

Die Freiheit, nachhaltig zu wirtschaften.

Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft bei Mars

Weniger CO₂-Ausstoß in den Fabriken, verantwortungsvoller Umgang mit Rohstoffen, soziales Engagement an den Standorten – der Lebensmittelhersteller Mars erhebt die Nachhaltigkeit zu einem Wertmaßstab seines unternehmerischen Handelns.

Mars produziert und vertreibt einige der bekanntesten Marken der Welt, darunter Uncle Ben's Reis, Snickers und Pedigree. Bei Süßwaren und Heimtiernahrung gehört das Unternehmen zu den weltweit führenden Herstellern. Zu den Erfahrungen aus beinahe 100 Jahren Unternehmensgeschichte gehört, dass solcher Erfolg auf dem Prinzip „Gegenseitigkeit“ beruht. Mars leistet einen Beitrag zur Entwicklung jener 68 Länder, in denen es Standorte betreibt. Das Unternehmen ist seinen 70.000 Mitarbeitern rund um den Globus und davon 2.200 Mitarbeitern in Deutschland ein verlässlicher Arbeitgeber. Davon profitieren auch die lokalen Gemeinschaften, in denen diese Menschen leben. Zudem trägt Mars in der Zusammenarbeit mit seinen zahlreichen Geschäftspartnern zu einer ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigen Wertschöpfung bei. Die Basis dafür ist Freiheit. Als Familienunternehmen vermeidet Mars wirtschaftliche Abhängigkeiten und geht traditionell weit blickend mit Risiken um.

Die Umwelt im Blick

Diese Weitsicht setzt Kapazitäten frei, um Geschäftsprozesse fortwährend zu optimieren. Dazu gehören beispielsweise Konzepte, Ressourcen effizient und schonend zu nutzen.

Ein internes Managementsystem auf der Basis von ISO 9000 ff und 14000 ff gewährleistet die Einhaltung und Weiterentwicklung höchster Umwelt-, Qualitäts- und Sicherheitsstandards. Das Umwelt-Engagement der deutschen Standorte fokussiert sich vor allem auf die folgenden drei Bereiche:

1. Energie

Mars hat sich das Ziel gesetzt, bis 2040 alle seine Waren CO₂-neutral herzustellen. Wichtige Bausteine dafür sind die Steigerung der Energieeffizienz und der Umstieg auf erneuerbare Energien.

Mars Deutschland geht effizient mit Energie um und reduziert seinen CO₂-Ausstoß. So greift das Unternehmen beispielsweise in Viersen auf Restenergie aus der Produktion zurück. Modernste Technologien ermöglichen dabei eine effektive Rückführung und Nutzung. Außerdem leiten Solartubes Tageslicht an die Arbeitsplätze der Mitarbeiter. Mit solchen Maßnahmen konnten bisher rund 750.000 kWh jährlich eingespart werden. In Verden wird durch eine Optimierung der Kesselanlage mit einem zusätzlichen Rauchgaskühler der Gasverbrauch um sechs Prozent reduziert.

Im Logistikbereich konnte sich Mars in 2008 als Impulsgeber positionieren: Auf Anregung des Unternehmens hin haben Logistikexperten aus Industrie und Handel gemeinsame Ansätze für eine nachhaltige Konsumgüterdistribution in Deutschland entwickelt. Dazu gehören beispielsweise eine stärkere Bündelung von Transporten sowie eine gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugflotten. Zu den Kooperationspartnern gehören der Mitbewerber Ferrero und der Handelspartner Fressnapf. Ziel ist es, 15 bis 25 Prozent CO₂ bis 2012 einzusparen.

Des Weiteren setzt Mars bei seiner Fahrzeugflotte auf umweltfreundliche Fahrzeuge.

So werden die Mars-Produkte fast ausschließlich mit Euro 3-5 zertifizierten Fahrzeugen an ihre Zielorte gebracht. Hierbei liegt der Anteil der Euro 5 Fahrzeuge zum Beispiel derzeit bei über 80%. Damit ist Mars hier Vorreiter und liegt weit über dem Bundesdurchschnitt von 25%.

2. Wasser

Mars Deutschland geht sparsam mit Wasser um. Alle Produktionsstätten überwachen sowohl den Wasserverbrauch als auch das Abwasseraufkommen. Darüber hinaus hat das Unternehmen verschiedene Programme gestartet, um den Verbrauch an den einzelnen Standorten drastisch zu reduzieren. Ein konkretes Beispiel: Bei der Heimtierproduktion in Minden konnte dank fortlaufender Optimierungen der Wasserverbrauch seit 2003 um 50 Prozent sowie der Schmutzwasserverbrauch um 65 Prozent gesenkt werden. In Viesen werden heute 73% weniger Stadtwasser verbraucht als noch vor 10 Jahren.

