



Nachhaltigkeitsbericht

Geschäftsjahr 2012

1. April 2012 – 31. März 2013



J. Carl Fridlin
Gewürze AG



Vorwort	2
«Genug für alle, für immer!»	3
Die Firma	4
Unser Platz in der Konsumgüterwirtschaft	4
Die Produkte	5
Beschaffung von Gewürzen und Kräutern	5
Beschaffung von Packmitteln	6
Absatz von Gewürzen und Kräutern	7
Die Logistik	7
Die Umwelt	7
Energie	7
Wasser	8
Abfall	8
Die Arbeitgeberin	8
Zertifikate und Labels	9
Eingesetzte Labels	9
GRI Index	10

VORWORT

Dieser Bericht hält sich in den Grundzügen an den Leitfaden der Nachhaltigkeitsberichterstattung (Sustainability Reporting Guidelines) der Global Reporting Initiative (GRI-G3.1). Der Bericht erhebt jedoch keinen Anspruch in-accordance mit der Richtlinie GRI-G3.1 zu sein¹. Die Fussnoten beziehen sich, falls nicht anders angegeben, auf die Nummern des GRI Indexes.

Das Geschäftsjahr der J. Carl Fridlin Gewürze AG endet am 31. März. Die Kennzahlen in diesem Bericht können sich auf das Geschäftsjahr 1. April 2012 bis 31. März 2013 sowie auf das Kalenderjahr 2012 beziehen. Die in diesem Bericht genannten Nachhaltigkeitskennzahlen können bis maximal ins Jahr 2009 verglichen werden. Sie orientieren sich an der Wertschöpfungskette des Unternehmens, die mit der Beschaffung der Ausgangsmaterialien beginnt und mit der Auslieferung an die Kunden endet². Die Hauptanspruchsgruppe dieses Berichtes ist unsere Kundschaft³.

¹ 3.13 ² 3.1/3.5/3.6/3.7/3.9 ³ 4.14

«Genug für alle, für immer!»

Afrikanische Weisheit

Liebe Leserinnen und Leser,

In den kommenden Jahrzehnten werden in den heutigen Schwellenländern rund drei Milliarden Menschen zu Wohlstand kommen. In Asien wird in den nächsten 20 Jahren mehr in die Infrastruktur investiert als in Europa seit der industriellen Revolution. Völlig legitim ist das Streben nach Wohlstand. Aber bei Business as usual wird das nicht gut gehen⁴. Im Vergleich zum Jahr 2005 würde die weltweite Ackerfläche im ungünstigsten Fall um 56 Prozent wachsen – dies auf Kosten von Naturflächen wie Savannen und Wälder⁵. Lösungen für die zukünftigen Herausforderungen zu finden sind Aufgaben der gesamten Zivilgesellschaft. Daher ist es wichtig, dass die einzelnen Mitglieder der Gesellschaft – Politik, Wirtschaft, Mensch – sich bewusst werden, in welchem Bereich sie Teil der Lösung sein können.

Diese Frage haben wir uns gestellt. Im Kapitel «die Firma» finden Sie das Schema der zentralen Handlungsfelder der Konsumgüterwirtschaft. Als Teil dieser Konsumgüterwirtschaft definieren wir die Grenzen unserer Handlungsmöglichkeiten, und innerhalb dieser Grenzen die Hot Spots.

Mit diesem Bericht können wir zum ersten Mal auch Aussagen über die Beschaffungs- und Vertriebslogistik machen⁶.

Mit dem Nachhaltigkeitsbericht (NHB) erhebt 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 ist der NHB und das Nachhaltigkeitsmanagement als fortwährender Prozess zu verstehen und zu lesen⁷.

Ich wünsche Ihnen eine informative und anregende Lektüre.

Peter Fridlin
Geschäftsführer

Hünenberg im Juli 2013

⁴ Klaus Wiegandt; Lebensmittel Zeitung Nr. 19/2013, Seite 26 ⁵ Jens Host; Lebensmittel Zeitung Nr. 19/2012, Seite 32 ⁶ 3.11 ⁷ 1.1/3.5/3.6/3.7



DIE FIRMA

J. Carl Fridlin Gewürze AG ist ein unabhängiges schweizerisches Familienunternehmen. Die Kernkompetenz ist das Importieren, Verarbeiten und Abpacken von getrockneten Gewürzen und Kräutern. Unsere Absatzkanäle sind Kunden der weiterverarbeitenden Industrie, des Food Service sowie des Einzelhandels. Das Absatzgebiet ist in der Hauptsache die Schweiz mit geringem Exportanteil in die Europäische Union⁸.

J. Carl Fridlin Gewürze AG verfügt über keine Tochterfirma und ist in keinem Joint Venture Verhältnis mit einer anderen Organisation. Die interne Organisation verfügt über die Abteilungen Beschaffung, Produktion, Verkauf, Technik, QM/F&E sowie Finanzen und Personal⁹.

Die strategische Führungsaufgabe wird vom Verwaltungsrat wahrgenommen. Über den Geschäftsführer werden die Ziele in der operativen Führung umgesetzt¹⁰.

Eine strikte Trennung von Verwaltungsrat und Wahrnehmung von operativen Aufgaben ist nicht möglich¹¹.

