



J.C. FRIDLIN

1775

# NACHHALTIGKEITS- BERICHT

#7

Gewürze, Kräuter und Mischungen  
vom Spezialisten

## INHALTSVERZEICHNIS

Die Firma	4
Gewürze und Kräuter	5
Transparente Lieferkette	6
Auditbericht Indien	8
Verpackung	10
Produktion und Lager	12
Mitarbeitende	14
Biodiversität	16
Governance	17
Zu diesem Bericht	17
Geschichte	18

«ZUKUNFT IST  
EIN KIND DER  
GEGENWART»

Christoph August Tiedge; (1752–1841)

Liebe Leserinnen  
und Leser,



Es freut mich sehr, dass Sie unseren neusten Nachhaltigkeitsbericht #7 in Händen halten. Seit 2011 messen wir die Eckwerte der Nachhaltigkeit unserer unternehmerischen Tätigkeit und berichten regelmässig darüber. Dies wollen wir auch in Zukunft tun.

Mit dem Nachhaltigkeitsbericht #7 haben wir die Berichterstattung überarbeitet. Einerseits wurde das Layout unserem neuen Auftritt angepasst und der Bericht kommt – unserer Meinung nach – frischer und übersichtlicher daher. Andererseits sind auch redaktionelle Änderungen vorgenommen worden.

Das Thema der transparenten Lieferkette steht weiterhin im Fokus. Mit einem Bericht über die Eindrücke und Einschätzungen aus den Produktionsgebieten in Indien, welcher von unserer Leiterin Qualitätsmanagement, Frau Silvia Mock-Strahm verfasst wurde, möchten wir das Thema noch weiter vertiefen. Auch die Themenkreise Verpackung, Produktion und Mitarbeitenden stehen weiterhin im Vordergrund. Mit neu gestalteten Grafiken möchten wir Ihnen eine noch bessere Übersicht verschaffen.

Verzichtet wird auf Angaben der Logistikdaten, welche wir in der Vergangenheit dargelegt haben. Nach sorgfältiger Prüfung sind wir zum Schluss gekommen, dass die zur Verfügung stehenden Zahlen zu vage und vielfach nicht vergleichbar sind. Daher können sie unseren Ansprüchen, welche wir an die präsentierten Daten in diesem Bericht stellen, nicht genügen. Dass wir die Logistikzahlen nicht mehr veröffentlichen, heisst jedoch nicht, dass sie nicht weiterhin gemessen und geprüft werden.

Wir sind zuversichtlich, dass es mittelfristig möglich sein wird, verlässliche Zahlen zu präsentieren.

Gerne mache ich Sie, nicht ohne Stolz, auf einige Entwicklungen der Eckwerte unserer Nachhaltigkeitsbemühungen aufmerksam. Die Anstrengungen zur Reduktion von Verpackungsmaterialien – bei gleichbleibendem Schutz der Produkte – zeigen erfreuliche Resultate. Der Materialeinsatz verringerte sich seit dem Jahr 2011 um mehr als zwanzig Prozent. Der Anteil von nachhaltigen Produkten steigt stetig und erreicht mittlerweile rund fünf Prozent unseres gesamten Absatzes. An dieser Stelle gilt der Dank unserer Kundschaft, welche die treibende Kraft hinter dieser erfreulichen Entwicklung ist.

Seit 245 Jahren dürfen wir die Relaisfunktion zwischen dem internationalen Gewürzhandel und unserer Kundschaft wahrnehmen. Wir dürfen mit Fug und Recht festhalten, dass diese 245-jährige Tätigkeit nur dank langjährigen Partnerschaften auf allen Ebenen möglich ist und ein starkes Zeichen unseres nachhaltigen Handels darstellt. Aus diesem Anlass bringen wir Ihnen unsere Wurzeln in einem kurzen geschichtlichen Abriss am Ende des Nachhaltigkeitsberichtes näher.

Ich wünsche Ihnen eine informative und anregende Lektüre.

**Peter Fridlin**

Geschäftsführer  
Hünenberg im April 2020

## DIE FIRMA

Der Name J. C. Fridlin Gewürze AG leitet sich vom Namen des Gründers Johann Caspar Fridlin ab, welcher bereits im Jahr 1775 mit dem Handel und der Produktion von Gewürzen begann und damit den Grundstein unseres Unternehmens legte. Heute, 245 Jahre später, ist das Unternehmen immer noch im Handel und der Produktion von Gewürzen tätig und wird in siebter Generation durch die Familie Fridlin geführt. Wir sind ein unabhängiges Familienunternehmen und haben weder eine Tochterfirma noch sind wir in einem Joint-Venture-Verhältnis mit einer anderen Organisation. Seit der Gründung im Jahr 1775 ist unser Standort der Kanton Zug, wo wir fest verwurzelt sind. Wir sind stolz, in der Schweiz zu produzieren, und wir wollen auch in Zukunft mit unserem Team Schweizer Qualitätsprodukte herstellen.

Unsere Vision ist Gewürze in ihrer breitesten Vielfalt und höchster Qualität verfügbar zu machen. Um diese Vision zu erfüllen, beschaffen wir Rohwaren rund um den Globus und veredeln sie in unserem Werk in Hünenberg. Der Schwerpunkt unseres Absatzgebietes liegt in der Schweiz, wo wir den Detailhandel, die weiterverarbeitende Industrie und die Gastronomie mit unseren Produkten bedienen.

In diesem Sinne übernehmen wir die Relaisfunktion zwischen dem internationalen Gewürzhandel und den verschiedenen Kanälen, welche schlussendlich zu den Endkonsumenten führen.

### FACTS

Gründung	1775, Aktiengesellschaft seit 1982
Sitz	Hünenberg (Kanton Zug)
Besitzer/ Hauptaktionär	Familie Fridlin
Mitarbeiterzahl	60
Zertifikate	ISO 9001:2008/IFS/Bio Suisse/Fairtrade
Märkte geografisch	Schweiz, Europa
Märkte nach Kunden	Lebensmittel-, Fleisch-, Back-, Gewürzindustrie, Food Service, Einzelhandel
Verband	Fachverband der Gewürzindustrie e.V./ Deutschland



# GEWÜRZE UND KRÄUTER

Das Fundament unserer Geschäftstätigkeit sind Gewürze und Kräuter. Mit diesen natürlichen Rohstoffen aus den verschiedensten Regionen der Welt sind viele Nachhaltigkeitsthemen verbunden. Wir verstehen uns als ein Teil der weltweiten Lieferkette, welcher die Relaisfunktion übernimmt, die Gewürze in ihrer breitesten Vielfalt und höchster Qualität verfügbar zu machen. Diese weltweite Lieferkette ist nicht das Ergebnis der heutigen Globalisierung, sondern stand vor gut 500 Jahren an deren Anfang. Ebenso wenig sind es wirtschaftliche Überlegungen derentwegen der Gewürzhandel global ist, sondern es liegt im wahrsten Sinne in der Natur der Sache. Wir beschaffen unsere Gewürze da, wo sie kultiviert werden und unter den besten natürlichen Bedingungen gedeihen.

