

Nachhaltigkeitsbericht | 3



Inhalt

Grundlagen

- 4 Nachhaltigkeit bei Emmi
- 8 Konzentration auf das Wesentliche

Wertschöpfungskette

- 16 Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette

Ökologie

- 30 Die Umwelt auf dem Radar

Ökonomie

- 36 Nachhaltiger Unternehmenserfolg

Mitarbeitende

- 40 Mitarbeitende gewinnen und halten

Liebe Leserin
Lieber Leser

Als wir 2011 unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht publizierten, wollten wir Ihnen einen Einblick in unser Unternehmen geben. Wir wussten damals, dass Emmi dank professionellem Qualitäts-, Umwelt- und Sicherheitsmanagement bereits ein sehr nachhaltiges Unternehmen ist – ohne dafür den Begriff der Nachhaltigkeit verwendet zu haben. Unseren zweiten Bericht haben wir 2013 dazu genutzt, um Ihnen dies mit zahlreichen Beispielen aus dem Arbeitsalltag bei Emmi näherzubringen.

Getreu unserem Unternehmenswert «Wir entwickeln uns weiter!» haben wir uns in den letzten vier Jahren regelmässig und mit steigender Intensität mit der Nachhaltigkeit unseres Unternehmens auseinandergesetzt. Sowohl der Verwaltungsrat als auch die Konzernleitung behandelten dieses Thema mehrmals. Schrittweise entwickelten wir in diesen zwei Gremien – ergänzt durch interne und externe Spezialisten – ein gemeinsames Verständnis vom zukünftigen Nachhaltigkeitsengagement von Emmi. In diesem Prozess kämpften wir wiederholt mit der Unschärfe des Begriffs und unterschiedlichen persönlichen Vorstellungen von Nachhaltigkeit und unternehmerischer Verantwortung. Auch brachten alle die Anliegen ihrer Anspruchsgruppen, mit denen sie in ihrem Alltag oft konfrontiert werden, in die Diskussionen ein: Konsumentinnen und Konsumenten, Kunden, Lieferanten, Milchbauern, Mitarbeitende, Behörden, Gemeinden – um nur einige zu nennen.

Nun machen wir einen deutlichen Schritt nach vorne. Wir konnten nicht nur vier Fokusthemen definieren, in denen wir das Nachhaltigkeitsengagement von Emmi vorantreiben möchten, sondern sind uns auch einig, dass wir erstmals finanzielle und personelle Ressourcen einzig für die Nachhaltigkeit von Emmi einsetzen wollen.

Dieser Entscheid fiel uns nicht leicht. Die aktuelle wirtschaftliche Situation stellt für in der Schweiz produzierende Unternehmen die seit vielen Jahren grösste Herausforderung dar. Kostenspar- und Effizienzsteigerungsmassnahmen müssen rasch umgesetzt werden, um die mit dem schwachen Euro verloren gegangene Wettbewerbsfähigkeit wiederzuerlangen.



Urs Riedener, CEO, und Konrad Graber, Präsident des Verwaltungsrats

Wir haben in dieser Situation entschieden, inskünftig Mittel, welche wir durch unsere starke Reduktion des CO₂-Ausstosses erwirtschaften, in spezifische Nachhaltigkeitsprojekte zu investieren. Dies verstehen wir als deutliches Bekenntnis zu einer nachhaltigen Unternehmensführung. Mit dem Engagement eines Leiters Nachhaltigkeit per 1. Januar 2016 stellen wir zudem sicher, dass unsere Absichten nicht an personellen Ressourcen scheitern.

Wir freuen uns, diesen Weg mit unseren Lieferanten, Kunden, Mitarbeitenden und ganz besonders unseren Konsumentinnen und Konsumenten zu gehen.

Konrad Graber
Präsident des Verwaltungsrats

Urs Riedener
CEO

Nachhaltigkeit bei Emmi

Nachhaltigkeit ist für Emmi kein Trendthema. Seit Jahren steuert das Unternehmen viele Nachhaltigkeitsaspekte gezielt. Emmi ist überzeugt, dass nachhaltiges Wirtschaften wichtig ist, um das langfristige Bestehen eines Unternehmens zu sichern. Eine umfassend nachhaltige Unternehmensführung, die sich nicht durch Bekenntnisse, sondern Taten auszeichnet, ist somit Pflicht.

Damals und heute

Die Wurzeln des Nachhaltigkeitsdenkens von Emmi liegen im Umweltschutz. Heute strebt das Unternehmen in wichtigen Bereichen der Nachhaltigkeit innerhalb der Branche eine internationale Vorbildfunktion an.

Der Begriff der Nachhaltigkeit ist alt: um genau zu sein, mindestens 300 Jahre. Ins Bewusstsein der Öffentlichkeit gerückt ist der Begriff allerdings erst in den 1980er-Jahren, in der Schweiz insbesondere im Zusammenhang mit dem Waldsterben. Nachdem 1992 in Rio de Janeiro die Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung (UNCED) mehrere multilaterale Umweltabkommen vereinbarte, darunter die Klimarahmenkonvention, bekamen auch Schweizer Unternehmen diese erste Nachhaltigkeitswelle zu spüren.

Anfangs war der Umweltschutz

Umweltschutz war das grosse Thema der Zeit, auch bei Emmi. Mitte der 1990er-Jahre wurde mit der Formulierung einer Umweltpolitik die Verpflichtung zur umweltbewussten Unternehmensführung und zu umweltbewusstem Handeln eingegangen, eine Arbeitsgruppe «Umwelt» wurde ins Leben gerufen, ein erster Umweltbericht publiziert. Auf dieser Basis hat sich in über 20 Jahren ein professionelles, ISO-14001-zertifiziertes Umweltmanagement entwickelt, das in die Struktur aller Emmi Betriebe in der Schweiz integriert ist. Heute ist es genauso etabliert wie das Qualitäts- und Sicherheitsmanagement.

Das neue Jahrtausend brachte neue Fragestellungen und damit auch neue Debatten und Denkhaltungen. Nachhaltige Entwicklung wurde zum Schlagwort – ein umfassender und deshalb relativ unscharfer, jedoch keineswegs bedeutungsloser Begriff. Unternehmen waren gefordert, ihr Verständnis von nachhaltigem Wirtschaften sowie unternehmerischer Verantwortung zu formulieren.

Emmi strebt Vorbildfunktion an

Am Anfang der Nachhaltigkeitsbemühungen von Emmi stand eine Absicht, formuliert als Mission:

«Unser künftiger Erfolg basiert auf der Ausgewogenheit und Nachhaltigkeit unserer wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Ziele. In wichtigen Bereichen der Nachhaltigkeit streben wir eine internationale Vorbildfunktion innerhalb der Branche an.»

Davon abgesehen, wurzelt jegliches Handeln bei Emmi in einer authentisch gelebten Firmenkultur, formalisiert durch fünf Unternehmenswerte:

- Wir handeln marktorientiert!
- Wir denken mit und packen an!
- Wir wissen wie!
- Wir entwickeln uns weiter!
- Wir sind Emmi!

Konkretisiert wurde die Nachhaltigkeitsmission durch elf Leitsätze (siehe Seite 6). Diese vereinen etablierte Haltungen und Absichten, bezogen auf alltägliche Aktivitäten im Unternehmen Emmi.

Emmi hat ihr Nachhaltigkeitsdenken, das sich am weit verbreiteten Drei-Säulen-Modell der nachhaltigen Entwicklung orientiert, mit einem Baum visualisiert (siehe Seite 7).

11 Leitsätze zum Nachhaltigkeitsengagement von Emmi

1.

Wir sorgen für eine solide Ertrags- und Finanzkraft, die uns wirtschaftliche Unabhängigkeit gewährleistet.

2.

Wir sind uns der Verantwortung gegenüber Konsumenten, Partnern, Mitarbeitenden und der Gesellschaft bewusst und behandeln sie mit Respekt.

3.

Wir gehen mit allen natürlichen, technischen und finanziellen Ressourcen sparsam um.

4.

Wir halten die Belastung der Umwelt so tief wie möglich und orientieren uns am Grundsatz «vermeiden, vermindern, verwerten».

5.

Wir achten entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf Nachhaltigkeit, damit Emmi Produkte einen hohen Standard hinsichtlich Ethik, Qualität, Sicherheit, Gesundheit und Umweltverträglichkeit erfüllen.

6.

Wir steigern laufend die Verwendung von natürlichen und

sozialverantwortlich hergestellten Ressourcen und gestalten unsere Verpackungen so, dass die Lebensmittelsicherheit und die Umweltverträglichkeit gewährleistet sind.

7.

Wir achten auf den Erhalt der Biodiversität und engagieren uns als verlässliche Partnerin der Landwirtschaft.

8.

Wir bevorzugen Lieferanten, die sich, ähnlich wie wir, für Nachhaltigkeitsthemen starkmachen.

9.

Wir investieren in die Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden, pflegen einen wertschätzenden Umgang und einen offenen Dialog.

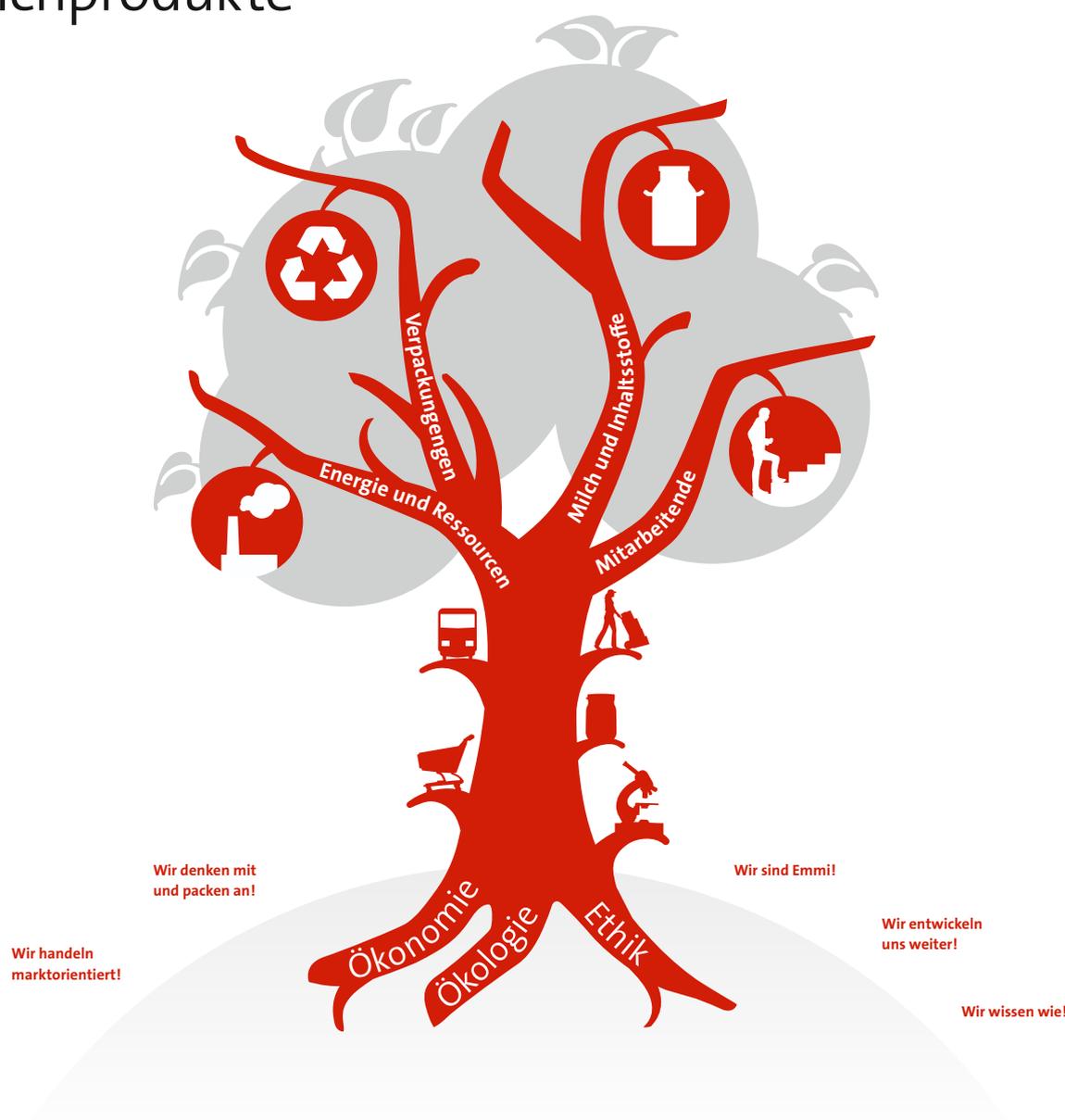
10.