3. Abfall

Mars Deutschland spart Papier. Dabei stehen die Prinzipien Wiederverwertung und Reduktion sowie eine fortlaufende Hinterfragung des Status Quo und eine kontinuierliche Prozessoptimierung im Vordergrund. Schon heute stammen 65 Prozent des verwendeten Papiers aus Altpapier, vor allem Transportverpackungen. Von 2010 an soll der Anteil 80 Prozent betragen. Ebenfalls bis 2010 wird Mars das Aufkommen seiner Verkaufsverpackungen um zehn Prozent im Vergleich zu 2007 reduzieren. So wird beispielsweise kontinuierlich an der Gewichtsreduzierung bei der Weißblechdose gearbeitet. Zudem wurde in den vergangenen Jahren eine Reihe innovativer Lösungen gefunden, um die Verpackungsmenge der Uncle-Ben's-Produkte zu senken. Eine Neugestaltung der Reisverpackung hat beispielsweise eine Reduzierung des benötigten Kartonmaterials um jährlich 230 Tonnen gebracht, bei den Uncle Ben's Saucen-Gläsern wurden 450 Tonnen Glas pro Jahr eingespart.

Verantwortung für Mitarbeiter und Gesellschaft

Als Familienunternehmen sieht Mars seine Rolle als Arbeitgeber auch darin, jedem Mitarbeiter einen klaren Rahmen zu bieten, sein Bestes zu geben. Mitarbeiterentwicklung ist ein wichtiges Element unserer Unternehmenskultur – und orientiert sich an den im gesamten Unternehmen geltenden Prinzipien von Freiheit und Verantwortung. Umfassende Programme zur Aus- und Weiterbildung unterstützen die persönliche Entwicklung des einzelnen. Jedem Mitarbeiter steht die globale Trainingsplattform „Mars University“ zur Verfügung.

Mars gehört zu den „Top Arbeitgebern in Deutschland“ (2006 und 2007) und hat sich mit der Auszeichnung zur „Fair Company“ verpflichtet, Praktika ausschließlich an Studentinnen und Studenten zu vergeben, um zu einer umfassenden Ausbildung beizutragen. Die Praktikanten bearbeiten bei Mars eigenständige Projekte und leisten so einen wertvollen Beitrag zum Unternehmenserfolg. Im Sinn des Unternehmensprinzips „Gegenseitigkeit“ ist selbstverständlich, dass sie dabei durch einen erfahrenen Vorgesetzten intensiv fachlich und persönlich betreut werden und eine überdurchschnittliche Vergütung erhalten.

Das Arbeitsklima bei Wrigley steht für Kreativität, Teamgeist sowie eine ehrliche und glaubwürdige Führung. Dafür erhielt Wrigley 2008 durch das *Great Place to Work® Institute*

die Auszeichnung als einer der besten deutschen Arbeitgeber.

Auch ein Weltkonzern ist an seinen Standorten Teil einer lokalen Gemeinschaft. Mars möchte diese Rolle aktiv ausfüllen. In Viersen und Verden unterstützt das Unternehmen unter anderem die Tafel-Projekte, die Lebensmittel an sozial Benachteiligte verteilen. Die Hilfe besteht sowohl in Geld- und Sachspenden als auch in freiwilligen Arbeitseinsätzen der Mars-Mitarbeiter.

Mars produziert Lebensmittel, die potenziell jeden Verbraucher in Deutschland erreichen. Dazu zählen viele beliebte Süßwaren. Mars setzt sich deshalb dafür ein, einen verantwortungsbewussten Umgang mit den eigenen Produkten zu fördern. Mit dem Internetportal www.clever-naschen.de informiert Mars Eltern darüber, wie sie ihre Kinder zu einem aktiven, ausgewogenen Lebensstil motivieren können. Mit einem speziellen türkischsprachigen Informationsprogramm in Zusammenarbeit mit der Türkisch Deutschen Gesundheitsstiftung werden zudem gezielt Risikogruppen angesprochen. Als Mitglied der gesellschaftsübergreifenden Initiative Plattform Ernährung und Bewegung (peb) setzt sich Mars für ausgewogene Ernährung und einen aktiven Lebensstil ein. Im Segment Heimtiernahrung unterstützt Mars seit mehr als 25 Jahren zahlreiche Initiativen und Vereine, die sich aktiv der Beziehung zwischen Tier und Mensch und einer verantwortungsvollen Tierhaltung widmen – sei es in Form von Hunde-Besuchsdiensten von Ehrenamtlichen in Alteinrichtungen oder der Durchführung von tiergestützten Therapien für Kinder mit Behinderungen. Die Arbeit in den Tierheimen des Deutschen Tierschutzbundes unterstützen seit vielen Jahren Pedigree und Whiskas, z.B. durch Futterspenden und durch bundesweite Programme zur Vermittlung in ein liebevolles Zuhause.