Gerade diese besten natürlichen Bedingungen herrschen bei vielen Gewürzen einzig in Dritt- oder Schwellenländern. Dort fehlt es oft an für uns selbstverständlichen Regelungen wie Arbeitsrecht, Arbeitssicherheit oder Schulpflicht. Aus unserer Marktposition heraus haben wir beschränkte Einflussmöglichkeiten auf die vor Ort herrschenden Verhältnisse. Trotzdem versuchen wir uns mit Audits vor Ort einen Überblick über die Bedingungen zu schaffen. Dazu helfen uns auch die Auditergebnisse und Zertifikate von unabhängigen privatrechtlichen Unternehmen.

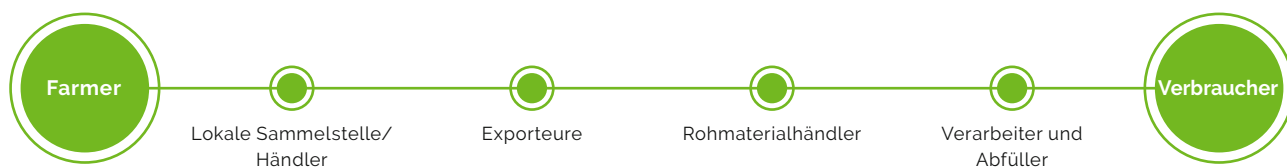
## Fokusthema Transparenz der Lieferkette

Ein vielfach geäußertes Anliegen unserer Stakeholder, welches auch einer allgemeinen gesellschaftlichen Erwartungshaltung entspricht, ist eine grösstmögliche und transparente Einschätzung der Bedingungen in diesen Anbauländern.

Wir sind überzeugt: Je transparenter unser Wissen über unsere Lieferkette, desto besser können wir unsere Ziele bezüglich Qualität, Liefersicherheit, Langfristigkeit und Nachhaltigkeit erreichen. Daher versuchen wir möglichst nahe bei den Erzeugern einzukaufen. Einerseits ist dies jedoch auf Grund der Einkaufsmengen nicht bei jedem Gewürz möglich und andererseits richten wir uns nach den Bedürfnissen unserer Kunden, welche schnell auf Bewegungen am Markt reagieren wollen. Daher kaufen wir unsere Rohwaren auf verschiedenen Ebenen der Lieferkette ein, was die gewünschte Transparenz zusätzlich erschwert.

Ein wesentliches Thema dieses Nachhaltigkeitsberichts ist die Beleuchtung der Lieferkette aus verschiedenen Perspektiven. Dabei verfolgen wir zwei Ziele: Einerseits möchten wir darstellen, ab welchen Ebenen der Lieferketten wir uns anteilmässig eindecken und andererseits anhand der verfügbaren Informationen eine Aussage über den Sensibilisierungsgrad unserer Partner in Bezug auf nachhaltige Themen machen. Dabei stehen die Partner aus den sogenannten Risikoländern im Fokus.

## DIE TYPISCHE LIEFERKETTE DER GEWÜRZE



# TRANSPARENTE LIEFERKETTE

## Beschaffungsebenen

Auf unserer Gewürz-Lieferkette identifizieren wir fünf verschiedene Ebenen, die nachfolgend kurz beschrieben werden. Wir beschaffen unsere Rohwaren je nach Gewürz aus jeder der fünf Ebenen. In der Realität sind die Grenzen vielfach fließend und durch den grossen Eigenbedarf der Anbauländer wird die Lieferkette zusätzlich diffuser. Trotzdem sind wir der Meinung, dass diese Einteilung für unser Anliegen zielführend ist.

### Farmer

Farmer sind Landwirte und Kleinbauern, die auf eigenen Feldern anpflanzen. Vielfach wird bereits ein Trocknungs- und Reinigungsprozess getätigt. Speziell in den Entwicklungsländern herrscht eine kleinbäuerliche Struktur vor.

### Lokale Sammelstellen und Händler

Die lokalen Sammelstellen und Händler übernehmen von den Farmern die Ware. Oft betreiben die lokalen Händler Vertragsanbau mit den Farmern. Auch auf dieser Stufe werden teilweise erste Reinigungsprozesse getätigt. Vielfach werden auch die angelieferten Qualitäten in Standardkategorien eingeteilt.

### Exporteure

Die Exporteure beziehen die Ware wiederum von den lokalen Händlern oder direkt bei den Farmern. Die Einteilung der Qualitäten in internationale Handelsnormen findet hauptsächlich auf dieser Ebene statt. In unserer Lieferkette definieren wir als Exporteure nur Firmen mit einem Sitz in einem von der BSCI definierten Risk-Land.

### Internationale Rohmaterialhändler

Internationale Rohwarenhändler sind Importeure, die Produkte aus der ganzen Welt handeln. Es finden keine Verarbeitungsschritte statt. In unserer Lieferkette definieren wir als Rohmaterialhändler nur Firmen mit einem Sitz in einem von der BSCI definierten Low Risk Land.

### Verarbeiter und Abfüller

Wir, J. C. Fridlin Gewürze AG, sind ein typischer Verarbeiter und Abfüller. Wir beziehen die Rohwaren aus den verschiedenen, oben beschriebenen Ebenen der vorgelagerten Lieferkette und veredeln sie in unserem Werk in Hünenberg. Wir übernehmen die Relaisfunktion zwischen dem vorgelagerten internationalen Handel und den verschiedenen Kanälen, welche schlussendlich zu den Endkonsumenten führen.

## Rohwarenursprung

Die Herkunft der Rohware ist immer bekannt. Daher können wir den Anteil der Rohwaren identifizieren, die in sogenannten Risk oder Low Risk Ländern produziert wurde. Für die entsprechende Kategorisierung der Länder stützen wir uns auf die regelmässige Bewertung der Business Social Compliance Initiative (BSCI).

### Anbaustufe und Handelsstufe

Die fünf Ebenen unterteilen wir in die Anbaubaustufe, welche die ersten drei Ebenen «Farmer», «Sammelstellen» und «Exporteure» umfasst, und in die Handelsstufe mit den letzten zwei Ebenen «Rohwarenhändler» sowie «Verarbeiter und Abfüller».

### Handelsstufe

Die Lieferanten der Handelsstufe befinden sich in Europa. Wir kennen das Management und die Arbeitsbedingungen erfüllen die europäischen Ansprüche. Bei den Rohwaren, die wir über die Handelsstufe einkaufen, haben wir nur wenig Kenntnis über die vorgelagerten Ebenen und können daher keine Aussage über die Arbeitsbedingungen bei den jeweiligen Produzenten abgeben, was jedoch nicht zum Schluss führen darf, dass die Bedingungen schlecht sind.

### Anbaustufe

Die Lieferanten der Anbaustufen befinden sich in den produzierenden Ländern. Wir kennen das Management und können Aussagen über deren Arbeitsbedingungen machen.