Wir stellen sicher, dass Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden an den Arbeitsplätzen gewährleistet sind und vermeiden Gefahren.

11.

Wir beziehen unsere Anspruchsgruppen in unsere Nachhaltigkeitsanstrengungen ein.

Wir arbeiten nachhaltig für rundum bessere Milchprodukte



Emmi ist bemüht, einen Ausgleich zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Interessen zu schaffen. Bei seinen Handlungen und Entscheidungen berücksichtigt das Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette deshalb Aspekte aus allen drei Dimensionen.

Seit 2012 orientieren sich die Nachhaltigkeitsbemühungen von Emmi an vier strategischen Stossrichtungen:

- Energie und Ressourcen
- Verpackungen
- Milch und Inhaltsstoffe
- Mitarbeitende

2014 erfuhren diese Stossrichtungen eine weitere Fokussierung auf vier Themen:

- Treibhausgase reduzieren
- Verschwendung vermeiden
- Nachhaltige Milch
- Mitarbeitende entwickeln

Konzentration auf das Wesentliche

Einem Unternehmen stehen viele Wege offen, um die eigene Nachhaltigkeit zu fördern. Eine zu grosse Vielfalt erschwert aber die Steuerung, Kontrolle und Kommunikation. Deshalb fokussiert Emmi auf Bereiche, in denen ein Milchverarbeiter viel bewegen kann.

Stossrichtung:
«Energie und Ressourcen»



Fokusthema:
«Treibhausgase reduzieren»

Stossrichtung:
«Verpackungen»



Fokusthema:
«Verschwendung vermeiden»

Stossrichtung:
«Milch und Inhaltsstoffe»



Fokusthema:
«Nachhaltige Milch»

Stossrichtung:
«Mitarbeitende»



Fokusthema:
«Mitarbeitende entwickeln»

Emmi hat 2012 vier strategische Stossrichtungen für ihr Nachhaltigkeitsengagement definiert. Auf operativer Ebene wurden diese strategischen Stossrichtungen 2014 durch Fokusthemen weiter konkretisiert.

Seit Anfang 2015 bearbeiten interdisziplinäre Teams diese vier Fokusthemen. Ihre erste Aufgabe ist, konkrete Zielsetzungen zu definieren, die Emmi mittelfristig zu erreichen hat.

Um Massnahmen zur Erreichung dieser Ziele fördern zu können, setzt Emmi erstmals auch finanzielle Mittel einzig für die Nachhaltigkeit ein. Zur Verfügung stehen Gelder, die Emmi für die Übererfüllung ihrer CO₂-Ziele erhält.



Treibhausgase reduzieren

Die Herstellung von Milchprodukten ist energieintensiv. In der Produktion benötigt das Erwärmen und Kühlen der Rohstoffe während des Verarbeitungsprozesses viel Energie, bei Transport und Lagerung ist es das Einhalten der Kühlkette. Emmi setzt deshalb auf die Verbesserung der Energieeffizienz und den Ersatz fossiler Energieträger durch CO₂-ärmere Alternativen.

Seit 2008 erhebt die Schweiz eine Lenkungsabgabe auf fossile Energieträger, um ihre Klimaschutzziele zu erreichen. Deren Verteuerung setzt Anreize zum sparsamen Verbrauch und zum vermehrten Einsatz CO₂-armer Energieträger.

Unternehmen in energieintensiven Branchen werden vom Bund von der CO₂-Abgabe befreit, wenn sie sich im Gegenzug zu einer Verminderung ihrer Treibhausgasemissionen verpflichten. Emmi macht von dieser Möglichkeit Gebrauch und ist stolz, die Vorgaben des Bundes für die erste Verpflichtungsperiode (2008 bis 2012) übererfüllt zu haben. Für die zweite Periode (2013 bis 2020) sieht der Bund eine CO₂-Reduktion um 20% (gegenüber 1990) vor. Emmi ist bestrebt, nicht nur in der Schweiz ihren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, sondern auch ihre ausländischen Produktionsbetriebe dahingehend zu optimieren.

Emmi steigert die Energieeffizienz in allen Betrieben, beispielsweise durch Wärmerückgewinnung, und setzt vermehrt alternative Energieträger ein. Bewährt haben sich insbesondere Holzschnittelheizungen (Emmi Emmen, Käserei Studer/Hatswil, Molkerei Biedermann/Bischofszell), Solaranlagen (Fromagerie de Saingnégier, Käserei Studer, Emmi Landquart, Lalaria Engiadinaisa/Bever, Molkerei Biedermann) und Biogas (Emmi Dagmersellen, Lalaria Engiadinaisa).

Wertvolle Altholzschnittel

Sowohl in der Produktion als auch in der Reifung legt die Ostschweizer Käserei Studer, die Herstellerin von Käsespezialitäten wie «Der Scharfe Maxx», Wert auf nachhaltige Lösungen. Als Energiequelle dient einerseits die Sonne. Eine eigene Photovoltaikanlage produziert in den wärmeren Monaten einen Teil der zum Kühlen des Reifungslagers benötigten Energie.

Als zweite nachhaltige Energiequelle dienen Holzschnittel. Ein Recyclingunternehmen sammelt auf Baustellen der Region Altholz und liefert dieses als Schnittel nach Hatswil. Abnehmer der daraus gewonnenen Energie sind die Käserei Studer und ein Nachbarbetrieb. Insgesamt können so jährlich 630 Tonnen CO₂-Emissionen vermieden werden.

Positiver Einfluss auf: 



Wenn Plastik nachhaltiger ist als Holz

In Landquart stellt Emmi Grosslockkäse her. Für den Transport nach Kirchberg, wo die Käse konfektioniert werden, wurden die Laibe früher mit massiven Holzrahmen auf Paletten fixiert. Jeder LKW führte über 72 dieser insgesamt 1 Tonne schweren Rahmen mit. Diese mussten anschliessend nach Landquart zurückgeführt und gewartet werden. Und das 140 Mal pro Jahr. Dieses Verpackungssystem wurde 2014 überdacht und durch eine geeignete Folie ersetzt. Den tiefen Investitionskosten stehen Einsparungen für Beschaffung, Rücktransport und Reparatur gegenüber. Jährlich resultiert ein Plus von 30 000 Franken. Ohne schwere Rahmen wird weniger Treibstoff verbraucht und die Arbeit rund um den Transport erleichtert.

Positiver Einfluss auf:  

Verschwendung vermeiden

«Muda» heisst in Japan sinnlose Verschwendung. In den letzten Jahren hat sich bei Emmi ein nutzentriertes Verständnis des Verschwendungsbegriffs etabliert – basierend auf dem japanischen Managementkonzept Kaizen.

Verschwendung vermeiden heisst bei Emmi «Emmi Operational Excellence» (EOE). Hinter dem EOE-Motto «Schneller, besser, günstiger!» verbergen sich unzählige Massnahmen, die Emmi befähigen, die Kostenanforderungen des Marktes zu erfüllen. Nicht nur aufgrund des aktuell schwierigen wirtschaftlichen Umfelds setzt Emmi alles daran, Verschwendung jeglicher Art zu vermeiden. Im Nachhaltigkeitskontext erhalten bis 2020 zwei Themen besondere Aufmerksamkeit: Verpackungen und Lebensmittel.

Verpackungen

Japanisch interpretiert ist jedes Gramm Verpackungsmaterial, das keinen Nutzen erzielt, Verschwendung. Die Beurteilung des Nutzens ist jedoch komplex. So ist die Verpackung eines Lebensmittels nicht nur Transportbehältnis, sondern auch Schutz, Informationsträger und Marketinginstrument. Alternative Materialarten und dünnere Verpackungen müssen sorgfältig geprüft werden, damit kein negativer Einfluss auf Geschmack, Haltbarkeit, Konsumerlebnis, Sekundärverpackung, Umweltauswirkungen oder Kosten resultiert.

Lebensmittel

Aus der Überzeugung, dass dank EOE die Verschwendung von Lebensmitteln in den eigenen Betrieben schon vorbildlich ist, schenkt Emmi bis 2020 folgenden «Food-Waste-Themen» besondere Beachtung:

- Sinnvolle Verwertung unvermeidbarer Lebensmittelabfälle
- Keine Entsorgung qualitativ einwandfreier Lebensmittel



Nachhaltige Milch

In der Schweiz werden jährlich rund 3,4 Millionen Tonnen Milch produziert. Knapp 1 Million Tonnen gelangt in die Schweizer Emmi Betriebe. Hinzu kommt Milch, die in der Form von zugekauftem Schweizer Käse zu Emmi fließt. Dieser gewichtigen Position ist sich Emmi bewusst. Das Unternehmen will die damit verbundene Verantwortung in Zukunft verstärkt wahrnehmen.

