



Nachhaltigkeitsbericht

Geschäftsjahr 2013

1. April 2013 – 31. März 2014



J. Carl Fridlin
Gewürze AG



Vorwort	2
«...wenn es gut werden soll»	3
Die Firma	4
Unser Platz in der Konsumgüterwirtschaft	4
Die Produkte	5
Beschaffung von Gewürzen und Kräutern	5
Unsere Lieferkette der Gewürze	7
Kenntnisse über die Rohwarenlieferkette	7
Beschaffung von Packmitteln	8
Absatz von Gewürzen und Kräutern	9
Die Logistik	9
Die Umwelt	9
Energie	9
Wasser	10
Abfall	10
Die Arbeitgeberin	11
Zertifikate und Labels	11
Eingesetzte Labels	11
GRI Index	13

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 2013 bis 31. März 2014 sowie auf das Kalenderjahr 2013 beziehen. Die in diesem Bericht genannten Nachhaltigkeitskennzahlen können bis maximal ins Jahr 2010 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

«...Wenn es gut werden soll»

«Ich kann freilich nicht sagen, ob es besser werden wird, wenn es anders wird; aber so viel kann ich sagen: es muss anders werden, wenn es gut werden soll»

Georg Christoph Lichtenberg (1742–1799)

Liebe Leserinnen und Leser,

In unserem neusten Nachhaltigkeitsbericht steht die Lieferkette im Fokus. Die Arbeitsbedingungen in den Entwicklungsländern sind für unsere Hauptanspruchsgruppen von hohem Interesse. «Wie tief ist das Wissen über die Lieferkette?», «Woher kommen die Gewürze genau?» – solche und ähnliche Fragen werden uns gestellt. Eine pauschale Antwort darauf haben wir nicht. Wie Sie im Kapitel «Die Produkte» sehen werden, geben wir Auskunft über unsere Kenntnisse der Lieferkette Gewürze.

Sehr erfreulich ist die Absatzsteigerung der nachhaltigen Produkte um 31%. Dies ist ein Ansporn für uns, diese Produkte zu fördern. Ebenso erfolgreich waren unsere Bemühungen, die frachtbedingten CO₂-Emissionen zu senken. Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht weisen wir neu unsere Nachhaltigkeitsziele und deren Umsetzungsgrad aus.

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 lesen⁴.

Ich wünsche Ihnen eine informative und anregende Lektüre.

Peter Fridlin
Geschäftsführer

Hünenberg im Juli 2014

⁴ 1.1/3.5/3.6/3.7/3.11



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 Services sowie des Einzelhandels. Das Absatzgebiet ist in der Hauptsache die Schweiz mit geringem Exportanteil in die Europäische Union⁵.

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 Personal⁶.

Die strategische Führungsaufgabe wird vom Verwaltungsrat wahrgenommen. Über den Geschäftsführer werden die Ziele in der operativen Führung umgesetzt⁷.

Eine strikte Trennung von Verwaltungsrat und Wahrnehmung von operativen Aufgaben ist nicht möglich⁸.

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 geprüft⁹.