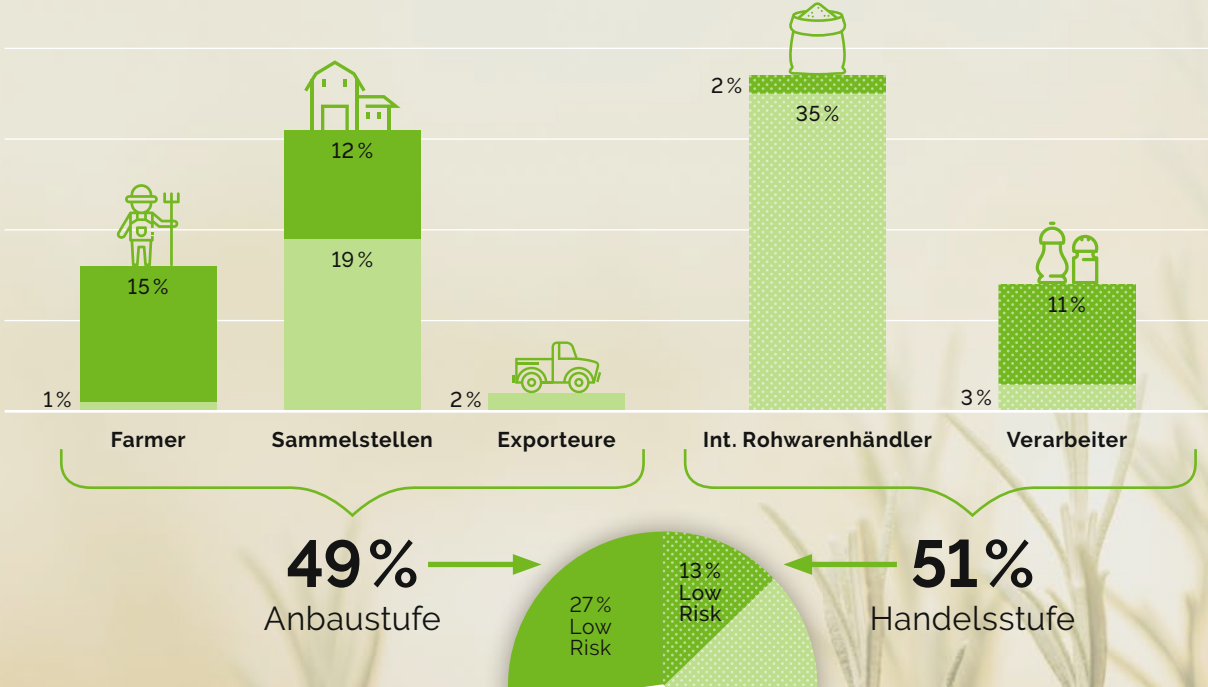
## Brennpunkt Anbaustufe Risk Länder

In unserem Brennpunkt stehen die Partner der Anbaustufe in den Risk Ländern. Um eine objektive Einschätzung zu erreichen, stützen wir uns auf den Zertifizierungsspiegel der einzelnen Partner ab. Das Organisationslevel des Managements bilden wir mit den Zertifikaten aus den Bereichen soziale und ökologische Standards, Qualitätsmanagement und Lebensmittelsicherheit ab. Die nachhaltige Sensibilisierung der Partner lässt sich aus deren Produktpalette ablesen. Der Spiegel zeigt den Anteil der Lieferanten, welche zertifiziert sind, Bio oder Fair Trade Produkte zu liefern.

## UNSERE BEDARFSDECKUNG AUS DEN VERSCHIEDENEN BESCHAFFUNGSEBENEN UND URSPRÜNGEN

UNSER GESAMTBEDARF DECKEN WIR ANTEILSMÄSSIG IN FOLGENDEN EBENEN AB

■ Low Risk ■ Risk

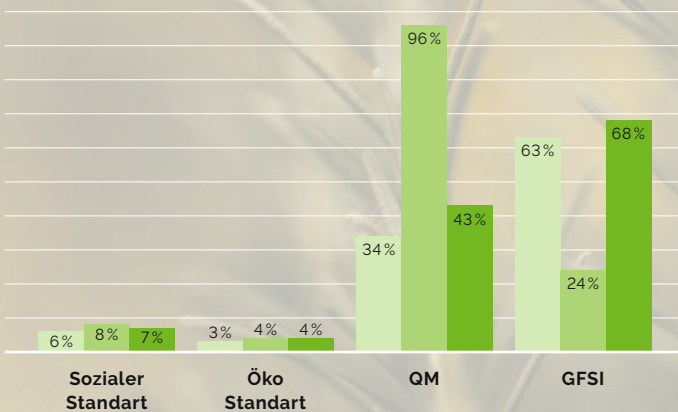


## BRENNPUNKT ANBAUSTUFE RISK LÄNDER

### ZERTIFIKATIONSSPIEGEL MANAGEMENT

ANTEIL DER LIEFERANTEN

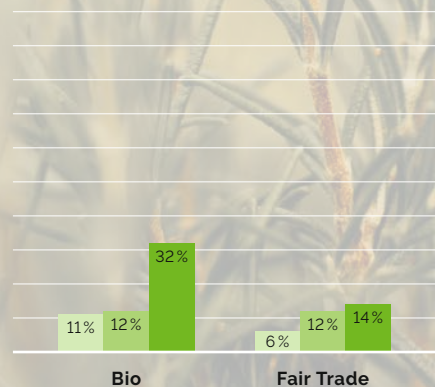
■ 2016 ■ 2017 ■ 2018



### ZERTIFIKATIONSSPIEGEL PRODUKTEPALETTEN

ANTEIL DER LIEFERANTEN

■ 2016 ■ 2017 ■ 2018





**«INDIEN EXPORTIERT NUR EINIGE PROZENT DER ANGEBAUTEN GEWÜRZE. DER ÜBERWIEGENDE TEIL WIRD IM LAND SELBST VERWENDET»**

Silvia Mock-Strahm





## AUDITBERICHT INDIEN

Im Rahmen von Lieferantenaudits wurde der westliche Teil Indiens besucht. Während des Aufenthaltes bot sich die Gelegenheit, nicht nur die Lieferanten näher kennen zu lernen, sondern auch Gewürzbauern vor Ort zu besuchen. Da viele Inder gut Englisch sprechen und allgemein offene Menschen sind, entwickelten sich rasch interessante Gespräche.

Indien exportiert nur einige Prozent der angebauten Gewürze. Der überwiegende Teil wird im Land selbst verwendet, dabei gelangt die Mehrheit als Monogewürze in den Handel. In allen besuchten Regionen findet der Gewürzanbau durch Kleinbauern statt. Die Aussaat, Feldpflege und Ernte erfolgen in aller Regel manuell. So wird beispielsweise Koriander mit einer Art Sichel gemäht, Zwiebeln und Kurkuma von Hand aus dem Boden gezogen. Landwirtschaftliche Geräte kommen, wenn überhaupt, bei der Erstverarbeitung zum Einsatz. Kurkuma wird beispielsweise mit Hilfe von Dampf geschält. Solche Geräte werden meistens von mehreren Bauern benutzt. Entweder werden sie von Feld zu Feld gebracht oder die Bauern bringen ihre geernteten Rohstoffe zu dem Ort, an dem die Verarbeitung stattfindet.


Für die Trocknung der Gewürze wird häufig die Sonne genutzt. Die Gewürze werden dabei entweder auf grossen Planen oder auf befestigten Böden ausgelegt. Das Wenden und Überwachen des Trocknungsprozesses findet wiederum von Hand statt.

