



Nachhaltigkeitsbericht

Geschäftsjahr 2015/16

1. April 2015 – 31. März 2016



J. Carl Fridlin
Gewürze AG



Vorwort	2
«Wenn die Zeit kommt, ... »	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	10
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 2015 bis 31. März 2016 sowie auf das Kalenderjahr 2015 beziehen. Die in diesem Bericht genannten Nachhaltigkeitskennzahlen können bis maximal ins Jahr 2012 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 die Zeit kommt, ...»

«Wenn die Zeit kommt, in der man könnte, ist die vorüber, in der man kann.»

Marie Freifrau von Ebner-Eschenbach (1830–1916)

Liebe Leserinnen und Leser

Sie halten unseren fünften Nachhaltigkeitsbericht in der Hand. Als Importeur von Rohwaren aus aller Welt ist es uns seit dem ersten Bericht ein Anliegen, unsere Lieferkette so transparent wie möglich abzubilden. Seit zwei Jahren finden Sie in diesem Bericht den Lieferanteil aus den verschiedenen Lieferstufen. Ab diesem Bericht vertiefen wir diese Aussage. 22% der Warenmenge, welche wir direkt aus einem Risikoland beziehen, sind von Lieferanten mit einem zertifizierten sozialen Standard. Vor fünf Jahren war dieser Wert beinahe nicht messbar. Diese Veränderung in den Ursprungsländern ist erfreulich mitzuerleben. Weitere Angaben zu unseren Lieferanten aus den Risikoländern finden Sie im Bericht unter dem Kapitel «Die Produkte».

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 lesen⁴.

Ich wünsche Ihnen eine informative und anregende Lektüre.

Peter Fridlin
Geschäftsführer

Hünenberg, im August 2016

⁴ 1.1/3.5/3.6/3.7/3.11



DIE FIRMA

Die 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.

Die J. Carl Fridlin Gewürze AG verfügt über keine Tochterfirma und ist in keinem Joint-Venture-Verhältnis mit einer anderen Organisation. Die interne Organisation besteht aus den 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.

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

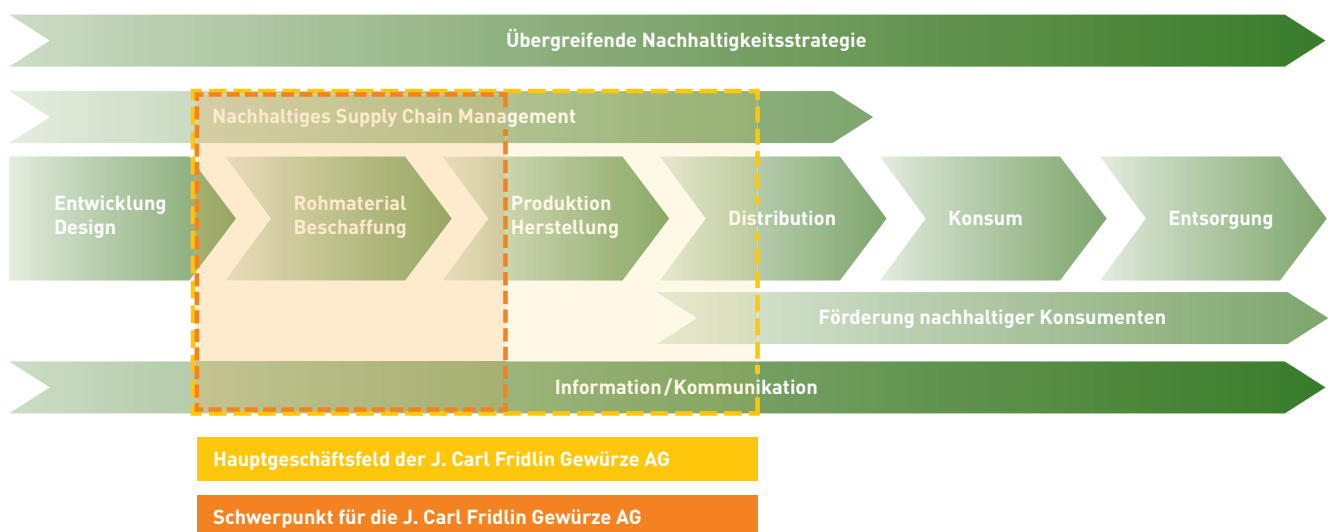
- Fachverband der Gewürzindustrie e.V.
- GS1 Schweiz
- Gesellschaft zur Förderung des Schweizerischen Institutes für Klein- und Mittelunternehmen (KMU-HSG)
- Schweizerische Gesellschaft für Marketing (GfM)¹¹