Emmi ist die grösste Verarbeiterin von Schweizer Bio-Milch. Knapp 100 Millionen Kilogramm Milch werden zu einer breiten Palette an Bio-Milchprodukten verarbeitet. Doch: Bio ist nur eine Nische. Deshalb strebt Emmi ein umfassendes Konzept nachhaltiger Milch an. Im Vertrieb von Schweizer Milchprodukten im Ausland möchte Emmi das weit verbreitete Schweizer Alpenidyll mit handfesten Fakten zur Nachhaltigkeit von Schweizer Milchprodukten hinterlegen. Beispielsweise, dass Schweizer Milch zwar nicht als «Heumilch» bezeichnet wird, aber schon eine durchschnittliche Schweizer Milchkuh 90% Raufutter erhält und somit die «Heumilch»-Anforderung (75%) übererfüllt wird.

Auch in der Schweiz soll gegenüber den Konsumenten belegt werden können, weshalb inländische Milchprodukte – insbesondere aus dem Hause Emmi – nachhaltig sind. Nachhaltige Milchprodukte bedeutet in erster Linie: Milch aus nachhaltiger Produktion.

Auf ihrem Weg zu nachhaltiger Milch konnte Emmi im ersten Halbjahr 2015 auf die Unterstützung der ETH zählen. Studierende erhoben einerseits die Konsumentenwünsche, andererseits den aktuellen Stand und die Potenziale bei den Milchlieferanten von Emmi. Die kommenden Monate nutzt Emmi, um konkrete Zielsetzungen für die Emmi Milch der Zukunft zu formulieren.

Europäisches Bio-Netzwerk

Der Weg zur Bio-Milch begann für Emmi bereits in den 1990er-Jahren. Mit der Beteiligung an der Molke- und Biedermann 2005 erhielt Bio strategisches Gewicht.

Doch nicht nur in der Schweiz ist Bio ein relevanter Markt. Deshalb beteiligte sich Emmi 2012 in Deutschland an der Gläsernen Molkerei. Das Familienunternehmen verarbeitet 120 000 Tonnen Bio-Milch jährlich, rund 20% der gesamten deutschen Bio-Milch. Zusammen mit dem italienischen Desserthersteller Rachelli, der Produkte aus biologischen und biodynamischen Rohstoffen herstellt, und der niederländischen AVH dairy trade, die bedeutende Mengen Bio-Ziegen- und Schafmilch handelt, besitzt Emmi heute ein europäisches Netzwerk für Bio-Milchprodukte.

Positiver Einfluss auf:





Mit Emmi ins Ausland

Mit dem Pilotprojekt «Junge Berufsleute im Ausland» bietet Emmi Fachkräften bis 25 Jahre die Möglichkeit, bei einem Arbeitseinsatz in einem der ausländischen Produktionsbetriebe ihre Sprachkenntnisse zu vertiefen sowie ihre berufliche und persönliche Entwicklung voranzutreiben.

2014 haben zwei Milchtechnologien einen zwölfmonatigen Einsatz beim Käsehersteller Emmi Roth USA in Platteville und im Kaiku-Betrieb im spanischen Pamplona begonnen. Davor besuchten sie vor Ort eine Sprachschule. Die Erfahrungen aus den ersten sechs Monaten waren für die Betriebe im Ausland und die zwei Fachkräfte positiv. Deshalb werden bis im Herbst 2015 die nächsten jungen Berufsleute für Auslandsaufenthalte rekrutiert.

Mitarbeitende entwickeln

Als international erfolgreiche Milchverarbeiterin benötigt Emmi eine Vielfalt an fachlichen Kompetenzen. Das Unternehmen ist sich bewusst, dass seine Mitarbeitenden und ihre umfangreichen Fähigkeiten und Fertigkeiten den wichtigsten Faktor für den Erfolg darstellen. Entsprechend hoch ist die Bedeutung der Personalarbeit. Aus dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit legt Emmi besonderes Gewicht auf die Entwicklung der Mitarbeitenden.

Emmi hat in ihrer Strategie die für das Unternehmen entscheidenden Schlüsselkompetenzen definiert. Diese Kompetenzen will Emmi zukünftig intern entwickeln. Dabei ist eine ausgewogene Förderung von unternehmerischen, persönlichen, sozialen und fachlich-methodischen Kompetenzen wichtig. Hierbei orientiert sich Emmi am 70-20-10-Entwicklungsansatz: 70% der Entwicklung sollen im Arbeitsalltag erfolgen, 20% durch gezieltes Feedback und Reflexion und 10% in Schulungssequenzen. Besonderes Augenmerk legt Emmi in ihrer Personalentwicklung auch auf Schlüsselpositionen. Hierfür werden derzeit eine nachhaltige Nachfolgeplanung sowie darauf abgestimmte Entwicklungsprogramme ausgearbeitet.

Entwicklung ist für alle Mitarbeitenden wichtig. Dabei orientiert sich Emmi in erster Linie an den persönlichen Stärken. Auch aus einer gesamtgesellschaftlichen Sicht betrachtet, stehen Unternehmen in der Pflicht, die Arbeitsmarktfähigkeit ihrer Angestellten zu fördern. Wenn Emmi auf die kontinuierliche Entwicklung ihrer Mitarbeitenden setzt, tut das Unternehmen dies auch aus einer sozialen Verantwortung heraus. Zudem erhöht es die Attraktivität von Emmi als Arbeitgeberin.

Positiver Einfluss auf: 

Einbettung in die Organisation

Nachhaltigkeit ist kein Projekt. Sie betrifft ein Unternehmen dauerhaft und umfassend. Eine Organisationsform zu finden, die alle internen Anspruchsgruppen einbindet, ausreichend Fach- und Durchsetzungskompetenzen besitzt, akzeptiert ist und nur so viele Ressourcen bindet wie nötig, ist anspruchsvoll. Mit der Einsetzung eines Leiters Nachhaltigkeit betont Emmi die Wichtigkeit und Ernsthaftigkeit ihres Engagements.

Der Leiter des Geschäftsbereichs Handel & SCM Schweiz und der Chief Human Resources Officer führen den Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit gemeinsam und stellen die Verbindung zwischen Verwaltungsrat, Management, Nachhaltigkeitsorganisation und Linie sicher. Zum halbjährlich tagenden Ausschuss gehören aus der Konzernleitung der Executive Vice President Switzerland und der Chief Marketing Officer. Ergänzt wird dieses Gremium durch den Leiter Nachhaltigkeit sowie fünf Fachexperten aus dem oberen und mittleren Management, die sich in ihrer angestammten Funktion stark mit Nachhaltigkeitsthemen befassen.

Ein Teil dieser Fachexperten bildet das Kernteam Nachhaltigkeit, das der Leiter Nachhaltigkeit führt und das eine unterstützende und vermittelnde Funktion hat. Es ist für Interne und Externe die zentrale Anlaufstelle bei Nachhaltigkeitsanliegen, bespricht regelmässig Projekte, Reporting, Trends und Anliegen jeglicher Art und zieht die Aktivitäten und Erkenntnisse aus den Projektgruppen zu den vier Fokusthemen zusammen. Vier interdisziplinäre Teams haben den Auftrag, bis 2020 gültige Ziele für ihr Fokusthema zu definieren, adäquate Massnahmen auszuarbeiten und deren Umsetzung zu betreuen.

15 Nachhaltigkeitsbeauftragte leisten seit mehreren Jahren Unterstützung für Nachhaltigkeitsthemen entlang der Emmi Wertschöpfungskette. Ab Januar 2016 wird sich bei Emmi ein Leiter Nachhaltigkeit ausschliesslich der Nachhaltigkeit widmen. Er wird unter anderem die internationalen Produktionsstandorte in die Nähe des Schweizer Standards zu entwickeln haben.

Die Nachhaltigkeitsorganisation von Emmi



Emmi Nachhaltigkeitspreis

Im Arbeitsalltag finden sich vielfältige Nachhaltigkeitsaspekte. Mitarbeitende treffen Entscheide allerdings oft aus einer eingeschränkten Perspektive. Ein konkretes Nachhaltigkeitsverständnis zu schaffen und die Bereitschaft zu einer komplexeren Betrachtung zu wecken, ist aus Sicht von Emmi zentral. Ein Anreiz dazu ist für die Mitarbeitenden der Emmi Nachhaltigkeitspreis.

Niemand kennt ein Unternehmen besser als die Mitarbeitenden. Diese Tatsache macht sich Emmi seit vielen Jahren zunutze, um die Effizienz zu steigern und Kosten zu sparen. Denn: Emmi Operational Excellence (EOE) ist im Grunde nichts anderes als eine umfassende betriebliche Mitwirkung.

Emmi ist überzeugt, dass die Kenntnisse der Mitarbeitenden auch notwendig sind, um das Unternehmen nachhaltiger zu machen. Denn neben den vier Fokusthemen, die «top-down» gesteuert werden, werden die Weichen für viele Nachhaltigkeitsaspekte im Alltag der rund 5300 Emmi Mitarbeitenden gestellt.

Damit diese Weichen richtig gestellt werden, muss bei den Mitarbeitenden ein breites Nachhaltigkeitsverständnis geschaffen werden. Neben kontinuierlicher Kommunikation rund um kleinere und grössere Nachhaltigkeitsprojekte entlang der Wertschöpfungskette bedient sich Emmi eines jährlich wechselnden Nachhaltigkeitsmottos. Das Motto wird zu Beginn des Jahres den Kadermitarbeitenden präsentiert. Diese haben dann die Aufgabe, mit ihren Mitarbeitenden thematisch passende Projekte zu entwickeln. Umgesetzte Projekte können sich Ende Jahr für den Emmi Nachhaltigkeitspreis bewerben.

Nachhaltigkeit macht Spass

Zusätzlich zu den eigentlichen Aufgaben im Arbeitsalltag in Eigenregie ein Nachhaltigkeitsprojekt zu entwickeln und umzusetzen, ist zumeist mit viel persönlichem Engagement der Mitarbeitenden verbunden. Deshalb werden die ausgezeichneten Projekte des Emmi Nachhaltigkeitspreises mit attraktiven Preisen belohnt. Im Zentrum steht dabei immer ein Nachhaltigkeitsthema, integriert in eine Teamaktivität, bei der auch der Spass nicht zu kurz kommt.

Nachhaltigkeitsmottos und Preisträger von 2014 bis 2012

2014 – Intelligente Mobilität

1. Rang «Suhr: MiMo mobil ohne Automobil»

In fünf Monaten legte das Personal in Suhr zusätzlich 30 000 umweltschonende Pendlerkilometer (zu Fuss, mit dem Velo, mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder in Fahrge-meinschaften) zurück. Mit dieser Initiative wurden CO₂-Emissionen von rund 5,1 Tonnen vermieden.

Positiver Einfluss auf: 

2. Rang «Ostermundigen: Jeder Kilometer zählt»

70 Mitarbeitende am Standort Ostermundigen haben zusammen 88 000 Pendlerkilometer mit dem Auto oder CO₂-Emissionen von 15 Tonnen eingespart.