J. Carl Fridlin Gewürze AG ist aktives Mitglied folgender Verbände¹⁰:

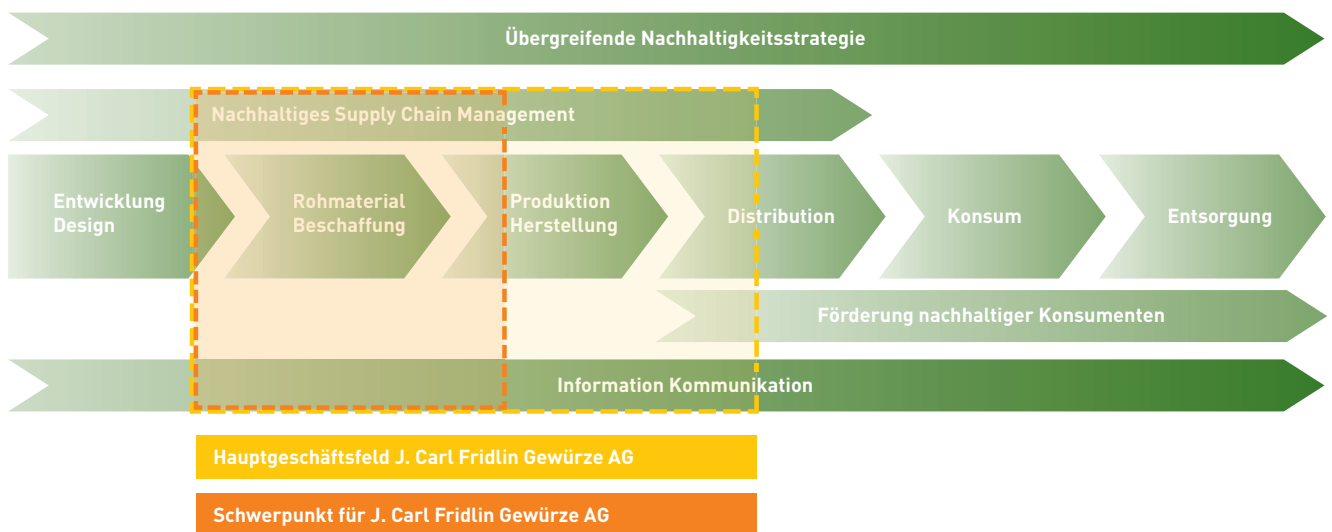
- Fachverband der Gewürzindustrie e.V.
- Privat Label Manufacturers Association (PLMA)
- GS1 Schweiz
- Gesellschaft zur Förderung des Schweizerischen Institutes für Klein- und Mittelunternehmen (KMU-HSG)
- Schweizerische Gesellschaft für Marketing (GfM)¹¹

Daneben unterstützen wir den Eissportverein Zug (EVZ) sowie den Verein Industriepfad Lorze. Hinzu kommen zahlreiche kleine Engagements durch Natural Spenden an Schulklassen, Pfadfinder und dergleichen¹².

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 feinverteilt¹³.

Nachhaltigkeit in der Konsumgüterwirtschaft



⁵ 2.2/2.7 ⁶ 2.3 ⁷ 4.1 ⁸ 4.2/4.3 ⁹ EC1 ¹⁰ S05 ¹¹ 4.13 ¹² PR6 ¹³ 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.

Durch den Dialog mit unseren Hauptanspruchsgruppen stellen wir fest, dass ein grosses Interesse an den Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern sowie der Lieferkette insgesamt besteht¹⁴. Daher 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 hat¹⁵.

DIE PRODUKTE

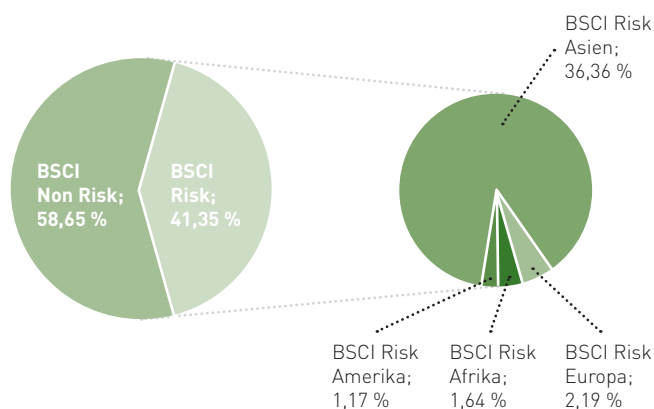
Beschaffung von Gewürzen und Kräutern

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 Schulpflicht¹⁶. 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 unterziehen¹⁷.

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 58,65 % (VJ: 56,35 %) 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 41,35 % (VJ: 46,65 %). Dabei beziehen wir 36,36 % (37,33 %) aus Asien, 1,17 % (2,02 %) aus Amerika, 2,19 % (2,38 %) aus Europa und 1,64 % (1,92 %) 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.

Transparente Lieferkette

Auf diesen Bericht hin erarbeiteten wir eine neue Methodik, die uns erlaubt, unser Wissen über die Lieferkette darzustellen¹⁸. Dabei identifizierten wir zuerst die verschiedenen Players in der typischen Lieferkette von Gewürzen. Wir definieren die Lieferkette in sechs ver-

¹⁴ 4.17 ¹⁵ 3.5/3.6/3.7 ¹⁶ HR6/HR7 ¹⁷ HR2 ¹⁸ 3.11

schieden Stufen. Die eingekauften Rohwaren teilen wir gemäss unserem Wissenstand den verschiedenen Stufen zu. Damit können wir darstellen, wie weit unser Wissen in die Lieferkette reicht.