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 Distributionslogistik 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 Hotspot. 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

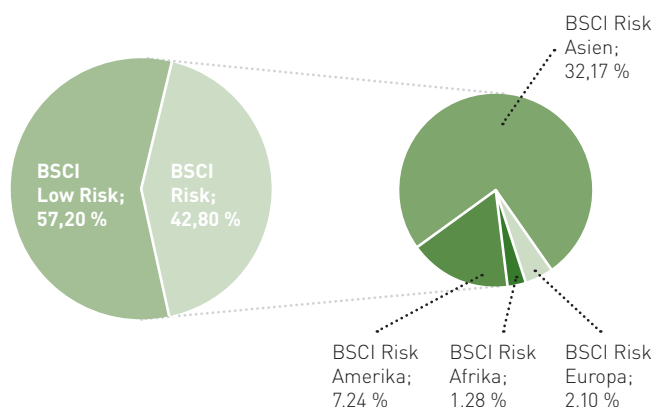
Beschaffung von Gewürzen und Kräutern

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 selbstverständlichen Regelungen wie Arbeitsrecht, Arbeitssicherheit oder gesetzlicher 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

Die 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 57,20 % (VJ: 61,15 %) aus Regionen, welche von der BSCI als nicht Risikoländer klassifiziert werden. Der grösste Anteil kommt dabei aus europäischem Anbau und Produktion. Aus den BSCI-Risikoländern beschaffen wir 42,80 % (VJ: 38,85 %). Dabei beziehen wir 32,17 % (32,89 %) aus Asien, 7,24 % (1,91 %) aus Amerika, 2,10 % (2,57 %) aus Europa und 1,28 % (1,48 %) aus Afrika.



Die Beschaffung aus den Risikoländern wird nicht aufgrund 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 Risk-/Low-Risk-Ursprung in Zukunft nicht wesentlich verändern.

Transparente Lieferkette

Wir definieren die Lieferkette in sechs verschiedenen Stufen. Die eingekauften Rohwaren teilen wir gemäss unserem Wissensstand den verschiedenen Stufen zu. Damit können wir darstellen, wie tief unser Wissen in der Lieferkette reicht.

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



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.

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 Reinigungsprozesse 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 internationale Handelsnormen findet hauptsächlich auf dieser Stufe statt. In unserer Lieferkette bestimmen wir als Exporteure nur Firmen mit einem Sitz in einem von der BSCI definierten Risk-Land.

Internationale Rohmaterialhändler

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

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.