Positiver Einfluss auf: 

3. Rang «Landquart: Grosslockkäse ohne Rahmen transportieren»

Dank einem neuen Sekundärverpackungssystem kann beim Transport von Grosslockkäse auf schwere Holzrahmen verzichtet werden. Zudem entfallen deren Rücktransport, das physisch anspruchsvolle Handling sowie Anschaffung und Reparaturen.

Positiver Einfluss auf:  

2013 – Materialkreisläufe schliessen

1. Rang «Ökologischerere Verpackungen»

Ein Team aus den Bereichen Marketing, Entwicklung, Verkauf und Produktion hat sich mit den Verpackungen von Coop-Produkten befasst. Die eingesparten oder umweltfreundlicheren Materialien (z.B. Glace-Stängel aus FSC-Holz) belaufen sich jährlich auf knapp 130 000 Kilogramm.

Positiver Einfluss auf:  

2. Rang «Dagmersellen: Nährstoff-Recycling»

Im Abwasser verlassen wertvolle organische Stoffe – insbesondere Eiweiss und Mineralstoffe – den Kreislauf von Emmi. In Dagmersellen wird ein Teil dieser Reststoffe als Schlamm aus dem Abwasser herausgefiltert und durch ein Partnerunternehmen zu Dünger verarbeitet.

Positiver Einfluss auf:  

3. Rang «Suhr: Recyclingquote erhöhen»

Der Betrieb in Suhr steigerte seine Recyclingquote innert weniger Monate von 80% auf 84% und sparte dabei mehrere 10 000 Franken Entsorgungskosten. Mit der separaten Sammlung von Kunststoffen und Tetrapak-Papier werden zudem jährlich rund 690 Tonnen weniger CO₂ ausgestossen.

Positiver Einfluss auf:  

2012 – Wasser

1. Rang «Molkerei Biedermann: Reduktion der Schmutzfracht»

Spülwasser und Produktabfälle werden aufgefangen und getrennt, die verwertbaren Stoffe werden an eine Schweinemästerei verkauft. Die einmaligen Investitionen wurden bereits nach wenigen Monaten aus den Einsparungen und Erträgen aus der Schweinemast amortisiert.

Positiver Einfluss auf:  

2. Rang «Suhr: OptiMimo in der Flotation»

Die Flotation ist einer der wichtigsten Vorgänge, welche der Milchverarbeitung nachgelagert sind. Durch Investitionen in die Abwasserreinigung und eine bessere Abwasserqualität werden jährlich mehr als 100 000 Franken gespart.

Positiver Einfluss auf:  

3. Rang «Dagmersellen: Jeder Tropfen zählt»

Zahlreiche Kleinprojekte am Standort Dagmersellen führen zu einem tieferen Frischwasserverbrauch, weniger Abwasser und besserer Abwasserqualität. Die jährlichen Kosten werden so um einen siebenstelligen Betrag reduziert, wobei die Abwasserqualität den grössten Teil dazu beiträgt.

Positiver Einfluss auf:  

Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette

Emmi bietet in der Schweiz ein Vollsortiment an Milchprodukten an. Die meisten durchlaufen einen Grossteil ihres Herstell- und Veredelungsprozesses bei Emmi. Zudem stellt Emmi ein sehr breites Sortiment von Handelsprodukten für Partnerunternehmen her. Deshalb weist die Wertschöpfungskette von Emmi eine hohe Komplexität auf.

Wertschöpfungskette



Entwicklung



Beschaffung



Produktion



Distribution



Vertrieb



Entwicklung

Entwicklung steht bei Emmi nicht nur für die Erfindung neuer Produkte, sondern umfasst auch die Optimierung bestehender Produkte, Prozesse und Verpackungen. Emmi konzentriert sich bei der Entwicklungsarbeit auf wesentliche Stärken des Unternehmens – die Produkte und deren Verpackungen. In der Grundlagenforschung arbeitet Emmi mit Hochschulen, Forschungsanstalten und weiteren externen Partnern zusammen.

Produktentwicklung

Die Innovationskraft ist für Emmi ein zentrales Element der Unternehmenskultur und ein entscheidender Erfolgsfaktor. In der Produktentwicklung beschäftigt das Unternehmen in der Schweiz rund 50 Personen, welche die Aufgabe haben, bestehende Produkte zu verbessern, innovative neue Produkte zu kreieren und Produkte nach Kundenwunsch zu entwickeln. Dabei sind vier Trends für Emmi besonders relevant:

- Genuss
- Gesundheit/Natürlichkeit
- Convenience
- Nachhaltigkeit

Weiter hat Emmi im August 2015 eine offizielle Absichtserklärung («Memorandum of Understanding») unterzeichnet, in der sich das Unternehmen rund um das Thema «Zucker» zu einer Zusammenarbeit mit dem Eidgenössischen Departement des Innern EDI verpflichtet.

Verpackungsentwicklung

Emmi stellt alleine in der Schweiz rund 5000 verschiedene Produkte in 2000 unterschiedlichen Verpackungen her. Die für die Primärverpackungen am häufigsten eingesetzten Materialien sind Kunststoffe für Becher, Flaschen und Folien (ca. 12 000 Tonnen pro Jahr), Folie für die Herstellung von jährlich rund 250 Millionen Tetrapaks (ca. 4200 Tonnen pro Jahr) sowie Karton als Produktverpackung oder als Sekundärgebilde für den Transport (ca. 8500 Tonnen pro Jahr).

Bei der Nachhaltigkeit von Verpackungen liegt der Fokus zumeist auf den für den Endkunden sichtbaren Primärverpackungen. Ebenso wichtig sind aber die Sekundärverpackungen. Aus Nachhaltigkeitsüberlegungen ist zentral, welche Materialien eingesetzt werden und ob es sich um Ein- oder Mehrwegverpackungen handelt. Mehrweg ist jedoch nicht automatisch nachhaltiger. Nachhaltige Verpackungen berücksichtigen das Produkt und die gesamte Wertschöpfungskette – von der Lagerung über den Transport bis zum Gebrauch durch den Endkonsumenten. Im Rahmen von Emmi Operational Excellence (EOE) arbeitet Emmi seit Jahren an Optimierungen in diesem Bereich.



Abschauen erlaubt

Für Sekundärverpackungen ist Schrumpffolie ausserordentlich beliebt, weil sehr flexibel. Emmi setzt sie beispielsweise ein, um Einzelprodukte zu Duo- oder Multi-Packs zusammenzufassen. In Kirchberg, wo Emmi den Grossteil ihrer Käse portioniert und verpackt, werden mit Schrumpffolie beispielsweise Raclette-Schalen und Gruyère-Portionen zu Duo-Packs konfektioniert. Einer Emmi-Operational-Excellence-Prozessbegleiterin ist dabei aufgefallen, dass relativ viel Folienabschnitt anfällt. Ein Blick nach Emmen hat gezeigt, dass problemlos eine schmalere Folie eingesetzt werden kann. Seit Herbst 2014 wird für Emmen und Kirchberg die gleiche Folie beschafft. Weniger Abfall und mehrere Tausend Franken Einsparungen sind der Dank für die Aufmerksamkeit der Mitarbeiterin in Kirchberg.

Positiver Einfluss auf:  

Italien zieht mit

Zur Emmi Familie gehören auch zwei norditalienische Desserthersteller. Das 1935 gegründete Unternehmen Rachelli bietet nachhaltigkeitsaffinen Konsumenten auch Dessertspezialitäten aus biologischen und biodynamischen Zutaten an. Neu sind alle Produkte von Rachelli noch nachhaltiger. Das Gewicht der Verpackungen von Tiramisu- und Profiteroles-Grosspackungen konnte so reduziert werden, dass jährlich 23 Tonnen weniger Polypropylen benötigt werden. Den Investitionen von einmalig gut 150 000 Franken stehen jährliche Einsparungen in der gleichen Grössenordnung gegenüber. Ressourcen schonen ist bei Emmi keine Schweizer Eigenheit, sondern ein internationales Erfolgskonzept.

Positiver Einfluss auf:  

Manche mögen's süss

Kohlenhydrate gelten als wichtigster Faktor für Übergewicht. Als Lebensmittelherstellerin trägt Emmi eine Mitverantwortung, obschon der Konsument entscheidet, was und wie viel er konsumiert. Die Erfahrung zeigt: Der Kopf sagt gesund, der Bauch aber mag's süss. Wer sein Produkt weiterhin verkaufen will, muss den Zuckergehalt in kleinen Schritten über längere Zeit reduzieren. Vor einigen Jahren hat Emmi dies im gesamten Joghurtsortiment gemacht. 2014 standen die Desserts an: Vom Coupe Chantilly bis zur Quark Crème wurde der zugesetzte Zucker um rund 2,5% reduziert.



Beschaffung

Emmi definiert sich am Markt vor allem über die Qualität ihrer Produkte. Eine wichtige Rolle spielen dafür die verwendeten Rohstoffe. Der Beschaffung der zentralen Rohstoffe – insbesondere Milch, Früchte und Kaffee – wird grosse Aufmerksamkeit geschenkt.

Emmi kauft ein. Und zwar jährlich für mehrere hundert Millionen Franken. Zu den gewichtigsten Einkaufsposten zählen neben der Milch verschiedene Verpackungsmaterialien aus Kunststoff und Karton, Früchte und Fruchtgrundstoffe, Zucker, kakaohaltige Produkte (beispielsweise Schokolade), Kaffee und Aromen.

Milch

Weltweit kauft Emmi jährlich rund 1,7 Millionen Tonnen Kuhmilch. Dies entspricht der Milchmenge von rund 250 000 Kühen. In ihren Schweizer Produktionsbetrieben verarbeitet Emmi jährlich knapp 1 Million Tonnen Milch. Das entspricht rund einem Viertel der gesamten schweizerischen Milchmenge. Hinzu kommt die Milch, die Emmi in der Form von Schweizer Käse einkauft: rund

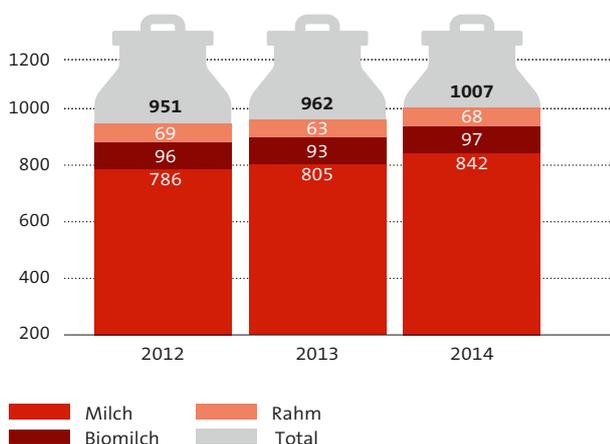
35 000 Tonnen jährlich. Dieser Käse stammt in der Regel aus gewerblichen Kleinbetrieben («Dorfkäsereien»), wird von Emmi ausgereift, konfektioniert und dann an in- und ausländische Kunden vertrieben.