Farmer

Als Farmer definieren wir die Landwirte und Kleinbauern, welche auf eigenen Feldern anpflanzen. Vielfach wird bereits ein Trocknungs- und Reinigungsprozess auf dieser Ebene getätigt. Speziell in den Entwicklungsländern herrscht eine kleinbäuerliche Struktur vor (siehe Box).

Lokale Sammelstellen / Lokale Händler

Die lokalen Sammelstellen und Händler übernehmen von den Landwirten die Ware. Vielfach betreiben sie auch Vertragsanbau. Auch auf dieser Stufe können Reinigungs-

prozesse vorkommen. 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 internationalen Handelsnormen findet hauptsächlich auf dieser Stufe statt. In unserer Lieferkette definieren wir Exporteure nur für Ware von ausserhalb der EU.

Internationale Rohmaterialhändler

Internationale Rohwarenhändler sind Importeure, welche Produkte aus der ganzen Welt handeln. Es finden keine Verarbeitungsschritte statt.

Kleinbauern dominieren die Gewürzproduktion

Ein typisches Merkmal der Gewürzproduktion in den Entwicklungsländern ist die Tatsache, dass 90 % der gesamten Gewürzernte von Klein- und Kleinstbauern kultiviert werden. Durchschnittlich hält ein Kleinstbauer weniger als 1 ha Land, was eine Produktion von ca. 200 kg Gewürze zulässt. Ein Kleinbauer hält durchschnittlich 1–2 ha Land mit einer Gewürzernte von rund 200–500 kg. Meistens werden die Gewürze zusätzlich mit anderen Agrarprodukten wie zum Beispiel Kaffee oder Ananas angepflanzt. Man schätzt, dass in Indonesien rund 95'000 Kleinbauern in der Pfefferproduktion tätig sind. In Malaysia sind es 15'000 und in Indien rund eine halbe Million¹⁹.

Verarbeiter und Abfüller

Er bezieht die Rohwaren aus den verschiedenen Stufen der vorgelagerten Lieferkette. Die Rohware wird durch den Verarbeiter veredelt. Haupttätigkeiten sind reinigen, vermahlen, mischen sowie das Abpacken für den Endkonsumenten. Die Firma J. Carl Fridlin Gewürze AG ist ein typischer Verarbeiter.

Händler von verarbeiteter Ware

Der Händler von verarbeiteter Ware bezieht beim Verarbeiter und handelt die Ware ohne weiteren Verarbeitungsschritt.

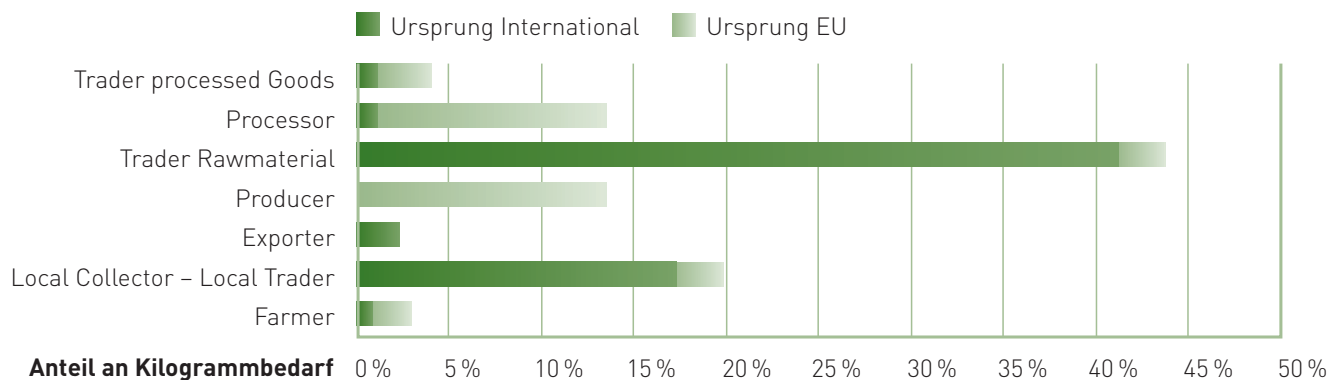
Selbstverständlich sind in der Realität die Grenzen vielfach fliessend. Durch den grossen Eigenbedarf der Anbauländer wird die Lieferkette zusätzlich diffuser. Aber wir sind der Meinung, dass diese Einteilung für unser Anliegen zielführend ist.

