppen, aber auch mit der Umwelt. Sie sind für die wirtschaftliche und nachhaltige Entwicklung des Unternehmens von hoher Bedeutung. Unsere Unternehmenswerte und damit verbundene Handlungsrichtlinien sind in unserem Verhaltenskodex festgehalten. Dazu gehören neben der Einhaltung der Gesetze unser Qualitätsverständnis, Sicherheits- und Gesundheitsanspruch, Ansatz zur Schonung der Umwelt, faire Arbeitsbedingungen, Gleichstellung und Integrität. Der Verhaltenskodex gilt für alle Mitarbeitenden der Emmi Gruppe weltweit und ergänzt die jeweils gültigen allgemeinen Anstellungsbedingungen.

Unternehmensführung

[102-18](#) Führungsstruktur

Das oberste Kontrollorgan des Unternehmens ist der Verwaltungsrat. Dieser beauftragt den CEO als Vorsitzender der Konzernleitung mit der Führung des Unternehmens.

Der Verwaltungsrat trägt auch die Verantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie, delegiert vorbereitende und operative Aufgaben jedoch an den Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit sowie den Nachhaltigkeitsbeauftragten von Emmi.

Weitere Informationen: Corporate-Governance-Bericht (↻ [Siehe Geschäftsbericht 2020 Seite 37](#)).

[102-20](#) Zuständigkeiten auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen

Der Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit ist zuständig für die Bearbeitung von ökologischen, sozialen und Governance-Themen (ESG Themen). Anträge des Steuerungsausschusses Nachhaltigkeit bringt der Chief Supply Chain Officer in die Konzernleitung ein oder delegiert sie direkt an den Leiter Nachhaltigkeit.

[102-21](#) Einbindung der Stakeholder bei ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen

Wir entwickeln unser Netzwerk mit Stakeholdern wie Verbänden, Lieferanten, Kunden, Nichtregierungsorganisationen, wissenschaftlichen Institutionen sowie Konsumentinnen und Konsumenten stetig weiter, um zu lernen wie Nachhaltigkeit noch wirksamer Teil unseres Geschäftsalltags werden kann. Das geschieht im Austausch mit unseren Fachabteilungen, aber auch im Rahmen unseres Strategieentwicklungsprozesses und unserer Wesentlichkeitsanalyse. Mit dem Agrarbord verfügen wir über eine Austauschplattform auf Stufe des Verwaltungsrats (↻ [Siehe auch Geschäftsbericht 2020 Seiten 27 – 37](#)).

102-22 Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien

(↻ Siehe auch Geschäftsbericht 2020 Seiten 27 – 37)

102-23 Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans

(↻ Siehe auch Geschäftsbericht 2020 Seiten 24)

Einbindung von Stakeholdern

102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen

Die Anspruchsgruppen sind entsprechend des Geschäftsmodells vielfältig und beinhalten u.a. Mitarbeitende, Kunden, Konsumenten, Lieferanten, Investoren, Aktionäre und Behörden.

Anspruchsgruppen entlang der Wertschöpfungskette

Externe Rahmenbedingungen



Interne Rahmenbedingungen



102-41 Tarifverträge¹

	2019	2020	Δ
Prozentsatz der Angestellten mit Tarifverträgen	31%	31%	0%
Anzahl der Angestellten mit Tarifverträgen	1'864	1'928	3%

¹ Die Berechnungsgrundlage der Kennzahlen zu den Mitarbeitenden ist auf Seite 81 beim GRI-Indikator 102-45 zu finden.

102-42 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder

Verantwortungsvolle Unternehmensführung umfasst für Emmi – neben dem Schutz der Umwelt – den gewissenhaften Umgang mit Kunden, Mitarbeitenden, der Gesellschaft und weiteren Anspruchsgruppe. Sie sind für die wirtschaftliche und nachhaltige Entwicklung des Unternehmens von hoher Bedeutung. Die wichtigen Anspruchsgruppen definiert das Unternehmen durch sein Geschäftsmodell. Dabei ist der regelmässige Austausch mit ihnen für die wirtschaftliche Leistung von Emmi unerlässlich. Durch ihre Bedeutung im Geschäftsmodell haben die Anspruchsgruppen auch einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie, angefangen von der Bestimmung der wesentlichen Themen bis hin zur zukünftigen Ausrichtung.

