

Ecolaboration™ Gemeinsames Engagement für eine nachhaltige Zukunft



ecolaboration™
more, together

NESPRESSO®

© Nestlé Nespresso S.A., Corporate Communications, März 2011

AUF EINEN BLICK

- Der Weg zur Nachhaltigkeit begann für Nespresso im Jahr 2003 mit der Einführung des Nespresso AAA Sustainable Quality™-Programms. Die Nachhaltigkeitsvision von Nespresso wurde 2009 mit der Einführung von Ecolaboration™ definiert.
- 2009 verpflichtete sich Nespresso zur Erreichung neuer Nachhaltigkeitsziele in drei Bereichen: Kaffee, Kapseln und CO₂-Ausstoß bis zum Jahr 2013.
- Über diese Ziele hinaus wird mit Ecolaboration™ sichergestellt, dass Nachhaltigkeit bei Nespresso stets ein zentrales Kriterium ist, sowohl bei den laufenden geschäftlichen Entscheidungen als auch bei dem gemeinsamen Bestreben, neue Wege zur Schaffung von Mehrwert für die Gesellschaft zu gehen.

UNSER ENGAGEMENT UND UNSERE LEISTUNGEN IM RAHMEN VON ECOLABORATION™

Ecolaboration™ konzentriert sich derzeit auf Verpflichtungen in drei Bereichen: Kaffee, Kapseln und CO₂-Ausstoß.

KAFFEE

Bis 2013 werden wir 80 % unseres Kaffees aus dem Nespresso AAA Sustainable Quality™-Programm beziehen. Dies beinhaltet Farmen mit Rainforest Alliance-Zertifizierung. Ende 2010 haben wir bereits mehr als 60 % unseres Kaffees von rund 40.000 Kaffeebauern bezogen, die dem Programm angeschlossen sind.

KAPSELN

Wir führen bis 2013 die nötigen Sammelsysteme ein, um die weltweite Recycling-Kapazität gebrauchter Aluminium Kapseln auf 75 % zu erhöhen. Auf dem Weg zu diesem Ziel haben wir bereits gute Fortschritte gemacht. Ende 2010 unterhielten wir weltweit rund 7.000 spezielle Sammelstellen und schätzten unsere Sammelkapazität auf knapp über 60 %.



Kaffeepflanzungen sind ein wichtiger natürlicher Lebensraum für zahlreiche Arten

CO₂-AUSSTOSS

Im Zeitraum zwischen 2009 und 2013 werden wir den CO₂-Ausstoß bei der Zubereitung einer Tasse Kaffee um 20 % verringern. Mithilfe einer Ökobilanz (Life Cycle Assessment) ermitteln wir, wie in sämtlichen Bereichen unseres Geschäfts CO₂-Ausstoß erzeugt wird. Gleichzeitig streben wir jedoch bereits aktiv danach, die Umwelteinflüsse sämtlicher Geschäftsprozesse zu reduzieren, von dem Kaffeeanbau bis zum Konsumenten.



Einsammeln von Kapseln

WARUM WIR DIESES ENGAGEMENT EINGEGANGEN SIND

„Innerhalb der Nespresso Gemeinschaft haben wir ein Wort, um unseren Ansatz für Nachhaltigkeit und Wertschöpfung für die Gesellschaft zu beschreiben: Ecolaboration™.“

Richard Girardot,
CEO, Nespresso

Wir wissen, dass das Thema Nachhaltigkeit für die Lebensqualität von zentraler Bedeutung ist. Deshalb ist es unerlässlich, Nachhaltigkeit zu einem Kernpunkt sämtlicher Aspekte unseres Geschäfts zu machen.

Dies bedeutet, dass wir uns verpflichten, Kaffee von höchster Qualität für unsere Clubmitglieder zu produzieren und dabei die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit so ins Gleichgewicht zu bringen, dass wir auf lange Sicht nachhaltig agieren. Es bedeutet aber auch, über das Thema Nachhaltigkeit noch hinauszugehen



Standby-Funktion für niedrigeren Energieverbrauch

und uns zu fragen, wie unser Unternehmen für die gesamte Nespresso Gemeinschaft – von den Kaffeebauern bis zu den Clubmitgliedern – Mehrwert schaffen kann.