Die Rechnungslegung erfolgt nach gültigem Schweizer Recht und wird jährlich durch unsere Revisionsstelle, Duss Treuhand GmbH, 6302 Zug, nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision geprüft¹².

J. Carl Fridlin Gewürze AG ist aktives Mitglied folgender Verbände¹³:

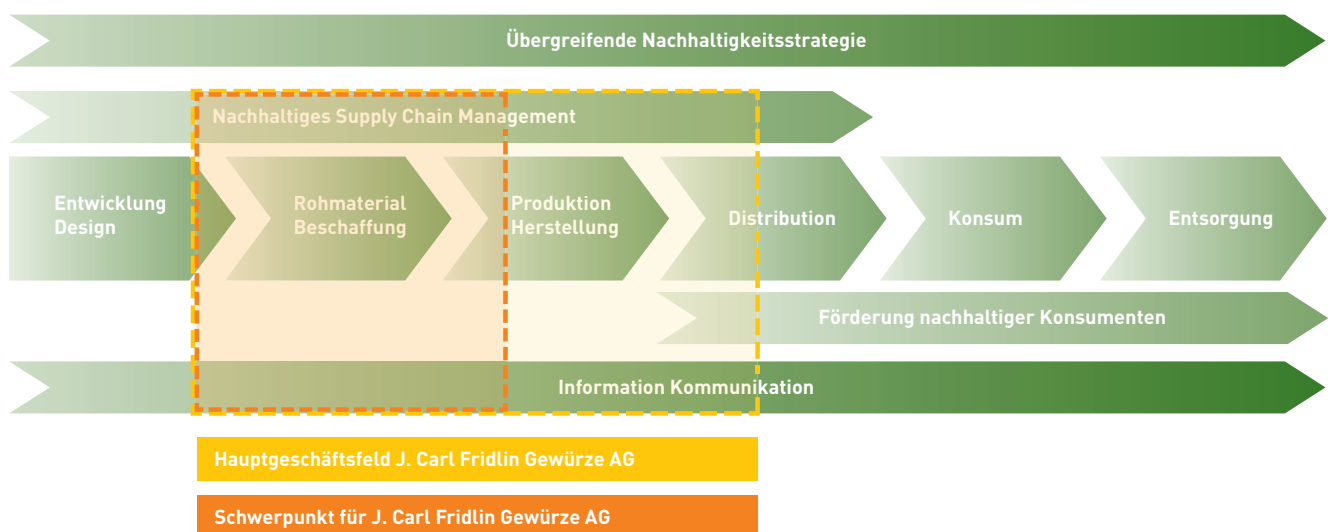
- Fachverband der Gewürzindustrie e.V.
- Privat Label Manufacturers Association (PLMA)
- GS1 Schweiz
- Gesellschaft zur Förderung des Schweizerischen Institutes für Klein- und Mittelunternehmen (KMU-HSG)
- Schweizerische Gesellschaft für Marketing (GfM)¹⁴

Daneben unterstützen wir den Eissportverein Zug (EVZ) sowie den Verein Industriepfad Lorze. Hinzu kommen zahlreiche kleine Engagements durch Natural Spenden an Schulklassen, Pfadfinder und dergleichen¹⁵.

Unser Platz in der Konsumgüterwirtschaft

Mehr als 99% unseres Umsatzes generieren wir im B2B Bereich. Im Absatzkanal Industrie sind unsere Kunden weiterverarbeitende Nahrungsmittelhersteller. Im Absatzkanal Food Service und Retail sind unsere Kunden Grossisten und filialbetriebene Einzelhändler. In diesen beiden Absatzkanälen handelt es sich bei den Produkten zum grössten Teil um Privat Label Artikel für unsere Partner. Dabei werden unsere Produkte meistens durch kundeneigene Distribution feinverteilt¹⁶.

Nachhaltigkeit in der Konsumgüterwirtschaft



⁸ 2.2/2.7 ⁹ 2.3 ¹⁰ 4.1 ¹¹ 4.2/4.3 ¹² EC1 ¹³ S05 ¹⁴ 4.13 ¹⁵ PR6 ¹⁶ 2.2

In Bezug auf die zentralen Handlungsfelder der Konsumgüterwirtschaft befinden wir uns nur zu einem kleinen Teil im Bereich der Entwicklung. Wir sind verantwortlich für die Beschaffung der Rohmaterialien und die Produktion. Unser Einflussbereich endet bei den Verteilerzentren oder Produktionsstätten unserer Kunden, somit sind wir nur für einen Teil der Vertriebsdistribution verantwortlich.

Innerhalb dieses Handlungsfeldes erachten wir die sozialen Bedingungen bei der Produktion der Rohmaterialien als Hot Spot. Wichtige Produkte aus unserem Sortiment werden in sogenannten sozialen Risikoländern kultiviert und geerntet. In einer ersten Phase möchten wir in diesem Bereich höchstmögliche Transparenz schaffen und nehmen bewusst zur Kenntnis, dass die ökologische Betrachtung – zumindest in diesem Stadium – eine eher zweitrangige Priorität hat¹⁷.