102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern

Die Vielfalt der Stakeholder führt dazu, dass der Austausch unterschiedlich abläuft. Ihre Interessen und Anliegen prägen die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

(↻ [Siehe Tabelle Seite 80](#))

In regelmässigem Austausch stehen wir zudem mit der Schweizer Nahrungsmittelindustrie, Verpackungslieferanten, Fachverbänden und Standortgemeinden.

STAKEHOLDER GRUPPE	AUSTAUSCHFORMATE	INTERESSEN UND ANLIEGEN
Kunden	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmässige Interaktion, zum Beispiel über Key Account Management und Kundendienst • Kundeninterviews, Innovationsworkshops, gemeinsame Ideenfindung im Rahmen von Marketing- und Innovationsinitiativen • Austausch von Best-Practice-Beispielen • Jahresgespräche (CEO/EVP) • Fachaustausch Nachhaltigkeit • Fachmessen und internationale Konferenzen 	<ul style="list-style-type: none"> • Ware zeitgerecht, komplett geliefert • Qualität • Zuverlässigkeit • Innovative Produkte • Erreichen der Nachhaltigkeitsziele
Konsumentinnen und Konsumenten	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumentendienst • Marktforschung • Konsumententests • Fokusgruppendifkussionen • Konzepttests • Co-Creation-Workshops 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualität • Genuss • Gesunde Ernährung • Preis • Transparenz • Verantwortungsvoller Umgang mit Mensch und Umwelt • Innovationskonzepte & Ideen
Mitarbeitende	<ul style="list-style-type: none"> • Persönlicher Dialog • Intranet, Newsletter, Emmi-TV, Mitarbeitermagazin • Town Halls, Shopfloors • Mitarbeiterbefragungen • Jahresgespräche, Business Reviews • Personalkommission, Betriebsräte • Beurteilung von Aus- und Weiterbildungsprogrammen • Mitarbeiteranlässe 	<ul style="list-style-type: none"> • Löhne und Sozialleistungen • Berufskleidung • Pensionskasse • Anstellungsbedingungen • Kompetenzaufbau, Weiterentwicklung • Führungsqualitäten • Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz • Integrität • Arbeit in Teams • Vielfalt • Entwicklung und Gesundheit des Unternehmens, des Bereichs • Neue Produkte • Projekte
Aktionärinnen und Aktionäre	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsbericht, Halbjahresbericht • Nachhaltigkeitsbericht • Generalversammlung • Präsentationen an Analystenkonferenzen und Roadshows 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktienkursentwicklung • Dividendenentwicklung • Finanzielle Performance (Wachstum, Profitabilität, Rentabilität, Cash Flow) • Finanzieller Ausblick • Strategie • Managementeinschätzungen • Beitrag zu ökologischen, sozialen und Governance-Verbesserungen
Lieferanten	<ul style="list-style-type: none"> • Monatlicher Newsletter • Jährliche Produzententagungen • Monatliche Vorstandssitzungen • Enger Austausch mit Emmi-Bauernbotschaftern • Regelmässige Interaktionen mit Produzenten und Bauernorganisationen • Lieferantenbeurteilungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbsfähige Milchpreise • Qualitätsanforderungen • Verlässlichkeit • Milchsammlung • Emmis Unternehmenspolitik • Emmis Produktportfolio • Labelanforderungen • Tierwohl, Fütterung, Biodiversität • Stellenwert in Landwirtschaftspolitik • Interessenvertretung
Politische Entscheidungsträger, NGOs und breite Öffentlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Engagement in Verbänden und Organisationen • Direkte Gespräche mit politischen Meinungsbildnern 	<ul style="list-style-type: none"> • Governance und Compliance • Nachhaltige Milchwirtschaft • Klimawandel und Energiewende • Kreislaufwirtschaft • Bio-Ökonomie • Beitrag zur wirtschaftlichen Prosperität • Arbeitsplätze

