

UNTERNEHMENS- UND NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Das Geschäftsjahr 2010 im Überblick

Coca-Cola bietet ein breites Portfolio hochwertiger alkoholfreier Getränke für jeden Geschmack und jede Gelegenheit. Neben den Kernprodukten wie Coca-Cola, Fanta, Sprite oder mezzo mix spielen zuckerfreie Zero- und Light-Getränke sowie Wasser eine immer wichtigere Rolle. Des Weiteren forciert Coca-Cola auch das Geschäft in zusätzlichen Segmenten wie Kaffee- und Teegetränke oder Energydrinks, um alle Wachstumschancen zu nutzen und den Kunden und Verbrauchern aus einer Hand das komplette Sortiment alkoholfreier Getränke zu bieten.

2010 konnten wir deutliche Absatzsteigerungen in unserem Kerngeschäft mit kohlenäsäurerehaltigen Erfrischungsgetränken aber auch bei Wasser und Teegetränken erzielen. Insgesamt stieg das Absatzvolumen 2010 um 1,5% auf 34,6 Mio. Hektoliter. Bei den trinkfertigen alkoholfreien Getränken stieg der Anteil am Gesamtvolumen im Markt um 0,1% auf 9,6%. Der Wertanteil stieg um 0,2% auf insgesamt 16,8%, die Volumenssteigerung war also gleichzeitig mit einer Wertsteigerung verbunden.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Coca-Cola im deutschen Abfüllergeschäft wichtige Rahmenbedingungen für das Geschäft in den kommenden Jahren gestaltet. Mit dem Abschluss eines neuen Unternehmensstarifvertrages wurde der arbeitsrechtliche

Rahmen für die Gestaltung von Veränderungen im Unternehmen zur Stärkung der Wirtschaftlichkeit für die kommenden Jahre gelegt. Im Projekt CokeOne zur Vereinheitlichung von Prozessen wurde 2010 innerhalb der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG mit der Umsetzung begonnen. Die Integration der Marke Apollinaris in das Unternehmen Coca-Cola wurde 2010 abgeschlossen. Die Zusammenlegung unserer Verkaufsgebiete von zehn auf sieben macht uns durch schlankere Managementstrukturen und kürzere Entscheidungswege leistungsstärker und effizienter, ohne unsere lokale Verbundenheit aufzugeben.

Nachhaltigkeit ist Geschäftsgrundlage

Gesellschaftliche Verantwortung und nachhaltiges Handeln sind elementare Bestandteile der Unternehmenskultur von Coca-Cola. Das Unternehmen hat sich das anspruchsvolle Ziel gesetzt, im Bereich Nachhaltigkeit unter die besten deutschen Hersteller von schnellrotierenden Konsumgütern zu gelangen. Nachhaltigkeit umfasst bei Coca-Cola die sieben Handlungsfelder Produkt, Arbeitsplatz, Klimaschutz, Wasser, Verpackung, aktiver Lebensstil und Gesellschaft. In allen sieben Feldern hat sich das Unternehmen zu konkreten Zielen verpflichtet und strategische Initiativen gestartet bzw. bereits umgesetzt. Ziele, Leistungen und Erfolge werden intern und extern über die inhaltliche Klammer „Lebe die Zukunft!“ kommuniziert.

Seit 2010 wurden Nachhaltigkeitskennzahlen in die Businesspläne aufgenommen und deren Erreichung überprüft. 2011 werden wir unsere Anstrengungen zur Ressourcenschonung in den Bereichen Energie, Wasser und Verpackung fortsetzen. Auf der Agenda stehen die Implementierung der Nachhaltigkeits-Scorecard für alle Geschäftsbereiche, die fortlaufende interne Kommunikation und Schulung sowie die Förderung des freiwilligen gesellschaftlichen Engagements der Mitarbeiter.

Risikomanagement und Compliance

Coca-Cola identifiziert und bewertet frühzeitig und systematisch alle relevanten Risiken der Geschäftstätigkeit, leitet entsprechende Maßnahmen ab und setzt diese um. In unserer Unternehmenskultur sind Menschen-, Arbeits- und Sozialrechte fest verankert. Das zeigt sich in Richtlinien und Selbstverpflichtungen, der Mitgliedschaft in globalen und lokalen Bündnissen sowie in der Wahrung eines rücksichtsvollen und gerechten Arbeitsumfeldes.

Der Code of Business Conduct ist ein wichtiger Teil aller Arbeitsverträge der Coca-Cola GmbH. 2010 wurden durch die The Coca-Cola Company dazu Online-Trainings durchgeführt. Die nach dem Zufallsprinzip ausgewählten Mitarbeiter nahmen alle an den Schulungen teil. Auch in der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG wurden alle Mitarbeiter, die der Code of Business Conduct betrifft, entsprechend geschult.

In Deutschland kam es 2010 zu keinerlei Beschwerden wegen Verstoßes gegen den Datenschutz, monetären oder nichtmonetären Strafen, Klagen, Bußgeldern oder Fällen von Diskriminierung. Es wurden keine Geschäftstätigkeiten ermittelt, die die Vereinigungsfreiheit oder das Recht zu Kollektivverhandlungen gefährden. Durch die Leitprinzipien für Zulieferer und regelmäßige Audits konnte das Risiko der Inanspruchnahme von Kinderarbeit ausgeschlossen werden.



Coca-Cola bietet in Deutschland eine breite Palette alkoholfreier Getränke an.