Rohstoffe

Mars wacht darüber, dass seine Rohstoff-Lieferanten hohe soziale und ethische Richtlinien einhalten. Den Standard dafür setzt das interne Vendor Assurance Programm, das eine Auditierung aller Mars-Lieferanten beinhaltet.

Im Segment Heimtiernahrung verwendet Mars ausschließlich fleischliche Rohmaterialien, die von Tieren stammen, die für den menschlichen Verzehr freigegeben wurden, aber aufgrund unserer heutigen Eßgewohnheiten für die menschliche Ernährung praktisch nicht eingesetzt werden.

Im Hinblick auf den nachhaltigen Umgang mit dem Rohstoff Fisch hat Mars seine Rezepturen auf Fische überprüft, die auf der Roten Liste der gefährdeten Tierarten der International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN) stehen. So werden gefährdete Fischarten wie Großaugenthunfisch und Schwertfisch in unserer Heimtierproduktion nicht mehr eingesetzt.

Außerdem hat Mars, Incorporated sich dazu verpflichtet, ab 2020 nur noch Fisch aus nachhaltigen Quellen einzusetzen und vor dem Hintergrund global schwindender Fischbestände mit dem World Wildlife Fund (WWF) eine Verpflichtung zur Fischnachhaltigkeit erarbeitet: Mars Petcare wird nur noch Fisch verwenden, der zu 100 Prozent aus Quellen des nachhaltigen Wildfangs und der nachhaltigen Aquakultur stammt. Sämtliche verwendete Wildfang-Fische, im Ganzen sowie als Fischfilets, sollen durch nachhaltige Fischneben-erzeugnisse und nachhaltige Aquakultur ersetzt werden. Zudem sollen nur nachhaltige Alternativen zu Meeresfischzutaten verwendet werden.

Ein wichtiger Meilenstein auf dieser Nachhaltigkeitsreise wird bis Ende 2010 in Europa durch die Einführung von Heimtiernahrung gesetzt, die vom Marine Stewardship Council (MSC) zertifiziert wurde. Mars Petcare Europa wird diese MSC Zertifizierung für mehrere Fischvarietäten in den Sheba und Whiskas Markenportfolios europaweit einführen.

Ein Nachhaltigkeitsprogramm hat auch Mars Drinks aufgelegt. Mit Brighter Tomorrow at Origin - "Bessere Zukunft am Ursprung" - engagiert sich Mars Drinks seit 2006 direkt am Ursprung des Kaffees und Tees mit dem Ziel, die Qualität der Produkte zu steigern und die Arbeits- und Lebensbedingungen der Bauern zu verbessern. Dabei fließen Anteile vom Umsatz der Produkte mit dem Brighter Tomorrow Siegel in soziale und ökonomische Projekte der Anbaugelände zurück. Darüber hinaus hat Mars Drinks Klix und Flavia Kaffeeprodukte eingeführt, die das Siegel der Umweltschutzorganisation Rainforest Alliance tragen. Kaffee mit dem Gütesiegel Rainforest Alliance Certified wird auf Plantagen angebaut, die nach sozialen, ökologischen und ökonomischen Kriterien der Rainforest Alliance für nachhaltige Erzeugung zertifiziert sind. Dabei stehen der Schutz der sensiblen Ökosysteme, der Erhalt der

Biodiversität, die nachhaltige Sicherung der gemeinsamen Lebensräume von Mensch, Tier und Pflanze sowie die Sicherung der Rechte und des Wohlergehens der Arbeiter, ihrer Familien und Dorfgemeinschaften im Vordergrund.

Biodiversity in Good Company

Mars unterstützt als Partner der Business and Biodiversity Initiative des Bundesumweltministeriums die Erhaltung der biologischen Vielfalt. Mit der Unterzeichnung der Leadership Erklärung verpflichtet sich Mars freiwillig zu einem verstärkten Engagement und konkreten Aktivitäten zur Förderung der Biodiversität. Biodiversität ist für das Unternehmen Mars unternehmerisches Gebot, weil viele der verwendeten Zutaten nur in biologischer Vielfalt langfristig und gut gedeihen können. Deshalb sind unternehmerisches Handeln und Biodiversität für Mars eng miteinander verbunden.