DIE PRODUKTE

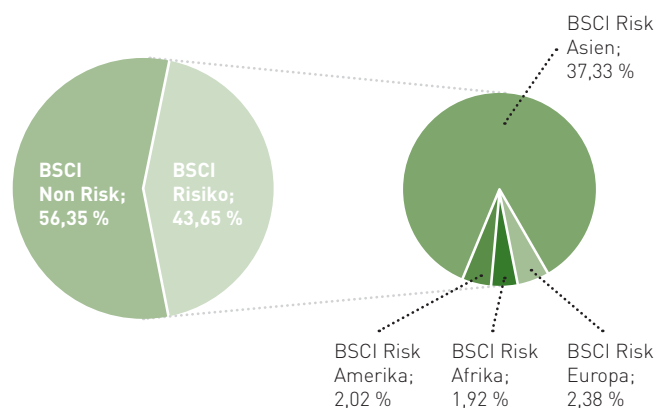
Beschaffung von Gewürzen und Kräutern

Viele unserer Rohwaren werden in Dritt- oder Schwellenländern angebaut. Einige dieser Länder sind von der Business Social Compliance Initiative (BSCI) als sogenannte Risikoländer eingestuft. Leider fehlt es in einigen dieser Länder an für uns selbstverständliche Regelungen wie Arbeitsrecht, Arbeitssicherheit oder gesetzliche Schulpflicht¹⁸. Aus unserer Marktposition heraus haben wir wenig Einflussmöglichkeit auf die vor Ort herrschenden Lebensbedingungen. Trotzdem möchten wir die wenigen Möglichkeiten bestmöglich nutzen. So versuchen wir uns mit Audits vor Ort einen Überblick über die Bedingungen zu schaffen. Weiter ermutigen wir unsere Lieferanten dazu, sich freiwillig einem Sozialaudit zu unterziehen¹⁹.

Herkunft Rohwaren

J. Carl Fridlin Gewürze AG möchte Transparenz schaffen und die Warenflüsse aufzeigen. Zur Kategorisierung der Lieferanten nach sozialen Bedingungen übernehmen wir die Einteilung der BSCI.

Von der gesamten Menge, welche wir beschaffen, kommen 56,35 % (VJ: 53,64 %) aus Regionen, welche von der BSCI als nicht Risikoländer klassifiziert werden. Der grösste Anteil kommt dabei aus europäischem Anbau und Produktion. Aus den BSCI Risikoländer beschaffen wir 43,65 % (VJ: 46,36 %). Dabei beziehen wir 37,33 % (38,31 %) aus Asien, 2,02 % (2,34 %) aus Amerika, 2,38 % (3,89 %) aus Europa und 1,92 % (1,82 %) aus Afrika.



Die Beschaffung aus den Risikoländern wird nicht auf Grund von wirtschaftlichen Überlegungen getätigt, um in sogenannten Billigländern zu produzieren, sondern liegt in der Natur der Sache, dass die Kräuter und Gewürze in diesen Ländern kultiviert werden. Daher haben wir keine Möglichkeit, auf andere Ursprünge auszuweichen. Somit wird sich der Anteil an Risiko – Non Risiko Ursprüngen in Zukunft nicht wesentlich verändern.

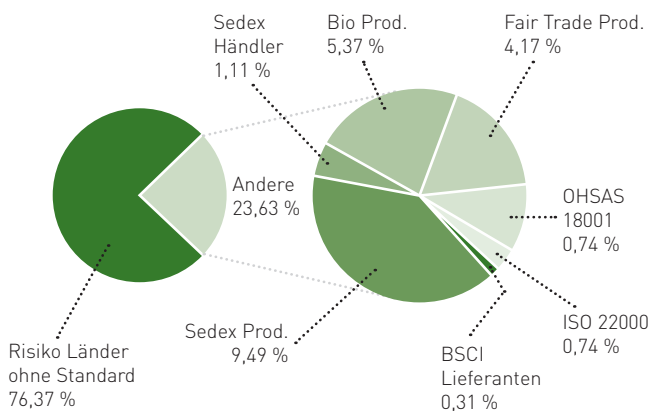
Soziale Audits der Lieferanten

Vermeehrt finden sich Lieferanten aus den Risikoländern, welche ihr Engagement um ein soziales und ökologisches Umfeld von Zertifizierungsstellen auditieren lassen. Die Möglichkeit auf Lieferanten mit einem Sozialaudit zurückzugreifen ist noch beschränkt und bei weitem nicht so entwickelt wie in der Textilindustrie.

Von der gesamten Menge, welche wir aus Risikoländern beschaffen, sind 23,63 % (VJ: 11,04 %) von Produzenten mit einem Standard oder Produzenten, welche auch Bio-Waren oder Fair Trade-Waren produzieren.

¹⁷ 3.5/3.6/3.7 ¹⁸ HR6/HR7 ¹⁹ HR2

Davon sind von Produzenten mit BSCI 0,31 % (VJ: 6,10 %), von Produzenten mit Sedex 9,49 % (VJ: 2,98 %), von Händler mit Sedex 1,11 % (VJ: 0,91%), von Fair Trade Produzenten 4,17 % (VJ: 0,82 %), von Bio Produzenten 5,37 % (0,23 %), von Produzenten mit OHSAS 18001 2,43 % und von Produzenten mit ISO 22000 0,74 %.



Wir verfolgen die Entwicklung in den Ursprüngen genau und ermutigen unsere Lieferanten, sich sozialen Audits zu unterziehen.