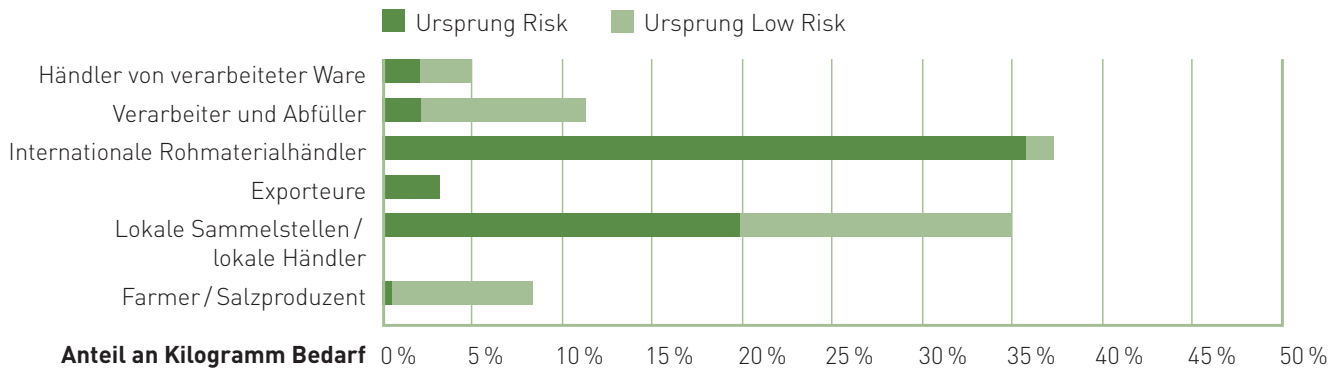
Rohwarenursprung

Im Gegensatz zur Lieferkette ist die Herkunft der Rohware immer bekannt. Daher können wir pro Lieferstufe den Anteil an Rohwaren aus Low-Risk-Ländern einerseits und aus Risk-Ländern andererseits ausweisen.

Die typische Lieferkette der Gewürze



Kenntnistiefe der Lieferkette Gewürze 2015



Lesebeispiel: Bei lokalen Sammelstellen und Händlern decken wir 35 % unseres totalen Warenbedarfes ab. 20 % der Ware kommt aus lokalen Sammelstellen und von Händlern aus einem Risk-Land.

UNSERE LIEFERKETTE DER GEWÜRZE

Kenntnistiefe über die Rohwarenlieferkette

In der Grafik ist ersichtlich, welchen Anteil an der Gesamtmenge wir aus welcher Lieferkettenstufe beschaffen. Zusätzlich wird pro Lieferstufe der Anteil an Waren aus Risk- und Low-Risk-Ländern ausgewiesen.

Die Aufstellung zeigt auf, dass wir rund 46 % (VJ: 39 %) des gesamten Warenbedarfes direkt bei Farmern, lokalen Sammelstellen/Händlern und Exporteuren abdecken. Bei diesen Lieferanten haben wir eine gute Kenntnis über die Arbeitsbedingungen und das Management.

Ab der Stufe der internationalen Händler beschaffen wir rund 54 % (VJ: 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 wi-

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

Unsere Lieferanten in Risikoländern¹⁸

Wie wir eben aufgezeigt haben, decken wir 46 % unseres Rohwarenbedarfes von Farmern, lokalen Sammelstellen/Händlern und Exporteuren aus Risk- sowie Low-Risk-Ländern ab. Von diesen Lieferstufen beziehen wir 23 % unseres Rohwarenbedarfes aus Low-Risk-Ländern. Von Lieferanten mit Sitz in einem Risikoland beziehen wir 23 % des Rohwarenbedarfes. Mit diesem Bericht versuchen wir die Aussage über diese Lieferanten zu verfeinern. Dazu dienen uns die Zertifikate der Unternehmen. Wir unterscheiden vier Kategorien: soziale Standards, ökologische Standards, Qualitätssicherung und Lebensmittelsicherheit nach GFSI. Ein Lieferant kann in allen vier Kategorien aufgeführt sein.

Wie gross ist der Anteil der Liefermenge von Lieferanten aus Risikoländern, welche Zertifikate besitzen?

Lieferanten mit einem sozialen Standard liefern 22 % der Menge, Lieferanten mit einem ökologischen Standard liefern 2 %, Lieferanten mit einem zertifizierten Qualitätsmanagement liefern 34 % und Lieferanten mit einem Zertifikat für Lebensmittelsicherheit nach GFSI liefern 49 %.