Die typische Lieferkette der Gewürze



¹⁹ Guillou Pascale and Marjon van Opijnen, 2010, Could you pass me the Sustainable pepper, please? Towards a sustainable spice supply chain, Keys findings and sector recommendations, CREM in collaboration with Both ENDS and Cordaid.

Kenntnistiefe über die Lieferkette Gewürze



Lesebeispiel: Rund 20 % des totalen Warenbedarfs decken wir bei lokalen Sammelstellen und lokalen Händlern ab. Rund 17 % kommt von ausserhalb der EU.

UNSERE LIEFERKETTE DER GEWÜRZE

Produzent

Bei der Zuweisung unserer beschafften Menge standen wir vor dem Problem, wie die verschiedenen Zusätze eingeteilt werden. Speziell Salz hat ein erhebliches Volumen. Bekanntlich hat die Schweiz ein Salzmonopol, welches das Salz selber herstellt. Man könnte argumentieren, dass der Salzproduzent auf die Stufe der Farmer gesetzt werden kann. Er gewinnt das Produkt aus den eigenen Feldern. Wir sind jedoch der Meinung, dass dies unsere Aussage verwässern würde. Somit haben wir uns dazu entschlossen, eine weitere Stufe, den Produzenten, auszuweisen.

Rohwareursprung

Im Gegensatz zur Lieferkette ist die Herkunft der Rohware immer bekannt. Wie bereits oben erwähnt, beziehen wir Waren aus der ganzen Welt. Als zusätzliche Information auf der transparenten Lieferkette haben wir die Herkunftsländer der Rohwaren in zwei Kategorien eingeteilt. Zum einen sind das Ursprungsländer, welche der Europäischen Union (EU) angehören, und zum anderen alle übrigen Herkunftsländer.

Kenntnistiefe über die Rohwarenlieferkette

In der Grafik ist ersichtlich, welchen Anteil an der Gesamtmenge wir aus welcher Lieferkettenstufe beschaffen. Zusätzlich wird pro Lieferkettenstufe der Anteil an europäischer Ware und nicht europäischer Ware ausgewiesen.

Die Aufstellung zeigt auf, dass wir rund 39 % des gesamten Warenbedarfes direkt bei Farmer, lokalen Sammelstellen / Händler, Exporteure und bei den Produzenten abdecken. Bei diesen Lieferanten haben wir eine gute Kenntnis über die Arbeitsbedingungen und das Management.

Ab der Stufe der internationalen Händler beschaffen wir rund 61 % des Warenbedarfes. Diese Lieferanten sind uns selbstverständlich auch bestens bekannt. Über die Arbeitsbedingungen und das Management der vorgelagerten Stufen wissen wir nur wenig. Das darf jedoch nicht zum Schluss führen, dass die Bedingungen schlecht sind.

Werten können und möchten wir diese Aufteilung nicht. Die Beschaffung von Rohmaterial über internationale Händler hat den Vorteil, sehr schnell auf Preisänderungen und Verfügbarkeit reagieren zu können. Dies sind zwei zentrale Faktoren bei unseren Kunden. Somit wie-



derspiegelt die Aufteilung durchaus auch zu Recht die wirtschaftliche Priorität des Marktes.

Es ist uns bewusst, dass diese Übersicht keine Aussage über nachhaltige Fragen gibt. Zum aktuellen Zeitpunkt ist es uns wichtig darzustellen, was wir über unsere Lieferkette wissen.

Wir möchten die Aussagen über die Lieferketten verfeinern. Im Zentrum stehen Angaben über die sozialen und ökologischen Verhältnisse im Anbaubereich.

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. Im laufenden Jahr sollte die Umstellung vollzogen sein.