Nachhaltiger Kakaoanbau

Wie vielschichtig das Engagement von Mars ist, wird besonders deutlich am Beispiel des nachhaltigen Kakao-Anbaus. Die Gewinnung dieses für einen Süßwarenhersteller wichtigen Rohstoffs berührt alle Aspekte nachhaltigen Wirtschaftens, von den Anbaumethoden über die Erwerbssituation in den Entwicklungsländern bis hin zum nachhaltigen Handel. Mars hat sich dazu verpflichtet, bis zum Jahr 2020 nur Kakao aus nachhaltiger Produktion zu kaufen. Als erster weltweit operierender Süßwarenhersteller mit einer solchen Verpflichtung sind wir eine mehrjährige, multinationale Partnerschaft mit der Rainforest Alliance eingegangen. Diese gemeinnützige Organisation setzt sich für den Erhalt von Biodiversität und Nachhaltigkeit mittels Veränderung der Landnutzungs- und Geschäftspraktiken sowie des Konsumverhaltens ein. Wir streben eine Rainforest Alliance-Zertifizierung für 100.000 Tonnen Kakao sowie UTZ Certified-Zertifikate für weitere 100.000 Tonnen Kakao für 100% der zertifizierten Mars-Produkte an. Der jährliche Bedarf von Mars liegt bei etwa 300.000 Tonnen Kakao. Wir werden mit weiteren Zertifizierern zusammenarbeiten, um unser Ziel bis 2020 vollständig zu erreichen.

Mars arbeitet im Rahmen des Projektes iMPACT (Mars Partnership for African Cocoa

Communities of Tomorrow) mit mehreren Organisationen und Unternehmen zusammen, um die Lebensverhältnisse der Kakaobauern in den Anbaugebieten und Anbaumethoden nach ökologischen Aspekten zu verbessern. Partner von iMPACT sind unter anderem Africare, die Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) und die Rainforest Alliance. Darüber hinaus unterstützt Mars das internationale Engagement für nachhaltigen Kakaoanbau in der International Cocoa Initiative und der World Cocoa Foundation.

Weitere Informationen sind erhältlich im Internet unter:
www.cocoasustainability.mars.com.

Gesellschaftliche Verantwortung bei Wrigley

Wrigley fördert Jugendliche

Eines der Hauptkriterien für den seit über 115 Jahre anhaltenden Geschäftserfolg von Wrigley war und ist die Innovationskraft des Unternehmens. Diese Kultur der Innovationsfreude möchte Wrigley Jugendlichen vermitteln – zugleich aber auch ihr Verantwortungsbewusstsein fördern sowie zum persönlichen Engagement motivieren. In Deutschland ist Wrigley seit 2005 bundesweiter Partner und seit 2008 alleiniger Förderer der Initiative *Jugend denkt Zukunft*, die heute zu den führenden Schule-Wirtschafts-Initiativen zählt. Ziel von *Jugend denkt Zukunft* ist es, Kreativität, Teamgeist sowie Entdeckungsfreude und interdisziplinäres Handeln bei Schülerinnen und Schülern der Klassen neun bis zwölf – aller Schulformen – zu fördern. Die Jugendlichen erhalten in fünftägigen Innovationsspielen Raum für die Entwicklung eigener, innovativer Ideen. Bislang haben sich mehr als 12.000 Schülerinnen und Schüler an *Jugend denkt Zukunft* beteiligt. Wrigley engagiert sich mit diesem Projekt aktiv als „Corporate Citizen“ und unterstützt die Innovationskultur in Deutschland.

20 Jahre im Dienst der zahnmedizinischen Prophylaxe

Bereits 1989 rief Wrigley in Deutschland die Wissenschaftsinitiative *Wrigley Oral Healthcare Programs* ins Leben. Ziel ist die Förderung der Kariesprophylaxe in Forschung und Praxis, die bis heute in zahlreichen Projekten erfolgreich umgesetzt wird. Das Maßnahmen-Spektrum reicht vom wissenschaftlich etablierten, jährlich verliehenen Wrigley Prophylaxe Preis bis zu Lehr- und Lernprogrammen für Studenten der Zahnmedizin, die heute bereits über die Hälfte

der zahnmedizinischen Fakultäten in Deutschland nutzen. Hinzu kommen enge Kooperationen und gemeinsame Projekte mit gesetzlichen Krankenkassen und Verbänden wie der Deutschen Gesellschaft für Zahnerhaltung.