KOOPERATION ALS LEITIDEE

Ecolaboration™ dient als Grundlage für die Zusammenarbeit mit unseren Partnern, um die Zukunft unserer Grands Crus für Kaffeeliebhaber auf der ganzen Welt zu sichern, die sozialen und ökologischen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit zu steuern und gleichzeitig die Lebenssituation der Kaffeebauern und ihrer Gemeinschaften zu verbessern.

Nachhaltigkeit ist ein Weg, den wir gemeinsam gehen müssen. Im Zentrum des Ecolaboration™-Programms stehen die engen Beziehungen zu unseren engagierten und motivierten Partnern. Jeder einzelne Partner spielt für die Verwirklichung unserer gemeinsamen Vision eine entscheidende Rolle. Wir arbeiten mit zahlreichen Partnern auf der ganzen Welt zusammen, zu denen Nichtregierungsorganisationen genauso zählen wie internationale Finanzinstitute und andere Unternehmen.



Michael Porter auf dem dritten Nespresso AAA Sustainable Quality™-Forum in 2009³

- ¹ <http://www.creatingsharedvalue.org/post/2009/11/20/Nespresso-shares-new-insights-on-coffee-farm-economics.aspx>
- ² In einem kürzlich in der Harvard Business Review erschienenen Artikel nennt Michael Porter Nespresso als Beispiel für das Shared-Value-Konzept. Michael E. Porter und Mark R. Kramer, „Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth“, Harvard Business Review Januar-Februar 2011.
- ³ Von links nach rechts: Dean Sanders, Gründer von Good Brand & Co., Guillaume Le Cunff, Nespresso International Marketing & Sustainability Director, und Michael Porter.

UNSERE PLÄNE FÜR DIE ZUKUNFT

Unser Engagement in den drei Bereichen ist wesentlicher Bestandteile von Ecolaboration™, aber dennoch nur ein Teil unseres Wegs. Grundlegend geht es darum sicherzustellen, dass der Nachhaltigkeitsaspekt in alle Entscheidungen einfließt, die wir tagtäglich treffen.

Ein Beispiel: Wir haben mit der Entwicklung verfeinerter Methoden begonnen, um unsere Einwirkungen in verschiedenen Bereichen zu messen, so etwa der Bewirtschaftung und Rentabilität von Kaffeefarmen, Wasser und Artenvielfalt. Zudem haben wir unter der Bezeichnung MyEcolaboration™ eine neue,



Eine langfristige Beziehung zu den Farmern

unternehmensweite Initiative gestartet, die unsere Mitarbeiter anregt, eigene Vorschläge einzubringen, um Ecolaboration™ noch erfolgreicher zu machen.

Und wir suchen ständig nach neuen Wegen, um zu gewährleisten, dass wir für die gesamte Nespresso Gemeinschaft, von den Kaffeebauern bis zu den Clubmitgliedern, heute und in Zukunft mehr Wert schaffen.

DAS SAGEN DIE EXPERTEN

„Das innovative Programm von Nespresso, das Farmern hilft, höhere Preise, bessere Erträge, einen höheren Beitrag zum Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu erzielen, beruht nicht auf Wohltätigkeit, sondern auf Wertschöpfung. Von den Qualitätsverbesserungen, die die Farmer erreichen, und von den Kaffees, die zunehmend nachhaltig produziert werden, wird Nespresso strategisch profitieren. Dieser Gleichklang zwischen Unternehmenszielen und gesellschaftlichen Herausforderungen – und nicht eine Denkweise, die auf Kompromissen beruht – ist der Schlüssel zu ökonomischem und gesellschaftlichem Fortschritt.“¹



Kapsel-Recycling



Schulung auf einer Farm

Michael Porter²,
Professor Business Strategy,
Harvard Business School.