Die bei Emmi in der Schweiz verarbeitete Milch stammt von rund 6500 Milchproduktionsbetrieben. Ein Drittel davon unterhält zu Emmi eine direkte Beziehung. Der Rest liefert seine Milch an Organisationen, welche die Milch an verschiedene Milchverarbeiter verkaufen. Die mengenmässig wichtigsten Lieferantenorganisationen sind die Genossenschaft Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP), der Milchverband der Nordwestschweiz (MIBA) sowie die Nordostmilch AG (NOM).

Von ihren Schweizer Milchlieferanten bezieht Emmi neben knapp 100 Millionen Kilogramm Bio-Milch auch Spezialitäten wie Ziegen- und Schafmilch. Mit knapp 2 Millionen respektive gut 1 Million Kilogramm sind die Mengen in diesen Segmenten klein, sie steigen jedoch kontinuierlich.

Verarbeitete Milch- und Rahmmenge in der Schweiz

in Mio. Kilogramm



Früchte

Jährlich kauft Emmi rund 7000 Tonnen Früchte und weitere knapp 3000 Tonnen Fruchtgrundstoffe für die Verarbeitung in der Schweiz ein. Besonders beliebt sind Milchprodukte mit Äpfeln, Himbeeren und Erdbeeren, wovon Emmi in der Schweiz jährlich mehrere Hundert Tonnen benötigt. Mit Ausnahme der tropischen Früchte beschafft Emmi ihre Früchte vorwiegend in Europa.

Kaffee

Kaffee ist für Emmi in der Schweiz ein zentraler Rohstoff. Das Erfolgsprodukt Emmi Caffè Latte differenziert sich gegenüber der Konkurrenz durch seine Qualität. Die in der Schweiz gerösteten Kaffeebohnen werden deshalb direkt im Produktionsbetrieb gemahlen, zu Espresso gebrüht und unmittelbar danach mit der frischen Milch gemischt. Der Qualität der Kaffeebohnen kommt in diesem Konzept eine sehr grosse Bedeutung zu. Die rund 1200 Tonnen Kaffeebohnen, die Emmi für ihren Caffè Latte jährlich einkauft, stammen ausschliesslich aus Rainforest-Alliance-zertifizierten Farmen.

Für andere Milchprodukte, insbesondere Mocca-Jogurts, beschafft Emmi zusätzlich weitere rund 100 Tonnen Kaffee-Extrakt pro Jahr.

Zucker

Emmi verarbeitet in ihren Schweizer Produktionsbetrieben jährlich rund 6100 Tonnen konventionellen Zucker. Der grösste Teil des Zuckers wird aus Zuckerrüben gewonnen und stammt aus der Schweiz. Zusätzlich benötigt Emmi jährlich ungefähr 2100 Tonnen Rohzucker für Bio- und Fairtrade-Produkte, Tendenz steigend. Dieser wird in Süd- und Mittelamerika beschafft.



Orange statt weiss – und aus fairem Handel

Emmi produziert nicht nur Milchprodukte, sondern auch Eistee und Fruchtsäfte. Für einen neuen Fair-Trade-Orangensaft von Betty Bossy sind Einkauf und Qualitätsmanagement von Emmi selber nach Südamerika gereist, um einen Orangensaft zu finden, der nachhaltig ist und gleichzeitig die hohen geschmacklichen Anforderungen erfüllt. Fündig wurden sie bei einer kleinen Kooperative, die den Saft bei einem lokalen Verarbeiter pressen lässt. Die Fair-Trade-Prämie wird gemeinschaftlich genutzt und fliesst in soziale Förderprogramme und den Umweltschutz; dafür bürgt die Schweizer Fair-Trade-Organisation Max Havelaar.

Milchwirtschaft stimuliert Wirtschaft in Tunesien

Die Landwirtschaft ist der wichtigste Zweig der tunesischen Wirtschaft. Die Centrale Laitière de Mahdia (Vitalait) wurde 1997 dank der Beteiligung nachhaltigkeitsorientierter Investoren gegründet, um Familien im Bezirk Mahdia ein Einkommen zu sichern. Heute leben rund 800 Familien direkt von ihrer Arbeit für den Milchverarbeiter. In der Milchproduktion finden ungefähr weitere 16 000 Familien aus der Region ein Einkommen. Sie halten selten mehr als zehn Kühe und können so ein Zusatzeinkommen erwirtschaften.

Seit 2011 ist Emmi über den spanische Milchverarbeiter Kaiku an Vitalait beteiligt. Das moderne, gut aufgestellte Unternehmen hat seither wie kein anderes vom Know-how-Austausch mit Emmi profitiert. Trotz dieser intensiven Entwicklung bleibt Vitalait ihrer Überzeugung treu und sieht ihre Daseinsberechtigung in der wirtschaftlichen Entwicklung der Landbevölkerung.

Positiver Einfluss auf: 

Die Milch, die aus der Pflanze kommt

Die Gruppe von Konsumenten, die auf Milchprodukte tierischen Ursprungs verzichtet, wird immer grösser. Dieser Entwicklung verschliesst sich Emmi nicht. Für ihre Kunden stellt das Unternehmen seit einigen Jahren eine immer breitere Palette an veganen Sojamilchprodukten her. Bis vor Kurzem wurde das Soja in China beschafft. Auf der Suche nach einem Rohstoff, der den Nachhaltigkeitsbemühungen der zwei grossen Schweizer Detailhändler besser entspricht, konnte im Frühling 2015 auf europäischen Bio-Soja umgestellt werden.

Positiver Einfluss auf: 



Produktion

Die Herstellung von Milchprodukten ist mit ressourcenintensiven Prozessen verbunden: Wasser, Energie, Menschen und Geld – von allem braucht es reichlich. Den mit Abstand grössten Hebel, wenn es um Nachhaltigkeit in der Emmi Wertschöpfungskette geht, haben demzufolge die Produktionsbetriebe.

Emmi bietet in der Schweiz ein Vollsortiment von Milchprodukten an; mehrere Tausend verschiedene Artikel durchlaufen den grössten Teil ihres Produktionsprozesses bei Emmi. Bereits vergleichsweise einfache Molkereiprodukte wie Milch und Rahm bedingen mehr als nur eine Handvoll Prozessschritte, um in konstanter, einwandfreier Qualität zum Endkonsumenten zu gelangen. Mehrmaliges Kühlen und Erwärmen sind wichtige Etappen jedes Produktionsprozesses. Hinzu kommt die Komplexität aus den abnehmerseitigen Ansprüchen. Die hohe Komplexität und Vielfalt der Prozesse ist eine Herausforderung. Um international wettbewerbsfähige Produktionsstrukturen zu erreichen, muss jeder Handgriff sitzen. Dafür gibt es Emmi Operational Excellence (EOE).

Qualität

Emmi produziert genussvolle und sichere Lebensmittel. Zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit und der hohen Produktqualität betreibt Emmi ein umfassendes und zertifiziertes Qualitätsmanagement.

Emmi positioniert sich gegenüber ihren Kunden und den Konsumentinnen und Konsumenten insbesondere über die Qualität ihrer Produkte. Qualitäts-, Sicherheits- und Umweltmanagement sind deshalb nicht nur Teile der länderspezifischen Supply-Chain-Management-Organisationen, sondern zusätzlich auch dem CEO unterstellt.

Zertifizierungslandkarte für alle Funktionen von Emmi in der Schweiz





LED-Beleuchtung reduziert den Energieverbrauch

Wer vom Stromsparen spricht, denkt oft an Licht. Als Königsweg gelten heute Leuchtdioden, kurz LED. Bei Emmi wird der Einsatz von LED meist im Zuge von Umbauarbeiten geprüft. So beispielsweise bei der Erneuerung der fünf Gruyère-Reifungskeller in Moudon. Anfang 2015 wurde der erste Keller mit den neuen Leuchtmitteln ausgestattet. Diese benötigen nur halb so viel Energie wie konventionelle Leuchtmittel und verursachen dementsprechend auch nur halb so hohe Stromkosten. Da die LED-Leuchtmittel zudem in der Anschaffung einen Drittel günstiger sind als die zuvor verwendeten Neonröhren, können einige Tausend Franken gespart werden.

In Emmen kommen LED im Parkplatzbereich zum Einsatz, in Ostermundigen in verschiedenen Produktions- und Lagerräumen. Insgesamt kann Emmi mit den 2014 eingebauten LED fast 20 Megawattstunden (MWh) Strom sparen. Das reicht, um vier Familien in der Schweiz ein Jahr lang mit Strom zu versorgen.

Auch in den USA ist Energie sparen ein Thema. Der neue Betrieb von Emmi Roth USA in Platteville wurde nach dem LEED-Standard (Leadership in Energy & Environmental Design) gebaut, der ausschliesslich LED-Leuchtmittel erlaubt.

Positiver Einfluss auf: 

Recycling von Etikettenträgerpapier reduziert den Ausstoss von CO₂

Was braucht es, um Milchprodukte herzustellen? Milch, Früchte, Zucker, Verpackung ... Kaum jemand würde Etiketten aufzählen. Doch diese sind unter den Top-15-Einkaufspositionen von Emmi zu finden. Insbesondere für die Logistik sind sie von grosser Wichtigkeit.

Wo Etiketten verwendet werden, fällt als Abfall deren beschichtetes Trägerpapier an. In grossen Betrieben kommen davon jährlich einige Tonnen zusammen. Seit 2014 rezykliert Emmi zusammen mit C4G Recycling das in Emmen und Suhr anfallende Etikettenträgerpapier, insgesamt 24 Tonnen. Dies entspricht einer jährlichen Reduktion des CO₂-Ausstosses um 56 Tonnen.

Positiver Einfluss auf:  



Frisches Quellwasser spart Energie beim Kühlen

Nicht nur zum Wärmen wird in den Produktionsprozessen von Emmi auf Wasser gesetzt, sondern auch zum Kühlen. Der Gruyère-Felsenkeller in Moudon kann dabei auf 10 Grad kaltes Wasser aus einer eigenen Quelle zugreifen. Es eignet sich optimal zum Kühlen der Kompressoren. Das Wasser nimmt die Wärmeenergie der Kompressoren auf und ist danach bis zu 45 Grad warm. Diese Wärme kann im eigenen Betrieb vielfältig eingesetzt werden, beispielsweise zum Beheizen des Gruyère-Felsenkellers im Winter.

Positiver Einfluss auf: 

Weniger «Food Waste» dank Schweinen, die Jogurt essen

Trotz aller Optimierungsbemühungen fallen in der Nahrungsmittelproduktion immer Produkte an, die nicht in den Verkauf gelangen können. Beispielsweise, wenn Becher nicht mit der korrekten Menge befüllt werden oder wenn bei der Umstellung von einer Sorte auf die nächste ein ungewünschtes Gemisch entsteht. Der Betrieb in Emmen hat 2013 im Rahmen eines Pilotprojekts das Jogurt aus diesen Bechern gesammelt und als Schweinefutter verkauft. Heute ist dies in Emmen Standard. Jährlich fallen so gut 80 Tonnen einwandfreies Futter an.