Zudem ist der Umkehrschluss nicht zulässig, dass Lieferanten ohne Sozialaudit sich nicht um ein soziales und ökologisches Umfeld bemühen.

Wir möchten in unserer Lieferkette grösstmögliche Transparenz. Dazu erarbeiten wir eine Methodik, Transparenz zu messen, darzustellen und zu kommunizieren.

Biodiversität

Viele Produkte werden in den Ursprüngen in klein- und mittelgrossen Plantagen kultiviert. Nach unserem Wissensstand führt dies nicht zu signifikanten Eingriffen in die Biodiversität in den betroffenen Ökosystemen²⁰. 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 einzuschätzen²¹. Bekannt ist die Problematik beim Palmöl²². Wir versuchen unsere Rezepturen dahingehend umzustellen, dass wir nur ein Minimum an Palmöl benötigen²³.

Aktueller Bedarf und Anteil an nachhaltigem Palmöl:

	2009	2010	2011	2012
Kilo	5'609	7'456	5'521	6'451
%	95,75 %	96,62 %	95,44 %	96,09 %

Beschaffung von Packmitteln²⁴

Für den Vertrieb von Gewürzen braucht es geeignete Nahrungsmittel-Verpackungen. Eine Nahrungsmittel-Verpackung hat folgende wichtige Aufgaben:

- Schützt das Produkt vor Schaden und Verderb
- Portioniert das Produkt in konsumententaugliche Einheiten
- Unterstützt die einfache wie effektive Handhabung in der Logistikkette
- Trägt zur Convenience beim Konsumenten bei
- Dient zur Informationsvermittlung

In den letzten 10 Jahren hat sich die Anforderung an die Gewürzverpackungen stark gewandelt. Neben den traditionellen Verpackungen Glas und Beutel sind alternative Verpackungen gefragt, namentlich Weissblech und Kunststoffmühen.

Der Packmittelbedarf unterscheidet sich je nach Absatzkanal stark. Daher zeigen wir den Bedarf für die Absatzkanäle Einzelhandel (Retail) und Industriebelieferungen (Bulk) getrennt auf.

Packmittel Retail

Ab diesem Bericht zeigen wir zusätzlich den recycelten Anteil am Packmittel²⁵.

²⁰ EN15 ²¹ EN14 ²² EN12 ²³ EN14 ²⁴ EN1 ²⁵ 3.11

Bedarf Verpackung in Kilo/1'000 Kilo Rohwaren:

	GJ 2011	GJ 2012	Diff.	Anteil Recycling 2012
Glas	1'246.7	1'194.5	-52.21	51,09 %
Papier	131.3	189.1	57.74	80,59 %
Kunststoff	115.92	103.71	-12.21	-
Weissblech	5.0	5.1	0.12	-
Keramik	-	1.1	1.1	-
ALU	0.2	0.5	0.3	k. A.
Übriges	0.3	0.4	-0.13	k. A.
Total Retail	1'499.7	1'494.4	-5.28	51,04 %

Packmittel Bulk

Bedarf Verpackung in Kilo/1'000 Kilo Rohwaren:

	GJ 2011	GJ 2012	Diff.	Anteil Recycling 2012
Kunststoff	10.01	13.89	3.88	-

Absatz von Gewürzen und Kräutern

Im Geschäftsjahr 2012 verkauften wir total 1'844 verschiedene Artikel und Dienstleistungen. Dabei bieten wir unseren Kunden eine stetig wachsende Palette an ausgewiesenen umweltfreundlichen und sozial verträglichen Produkten an²⁶.

	2009	2010	2011	2012
Standard	99,96 %	99,22 %	99,15 %	98,32 %
Bio Gewürze	0,04 %	0,51 %	0,42 %	0,78 %
Fair Trade	0,00 %	0,27 %	0,43 %	0,91 %

Da der Absatz konsumentengetrieben ist, haben wir keinen Einfluss auf den Anteil an Bio-Fair Trade Artikel. Der Anstieg des Anteiles dieser Artikel widerspiegelt die steigende Akzeptanz bei den Konsumenten.

DIE LOGISTIK

Erstmals können wir mit diesem Bericht Angaben zu den frachtbedingten CO₂ Ausstößen geben.

Bei der Beschaffungslogistik berücksichtigen wir die Transporte innerhalb von Europa. Die Seefracht wird nicht erfasst. Ebenso sind die Transporte zu unseren Lieferanten nicht berücksichtigt. So wird zum Beispiel der Transport von PP Rohmaterial an unseren Deckelhersteller nicht bewertet.

Bei der Vertriebslogistik berücksichtigen wir die Frachten an unseren Kunden. Die nachfolgenden Lieferungen von unseren Kunden sind nicht erfasst.

Total beträgt die Belastung 74g CO₂/Kg Gewürze²⁷.

Durch Optimierungen der Logistikkette möchten wir die CO₂ Belastung um 5 % reduzieren.

