

Nachhaltigkeit und Verantwortung bei Coca-Cola in Deutschland

2011 wird Coca-Cola 125 Jahre alt. Das konnten wir nur mit einer Geschäftsstrategie erreichen, die langfristig angelegt ist und immer wieder die Belange der Gesellschaft einbezieht. Deshalb sind nachhaltiges und verantwortungsvolles Wirtschaften wesentliche Bestandteile unserer langfristigen Unternehmensstrategie. Denn auch in Zukunft möchten wir die Menschen mit unseren alkoholfreien Getränken erfrischen. Das heißt für uns heute, die Bedürfnisse unserer Kunden und Verbraucher zu kennen und zu befriedigen, die natürlichen Ressourcen zu schonen, verantwortungsvoll gegenüber unseren Geschäftspartnern und der Gesellschaft zu agieren und so auch den Wert unserer Marken weiter zu steigern.

Produkt

Wir bieten eine große Vielfalt an alkoholfreien Getränken in höchster Markenqualität und in unterschiedlichen Trinkgrößen – für jeden Geschmack, jeden Lebensstil, jede Gelegenheit. Wir betreiben aktive Aufklärung für bewusste Ernährung und haben klare Richtlinien für Verantwortung in Marketing und Verkauf.

- Über 70 Markengetränke aus allen relevanten Bereichen alkoholfreier Getränke von Erfrischungsgetränken mit und ohne Zucker über Säfte, Schorlen, Eistees bis hin zu Mineral-, Tafel- und Heilwässern.
- Wir bieten Packungsgrößen von 0,2 über 0,33 und 0,5 Liter für den Sofortverzehr bis hin zur 1,5 oder 2,25-Liter-Familienpackung.
- Transparente Nährwertkennzeichnung (GDA) auf allen unseren Produkten.
- Verbraucherhotline für alle Fragen rund um unser Unternehmen und unsere Produkte, Tel. 030-209 11 209.
- Keine Werbung und Vermarktungsaktivitäten an Kinder unter 12 Jahren.
- Keine Werbung oder Promotions an Schulen.

Wasser

Wasser ist die Basis allen Lebens und wichtigste Zutat unserer Getränke. Wir wollen deshalb in unserer Produktion wasserneutral arbeiten – durch Einsparung und Mehrfachnutzung von Prozesswasser in der Produktion und Unterstützung der Anstrengungen des WWF und lokaler Gemeinden bei Süßwasserprojekten.

- Reduzierung des Wasserverbrauchs in den letzten Jahren von 2,53 Litern (2005) auf heute 2,17 Liter pro Liter Getränk.
- Mit dem WWF Water-Saver-Programm analysieren wir unseren Wasserverbrauch und identifizieren und nutzen Einsparmöglichkeiten.
- Weltweite Kooperation mit dem WWF: 23,75 Mio. US-Dollar für internationale Süßwasserprojekte sowie rund 250 eigene lokale Projekte zur Süßwassergewinnung.
- Donau Box: Interaktives Lehrmaterial für Schulen zum Thema Gewässernutzung und -schutz.

Klimaschutz

Wir wollen weiter profitabel wachsen und dennoch unseren Energieverbrauch und CO₂-Ausstoß verringern. Dazu haben wir unseren CO₂-Fußabdruck genau analysiert. Wir konzentrieren unsere Anstrengungen auf die Bereiche, wo wir den größten Effekt für den Klimaschutz erzielen können, unabhängig davon, ob der Effekt bei uns selbst oder bei unseren Lieferanten oder Kunden wirkt.

- Entwicklung von FKW-freien Kühlern mit Unterstützung von Greenpeace und UNEP, dem Umweltprogramm der UNO – in Deutschland bereits ca. 18.600 FKW-freie Kühler im Markt.
- Über 55.000 Kühler mit dem von Coca-Cola entwickelten Energiesparsystem EMS 55 im Markt, das die Kühlung verbrauchsabhängig steuert und dadurch bis zu 35 % Energie einspart, weitere 20.000 Kühler mit einfacheren Energiesparlösungen.
- Reduzierung Energieverbrauch in der Produktion durch Analyse von Einsparpotenzialen mit dem WWF Energy-Saver-Programm.
- Durch Materialreduzierung und Mehrfachnutzung unseres Verpackungsmaterials Reduzierung der CO₂-Emissionen, die von Verpackungen herrühren.
- Erneuerung Logistik-Flotte auf energiesparende und emissionsreduzierte Lkw sowie Fahrtrainings für spritsparendes Fahren.