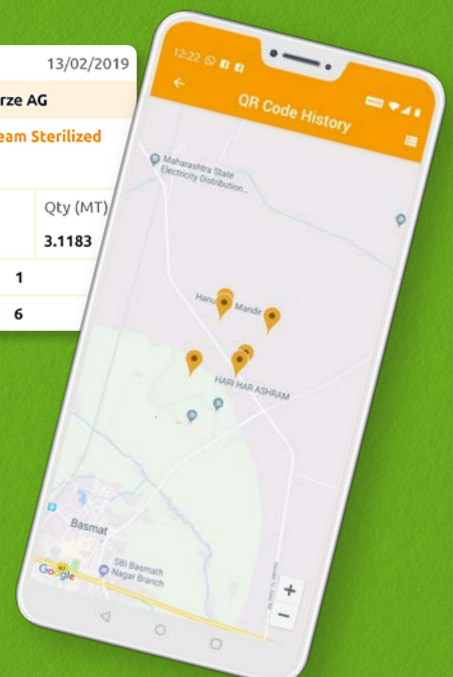
Im Kontrast zu den einfachen Anbaumethoden steht der Einsatz der Telekommunikation. Generell wird in Indien grossen Wert auf die Kommunikation gelegt. Das indische Telefonnetz ist auch in den abgelegenen Gebieten gut ausgebaut. Viele Inder besitzen ein (nicht selten auch mehrere) Smartphones. Hier setzten einige der besuchten Lieferanten an und entwickelten eigene Apps, mit denen sie die Rückverfolgung einer Partie bis auf das benutzte Feld sicherstellen. Ausserdem werden über diese Apps auch Aufzeichnungen zu Pestizideinsatz, Bewässerungen, Feldpflege und ähnlichem verwaltet. Die folgenden Bilder zeigen einen Auszug aus einer dieser App. Am Beispiel einer Kurkumalieferung konnte gezeigt werden, von welchen Bauern die Rohware stammt.



Die besuchten Lieferanten setzten auf eine enge Zusammenarbeit mit den jeweiligen Bauern. Dafür stellen sie sogenannte Supervisors ein, die mit den Bauern in regelmässigem Kontakt stehen, Schulungen durchführen oder Kontrollen auf den Feldern durchführen. Es entsteht eine Win-Win-Situation. Die Bauern wissen, dass ihre, nach den Vorgaben angebaute, Ware abgenommen wird. Unsere Lieferanten erhalten die geforderte Qualität in der benötigten Menge. Durch solche Programme reduziert sich die Ausschussquote der Bauern insbesondere der für den Export bestimmten Rohstoffe.

Im Rahmen dieser Zusammenarbeit wird den Bauern und ihren Familien der Zugang zu medizinischer Versorgung, Bildung, verbilligtem Saatgut oder ähnlichen Zusatzleistungen angeboten. Eine besuchte Firma entwickelt momentan ein Programm, das sich explizit an Bäuerinnen richtet. Dadurch sollen Frauen die Möglichkeit bekommen, für ihren eigenen Unterhalt zu sorgen. Erfreulicherweise bot sich einige Male die Gelegenheit, gut ausgebildete Frauen in verantwortungsvollen Positionen bei ihren Tätigkeiten zu sehen und sprechen zu können.

FG Lot #	<b>SOSS18-19/515-4</b>	13/02/2019
Customer	<b>J.Carl Fridlin Gewürze AG</b>	
Product	<b>Turmeric Powder Steam Sterilized</b>	
Order Quantity (MT)	<b>2.9</b>	
	Bags	Qty (MT)
	<b>440</b>	<b>3.1183</b>
	RM Lots	<b>1</b>
	Farmers	<b>6</b>



# VERPACKUNG

Seit mehr als 80 Jahren produzieren wir für den Detailhandel und die Gastronomie. Von Gläsern mit Streuaufsatz über Mühlen, Beutel und Dosen bis zu Kartonverpackungen decken wir die Anforderungen und Wünsche unserer Kunden ab. Alle diese Verpackungen übernehmen wichtige Funktionen, damit wir die Relaisfunktion zwischen Welthandel und Konsumenten wahrnehmen können. Als Schutz vor Schaden und Verderb ist die Verpackung von zentraler Bedeutung für die Produktesicherheit und die Verminderung von Food Waste. Daneben erlauben die verschiedenen Verpackungsgrössen dem Konsumenten ein an seine Bedürfnisse angepasstes Kaufverhalten.

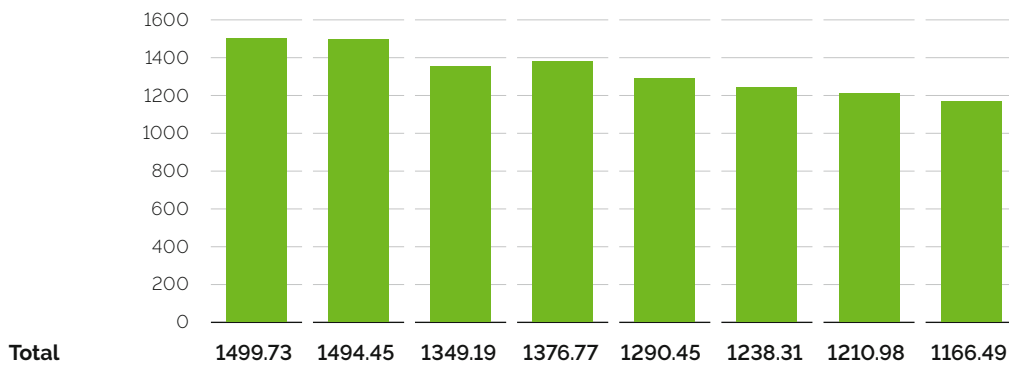
## Fokusthema Verpackung

Verpackungen, oder besser gesagt die Reduzierung von Verpackung, sind schon seit vielen Jahren Thema öffentlichen Interesses. Die Verpackungen auf ein Minimum zu reduzieren entsprechen den allgemeinen gesellschaftlichen Erwartungen, die darauf hinzielen, möglichst sparsam mit den Ressourcen umzugehen und Abfall zu vermeiden. Durch einen vielschichtigen Ansatz versuchen wir, diesen Erwartung gerecht zu werden. Dabei bewegen wir uns in einem Spannungsfeld, in welchem sich nachhaltige Ziele diametral gegenüberstehen. Es ist uns schwer sich vorzustellen, dass grössere Inhaltsgewichte zu weniger Verpackungsabfall pro Inhaltsgewicht führen aber gleichzeitig auf Grund der Überbevorratung Food Waste provoziert. Komplexer ist der Einsatz von Recycling Material in der Produktion von Verpackungen. Hier sind den Möglichkeiten aufgrund der geforderten Produktesicherheit gesetzliche Grenzen gesetzt.