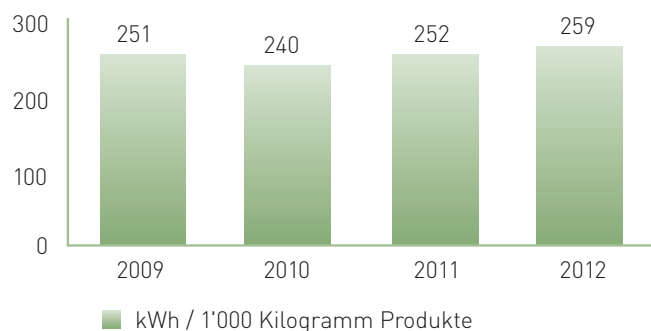
DIE UMWELT

Energie, Wasser und Abfall gehören zu den Kernbereichen des nachhaltigen Handelns. Die steigenden Anforderungen an die Produktvielfalt und Hygiene erfordern auch einen höheren Ressourceneinsatz.

Energie²⁸

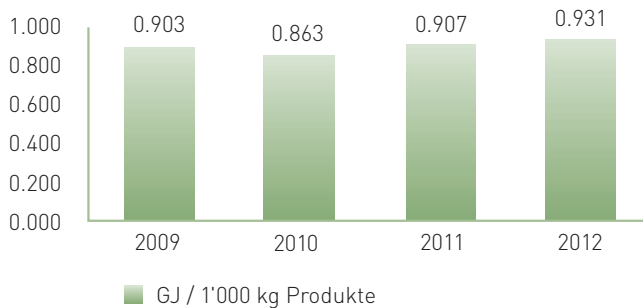
Unser Strombedarf wird von der Elektro-Genossenschaft-Hünenberg (E.G.H.) abgedeckt. Wir beziehen das Stromprodukt nach «EGH Standard». Laut Angaben des Lieferanten besteht der Strom Mix aus 60 % Wasserkraft und 40 % Kernenergie.

Elektrizität: kWh pro 1'000 kg Produkte



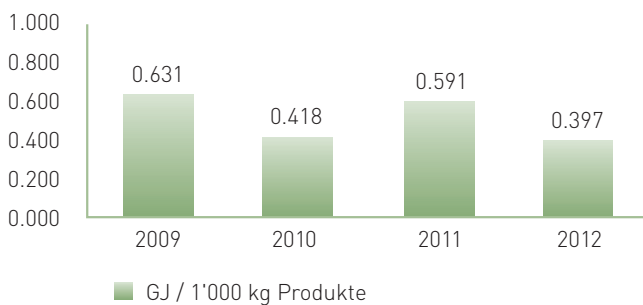
²⁶ EN26 ²⁷ EN29 ²⁸ EN3

Elektrizität: GJ pro 1'000 kg Produkte



Für die Gebäudeheizung beschaffen wir Heizöl in extra leicht Qualität.

Heizöl: GJ pro 1'000 Kilo Produkte

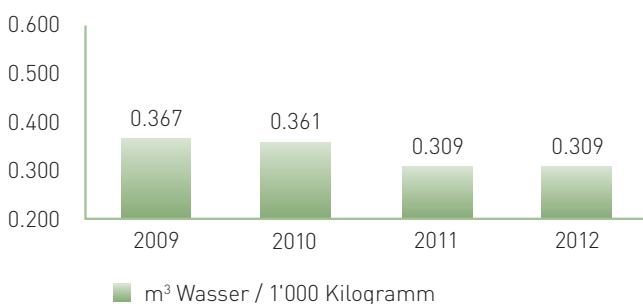


Wasser²⁹

Wasser wird bei unserer Produktion nur zu hygienischen Zwecken benötigt.

Das Wasser erhalten wir von den Wasserwerke Zug AG (WWZ). Sämtliches Abwasser wird mittels Kläranlage gereinigt.

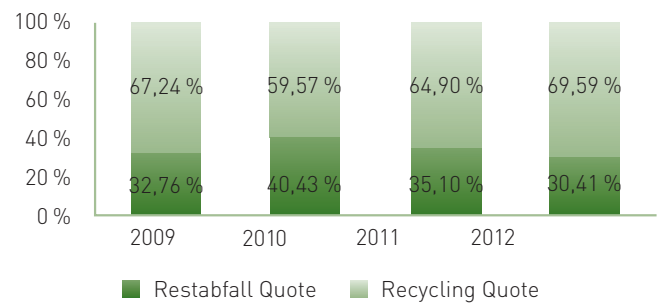
Wasserbedarf per 1'000 kg Produkte



Abfall³⁰

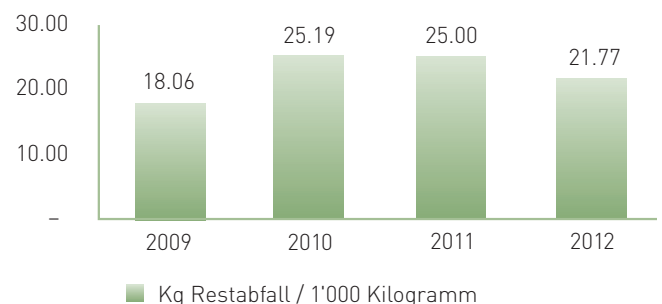
Durch die steigenden Anforderungen an die Produktvielfalt und Produktesicherheit werden auch die angelieferten Rohwaren vermehrt mit mehr Verpackungsmaterial geschützt. Dies führt zu einer höheren Menge von Abfall, welcher bei uns anfällt. Wir sind bestrebt, einen grösstmöglichen Teil der anfallenden Abfälle wieder in das Recycling zurückzuführen. Im Kalenderjahr 2012 konnten 69,59 % (VJ: 64,90 %) der gesamten Abfallmenge gezielt dem Recycling zurückgeführt werden.