Positiver Einfluss auf: 

Mikrogasturbine produziert aus Biogas 900 MWh Strom

Der Emmi Betrieb in Dagmersellen ist intern bekannt für seine Vorreiterrolle in Abwasserthemen. Seit 2014 ist eine Mikrogasturbine Teil des komplexen Abwasserreinigungsprozesses. Vorstufe dieser Mikrogasturbine ist ein Reaktor, in dem Bakterien an der Zerlegung der Kohlenhydrate im Abwasser arbeiten. Daraus entsteht Biogas, aus dem in der Mikrogasturbine jährlich rund 900 MWh Strom generiert werden können. Insgesamt entspricht die in Dagmersellen aus der betriebseigenen Abwasserreinigungsanlage gewonnene Energie fast 90 000 Litern Heizöl.

Positiver Einfluss auf: 



Distribution

Rund 30 Betriebe gehören zu Emmi Schweiz: kleine Käseereien mit einer Handvoll Mitarbeitenden wie die Fromagerie Develier im Jura, Handelsfirmen wie die Baumann Käse AG in Zollikofen, Grossbetriebe wie Ostermundigen oder Emmen. Die optimale Koordination der Rohstoff- und Warenflüsse von, zu und zwischen diesen Betrieben sowie den Kunden ist für die Emmi Logistik eine ständige Herausforderung.

Wesentlichen Einfluss auf die Nachhaltigkeit in der Logistik haben die Kunden mit ihrem Bestellverhalten und die Produktion mit der Produktionsplanung und den Produktionsstandorten. Die Kunden und die Produktions- und Lagerorte bilden ein Logistiknetzwerk. Aufgabe der Logistiker ist es, die Punkte in diesem Netzwerk so zu verbinden, dass Waren möglichst gebündelt zu den Kunden gelangen. Wie nachhaltig – und zwar ökologisch als auch ökonomisch – eine Logistik ist, wird auch durch die richtige Wahl und Dimensionierung der Produktions- und Lagerstandorte, der Transportmittel und der Fahrzeuge bestimmt. In der Kühl- und Tiefkühllogistik braucht es zudem ein sorgfältig evaluiertes Energie- und Kältekonzept.

Der Betrieb und die stetige Optimierung solcher umfassender Logistiknetzwerke sind aufwändig. In der Logistik von Emmi sind deshalb alleine in der Schweiz rund 550 Mitarbeitende beschäftigt. Sie sorgen Tag für Tag dafür, dass 8000 Paletten optimal bewegt werden. Unter anderem mittels der 140 betriebseigenen Fahrzeuge (Liefer- und Lastwagen), die jährlich insgesamt 9,3 Millionen Kilometer zurücklegen – unter der Flagge von Emmi, Burra, Emmi Interfrais, Baumann Käse oder der Molkerei Biedermann.

Jedem die passende Logistik

Emmi betreibt zwei Logistiknetzwerke, die miteinander verbunden sind: einerseits ein Plattformnetzwerk, das die Produktionsbetriebe und Lagerorte mit den 200 Abladeorten der Kunden verbindet, andererseits ein Feinverteilungsnetzwerk, das in der ganzen Schweiz 4000 weitere Lieferpunkte bedient. Kernstücke beider Netzwerke sind Emmen, Ostermundigen, Schlieren und Suhr.



Moderne LKW-Flotte sorgt für tiefere Emissionen

Emmi erneuert ihre Transportfahrzeuge laufend. Noch vor fünf Jahren erfüllte ein Grossteil der auf den Schweizer Strassen verkehrenden Nutzfahrzeuge lediglich die Euro-3-Abgasnorm. Auch im Auftrag von Emmi waren 2011 noch 50 Fahrzeuge (42% der Flotte) dieser Generation im Einsatz – wenngleich primär kleinformatige Lieferwagen für die Feindistribution.

2014 wurden die ersten Euro-6-LKW angeschafft. Bis Ende 2015 kommen 15 weitere hinzu, womit auch die letzten Euro-3-Nutzfahrzeuge ersetzt werden können.

Positiver Einfluss auf: 

Weniger LKW-Fahrten dank intelligenter Mulde

Der Transport ist eine wichtige Umwelt- und Kostenkomponente in der Abfallentsorgung. In Suhr – im Betrieb der mit dem Nachhaltigkeitspreis 2013 ausgezeichneten Abfallprofis – steht seit 2014 eine moderne Pressmulde für Kunststoffabfälle. Diese verhindert zwar keinen Abfall, sorgt aber dank einer Anzeige dafür, dass die Mulde erst zum Entsorger transportiert wird, wenn sie auch wirklich voll ist. So können jährlich mehrere Tausend Franken Transportkosten eingespart werden. Für die Umwelt resultieren jedes Jahr 1200 Lastwagenkilometer weniger.

Positiver Einfluss auf: 

Verlagerung auf die Schiene reduziert die Emissionen

Seit 2013 arbeitet Emmi in der Distribution ihrer Produkte mit der Coop-Tochter railCare zusammen. Die modulare Transportkette kombiniert die Vorteile von Lastwagen und Zug optimal. Dank der guten Erfahrungen mit den Lieferungen ins Tessin werden Emmi Produkte seit 2014 zusätzlich via Aclens in die Westschweiz geliefert. Insgesamt können dank der Verlagerung der Warentransporte von der Strasse auf die Schiene rund 225 Tonnen CO₂-Emissionen vermieden werden.

Positiver Einfluss auf: 



Vertrieb

Emmi unterscheidet in der Schweiz drei Kundensegmente: den Detailhandel, die Gastronomie und die Nahrungsmittelindustrie. Diese Kundengruppen werden über spezialisierte Verkaufsorganisationen separat betreut. Damit kann den Anforderungen und Bedürfnissen der Kunden am besten Rechnung getragen werden.

Emmi unterteilt ihre Kunden in drei Segmente: Detailhandel, Gastronomie und Industriekunden. Auch wenn sich die Produktportfolios für diese drei Kundensegmente teilweise überschneiden, so sind die Ansprüche an Emmi als Lieferantin sehr unterschiedlich. Dies gilt auch für die Nachhaltigkeitsaspekte der von Emmi gelieferten Produkte.

Detailhandel

Emmi beliefert den Schweizer Detailhandel nicht nur mit Markenprodukten, sondern stellt für ihn auch Eigenmarkenprodukte her. Aufgrund der stetig steigenden Nachfrage nach nachhaltigen Lebensmitteln führt mittlerweile fast jeder Schweizer Detailhändler auch entsprechende Milchprodukte, insbesondere in Bio-Qualität. Doch auch über das eigentliche Produkt hinaus entwickelt Emmi mit ihren Kunden im Detailhandel Lösungen, um deren Nachhaltigkeitsziele umzusetzen, beispielsweise bei Verpackungen oder in der Logistik.

Gastronomie

Die Gastronomie kämpft mit dem Problem, dass sie die Nachhaltigkeit der von ihr eingesetzten Lebensmittel nicht immer ausloben kann. Hinzu kommt ein grosser Preisdruck. Nachhaltigkeit in der Gastronomie kann deshalb dort ansetzen, wo sich ökonomischer und ökologischer Nutzen treffen: bei der Verschwendung von Lebensmitteln. Hier bietet Emmi als Zulieferer beispielsweise mit optimalen Verpackungsgrössen Unterstützung.

Industriekunden

Die Nahrungsmittelindustrie ist für Emmi nicht nur ein wichtiges Kundensegment – insbesondere als Abnehmerin von Butter, Käse und Milchpulver – sondern auch eine Partnerin, wenn es darum geht, die Interessen der Schweizer Nahrungsmittelindustrie zu vertreten. Beispielsweise als Mitglied der Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fiel) setzen sich Emmi und andere Schweizer Nahrungsmittelhersteller für den Werkplatz Schweiz, für Schweizer Erzeugnisse, Schweizer Rohstoffe und somit für die Arbeitnehmenden und die Landwirtschaft in der Schweiz ein.

Nähe zum Konsumenten

Emmi vertreibt ihre Produkte in der Regel nicht direkt an Endkonsumenten. Als Lebensmittelherstellerin will Emmi aber trotzdem so nahe als möglich am Konsumenten sein. Dies hilft insbesondere in der Entwicklung der Produkte, um mehr über Wünsche, Bedürfnisse und Geschmäcker zu erfahren. Ebenfalls wichtig ist Emmi der Kontakt zu den Konsumenten nach dem Kauf und Konsum der Produkte, um Verbesserungspotenziale zu erkennen.



Sponsoring auf zwei Ebenen

Die Sponsoring-Strategie von Emmi besteht aus zwei sehr unterschiedlichen Standbeinen. Einerseits unterstützt Emmi seit 2009 den alpinen Skirennsport als offizielle Partnerin des FIS Ski Alpine Weltcup und als offizielle Partnerin des Schweizerischen Skiverbands Swiss-Ski. Andererseits engagiert sich Emmi auf regionaler und lokaler Ebene mit der Abgabe von Produkten an eine Vielzahl von Veranstaltern kultureller, sportlicher, gesellschaftlicher und sozialer Anlässe und Projekte. Unter anderem werden jährlich rund 1000 Sport- und Klassenlager unterstützt. Insgesamt stellt Emmi in der Schweiz so jährlich mehrere zehntausend Produkte kostenlos zur Verfügung.

Gemeinsame Nachhaltigkeitsziele formulieren

Die Detailhändlerin Coop nimmt in Nachhaltigkeitsbelangen eine Pionierrolle ein und ist der grösste Schweizer Kunde von Emmi. Neben zahlreichen Markenprodukten stellt Emmi für Coop ein breites Sortiment an Eigenmarkenprodukten her. Dabei wird von Emmi verlangt, einen Beitrag zum Nachhaltigkeitsengagement von Coop zu leisten. Zusammen wurden fünf Nachhaltigkeitsziele definiert, die auf eine der 250 von Coop formulierten Taten (Kampagne «Taten statt Worte») abgestimmt sind.

So hat sich Emmi dazu verpflichtet, die Haltbarkeitsdatierung zu optimieren, um «Food Waste» zu vermeiden. Gemeinsam angegangen werden auch der Einsatz weiterer fair-trade-zertifizierter Rohstoffe, ökologischere Verpackungen und Verpackungssysteme sowie die Zusammenarbeit mit der Coop-Tochter railCare.

Positiver Einfluss auf:  

Von den besten Köchen lernen

Die Schweizer Gastronomie ist ein wichtiges Kundensegment für Emmi. Der Wettbewerb in diesem Bereich ist sehr intensiv. Emmi setzt dabei auf den direkten Kontakt zu den Köchen. Seit über zehn Jahren ist das Unternehmen Partnerin der Schweizer Kochnationalmannschaften. Damit hat Emmi die Möglichkeit, sich mit den besten Spitzenköchen der Schweiz über aktuelle kulinarische Trends sowie Innovationen und Verbesserungsmöglichkeiten im Bereich der Milchprodukte für die Gastronomie auszutauschen.