## PACKMITTEL RETAIL

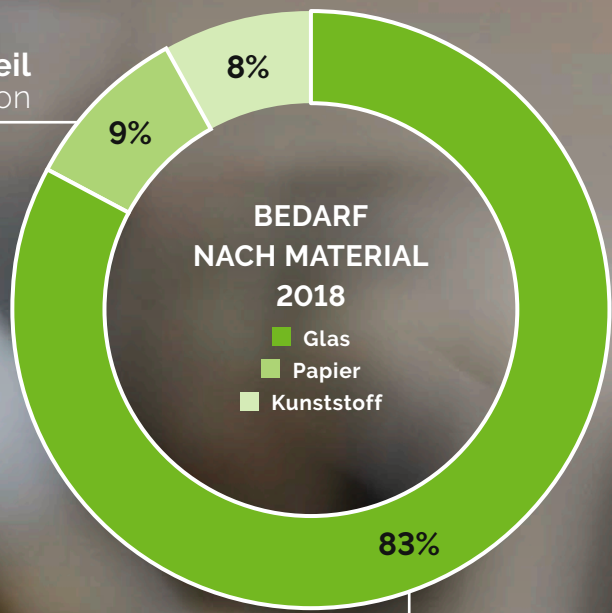
BEDARF VERPACKUNG / 1000 KILOGRAMM ROHWAREN:

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Recycling 2018
kg Verpackung / 1000 kg Rohwaren	Retail	Retail	Retail	Retail	Retail	Retail	Retail	Retail	
<b>Glas</b>	1246.79	1194.58	1124.05	1142.48	1086.47	1039.85	1011.87	971.33	<b>46.99%</b>
<b>Papier</b>	131.37	189.11	128.50	134.08	116.37	111.83	110.61	102.28	<b>66.84%</b>
<b>Kunststoff</b>	115.92	103.71	89.70	95.32	83.35	81.96	84.09	85.69	-
<b>Weissblech</b>	5.04	5.16	3.03	2.29	0.78	1.03	1.14	1.22	-
<b>Keramik</b>	-	1.10	2.10	1.34	2.03	2.59	1.75	2.87	-
<b>Aluminium</b>	0.23	0.53	1.64	1.10	1.14	0.68	0.91	0.96	-
<b>Übriges</b>	0.38	0.24	0.17	0.16	0.31	0.38	0.52	2.14	-

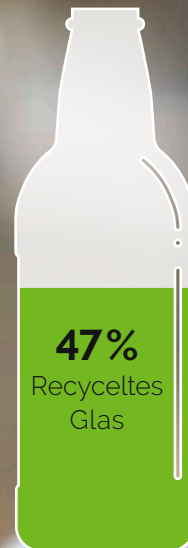




Recycling-Anteil  
davon



Recycling-Anteil  
davon



# VERPACKUNGS- MANAGEMENT

# PRODUKTION UND LAGER

Unsere Produktionsstätte in Hünenberg ist die eigentliche Relaisstation zwischen internationalem Gewürzhandel und den Absatzkanälen. In der Gewürzmüllerei – eine der letzten in der Schweiz – veredeln wir die Gewürze und Kräuter. Die Rohwaren werden gezielt und schonend gemahlen, gesiebt und gemischt. In der Abfüllerei verpacken wir die veredelten Gewürze und Kräuter in Gläser, Beutel, Dosen oder Säcke. Mit einem durchschnittlichen Lagerbestand von mehr als 650 Tonnen können wir auch kurzfristige Ausfälle überbrücken und die Liefersicherheit garantieren.

Selbstverständlich steht dabei die Produktesicherheit bei allen Produktionsschritten im Fokus. In internen Richtlinien wird verlangt, dass sämtliche unserer Produkte den einschlägigen Gesetzen und Verordnungen der Schweizerischen Eidgenossenschaft entsprechen. Darüber hinaus unterziehen wir uns privatrechtlichen Audits, welche garantieren, dass unsere Prozesse allgemein anerkannten Standards (ISO-9001, IFS) entsprechen. Die entsprechenden Zertifikate sind auf unserer Website einzusehen und daher soll die Produktesicherheit, auch wenn sie eine äusserst wichtige Stellung einnimmt, in diesem Nachhaltigkeitsbericht nicht weiter thematisiert werden.

Weil uns bewusst ist, dass mit der Produktionstätigkeit ein ökologischer Fussabdruck entsteht, nehmen wir die Herausforderung ernst, diesen Abdruck kleiner zu machen.

Energie-, Wasser- und Abfallmanagement gehören zu den Kernbereichen des nachhaltigen Handelns. Trotz der steigenden Anforderungen an die Produktevielfalt und Hygiene, was auch einen höheren Ressourceneinsatz benötigt, versuchen wir diesen Ressourceneinsatz so weit wie möglich zu senken. Nicht ohne Stolz können wir bemerken, dass seit der nun 10 Jahre langen Zeitspanne, in denen wir unsere nachhaltigen Eckwerte messen, einiges erreicht zu haben. So konnten wir den energieverursachten CO<sub>2</sub> Ausstoss um rund 65 Prozent verringern. Durch gezieltes Abfallmanagement wurde die Restabfallquote von rund 40 Prozent auf 20 Prozent halbiert.

## Energie

Unser Strombedarf wird von der Elektro-Genossenschaft Hünenberg abgedeckt. Seit dem 1. Januar 2014 beziehen wir zu 100 Prozent Strom aus Wasserkraft. Seit dem Herbst 2014 heizen wir die Produktionsgebäude mit Erdgas.

## Abfall

Durch die steigenden Anforderungen an die Produktevielfalt und Produktesicherheit werden auch die angelieferten Rohwaren vermehrt mit mehr Verpackungsmaterial geschützt. Dies führt zu einer höheren Menge von Abfall, welcher bei uns anfällt. Wir sind bestrebt, einen grösstmöglichen Teil der anfallenden Abfälle wieder in das Recycling zurückzuführen. Der Restabfall wird der Kehrichtverbrennung zugeführt.

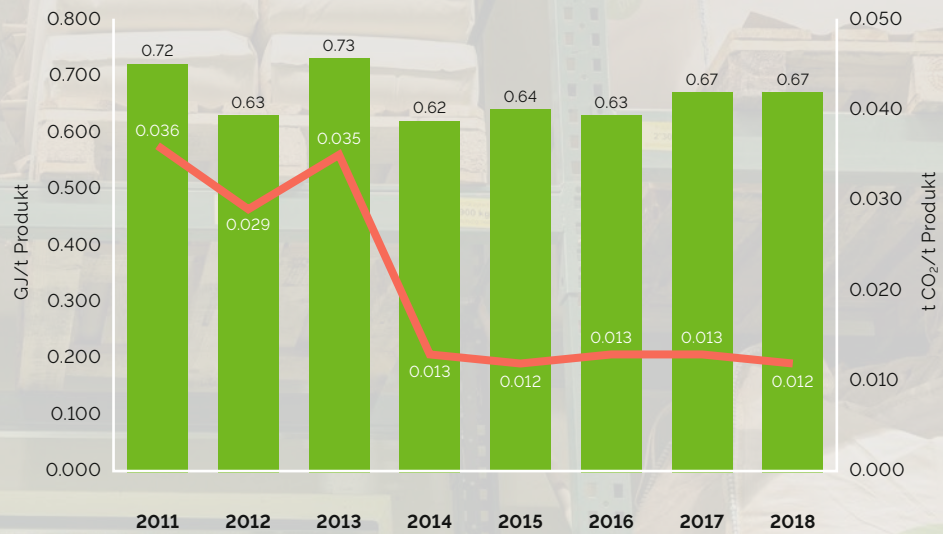
## Wasser

Wasser wird bei unserer Produktion nur zu hygienischen Zwecken benötigt. Das Wasser erhalten wir von der Wasserwerke Zug AG (WWZ). Sämtliches Abwasser wird mittels Kläranlage gereinigt.