Abfallmanagement



Der sogenannte Restabfall wird der Kehrichtverbrennung zugeführt. Im 2012 fielen auf 1'000 Kilogramm Fertigprodukte, 21.77 Kilogramm (VJ: 25.00) Restabfall an.

Restabfall pro 1'000 kg Produkte



DIE ARBEITGEBERIN

J. Carl Fridlin Gewürze AG möchte gegenüber den Arbeitnehmern ein bevorzugter Arbeitgeber sein. Alle Mitarbeitenden erhalten bei Ihrem Eintritt das Mitarbeiterreglement. Darin werden die Rechte und Pflichten

²⁹ EN8/EN21/EN25 ³⁰ EN22

ten geregelt. Zu den wichtigsten Punkten gehören allgemeine arbeitsvertragliche Verpflichtungen, Beginn und Beendigung des Arbeitsvertrages, Arbeitszeiten, Ferien, Absenzen, Lohnzahlungen und Versicherungen. J. Carl Fridlin Gewürze AG gewährt den Mitarbeitern vier resp. fünf Wochen Ferien, 13 Feiertage plus einen geschenkten Tag (24. Dezember). Das sind fünf Tage mehr als gesetzlich gefordert.

Unternehmenstreue wird belohnt. Ab 10 Jahren Betriebszugehörigkeit wird ein Dienstaltersgeschenk von 25% eines Monatslohns fällig. Das Geschenk erhöht sich alle fünf vollendeten Jahre und erreicht mit dem 25. Dienstjahr die Höhe eines Monatslohnes³¹.

Der Sicherheitsaspekt fliesst in die Prozesse ein und es ist ein Sicherheitsbeauftragter definiert³².

J. Carl Fridlin Gewürze AG verzichtet bewusst auf eine leistungsabhängige Entlohnung des Managements³³.

Im Geschäftsjahr 2012 beschäftigte die J. Carl Fridlin Gewürze AG durchschnittlich 66.08 (VJ: 66.58) Mitarbeiter oder 60.04 Vollzeitäquivalente (61.45)³⁴. Über das ganze Kalenderjahr verteilt wurden durchschnittlich 0.69 (0.57) Vollzeitäquivalente temporär eingestellt. Die krankheitsbedingten Absenzen betragen 2,14% (VJ: 2,59%) der Vollzeitäquivalente³⁵. Im Geschäftsjahr 2012 betrug die Fluktuationsrate in Vollzeitäquivalenten 7,37% (VJ: 21,27%)³⁶.

ZERTIFIKATE UND LABELS³⁷

Auszeichnungen und Labels ermöglichen dem Konsumenten und Kunden sich über die Beschaffenheit, Herkunft und Produkteversprechen einen Überblick zu verschaffen. J. Carl Fridlin Gewürze AG unterzieht sich zahlreichen Audits, um den Anspruch der Konsumenten und Kunden zu erfüllen.

In internen Richtlinien wird verlangt, dass sämtliche unserer Produkte den einschlägigen Gesetzen und Verordnungen der Schweizerischen Eidgenossenschaft entsprechen. Darüber hinaus unterzieht sich J. Carl Fridlin Gewürze AG privatrechtlichen Audits, welche garantieren, dass nach allgemein anerkannten Prozessen (ISO-9001/IFS) produziert wird und die Produktversprechen eingehalten werden.

Eingesetzte Labels

Aha! (Allergie Suisse)

Das erste Allergie-Gütesiegel wurde 2006 lanciert. Für den Prüfungs- und Zertifizierungsprozess ist die Service Allergie Suisse SA verantwortlich. Produkte mit dem aha! Gütesiegel unterliegen einer allergenspezifischen Zertifizierung und gehen deutlich über die gesetzlichen Vorgaben hinaus. Die Produkte sind geeignet für Menschen mit Allergien.

Bio/Bio Suisse

Produkte mit einem Bio-Siegel müssen aus ökologisch kontrolliertem Anbau stammen. Die Herstellung und Weitervermarktung von Bio Produkten wird bei J. Carl Fridlin Gewürze AG von Bio-Suisse und von IMO kontrolliert.

Fair Trade

Produkte mit einem Fair Trade Label kommen aus kontrolliertem Handel, bei denen ein von einer Fair Trade Organisation festgelegter Mindestpreis bezahlt wird. Weiter setzt sich die Fair Trade Organisation für ein nachhaltiges Handeln in den von Ihnen zertifizierten Ursprüngen ein. Die Fair Trade Produkte von J. Carl Fridlin Gewürze AG sind von Max Havelaar zertifiziert, einer Tochtergesellschaft der Fairtrade Labelling Organizations International (FLO).

V-Label (Vegetarismus Label)

Produkte mit dem V-Label stehen für rein pflanzliche und vegetarische Mischungen. Sie enthalten keine tierischen Zutaten.