Labels

Die Vielfalt an Labels und Gütesiegeln hat in den letzten Jahren massiv zugenommen. Sie bieten den Konsumentinnen und Konsumenten zwar Orientierung, überfordern sie aber auch zunehmend. Die Nahrungsmittelunternehmen sind ebenso gefordert, insbesondere in der Herstellung von Eigenmarkenprodukten für den Handel. Denn: Zu den breit anerkannten, teilweise international verbreiteten Labels kommen zahlreiche Kundenlabels hinzu, unter anderem für regionale Produkte. Damit verbunden sind umfangreiche Pflichtenhefte, deren Einhaltung in der Regel durch Audits überprüft wird.

Nur wenige Unternehmen können ein solch breites Spektrum an Anforderungen abdecken. Emmi ist hier sehr gut aufgestellt. Im Regio-Marken-Bereich zum Beispiel ist die Kombination von lokaler Produktion und zentraler, professioneller Logistik ein wertvoller Wettbewerbsvorteil.

Übersicht aller von Emmi in der Schweiz bedienten Labels

Ökologische Labels

Verschiedene Labels für Produkte aus ökologisch kontrolliertem Anbau:

Bio Suisse

Coop Naturaplan

Migros Bio

Demeter

Bio Natur plus (Manor)

Regionale Labels

AOP (Appellation d'Origine Protégée)

International geschütztes Qualitätszeichen für Naturprodukte mit einer Identität, die stark an ihr Ursprungsgebiet gebunden ist

Aus der Region. Für die Region.

Migros-Label für regionale Produkte

Das Beste der Region

Gütesiegel der Bauernverbände für regionale Produkte

Culinarium

Gütesiegel für regionale Produkte aus der Ostschweiz

Berg- und Alpprodukte

Labels für Berg- und Alpprodukte des Bundesamts für Landwirtschaft

Heidi

Migros-Label für Milch- und Fleischprodukte aus Schweizer Berggebieten

alpinavera

Label des Trägervereins Alpinavera für Alp-, Berg- und Regionalprodukte aus Graubünden, Uri, Glarus und dem Tessin

Suisse Garantie

Label des Vereins Agro-Marketing Suisse (AMS) für Landwirtschaftsprodukte aus der Schweiz

Hochstamm Suisse

Label für Obst und verarbeitete Produkte von Schweizer Hochstammbäumen

Soziale und ethische Labels

Fairtrade Max Havelaar

Label für fair gehandelte Produkte

Rainforest Alliance Certified

Label für Produkte von Farmen mit einem Sozial- und Umweltmanagementsystem

UTZ Certified

Label für Kaffee, Tee und Kakao aus nachhaltiger Produktion

Halal

Internationales Label für Lebensmittel, die im Einklang mit den Vorgaben des Islam hergestellt werden

Kosher

Internationales Label für Lebensmittel, deren Produktion durch einen Rabbiner legitimiert wurde

Clean Labels

aha

Schweizer Allergie-Gütesiegel für Produkte, die sich für Menschen mit Allergien und Intoleranzen auf bestimmte Lebensmittelinhaltsstoffe besonders eignen

GVO frei (nach Gen TDG)

In Deutschland gültiges Label für gentechnikfrei produzierte Lebensmittel

GMO certified

In den USA gültiges Label für gentechnikfrei produzierte Lebensmittel

IP-Suisse

Label für Lebensmittel aus integrierter Produktion

Spiga Barrata

Italienisches Label für glutenfreie Produkte

V-Label

Gütesiegel der Europäischen Vegetarier Union (EVU) für vegetarische Produkte

Die Umwelt auf dem Radar

Seit bald 20 Jahren ist die Verpflichtung zum Umweltschutz in der Emmi Umweltpolitik festgeschrieben. «Emmi verpflichtet sich zu einer umweltbewussten Unternehmensführung und zu umweltbewusstem Handeln», heisst es in der seit 1997 gültigen Präambel.

Ökologischer Fussabdruck

Die Wurzeln der Nachhaltigkeit liegen bei Emmi – wie bei vielen Industrieunternehmen – im Umweltbereich. Seit bald 20 Jahren ist die Verpflichtung zum Umweltschutz in der Emmi Umweltpolitik festgeschrieben. Sie bildet das Fundament des in allen Schweizer Produktionsbetrieben integrierten und etablierten Umweltmanagements.

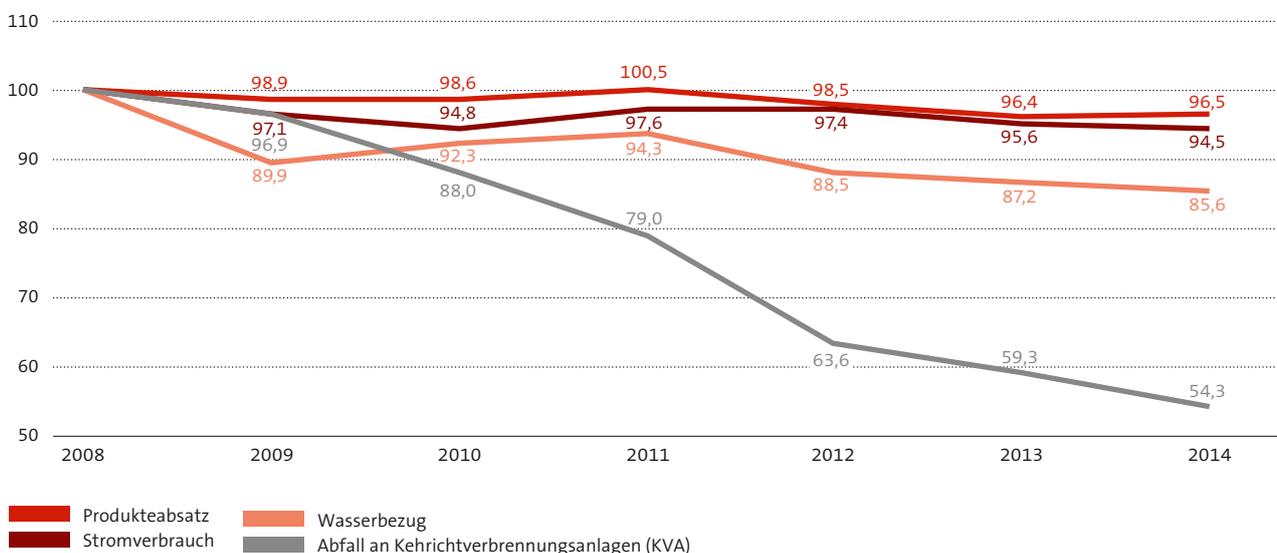
Seit 1997 sind die Emmi Betriebe in der Schweiz nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifiziert und werden jährlich auditiert. In der Schweiz wird das Umweltmanagement von Emmi zentral vom Bereich Qualität, Sicherheit und Umwelt (QSU) geführt.

Entscheiden in Umweltbelangen obliegen in der Regel den Standorten – auch in den Werken im Ausland. Dabei werden diese jedoch durch die Spezialisten von Emmi in der Schweiz unterstützt, beispielsweise in Energiefragen.

Zentrale Umweltkennzahlen

Das Umweltmanagement von Emmi hat alle umweltrelevanten Ressourcen und Emissionen auf dem Radar. In der Kommunikation gegen aussen fokussiert Emmi auf den Energieverbrauch, den Wasserverbrauch, die Abfallmenge und den CO₂-Ausstoss. Dabei stehen nicht die absoluten Mengen im Zentrum, sondern die relativen – im Verhältnis zur Produktionsmenge.

Umweltindex von Emmi in der Schweiz 2008–2014





Stromverbrauch

117,7 GWh (-1,1%)

oder

197 kWh pro t Produkt (-1,3%)

Die Herstellung von Milchprodukten bedingt zahlreiche energieintensive Prozesse. Neben der Produktion benötigen die Kühlkette bei Transport und Lagerung sowie das Erwärmen und Kühlen der Rohstoffe während des Verarbeitungsprozesses grosse Mengen an Energie. Insgesamt beläuft sich der Energieverbrauch aller Emmi Betriebe in der Schweiz auf rund 331,4 Gigawattstunden (GWh) jährlich. Dies entspricht 1,8% des Energieverbrauchs der gesamten Schweizer Industrie (18 768 GWh) oder dem Stromverbrauch von knapp 42 000 Schweizerinnen und Schweizern (jährlich pro Kopf 7928 kWh).

Gesamtenergieverbrauch von Emmi in der Schweiz

in Gigawattstunden pro Jahr

Energieträger	2012	2013	2014
Erdgas	153,3	153,1	151,8
Strombezug	119,1	119,7	117,7
Diesel (Treibstoff)	21,4	25,1	24,2
Heizöl extra leicht	19,7	19,6	17,3
Fernwärmeabgabe	-1,0	-1,2	-0,7
Holz	20,1	21,3	21,5
Ökostrom (Mikrogas)	—	-0,1	-0,4
Total	332,6	337,5	331,4

Wichtige Umweltmassnahmen von Emmi in der Schweiz 2006–2015 (Auswahl)

2006	2007	2008	2009	2010
Dagmersellen Nutzung von Lauwasser zur Kühlung von Druckluftkompressoren	Umfassende Optimierung des Abfallmanagements (z.B. Zusammenarbeit mit Abfallbörse)	Ostermundigen Wärmeerzeugung aus Abwasser	Landquart Wärmerückgewinnung aus Druckluft	Moudon Neue Druckluftkompressoren zur Wärmeerzeugung
Landquart Kühlung von Rahm mit kalter Milch		Molkerei Biedermann, Bischofszell Photovoltaikanlagen (jährlich 44 MWh)	Ostermundigen Wärmerückgewinnung aus Rauchgas	Emmen Wärmeerzeugung durch Lüftungsenergie
		Emmen Dampferzeugung mittels Holzschnitzelfeuerung (jährlich 17 500 MWh respektive -3538 t CO ₂)		



Wasserverbrauch

2,9 Millionen m³ (-1,8%)
 oder
 4,6 m³ pro t Produkt (-2,1%)

In den Produktionsprozessen von Emmi spielt Wasser eine wichtige Rolle. Es wird für Kühl- und Erwärmungsprozesse sowie für die Gewährleistung der Hygiene eingesetzt. Damit steht Emmi nicht alleine: Insgesamt gehen rund 55% des gesamten Wasserverbrauchs in der Schweiz auf Gewerbe und Industrie zurück.