	2013	2014	2015	2016
m <sup>3</sup> Wasser per t Produkt	0.168	0.133	0.128	0.116

## ENERGIE GJ UND ENERGIE CO<sub>2</sub> PRO T PRODUKT

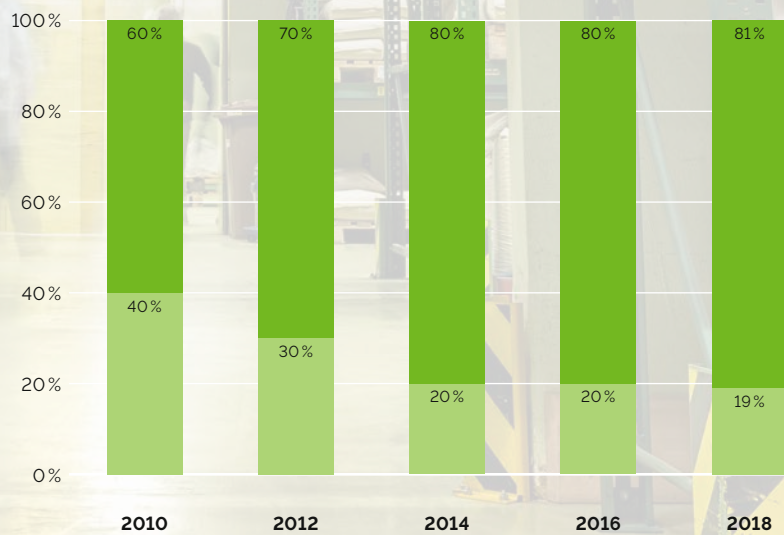
GJ/t Produkt    Tonnen CO<sub>2</sub>/t Produkte



# ABFALLMANAGEMENT UND ENERGIEVERWERTUNG

## ABFALLMANAGEMENT

Restabfall-Quote    Recycling-Quote



## MITARBEITENDE

Unsere Leistung können wir nur mit motivierten und geschulten Mitarbeitenden erbringen. Mit zielgerichteten internen und externen Weiterbildungen fördern wir ein lebenslanges Lernen. Daneben stellen wir den Bedürfnissen entsprechende Fachliteratur zur Verfügung. Seit 2019 haben wir einen Lernenden in unserer Unternehmung. In einem Mitarbeiterreglement sind alle Rechten und Pflichten geregelt. Selbstverständlich entsprechen die Regelungen sowie die Versicherungs- und Vorsorgeleistungen den gesetzlichen Verpflichtungen nach Schweizerischem Recht.

Je nach Alter und Position verfügen die Mitarbeitenden über 20 bis 30 Ferientage pro Jahr. Daneben gewähren wir jährlich 13 Feiertage und schenken den 24. Dezember als freier Tag. Insgesamt sind das fünf Feiertage mehr, als gesetzlich gefordert wird.

Unternehmensehre wird belohnt. Ab 10 Jahren Betriebszugehörigkeit schenken wir einen Geldbetrag in der Höhe von 25 Prozent des Monatslohnes. Dieser Betrag erhöht sich alle fünf Jahre und erreicht bei 25 Jahre Zugehörigkeit die Höhe des Monatslohnes.

Als eine verantwortungsvolle Arbeitgeberin betrachten wir es als eine übergeordnete Verpflichtung, unseren Mitarbeitenden einen sicheren Arbeitsplatz zu garantieren. Die Grundlagen für das Sicherheitsmanagement sind Schweizerische Gesetze und Verordnungen und besteht aus vielen Bestandteilen, darunter Richtlinien, Anweisungen und Formulare. Dabei verfolgen wir folgende Prinzipien: Passive Sicherheit schützt Menschen und Infrastruktur durch geeignete Konzeptionen und Ausführungen. Dazu zählen auch Zutrittskontrollen, Brand- und Explosionsschutz. Mit aktiver Sicherheit durch strikte Handhabung und Kontrollen von Prozessen und Systemen unter Einbezug der Mitarbeitenden erhöhen wir die passive Sicherheit. Zur Arbeitssicherheit gehören auch die in der Notfallorganisation festgelegten Abläufe, welche dazu dienen, die Schäden einzudämmen und die Situation zu beherrschen. Für die Arbeitssicherheit ist ein Sicherheitsbeauftragter definiert.