Aktueller Bedarf und Anteil an nachhaltigem Palmöl:

	2010	2011	2012	2013
Kilo	7'456	5'521	6'451	5'651
%	96,62 %	95,44 %	96,09 %	92,36 %

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 haben sich die Anforderungen 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

Bedarf Verpackung in Kilo/1'000 Kilo Rohwaren:

	GJ 2011	GJ 2012	GJ 2013	Diff.	Anteil Recycling 2013 ²⁵
Glas	1'246.7	1'194.5	1'124.0	-70.53	51,55 %
Papier	131.3	189.1	128.5	-60.6	68,06 %
Kunststoff	115.9	103.7	89.7	-14.01	-
Weissblech	5.0	5.1	3.0	-2.13	-
Keramik	-	1.1	2.1	1.0	-
ALU	0.2	0.5	1.6	1.11	k.A.
Übriges	0.3	0.2	0.2	-	k.A.
Total Retail	1'499.7	1'494.4	1'349.2	-145.2	49,43 %

²⁰ EN15 ²¹ EN14 ²² EN12 ²³ EN14 ²⁴ EN1 ²⁵ EN2

Packmittel Bulk

Bedarf Verpackung in Kilo/1'000 Kilo Rohwaren:

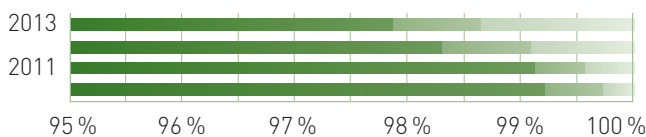
	GJ 2011	GJ 2012	GJ 2013	Diff.	Anteil Recycling 2013
Kunststoff	10.01	13.89	9.40	-4.49	-

Absatz von Gewürzen und Kräutern

Im Geschäftsjahr 2013 verkauften wir total 1'886 (VJ: 1'844) verschiedene Artikel und Dienstleistungen. Dabei bieten wir unseren Kunden eine stetig wachsende Palette an ausgewiesenen umweltfreundlichen und sozial verträglichen Produkten an²⁶. Den Absatz mit nachhaltigen Produkten konnten wir um 31 % steigern.

DER ABSATZ MIT NACHHALTIGEN PRODUKTEN KONNTE UM 31 % GESTEIGERT WERDEN.

Absatzanteil Bio / Fair Trade



	2010	2011	2012	2013
Konventionell	99,22 %	99,15 %	98,32 %	97,86 %
Bio	0,51 %	0,42 %	0,78 %	0,78 %
Fair Trade	0,27 %	0,43 %	0,91 %	1,36 %

DIE LOGISTIK

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.

Unser Ziel, die CO₂-Belastung pro Kilogramm Gewürz um 5 % zu reduzieren, haben wir erreicht. Die frachtbedingten CO₂-Ausstösse reduzierten sich um 12 % auf 64.9 g CO₂ / Kilogramm Gewürze (VJ: 74.0 g CO₂/kg)²⁷.

DIE FRACHTBEDINGTEN CO₂-AUSSTÖSSE KONNTEN UM 12% REDUZIERT WERDEN.

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.

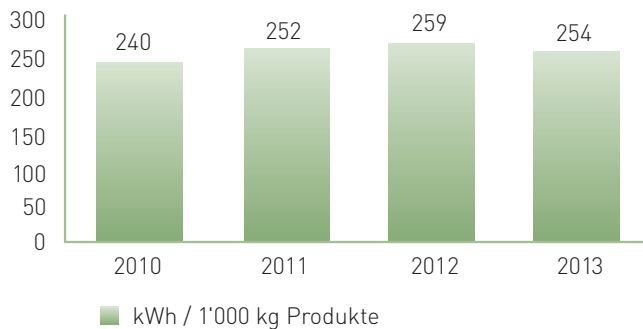
Energie²⁸

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. Seit dem 1. Januar 2014 beziehen wir zu 100 % Strom aus Wasserkraft.

ALS WEITERE MASSNAHME ZUR REDUKTION DER CO₂-EMISSIONEN HABEN WIR UNS ENTSCLOSSEN, UNSEREN GESAMTEN STROMBEDARF AB 2014 VON SCHWEIZER WASSERKRAFTWERKEN ZU BEZIEHEN.

²⁶ EN26 ²⁷ EN29 ²⁸ EN3

Elektrizität: kWh pro 1'000 kg Produkte



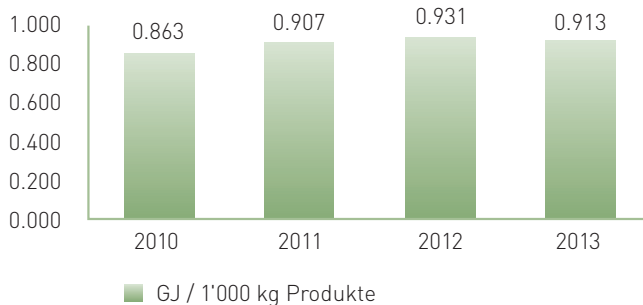
Wir möchten die CO₂-Emissionen weiter verringern, indem wir auf Erdgasheizung umstellen.