J. Carl Fridlin Gewürze AG
Bösch 61
CH-6331 Hünenberg
+41 41 784 11 22
www.fridlin.ch
info@fridlin.ch

³¹ LA3 ³² LA6 ³³ 4,5 ³⁴ LA1 ³⁵ LA7 ³⁶ LA2/BDA Formel ³⁷ PR1/PR3

GRI INDEX

GRI Index	NHB-Seite	Bemerkung
1. Vision und Strategie		
1.1	Stellungnahme der Unternehmensleitung	3
1.2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen Risiken und Möglichkeiten	
2. Organisationsprofil		
2.1	Name der Organisation	J. Carl Fridlin Gewürze AG
2.2	Wichtigsten Produkte	4/5
2.3	Organisationsstruktur	4
2.4	Hauptsitz	Hünenberg, Schweiz
2.5	Auslandstandorte	keine
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform	Aktien Gesellschaft nach Schweizerischem Recht. Hauptaktionär: Familie Fridlin
2.7	Absatzmärkte	4
2.8	Grösse der berichterstattenden Organisation	keine Angaben
2.9	Wichtige Änderungen in Grösse, Struktur und Eigentumsverhältnis	2012 erste Berichterstattung
2.10	Gewonnene Preise	keine
3. Berichts Parameter		
Berichtsprofil		
3.1	Berichtszeitraum	2
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts	Oktober 2012
3.3	Berichtszyklus	Jahreszyklus im 2. Kalenderquartal
3.4	Ansprechpartner für Fragen zum Nachhaltigkeitsbericht	Peter Fridlin
Berichtsumfang und Grenzen		
3.5	Bestimmungen des Berichtsumfanges	2/3/5
3.6	Berichtsgrenzen	2/3/5
3.7	Beschränkungen und Grenzen des Berichtes	2/3/5
3.8	Grundlagen der Berichterstattung über Beteiligungen, Tochtergesellschaften und Joint Ventures	keine Tochtergesellschaften oder Joint Ventures
3.9	Datenerhebung und Berechnungsgrundlagen	2
3.10	Revidierte Aussagen früherer Nachhaltigkeitsberichte	k. A.
3.11	Wesentliche Veränderung in der Berichterstattung	3/6
3.12	GRI-Index	10
3.13	Externe Prüfung des Berichts	2
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement		
4.1	Führungsstruktur der Organisation	4
4.2	Trennung von Verwaltungspräsidium und Geschäftsleitung	4
4.3	Unabhängigkeit bzw. nicht exekutive Verwaltungsräte	4
4.4	Berücksichtigung von Aktionärs- und Mitarbeitervorschlägen	k. A.
4.5	Entlohnung des Managements aufgrund der Unternehmensleistung	9
4.6	Vermeidung von Interessenskonflikten	k. A.
4.7	Bestimmung der Qualifikation von Verwaltungsräten hinsichtlich Nachhaltigkeit	k. A.
4.8	Leitbild, Verhaltenskodex und Prinzipien	k. A.
4.9	Kontrollmechanismen	k. A.
4.10	Leistungsbewertung der operativen Führung im Bereich Nachhaltigkeit	keine Leistungsbewertung
Externe Verpflichtungen		
4.11	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	k. A.
4.12	Unterstützung externer Nachhaltigkeitsinitiativen	k. A.
4.13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengemeinschaften	4
4.14	Relevante Stake Holders	2
4.15	Grundlagen für die Auswahl der Stake Holders	k. A.
4.16	Ansätze zum Einbezug der Stake Holders	k. A.
4.17	Wichtige Themen und Bedenken welche durch die Stake Holders ausgesprochen wurden	k. A.
Managementansatz und Leistungsindikatoren		
Ökonomische Leistungen		
EC1	Rechnungslegung	4
EC2	Finanzielle Folgen des Klimawandels	k. A.
EC3	Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendung	k. A.
EC4	Bedeutende staatliche Subventionen	keine Subventionen
Marktpräsenz		
EC5	Mindestlohn	k. A.
EC6	Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil lokaler Lieferanten	k. A.
EC7	Lokales Personal in leitender Funktion	100 %
Mittelbar wirtschaftliche Auswirkung		
EC8	Investitionen in Infrastruktur und Dienstleistungen mit Allgemeinutzen	keine
EC9	Art und Umfang wesentlicher mittelbaren wirtschaftlichen Auswirkungen	k. A.
Ökologische Kennzahlen (EN)		
EN1	Materialien	6
EN2	Anteil Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz	k. A.
Energie		
EN3	Direkter Energieverbrauch nach Primärenergieträger	7
EN4	Indirekter Energieverbrauch nach Primärenergieträger	k. A.
EN5	Energieeinsparungen durch Effizienzsteigerung	k. A.
EN6	Initiativen zur energieeffizienten Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen	k. A.
EN7	Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauches	k. A.
Wasser		
EN8	Gesamtwasserverbrauch	8
EN9	Wasserquellen die von der Entnahme von Wasser betroffen sind	keine Quelle betroffen
EN10	Anteil an rückgewonnenem und wieder verwendetem Wasser	kein Anteil
Biodiversität		
EN11	Ort und Grösse von Grundstücken in Schutzgebieten	keine Grundstücke in Schutzgebiete
EN12	Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Bio Diversität	6
EN13	Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume	keine