¹⁸ 3.11



**DIE AUSSAGE ÜBER
DIE LIEFERANTEN
IN DEN RISIKO-
LÄNDERN WURDE
VERFEINERT.**

Auch die Produktpalette kann einen Hinweis auf die Bedingungen geben. Wir haben Lieferanten aus den Risikoländern, die Artikel mit Bio-Label und mit Fair-Trade-Label anbieten. Daneben bieten diese Lieferanten auch konventionelle Rohwaren an.

Von Lieferanten, welche Bio-Artikel anbieten, beziehen wir 25% der Menge von Lieferanten aus Risikoländern. Von Lieferanten, welche Bio- und Fair-Trade-Artikel anbieten, beziehen wir 4% der Menge von Lieferanten aus Risikoländern.

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 Ökosystemen¹⁹. 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 einzuschätzen²⁰.

Bekannt ist die Problematik beim Palmöl²¹. Wir versuchen unsere Rezepturen dahingehend umzustellen, dass wir nur ein Minimum an Palmöl benötigen²². Seit 2014 verwenden wir ausschliesslich zertifiziertes Palmöl:

Aktueller Bedarf und Anteil an nachhaltigem Palmöl:

	2012	2013	2014	2015
Kilo	6'451	5'651	4'953	4'662
%	96,09 %	92,36 %	100,00 %	100,00 %

Beschaffung von Packmitteln²³

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 Jahren haben sich die Anforderungen an die Gewürzverpackungen stark gewandelt. Neben den traditionellen Verpackungen Glas und Beutel sind alternative Verpackungen gefragt, namentlich Weissblech und Kunststoff- und Keramikmühlen.

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/1'000 Kilogramm Rohwaren:

	GJ 2013	GJ 2014	GJ 2015	Diff. zu VJ	Anteil Recycling 2015 ²⁴
	Kg	Kg	Kg	%	%
Glas	1'124,0	1'142,5	1'086,5	-4,90	53,25
Papier	128,5	134,1	116,4	-13,21	66,96
Kunststoff	89,7	95,3	83,4	-12,56	-
Weissblech	3,0	2,3	0,8	-66,10	32,34
Keramik	2,1	1,3	2,0	51,97	-
Alu	1,6	1,1	1,1	4,05	-
Übriges	0,2	0,2	0,3	93,63	50,49
Total Retail	1'349,2	1'376,8	1'290,5	-6,27	50,90

¹⁹ EN15 ²⁰ EN14 ²¹ EN12 ²² EN14 ²³ EN1 ²⁴ EN2

Packmittel Bulk

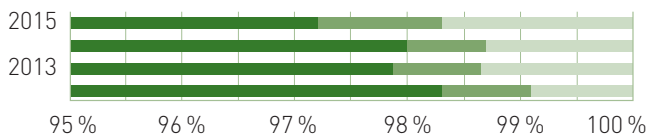
Bedarf Verpackung/1'000 Kilogramm Rohwaren:

	GJ 2013	GJ 2014	GJ 2015	Diff. zu VJ
	Kg	Kg	Kg	%
Kunststoff	9,40	9,66	12,11	25,36

Absatz von Gewürzen und Kräutern

Im Geschäftsjahr 2015 führten wir total 1'553 (VJ: 1'873) verschiedene Verkaufsartikel und Dienstleistungen. Dabei bieten wir unseren Kunden eine stetig wachsende Palette an ausgewiesenen umweltfreundlichen und sozial verträglichen Produkten an²⁵.

Absatzanteil Bio / Fair Trade



	2012	2013	2014	2015
Konventionell	98,32 %	97,86 %	98,01 %	97,20 %
Bio	0,78 %	0,78 %	0,66 %	1,11 %
Fair Trade	0,91 %	1,36 %	1,32 %	1,69 %

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 unsere Kunden. Die nachfolgenden Lieferungen von unseren Kunden sind nicht erfasst.

Die frachtbedingte CO₂-Emission betrug im KJ 2014 63.7 g CO₂/kg Gewürz (VJ: 64.9 g CO₂/kg)²⁶.