[102-44](#) Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen

(↻ Siehe GRI 102-43)

Vorgehensweise bei der Berichterstattung

[102-45](#) Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten

Eine Liste aller im Konzernabschluss enthaltenen Entitäten befindet sich im Geschäftsbericht 2020 (↻ Siehe Seiten 109–112 im Geschäftsbericht 2020).

Firmen, die im Bericht oder bei bestimmten Themen (noch) nicht enthalten sind.

	BERICHT ALLGEMEIN	ABFALL, ENERGIE, WASSER	TREIBHAUS-GAS, SCOPE 3	MILCH-MENGE	HR DATEN
Mexideli	×	×	×	na	×
Pasticceria Quadrifoglio	Mehrheit seit 2019	×	×	na	2019
Leeb/Hale	Mehrheit seit 2019	×	×		
Laticínos Porto Alegre	Mehrheit seit 2019	×			×
Seymour	Mehrheit seit 2019	×			
Chäshütte Zollikon	Mehrheit seit 2020	×	×	na	×
Emmi Dessert USA (Ex-Indulge Dessert)	Mehrheit seit 2020	×	×	na	×
Quillayes Surlat	Mehrheit seit 2020	×			×
Emmi Ambrosi France		×	×	na	
Kaiku San Sebastian		×	×	na	
Handelsstandorte (EGBR, EDEU, AVH, ECAN, ENED)		nr	nr	na	
Lácteos Caprinos	2020 verkauft	×	×	×	×
Emmi Frisch-Service AG	2019 verkauft	×	×	×	×

Abkürzungen: nr = nicht relevant, na = keine Angaben

Anmerkungen

Unternehmen, die neu zu uns stossen, integrieren wir spätestens zwei Jahre nach Übernahme der Aktienmehrheit in unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Im aktuellen Bericht werden erstmals Angaben zu Scope 3-Emissionen veröffentlicht. Dabei sind die Standorte der Tochtergesellschaften Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A. und Quillayes bereits enthalten. Bei den Scope 1- und Scope 2-Emissionen sind diese Standorte jedoch noch nicht berücksichtigt.

102-46

Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen

Zur Identifikation der Bereiche, in denen wir die grösste Wirkung haben, führten wir 2016 eine erste Wesentlichkeitsanalyse durch. Zuerst erstellten wir aus verschiedenen Quellen eine Liste mit möglicherweise relevanten Themen. Dazu gehörten unter anderem der «Milan Urban Food Policy Pact» (MUFPP), die Sustainable Development Goals (SDGs), eine Konkurrenzanalyse sowie die Kriterien von Ratings und Rankings. Anschliessend haben wir die Themen in zehn verschiedene Kategorien gruppiert und mit internen und externen Experten und Vertretern der wichtigsten Stakeholdergruppen diskutiert. Dabei wurde die Relevanz für unseren langfristigen Geschäftserfolg sowie die Bedeutung für unsere Stakeholder beurteilt.

Die in diesem Rahmen priorisierten Themen wurden dem Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit, dem auch Mitglieder der Konzernleitung angehören, sowie dem Verwaltungsrat vorgelegt und von diesen genehmigt.

Wir überprüften die Priorisierung der Themen im Jahr 2018 und erneut im Jahr 2020.

102-47

Liste wesentlicher Themen

Die Materialitätsmatrix bildet die im Jahr 2020 aktualisierte Priorisierung der wesentlichen Themen ab.

Materialitätsmatrix



102-48

Neudarstellung von Informationen

Emmi kaufte und verkaufte 2019 und 2020 verschiedene Unternehmen respektive Beteiligungen.