Wasser²⁹

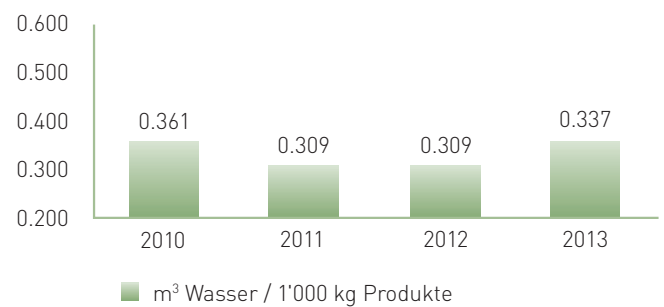
Wasser wird bei unserer Produktion nur zu hygienischen Zwecken benötigt.

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

Elektrizität: GJ pro 1'000 kg Produkte

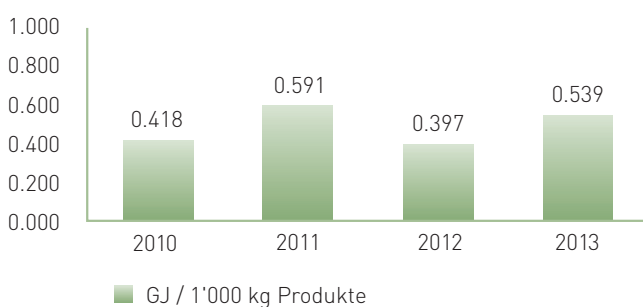


Wasserbedarf per 1'000 kg Produkte



Für die Gebäudeheizung beschaffen wir Heizöl in der Qualität «extra leicht». Ab dem Sommer 2014 wird die Heizung auf Gasbetrieb umgebaut.

Heizöl: GJ pro 1'000 kg Produkte

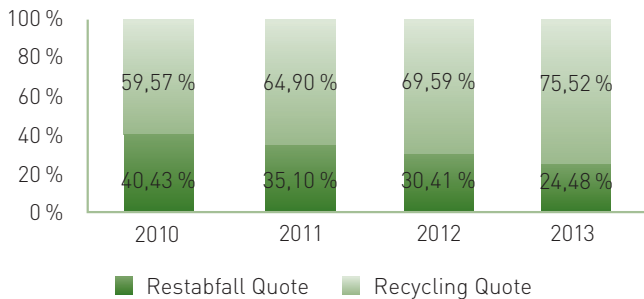


Abfall³⁰

Durch die steigenden Anforderungen an die Produkdiversität 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. Im Kalenderjahr 2013 konnten 75,52 % der gesamten Abfallmenge gezielt dem Recycling zurückgeführt werden. Der sogenannte Restabfall wird der Kehrichtverbrennung zugeführt.

²⁹ EN8/EN21/EN25 ³⁰ EN22

Abfallmanagement



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 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 2013 beschäftigte die J. Carl Fridlin Gewürze AG durchschnittlich 69.00 (VJ: 66.08) Mitarbeiter oder 62.85 Vollzeitäquivalente (60.04)³⁴. Über das ganze Kalenderjahr verteilt wurden durchschnittlich 0.72 (0.69) Vollzeitäquivalente temporär eingestellt. Die krankheitsbedingten Absenzen betragen 2,12 % (VJ: 2,14 %) der Vollzeitäquivalente³⁵. Im Geschäftsjahr 2012 betrug die Fluktuationsrate in Vollzeitäquivalenten 17,47 % (VJ: 7,37 %)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

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 dem 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).