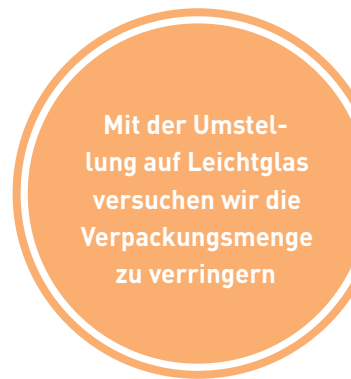
DIE UMWELT

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

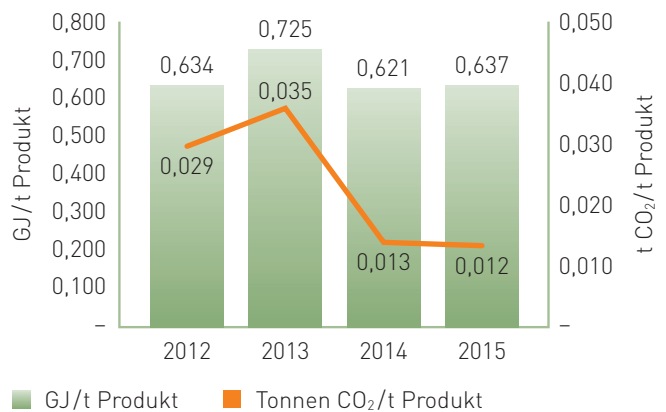
Energie²⁷

Unser Strombedarf wird von der Elektro-Genossenschaft-Hünenberg (E.G.H.) abgedeckt. Seit dem 1. Januar 2014 beziehen wir zu 100 % Strom aus Wasserkraft. Seit dem Herbst 2014 heizen wir die Gebäude mit Erdgas²⁸.

Wir weisen unseren gesamten Energiebedarf (Elektrizität und Heizung) in GJ pro 1000 kg Produkt aus. Bei der Gewichtsrechnung der Produkte werden die Rohstoffe und die Packmittel berücksichtigt. Weiter zeigen wir neu den Energie-CO₂-Bedarf²⁹ pro 1'000 kg Produkt.



Energie GJ und Energie CO₂ pro t Produkt



²⁵ EN26 ²⁶ EN29 ²⁷ EN3 ²⁸ EN18 ²⁹ EN16

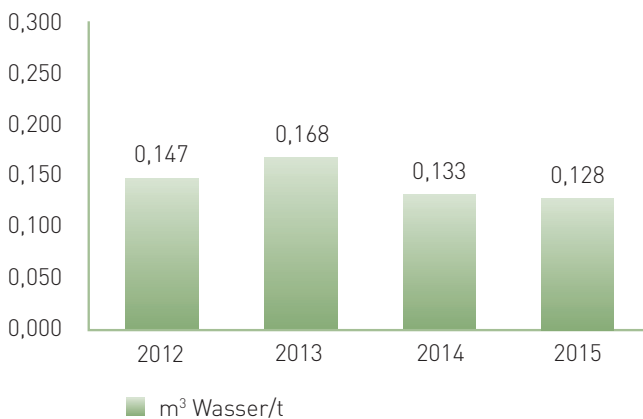


Wasser³⁰

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.

m³ Wasser per t Produkt

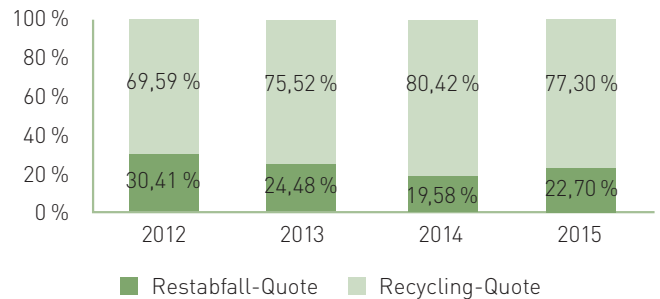


Abfall³¹

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 2015 konnten 77,30 % (VJ: 80,42 %) der gesamten Abfallmenge gezielt dem Recycling zugeführt werden. Der sogenannte Restabfall wird der Kehrichtverbrennung zugeführt.