(↻ Siehe GRI 102-10 Signifikante Veränderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette)

Es gab keine Veränderungen der Basisjahre, Zeiträume, Art der Geschäftstätigkeit oder Messmethoden.

102-49

Änderungen bei der Berichterstattung

Im Berichtszeitraum gab es keine Veränderungen in der Liste der wesentlichen Themen.

102-50 **Berichtszeitraum**

Kalenderjahre 2019 und 2020

102-51 **Datum des letzten Berichts**

31.08.2019

102-52 **Berichtszyklus**

Alle zwei Jahre.

102-53 **Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht**

Emmi
Landenbergstrasse 1
CH-6005 Luzern
Telefon +41 58 227 27 27
nachhaltigkeit@emmi.com
www.emmi.com

102-54 **Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards**

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option «Kern» erstellt.

102-55 **GRI-Inhaltsindex**

(↪ [Siehe «GRI-Inhaltsindex» auf Seite 85 in diesem Nachhaltigkeitsbericht](#))

102-56 **Externe Prüfung**

Der Vergütungsbericht und die Konzernrechnung der Emmi AG wurden durch die externe Revisionsstelle KPMG AG geprüft (↪ [Siehe Geschäftsbericht 2019 S. 52, 67 und 118-121](#) und [Geschäftsbericht 2020 S. 48, 61, 113 und 130](#)). Im Nachhaltigkeitsbericht wurden die Treibhausgase (↪ [Siehe Seite 18](#)), Energie und Wasserverbrauch (↪ [Siehe Seite 39](#)) sowie die Abfallgenerierung (↪ [Siehe Seite 27](#)) und die Materialnutzung von der externen Revisionsstelle SGS geprüft.

Für den Materiality Disclosures Service prüfte das GRI Services Team, ob der GRI-Inhaltsindex klar dargestellt ist und die Referenzen für die Angaben 102-40 bis 102-49 mit den entsprechenden Berichtsteilen übereinstimmen. Der Materiality Disclosures Service wurde auf der deutschen Berichtsversion durchgeführt.

Angabe	Titel	Auslassungsgründe	Seiten
GRI 101:2016	Grundlagen		
GRI 102:2016	Allgemeine Angaben		
Organisationsprofil			
102-1	Name der Organisation		72
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen		72
102-3	Hauptsitz der Organisation		72
102-4	Betriebsstätten		72
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		72
102-6	Belieferte Märkte		72
102-7	Grösse der Organisation		73
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern		73
102-9	Lieferkette		74
102-10	Signifikante Veränderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		75
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip		75
102-12	Externe Initiativen		76
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen		76
Strategie			
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers		77
Ethik und Integrität			
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen		77
Unternehmensführung			
102-18	Führungsstruktur		77
102-20	Zuständigkeiten auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen		77
102-21	Einbindung der Stakeholder bei ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen		77
102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien		78
102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans		78

Angabe	Titel	Auslassungsgründe	Seiten
Einbindung von Stakeholdern			
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen		78
102-41	Tarifverträge		79
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder		79
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern		79
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen		81

Vorgehensweise bei der Berichterstattung

102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten		81
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen		82
102-47	Liste der wesentlichen Themen		83
102-48	Neudarstellung von Informationen		83
102-49	Veränderungen bei der Berichterstattung		83
102-50	Berichtszeitraum		84
102-51	Datum des letzten Berichts		84
102-52	Berichtszyklus		84
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht		84
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards		84
102-55	GRI-Inhaltsindex		84
102-56	Externe Prüfung		84

WESENTLICHE THEMEN

Fokusthema «Nachhaltige Milchwirtschaft»

GRI 103:2016 Managementansatz

103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		15
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		16
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		17

Emmi spezifische Indikatoren

	Weltweit verarbeitete Milchmenge pro Jahr		17
	Anteil verarbeiteter Anteil verarbeitete «Nachhaltige Schweizer Milch»		17
	Menge verarbeiteter Bio-Milch		17