³¹ LA3 ³² LA6 ³³ 4.5 ³⁴ LA1 ³⁵ LA7 ³⁶ LA2/BDA Formel ³⁷ PR1/PR3



Umsetzungsgrad der Nachhaltigkeitsziele

Kapitel	Thema	Ziele	Massnahmen	Status
Die Firma	Stakeholder	Vermehrter Einbezug der Hauptanspruchsgruppen		0
Die Produkte	Nachhaltige Beschaffung	Kenntnis über die Lieferkette kommunizieren	Erarbeiten einer Methodik, Transparenz zu messen, darzustellen und zu kommunizieren	3
			Die Aussagen über die Lieferketten verfeinern. Im Zentrum stehen Angaben über die sozialen und ökologischen Verhältnisse im Anbaugebiet.	1
			Integration von Nachhaltigkeitsthemen in die Lieferantenbewertung	1
		Einsatz von Palmöl überprüfen und Anteil an zertifizierten Palmöl erhöhen	Rezepturen und Produkte überprüfen	2
	Absatz	Förderung von nachhaltigen Artikel		1
Die Logistik		Reduktion der frachtbedingten CO ₂ -Emissionen	Reduktion der frachtbedingten CO ₂ -Belastung um 12% gesenkt	↑
Die Umwelt	Energie	Reduktion der CO ₂ -Emissionen	Unser gesamter Strombedarf wird ab 2014 von Schweizer Wasserkraftwerken bezogen	3
			Umstellen der Ölheizung auf Erdgasheizung	2

- 0 Massnahme noch nicht gestartet
- 1 Massnahme gestartet
- 2 Prozess läuft – Ziel noch nicht erreicht
- 3 Ziel erreicht
- ↑ Massnahme fortlaufend

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	
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		keine Änderung
2.10 Gewonnene Preise		keine
3. Berichts Parameter		
Berichtsprofil		
3.1 Berichtszeitraum	2	
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts		September 2013
3.3 Berichtszyklus		Jahreszyklus im 3. Kalenderquartal
3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Nachhaltigkeitsbericht		Peter Fridlin
Berichtsumfang und Grenzen		
3.5 Bestimmungen des Berichtsumfangs	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	3/5	
3.12 GRI-Index		
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	11	
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	5	

GRI Index	NHB-Seite	Bemerkung
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 Allgemeinnutzen		keine
EC9 Art und Umfang wesentlicher mittelbaren wirtschaftlichen Auswirkungen	k. A.	
Ökologische Kennzahlen (EN)		
EN1 Materialien	8	
EN2 Anteil Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz	8	
Energie		
EN3 Direkter Energieverbrauch nach Primärenergieträger	9	
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	10	
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	8	
EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume		keine
EN14 Strategie für das Management der Bio Diversität	8	
EN15 Bedrohungsgrad der Bio Diversität	8	
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	10	
EN22 Total Abfall und Entsorgungsmethode	10	
EN23 Anzahl und Volumen von wesentlichen Freisetzungen		keine Relevanz
EN24 Sondermüll		keine Relevanz
EN25 Betroffene Wassersysteme	10	keine
Produkte und Dienstleistungen		
EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	9	
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	9	
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	11	
PR2 Vorfälle, bei denen Produkte Einfluss auf die Gesundheit und Sicherheit hatten		keine Vorfälle

GRI Index	NHB-Seite	Bemerkung
Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen		
PR3 Informationspflichten zu Produkten und Dienstleistungen	11	
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	11	
LA2 Fluktuationsraten	11	
LA3 Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte und Teilkräfte	11	
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	11	
LA7 Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheiten und arbeitsbedingte Todesfälle	11	
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)		
SO1 Auswirkung von Geschäftstätigkeit auf das Gemeinwesen	k. A.	
Korruption		
SO2 Geschäftseinheiten die auf Korruptionsrisiken untersucht wurden	k. A.	
SO3 Schulung von Angestellten zur Korruptionsvorbeugung	k. A.	
SO4 Massnahmen bei Korruptionsvorfällen	k. A.	
Politik		
SO5 Politische Positionen, Lobbying und Teilnahme an der politischen Willensbildung	4	
SO6 Zuwendungen an Parteien und Politiker		keine Zuwendungen
Wettbewerbswidriges Verhalten		
SO7 Sanktionen aufgrund wettbewerbswidrigem Verhaltens		keine Sanktionen
Einhaltung der Gesetze		
SO8 Bussen wegen Verstosses gegen Rechtsvorschriften		keine Bussen

Impressum

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.

Herausgeber: J. Carl Fridlin Gewürze AG

Layout, Grafik, Druck: Anderhub Druck-Service AG

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

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