### Kennzahlen Mitarbeitende 2019

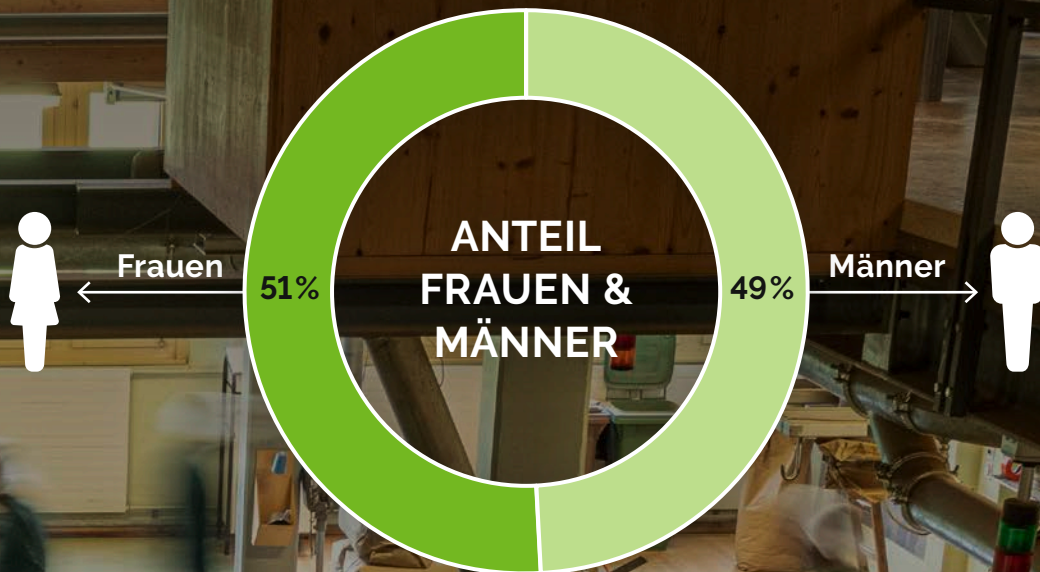
**60**

Mitarbeiter

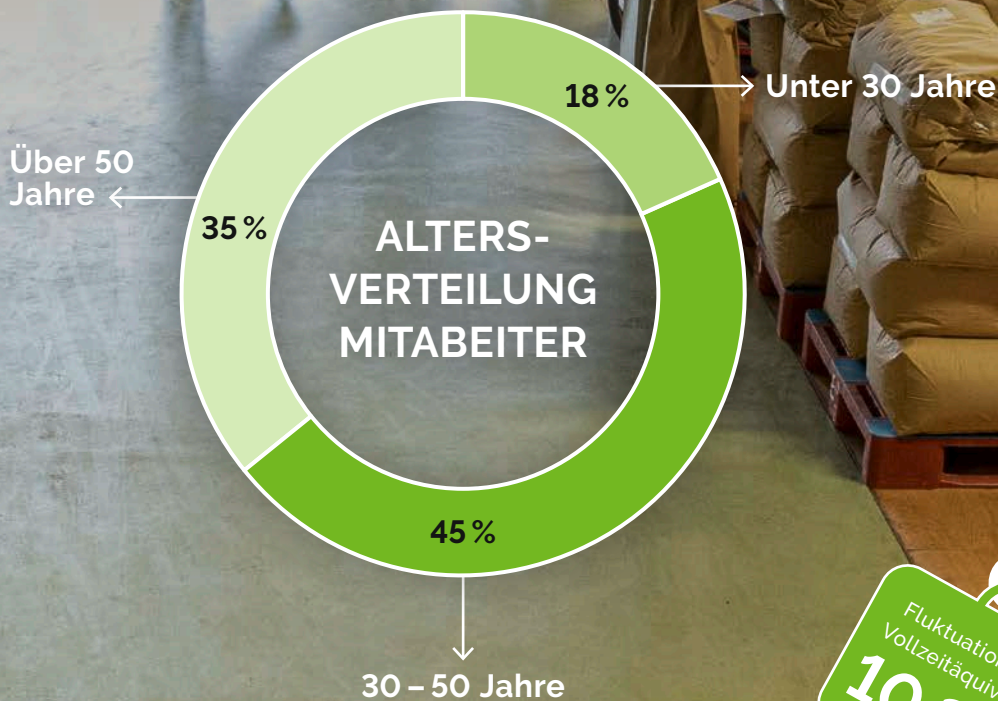
**55.23**

Vollzeitäquivalente





# PERSONAL-KENNZAHLEN



Fluktuationsrate in Vollzeitäquivalenten  
**10.33%**

# BIODIVERSITÄT

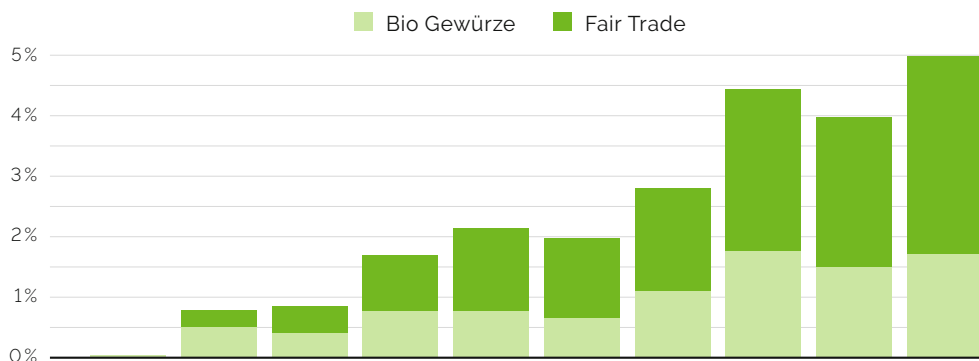
Viele Produkte werden in den Ursprüngen in kleinen und mittelgrossen Plantagen kultiviert. Nach unserem Wissensstand führt dies nicht zu signifikanten Eingriffen in die Biodiversität in den betroffenen Ökosystemen. Mit Audits vor Ort und direkten Kontakten zu den Anbauern versuchen wir fortwährend, intensive Kultivierung von Gewürzen und Kräutern zu identifizieren und die Auswirkung auf das jeweilige Ökosystem einzuschätzen.

Allgemein bekannt ist die Problematik beim Palmöl. Wir versuchen unsere Rezepturen dahingehend umzustellen, dass wir nur ein Minimum an Palmöl benötigen. Seit 2014 verwenden wir dazu ausschliesslich Palmöl aus zertifiziertem Anbau. Im Geschäftsjahr 2018 betrug unser Jahresbedarf 4'045 kg.

## Absatz von Gewürzen und Kräutern

Im Kalenderjahr 2019 führten wir total 1076 verschiedene Verkaufsartikel und Dienstleistungen. Dabei bieten wir unseren Kunden eine stetig wachsende Palette an ausgewiesenen umweltfreundlichen und sozial verträglichen Produkten an. Es freut uns sehr, dass der Anteil der nachhaltigen Produkte stetig wächst und mittlerweile rund 5 Prozent unseres gesamten Absatzes ausmacht.

### ABSATZANTEIL NACHHALTIGE PRODUKTE



Geschäftsjahr	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Absatz Bio Gewürze	0.04%	0.51%	0.42%	0.78%	0.78%	0.66%	1.11%	1.76%	1.50%	1.72%
Absatz Fair Trade	0.00%	0.27%	0.43%	0.91%	1.36%	1.32%	1.69%	2.67%	2.47%	3.26%



## GOVERNANCE

Die J. Carl Fridlin Gewürze AG ist eine Aktiengesellschaft nach schweizerischem Recht. Das oberste Kontrollorgan ist der Verwaltungsrat. Dieser beauftragt den CEO mit der Führung des Unternehmens. Eine strikte Trennung von Verwaltungsrat und der operativen Leitung ist nicht möglich. Die operative Leitung besteht aus den Abteilungen Beschaffung, Produktion, Verkauf, Technik / EDV, QS&E sowie Finanzen / HR. Wir verzichten bewusst auf eine leistungsabhängige Entlohnung des Managements.

Faires Wirtschaften gehört zu unseren zentralen Werten. Daher lehnen wir jegliche Art der Korruption ab und verfügen über klare Anweisungen und Verhaltensregeln.

Die Rechnungslegung erfolgt nach gültigem Schweizer Recht und wird jährlich durch die Revisionsstelle Duss Treuhand GmbH, 6302 Zug, nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision geprüft. Finanzzahlen werden nicht veröffentlicht.

### **Wir sind aktives Mitglied der folgenden Verbände:**

- Fachverband der Gewürzindustrie e.V.
- GS1 Schweiz
- Gesellschaft zur Förderung des Schweizerischen Institutes für Klein- und Mittelunternehmen (KMU-HSG)

Daneben unterstützen wir den Eissportverein Zug (EVZ) sowie den Verein Industriepfad Lorze und die zuger sinfonietta. Hinzu kommen zahlreiche kleine Engagements durch Naturalspenden an Schulklassen, Pfadfinder und ähnlichen Organisationen.

## ZU DIESEM BERICHT

Mit dem Nachhaltigkeitsbericht (NHB) erhebt die J. Carl Fridlin Gewürze AG keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es ist unser Ziel, die aktuelle Situation möglichst objektiv und wertfrei darzustellen. Daten und Aussagen sind nach bestem Wissen und Gewissen erarbeitet worden. Bei der dynamischen Entwicklung unserer Tage kann der NHB lediglich die Situation zum Zeitpunkt des Erscheinens wiedergeben. Somit sind der NHB und das Nachhaltigkeitsmanagement als fortwährender Prozess zu verstehen und zu lesen.

Dies ist der siebte Nachhaltigkeitsbericht, in welchem wir unsere nachhaltigen Eckdaten messen und veröffentlichen. Die vorgängigen Berichte sind auf unserer Homepage abrufbar.

Die in diesem Bericht genannten Nachhaltigkeitskennzahlen orientieren sich an der Wertschöpfungskette des Unternehmens, die mit der Beschaffung der Ausgangsmaterialien beginnt und mit der Auslieferung an die Kunden endet.

Unser Geschäftsjahr endet per 31. März. Die neusten Daten in diesem Bericht beziehen sich meistens auf das Geschäftsjahr 2018 vom 1. April 2018 bis 31. März 2019. Da es organisatorisch nicht möglich ist, alle Daten im zeitlichen Abschnitt unseres Geschäftsjahres zu erhalten, können sie sich auch auf das Kalenderjahr bis und mit 2019 beziehen.