Angabe	Titel	Auslassungsgründe	Seiten
Fokusthema «Treibhausgase reduzieren»			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		21
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		21
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		22
GRI 302:2016 Energie			
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation		22
GRI 305:2016 Emissionen			
305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)		24
305-2	Indirekte energiebedingte Treibhausgasemissionen (Scope 2)		25
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)		25
305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen		26
305-5	Senkung der Treibhausgasemissionen		26
Emmi spezifische Indikatoren			
	Treibhausgasemissionen nach Divisionen		26
	Anteil Wasserstrom für Emmi Werke in der Schweiz und in Europa		26
Fokusthema «Verschwendung vermeiden»			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		29
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		29
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		30
GRI 306:2016 Abwasser und Abfall			
306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	Informationen nur teilweise verfügbar	30
Emmi spezifische Indikatoren			
	Abfallreduktion		31
	Abfall nach Divisionen		31
Fokusthema «Mitarbeitende entwickeln»			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		33
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		33
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		34

Angabe	Titel	Auslassungsgründe	Seiten
GRI 401:2016 Beschäftigung			
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation		35
GRI 404:2016 Aus- und Weiterbildung			
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten		35
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe		35
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten		36
GRI 405:2016 Diversität und Chancengleichheit			
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten		37
Emmi spezifische Indikatoren			
	Führungskräfte in «Excellent Leadership» ausgebildet		38
	Anzahl Lernende in Schweizer Betrieben		38
	Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger, die bei Emmi weiter beschäftigt werden		38
	Schlüsselpositionen, die mit internen Kandidatinnen oder Kandidaten besetzt wurden		38
Fokusthema «Wasser»			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		41
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		41
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		42
GRI 303:2018 Wasser und Abwasser			
303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource		42
303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung		43
303-3	Wasserentnahme	Informationen nur teilweise verfügbar	43
Emmi spezifische Indikatoren			
	Frischwasser-Einsparungen		43
Wirtschaftliche Leistung			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		44
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		44
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		45
GRI 201: 2016 Wirtschaftliche Leistung			
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		45

Angabe	Titel	Auslassungsgründe	Seiten
Produktqualität			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		48
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		48
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		48
Innovation			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		50
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		50
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		51
Digitalisierung			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		53
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		54
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		55
Ernährung			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		56
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		56
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		57
Lieferantenmanagement			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		59
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		59
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		60
GRI 308:2016 Umweltbewertung der Lieferanten			
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden		60
GRI 414:2016 Soziale Bewertung der Lieferanten			
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden		60

Angabe	Titel	Auslassungsgründe	Seiten
Arbeitssicherheit			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		62
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		62
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		62
GRI 403:2018 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			
403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		63
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen		64
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste		64
403-4	Mitarbeitendenbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		64
403-5	Mitarbeitendenschulung zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		64
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden		65
403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz		65
403-8	Mitarbeitende, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind		65
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen		65
403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen		65
Governance			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		66
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		67
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		67
Community Engagement			
GRI 103:2016 Managementansatz			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		70
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		70
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		70
GRI 203:2016 Indirekte ökonomische Auswirkungen			
203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen		71

Herausgeber

Emmi
Landenbergstrasse 1
CH-6005 Luzern
Telefon +41 58 227 27 27
info@emmi.com
www.emmi.com

Redaktion

Sustainserv GmbH, Zürich und Boston
Emmi Nachhaltigkeit, Luzern
Emmi Konzernkommunikation, Luzern

Konzept, Design, Usability und Realisation

Mediapult GmbH
Buzibachstrasse 12
6023 Rothenburg

Übersetzung

Lionbridge Switzerland AG, Basel

Dieser Nachhaltigkeitsbericht erscheint nur digital in Deutsch und Englisch. Massgebend ist die deutschsprachige Originalversion.

© Emmi, Luzern, Juli 2021