Abfallmanagement



DIE ARBEITGEBERIN

Die 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. Die 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 vollendete Jahre und erreicht mit dem 25. Dienstjahr die Höhe eines Monatslohnes³².

Der Sicherheitsaspekt fliesst in die Prozesse ein und es ist ein Sicherheitsbeauftragter definiert³³.

Die J. Carl Fridlin Gewürze AG verzichtet bewusst auf eine leistungsabhängige Entlohnung des Managements³⁴.

³⁰ EN8/EN21/EN25 ³¹ EN22 ³² LA3 ³³ LA6 ³⁴ 4,5

Im Geschäftsjahr 2015 beschäftigte die J. Carl Fridlin Gewürze AG durchschnittlich 63,00 Mitarbeiter (VJ: 65,92) oder 58,15 Vollzeitäquivalente (VJ: 60,28)³⁵. Über das ganze Kalenderjahr verteilt wurden durchschnittlich 0,55 (VJ: 1,38) Vollzeitäquivalente temporär eingestellt. Die krankheitsbedingten Absenzen betragen 1,73 % (VJ: 2,18 %) der Vollzeitäquivalente³⁶. Im Geschäftsjahr 2015 betrug die Fluktuationsrate in Vollzeitäquivalenten 23,89 % (VJ: 16,07 %)³⁷ bei drei Pensionierungen.

ZERTIFIKATE UND LABELS³⁸

Auszeichnungen und Labels ermöglichen dem Konsumenten und Kunden, sich über die Beschaffenheit, Herkunft und Produkteversprechen einen Überblick zu verschaffen. Die 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 die 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 der 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 der J. Carl Fridlin Gewürze AG sind von Max Havelaar zertifiziert, einer Tochtergesellschaft der Fairtrade Labelling Organizations International (FLO).

Rainforest Alliance

Die Rainforest Alliance ist eine unabhängige, nicht-regierungsgebundene Umweltschutzorganisation, die sich für den Erhalt der Artenvielfalt einsetzt und auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Lebensgemeinschaften fördert. Sie engagiert sich für eine ökologisch verträgliche Landnutzung, sozial verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln und ein werteorientiertes Verbraucherverhalten. Dafür ist sie weltweit in über 70 Ländern aktiv.

Die Rainforest Alliance ist Mitglied im Sustainable Agriculture Network (SAN) – Netzwerk für nachhaltige Landwirtschaft. Das SAN ist die am längsten bestehende und grösste Koalition von Nichtregierungs-Organisationen (NGOs), deren Bestreben eine verbesserte Erzeugung von Rohstoffen in den tropischen Ländern ist. «Rainforest Alliance Certified™»-Farmen müssen hohe Anforderungen hinsichtlich umwelt-, sozial und wirtschaftlich ausgerichteter Kriterien erfüllen. Um zertifiziert zu werden, müssen die Farmen unabhängigen Auditoren gegenüber nachweisen, dass sie erfolgreich zielführende Massnahmen umsetzen. Dazu gehören etwa Wiederaufforstungsmassnahmen, Gewässerschutz, Schutz natürlich vorkommender, wildlebender Tier- und Pflanzenarten, integrierte Schädlingsbekämpfung, verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen ebenso wie Beachtung der Arbeitsrechte, der Gesundheitsvorsorge und Fortbildung der Farmarbeiter.