Verpackungen

Wir betrachten unsere Verpackungen nicht als Abfall, sondern als wertvolle Rohstoffe. Wir nutzen neue Technologien zur Reduzierung des Materialaufwandes und arbeiten an möglichst geschlossenen Verpackungskreisläufen mit Mehrwegflaschen und Recycling. Außerdem forschen und testen wir den Einsatz von biologisch hergestelltem Verpackungsmaterial für Getränkeflaschen.

- Als erstes Unternehmen 1990 Einführung der leichten Mehrwegflasche aus dem Kunststoff PET.
- Mehrweganteil von über 70 Prozent (im Vergleich zur sonstigen Getränkebranche mit ca. 40 %).
- 99,87 Prozent unserer Einwegverpackungen sind bepfandet und werden im Handel zurückgenommen und dem Recycling zugeführt.
- Einsatz von Recyclingmaterial in unseren Verpackungen, z.B. 23 % in unseren Einweg-PET-Flaschen für Erfrischungsgetränke.
- Entwicklung und Test der Plantbottle mit bis zu 30 % Anteil biologisch hergestellten PETs.

Arbeitgeber

Das Engagement unserer Mitarbeiter ist die Grundlage für den Erfolg von Coca-Cola. An unseren rund 70 Standorten fördern wir deshalb eine kooperative, offene Unternehmenskultur, basierend auf gegenseitigem Respekt, Toleranz und kultureller Vielfalt.

- Wir sind Unterzeichner der „Charta der Vielfalt“ und nutzen die Vielfalt unserer Mitarbeiter mit ihren individuellen Fähigkeiten, Erfahrungen und Kenntnissen als Chance für unseren Geschäftserfolg.
- Wir fördern insbesondere Frauen in Führungspositionen.
- Umfangreiches Fortbildungs- und Entwicklungsprogramm für unsere Mitarbeiter.
- Mitglied der Initiative „Fair Company“ für Studentenpraktika zu fairen Bedingungen.
- Corporate-Volunteering-Angebote für unsere Mitarbeiter.

Aktiver Lebensstil

Wir nutzen unsere Verbindung zum Sport und fördern seit vielen Jahren einen aktiven Lebensstil, Bewegung und Sport mit zahlreichen lokalen und nationalen Programmen. Außerdem engagieren wir uns in der Plattform Ernährung und Bewegung, einem gesamtgesellschaftlichen Bündnis von rund 100 Partnern aus Politik, Wissenschaft, Verbraucherverbänden, Gesellschaft und Industrie gegen Übergewicht.

- Seit Jahrzehnten unterstützen unsere rund 70 Standorte lokale Breitensportvereine und -veranstaltungen.
- „Mission Olympic – Gesucht: Deutschlands aktivste Stadt“ - bundesweiter Städtewettbewerb für mehr Bewegung mit dem Deutschen Olympischen Sportbund.
- An Mission Olympic haben bereits 182 Städte teilgenommen und rund 6.500 bürgerschaftliche Initiativen für Bewegung und Sport wurden aktiviert.
- Bei den Finalevents haben bisher rund 900.000 Menschen aktiv Sport getrieben.
- Mission Olympic hat in den teilnehmenden Städten zu einer neuen öffentlichen Aufmerksamkeit und Wertschätzung für Bewegung und Breitensport geführt.

Gesellschaft

Wir produzieren grundsätzlich auch dort, wo wir unsere Getränke verkaufen. Seit 80 Jahren sind wir in Deutschland und engagieren uns für zahlreiche soziale und gesellschaftliche Themen: regional vor Ort und bundesweit. An unseren rund 70 Standorten sind wir ein wichtiger lokaler Arbeitgeber und Partner der Kommunen.

- Rund 99 Prozent der in Deutschland verkauften Getränke werden auch hier hergestellt.
- Wir nutzen – wo möglich – lokale Lieferanten, rund 90 Prozent unseres Auftragsvolumens investieren wir in Deutschland.
- Umfangreiche lokale Partnerschaften unserer Verkaufsgebiete für gesellschaftliche Belange vor Ort.
- Spenden an gemeinnützige Organisationen wie die Stiftung Deutsche Sporthilfe, SOS-Kinderdörfer, Ein Herz für Kinder oder die Special Olympics.