GRI Index	NHB-Seite	Bemerkung
EN14 Strategie für das Management der Bio Diversität	6 / 6	
EN15 Bedrohungsgrad der Bio Diversität	6	
Emissionen, Abwasser und Abfälle		
EN16 Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen	k. A.	
EN17 Andere relevante Treibhausgasemissionen		keine
EN18 Projekte zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen		keine
EN19 Emissionen von ozonabbauenden Stoffen		keine
EN20 NOx, SOx, und andere wesentliche Luftemissionen		keine
EN21 Abwasser	8	
EN22 Total Abfall und Entsorgungsmethode	8	
EN23 Anzahl und Volumen von wesentlichen Freisetzung		keine Relevanz
EN24 Sondermüll		keine Relevanz
EN25 Betroffene Wassersysteme	8	keine
Produkte und Dienstleistungen		
EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	6	
EN27 Anteil zurückgenommener Verpackungen	k. A.	
Einhaltung von Rechtsvorschriften		
EN28 Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften im Umweltbereich		keine Sanktionen
Transport		
EN29 Umweltauswirkung durch Transport von Produkten und Mitarbeitern	7	
Insgesamt		
EN30 Gesamte Umweltschutzausgaben und -investitionen	k. A.	
Produkteverantwortung, Leistungsindikatoren		
Gesundheit und Sicherheit der Kunden (PR)		
PR1 Untersuchte Produkte mit Einfluss auf die Gesundheit und Sicherheit	9	
PR2 Vorfälle, bei denen Produkte Einfluss auf die Gesundheit und Sicherheit hatten		keine Vorfälle
Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen		
PR3 Informationspflichten zu Produkten und Dienstleistungen	9	
PR4 Vorfälle von Nichteinhaltung der Informationspflicht		keine Vorfälle
PR5 Kundenumfrage	k. A.	
Werbung		
PR6 Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring	4	
PR7 Vorfälle von Nichteinhaltung in Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring Schutz von Kundendaten		keine Vorfälle
PR8 Beschwerden hinsichtlich Datenschutz		keine Beschwerden
Einhaltung von Gesetzesvorschriften		
PR9 Sanktionen bezüglich Produkten und Dienstleistungen		keine Sanktionen
Arbeitspraktiken & menschenwürdige Beschäftigung, Leistungsindikatoren (LA)		
LA1 Gesamtbelegschaft	9	
LA2 Fluktuationsraten	9	
LA3 Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte und Teilkräfte	9	
Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis		
LA4 Prozentsatz der Mitarbeitenden, die unter Kollektivvereinbarungen fallen		keine Kollektivvereinbarungen
LA5 Informationen der Mitarbeitenden bei betrieblichen Veränderungen	k. A.	
Arbeitsschutz		
LA6 Mitarbeitende in Arbeitsschutzausschüssen	9	
LA7 Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheiten und arbeitsbedingte Todesfälle	9	
LA8 Mitarbeiterunterstützung bei Krankheiten	k. A.	
LA9 Arbeitsschutzthemen, die mit Gewerkschaften behandelt werden		keine Relevanz
Aus-/Weiterbildung		
LA10 Mitarbeiter Aus- und Weiterbildung	k. A.	
LA11 Programme für Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	k. A.	
LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung für Mitarbeitende	k. A.	
Vielfalt und Chancengleichheit		
LA13 Mitarbeiter Diversität	k. A.	
LA14 Lohngerechtigkeit zwischen Männer und Frauen	k. A.	
Gesellschaftliche/soziale Leistungsindikatoren: Menschenrechte (HR)		
HR1 Menschenrechtsklausel in Investitionsvereinbarungen	k. A.	
HR2 Überprüfung von Zulieferern und Auftragsnehmern auf Menschenrechtsaspekte	5	
HR3 Geschulte Mitarbeitende auf Menschenrechtsaspekte	k. A.	
Gleichbehandlung		
HR4 Diskriminierungsfälle		keine Vorfälle
Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen		
HR5 Gewährleistung der Gewerkschaftsfreiheit		gewährleistet
Kinderarbeit		
HR6 Geschäftstätigkeiten mit Risiko auf Kinderarbeit	5	
Zwang- und Pflichtarbeit		
HR7 Geschäftstätigkeiten mit Risiko auf Zwangs- oder Pflichtarbeit	5	
HR8 Auf Menschenrecht geschultes Sicherheitspersonal		kein Sicherheitspersonal
Rechte der Ur-Einwohner		
HR9 Vorfälle in denen Rechte der Ur-Einwohner verletzt wurden		keine Relevanz
Gesellschaft (SO)		
S01 Auswirkung von Geschäftstätigkeit auf das Gemeinwesen	k. A.	
Korruption		
S02 Geschäftseinheiten die auf Korruptionsrisiken untersucht wurden	k. A.	
S03 Schulung von Angestellten zur Korruptionsvorbeugung	k. A.	
S04 Massnahmen bei Korruptionsvorfällen	k. A.	
Politik		
S05 Politische Positionen, Lobbying und Teilnahme an der politischen Willensbildung	4	
S06 Zuwendungen an Parteien und Politiker		keine Zuwendungen
Wettbewerbswidriges Verhalten		
S07 Sanktionen aufgrund wettbewerbswidrigem Verhaltens		keine Sanktionen
Einhaltung der Gesetze		
S08 Bussen wegen Verstosses gegen Rechtsvorschriften		keine Bussen