³⁵ LA1 ³⁶ LA7 ³⁷ LA2/BDA Formel ³⁸ PR1/PR3

Umsetzungsgrad der Nachhaltigkeitsziele

Kapitel	Thema	Ziele	Massnahmen	Erreicht	Meilensteine	Status 2014	Status 2015
Die Firma	Stakeholder	Vermehrter Einbezug der Hauptanspruchsgruppen		2013	Information im NHB über die Kenntnistiefe der Lieferkette Gewürze	1	1
	Rohwaren	Kenntnis über die Lieferkette kommunizieren		2015	Stand der Zertifizierungen im sozialen und ökologischen Bereich, dem Qualitätsmanagement und der Lebensmittelsicherheit der Lieferanten in Risikoländern wird ausgewiesen.	2	3
Die Logistik		Integration von Nachhaltigkeitsthemen in die Lieferantenbewertung	Erarbeiten einer Methodik, die Lieferanten nach sozialen, ökologischen und ökonomischen Parametern zu bewerten.			2	2
	Packmittel	Einsatz von Palmöl		2014	Einsatz von zertifiziertem Palmöl	3	1
	Absatz	Förderung von nachhaltigen Artikeln	Umstellen auf Leichtglas	2014	Einführung Rainforest-Alliance-Produkte	2	2
Die Umwelt		Reduktion der frachtbedingten CO ₂ -Emissionen		2013	Reduktion der frachtbedingten CO ₂ -Belastung um 12 %	1	1
	Energie	Reduktion der energiebedingten CO ₂ -Emissionen		2014	Umstellen auf Schweizer Wasserkraft	1	1
	Abfall	Recycling-Quote	Fortlaufende Vergrösserung der Recycling-Quote	2014	Umstellen der Ölheizung auf Erdgasheizung	3	1
Die Arbeitgeberin				2014	CO ₂ -Emission um 62 % reduziert	2	3
	Sicherheit	Umsetzen der Massnahmen aus der ASA Gefährdungs- und Risikoanalyse		2014	Vergrösserung der Recycling-Quote gegenüber 2011 um 25 %	1	1

0 Massnahme noch nicht gestartet 1 Massnahme gestartet 2 Prozess läuft – Ziel noch nicht erreicht 3 Ziel erreicht 1 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 Wichtigste 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 berichtserstattenden Organisation		keine Angaben
2.9 Wichtige Änderungen in Grösse, Struktur und Eigentumsverhältnis		keine Änderung
2.10 Gewonnene Preise		keine
3. Berichtsparameter		
Berichtsprofil		
3.1 Berichtszeitraum	2	
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts		August 2015
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		
3.11 Wesentliche Veränderung in der Berichterstattung	3/7	
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	10	
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 Stakeholders	2	
4.15 Grundlagen für die Auswahl der Stakeholders	k. A.	
4.16 Ansätze zum Einbezug der Stakeholders	k. A.	
4.17 Wichtige Themen und Bedenken, welche durch die Stakeholders ausgesprochen wurden	5	

GRI Index	NHB-Seite	Bemerkung
5. 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 mittelbarer wirtschaftlicher Auswirkungen	k. A.	
6. Ökologische Kennzahlen (EN)		
Materialien		
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 Biodiversität	8	
EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume		keine
EN14 Strategie für das Management der Biodiversität	8	
EN15 Bedrohungsgrad der Biodiversität	8	
Emissionen, Abwasser und Abfälle		
EN16 Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen	9	
EN17 Andere relevante Treibhausgasemissionen		keine
EN18 Projekte zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen	9	
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.	
7. 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
8. Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung, Leistungsindikatoren (LA)		
LA1 Gesamtbelegschaft	11	
LA2 Fluktuationsraten	11	
LA3 Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte und Teilkräfte	10	
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	10	
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 Männern und Frauen	k. A.	
9. Gesellschaftliche/soziale Leistungsindikatoren: Menschenrechte (HR)		
HR1 Menschenrechtsklausel in Investitionsvereinbarungen	k. A.	
HR2 Überprüfung von Zulieferern und Auftragnehmern 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	
Zwangs- 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
10. 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 wettbewerbswidrigen 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