Dieser Bericht hält sich in den Grundzügen an den Leitfaden der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative Standards (GRI-Standards) Option «Kern», ohne den Anspruch auf Übereinstimmung zu haben. Daher wird auf einen entsprechenden GRI Index verzichtet.

Der geschichtliche Abriss ist ein teilweiser Auszug von: Michael von Orsouw, Sinnliche Genüsse aus aller Welt für Zug und Umgebung. Recherchen zur Geschichte der Familie Fridlin von Zug, 1999

Im Interesse der Lesefreundlichkeit und des Textflusses werden im gesamten Bericht männliche Formen verwendet. Die Bezeichnungen Mitarbeiter, Lieferanten usw. beziehen jeweils die weibliche Form mit ein.

# GESCHICHTE

## Kolonialwaren als Spezialität

Der Gründer der heutigen Firma ist Johann Caspar Fridlin (1751–1821). Er betreibt in Zug an der Zeughausgasse beim Hirschenplatz ein Kolonialwarengeschäft und beginnt mit dem Gewürzhandel. Damals ist die grosse Zeit der Verbreitung von Kolonial- oder Spezereiwaren: Kaffee, Kakao, überseeische Gewürze und Tabake werden auch in Zug populär – Fridlin drängt in diese Nische. Zur Verarbeitung von Schnupftabak kauft J.C Fridlin 1807 von H. E. Kaspar Duggelin eine Pulverstampfe am Mülibach in Oberwil. Dessen jüngerer Sohn Jacob Carl Fridlin (1785–1863) handelt vor allem Schnupftabak und Gewürze. Die Oberwiler Pulverstampfe übernimmt er bereits 1810 von seinem Vater und baut sie in eine Gewürzstampfe um – damit zerkleinert er vor allem Nelken und Zimt.

## Von Oberwil an den Letzibach

Der Vertreter der dritten Generation, Josef Christian Fridlin (1831–1914), übernimmt 1856 das ganze Geschäft von seinem Vater. Er kauft 1874 von Johann Michael Stadlin die wasserradbetriebene Mühle am Letzibach und baut sie zu einer Gewürzstampfe um. 1883 trägt er seine Firma als «J. C. Fridlin, Fabrikation von Schnupftabak und Handlung in Gewürzen» im Handelsregister ein. 1914 übergibt er Geschäft, Gebäulichkeiten und Land seinem Sohn Jakob Carl Fridlin (1858–1930). Dieser spezialisiert sich auf den Handel mit und die Verarbeitung von Gewürzen und investiert in neue Maschinen und Anlagen.

Gründung  
1810



Der Gründer Johann Caspar Fridlin  
(1751–1821)

1845



Auszug aus dem  
Rechnungsbuch von 1845



Gewürzm...  
St...

**Mühle, Laden – und eigener Hof**

Neben der immer noch bestehenden Spezereihandlung am Hirschenplatz und der Gewürzmühle am Letzibach betreibt das Ehepaar Fridlin-Gattiker auch noch den landwirtschaftlichen Betrieb «Löbernhof», mit zusätzlichen Matten am Dreispitz beim Bahnhof und in Inwil. Mit seiner Frau Emmy teilt er sich die Arbeit auf; Er die Produktion, sie das Rechnungswesen. Wenn er als Rechnungsrevisor der Stadt amtiert, überprüft sie die Belege und Bücher. Die zwei erstgeborenen Söhne sterben. Erst der Drittgeborene, Jwan «Hans» Carl Fridlin (1902–1969), übernimmt als Vertreter der fünften Generation nach Ableben seines Vaters 1930 die Firma und ändert den Namen in «J.C. Fridlin, Gewürzmühle in Zug». 1930 wird auch die erste Detailhandelsverpackung lanciert: eine Streudose aus transparentem Kunststoff, welche bis 1950 im Verkauf bleibt. Jwan «Hans» Carl baut die Stampfe von Wasserkraft auf Elektrobetrieb um. 1960 erfolgt ein Schicksalsschlag: Die Mühle brennt ab; der Wiederaufbau wird gleich für eine Erweiterung genutzt.

**Von Zug nach Hünenberg**

John Carl Fridlin (\*1935) von der sechsten Generation erweitert mit seiner Frau Trudy Fridlin-Aeberli (1940–2012) den Handel und die Mühlen. Sie investieren konsequent in den stark wachsenden Markt für den Detailhandel. 1982 wird aus der Einzelfirma die «J. Carl Fridlin Gewürze AG». Ab 1987 produziert die Firma im Zweigbetrieb Hünenberg und im Dezember 1997 verlässt die Firma Fridlin nach 145-jähriger Produktion die Gewürzmühle in Zug und zieht definitiv nach Hünenberg.

**Erweiterung und Digitalisierung**

Mit den beiden Brüdern Iwan Carl (\*1963) und Peter John Carl (\*1966) steht die siebte Generation in der Verantwortung. Seit dem Jahrtausendwechsel wird die Digitalisierung vorangetrieben und 2009 der Produktionsstandort Hünenberg mit neuen Abfüll- und Lagerhallen ausgebaut.

1920



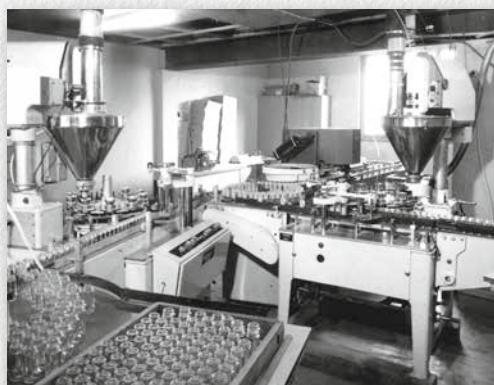
Mühle am Letzibach in der Stadt Zug um 1920

1930



Detailhandelsverpackung 1930

1960



Abfüllanlage für den Detailhandel um 1960

## Gewürze, Kräuter und Mischungen vom Spezialisten

Die J. C. Fridlin Gewürze AG ist die grösste unabhängige Schweizer Gewürzproduzentin mit Sitz in Hünenberg, verwurzelt im Kanton Zug. Seit 1775, widmen wir uns heute bereits in der 7 Familiengeneration dem Handwerk der Gewürzproduktion. Ursprungsbedingt beschaffen wir die Gewürze weltweit in Ihren Herkunftsländern. Nachhaltig pflegen wir mit unseren langjährigen Lieferanten, Kunden sowie auch Mitarbeiter Beziehungen und profitieren somit auf ganzer Linie von einem grossen Erfahrungsschatz.

Vom Reinigen, Brechen, Mahlen, Mischungen bis zum Abfüllen ereignet sich alles in unserer Manufaktur in Hünenberg. Wir produzieren und verpacken für den Einzelhandel, mischen und tüfteln ebenso für die Industrie und verzaubern zugleich die Gastronomie mit Gewürzen aus unserem Hause.

**Herausgeber:** J. Carl Fridlin Gewürze AG

**Layout, Grafik:** A4 Agentur AG

**Druck:** Anderhub Druck-Service AG

Gerne nehmen wir Fragen, Anregungen oder Kommentare zu diesem Nachhaltigkeitsbericht entgegen.



**J. C. Fridlin Gewürze AG**

Bösch 61

CH-6331 Hünenberg

Tel. +41 41 784 11 22

Fax +41 41 784 11 33

info@fridlin.ch

fridlin.ch