In den letzten Jahren setzten alle Schweizer Produktionsbetriebe von Emmi Optimierungsprojekte im Wasserbereich um. Hier einige konkrete Beispiele aus den Jahren 2013 und 2014:

- Wasser sparen in der Reinigung,
 z. B. in der Fromagerie de Saignelégier:
 42 000 m³ Frischwasser
- Kühlen mit Luft statt Wasser,
 z. B. in der Affinage Luzern:
 6000 m³ Frischwasser
- Wasser mehrfach nutzen, z. B. in Suhr:
 70 000 m³ Frischwasser

Ebenso interessant ist die optimale Nutzung der im Wasser gespeicherten Energie, die meist aus einem Kühlprozess stammt. Welche Wärmerückgewinnungsmassnahmen sich lohnen, hängt einerseits von den zur Verfügung stehenden Technologien, aber auch von den Energiepreisen ab. Alleine in Ostermundigen können heute durch die Wärmerückgewinnung aus Reinigungswasser jährlich über 260 000 m³ Wasser gespart beziehungsweise 520 Tonnen CO₂-Emissionen vermieden werden. Ähnliche Erfolgsgeschichten kann fast jeder Schweizer Emmi Betrieb erzählen. Das Potenzial für ähnliche Massnahmen an ausländischen Standorten ist erkannt.

2011	2012	2013	2014	2015
LESA Bever Solarthermieanlage (jährlich 300 MWh respektive -79 t CO ₂)	Saignelégier Solarthermieanlage (jährlich 70 MWh respektive -19 t CO ₂)	Saignelégier Energieeffizienzprogramm (jährlich 900 MWh respektive -189 t CO ₂)	Suhr Wärmerückgewinnung aus Wasser (jährlich 2345 MWh respektive -489 t CO ₂)	Landquart Solaranlage
Ostermundigen Biogasgewinnung aus Kaffeesatz Wärmerückgewinnung aus Prozesswärme	Suhr Wärmerückgewinnung aus Prozesswasser		Dagmersellen Mikrogasturbine (jährlich 955 MWh respektive -193 t CO ₂) Landquart Partnerschaft mit lokalem Abfallverwerter (Fernwärme)	



Abfallmenge

1,7 Millionen t (8,4%)

oder

2,9 kg pro t Produkt (-8,6%)

Das Abfallmanagement von Emmi folgt dem Leitsatz «vermeiden, vermindern, verwerten». Das bedeutet, dass unvermeidbare Abfälle in erster Priorität der Wiederverwertung zuzuführen sind beziehungsweise wieder in die Kreisläufe eingebracht werden sollen. Erst wo dies nicht möglich ist, erfolgt die Verwertung zu Energie – vorzugsweise in Biogasanlagen. Mit dem technologischen Fortschritt eröffnen sich laufend neue Möglichkeiten, um Reststoffe, die früher entsorgt wurden, gewinnbringend einzusetzen. So konnte die bei den Schweizer Emmi Betrieben anfallende Abfallmenge in den vergangenen fünf Jahren annähernd halbiert werden. Zu verdanken ist dies noch geringeren Produktverlusten und verstärkten Bemühungen in der Abfalltrennung sowie im Recycling.

Abfall zu vermeiden hat für Emmi verschiedene betriebswirtschaftliche Vorteile. Am augenfälligsten sind die eingesparten Entsorgungskosten. Gleichzeitig spart die Vermeidung von Verlusten im Produktionsprozess wertvolle Ressourcen.

Emmi ist sich bewusst, dass mit der zunehmenden Internationalisierung der Produktion zusätzliche Abfallthemen auf das Umweltmanagement von Emmi zukommen. Hier gilt es, die lokalen Gegebenheiten zu akzeptieren und pragmatisch Schweizer Erfolgskonzepte aus der Abfallbewirtschaftung zu adaptieren.



CO₂-Fracht

35 251 t (-2,5%)
oder
37,5 g pro t Produkt (-6,7%)

Emmi richtet ihre ökologischen Anstrengungen schwergewichtig auf die Erreichung der mit dem Bund abgeschlossenen CO₂-Zielvereinbarung aus.

In den ersten zwei Jahren der zweiten Verpflichtungsperiode, die 2013 bis 2020 umfasst, hat Emmi eine Vielzahl von Massnahmen umgesetzt und an den Bund berichtet:

- 2013: 20 Massnahmen mit einer Gesamtwirkung von 2436 MWh und einer CO₂-Reduktion von 423 Tonnen.
- 2014: 111 Massnahmen mit einer Gesamtwirkung von 4668 MWh und einer CO₂-Reduktion von 1117 Tonnen.

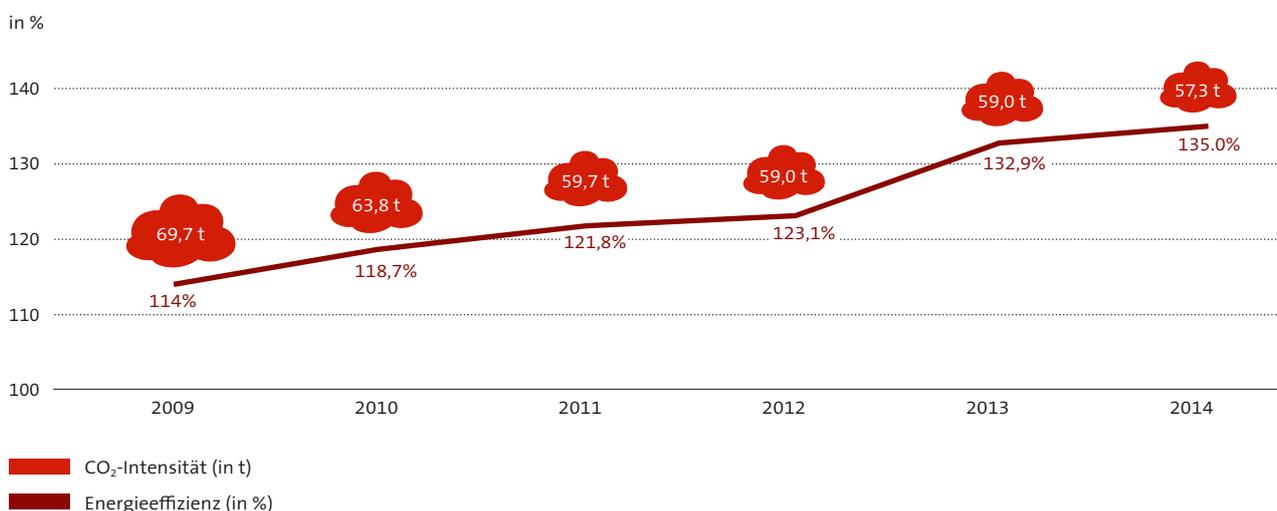
Dadurch erhöht Emmi die Energieeffizienz kontinuierlich, gleichzeitig sinkt die Belastung der Umwelt durch CO₂ (siehe Grafik unten). Weitere Massnahmen befinden sich in Umsetzung und Planung.

Ergänzend zum Umweltmanagement kümmert sich seit Anfang 2015 die Fokusgruppe «Treibhausgase reduzieren» um die CO₂-Bilanz von Emmi (siehe Seite 8). Vermehrt sollen dabei auch die internationalen Produktionsstandorte in den Blickwinkel rücken.

Gesamtenergieverbrauch von Emmi in der Schweiz

	2012	2013	2014
CO ₂ -Fracht total (1000 t CO ₂)	35,6	36,1	35,3
Massnahmenwirkung (1000 t CO ₂)	-24,7	-25,1	-26,3
CO ₂ -Fracht relativ (g CO ₂ /kg Milch)	40,5	40,2	37,5

Energieeffizienz und CO₂-Intensität von Emmi in der Schweiz



Nachhaltiger Unternehmenserfolg

Die Emmi Gruppe ist heute ein international agierendes Unternehmen mit mehreren Milliarden Schweizer Franken Umsatz. Und doch ist der Konzern noch tief in seinen Ursprüngen – nämlich der Zentralschweizer Milchwirtschaft – verwurzelt. Diese spezielle Konstellation macht Emmi anders – und nachhaltiger.

1907 gründeten 62 Genossenschaften den Zentralschweizerischen Milchverband Luzern. Dieser fasste 1919 durch den Kauf der Milch der Käseereigenossenschaft Neuhausen in der Gemeinde Emmen im Kanton Luzern Fuss. Dort wurde während zweier Jahrzehnte ein einziges Produkt hergestellt: Sbrinz. Erst nach dem Zweiten Weltkrieg, zu Beginn der 1950er-Jahre, hielten in Emmen erste betriebswirtschaftliche Gedanken Einzug, die Marke Emmi wurde kreiert. Die zunehmende Milchmenge wurde mit einem verwertungsorientierten Milchpulverbetrieb im nahe gelegenen Dagmersellen bewältigt.

Milchbauern und Kleinaktionäre

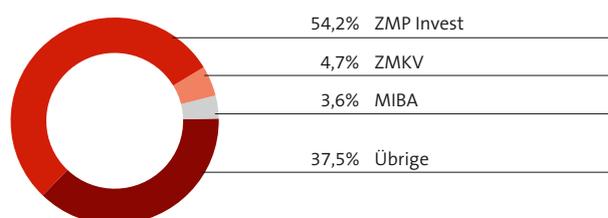
1993 wurde der eigentliche Grundstein des Unternehmens gelegt, indem die Aktivitäten des Zentralschweizerischen Milchverbands (heute Genossenschaft der Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP) von den kommerziellen Tätigkeiten getrennt wurden und die Emmi AG gegründet wurde.

Den Milchbauern war es aber wichtig, die Hoheit über ihre Milchverarbeiterin zu behalten. So ist die Mehrheitsbeteiligung an der Emmi AG noch heute Bestandteil der ZMP-Statuten. Aktuell hält die ZMP 54,2% der Emmi Aktien.

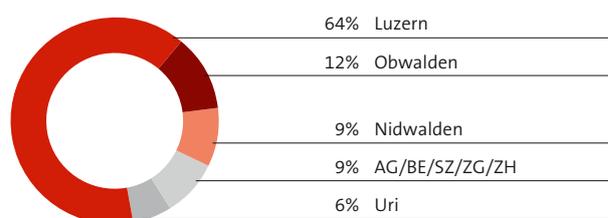
Seit 2004 werden die Aktien von Emmi an der Schweizer Börse gehandelt. Neben der ZMP sind der Zentralschweizerische Milchkäuferverband ZMKV in Willisau (4,7%) und der Milchverband der Nordwestschweiz MIBA in Basel (3,6%) seit vielen Jahren wichtige Aktionäre. Die Aktienmehrheit an Emmi befindet sich somit seit jeher in den Händen der Schweizer Milchbauern. Eine Absicht, daran in absehbarer Zeit etwas zu ändern, besteht bei keiner der beteiligten Parteien.

Zur Aktionärsgruppe aus der Milchbranche gesellen sich seit dem Börsengang verschiedene Pensionskassen, Fonds (rund 60), Banken (rund 35) und Stiftungen (rund 20). Der Grossteil (95%) der aktuell rund 6600 Emmi Aktionäre sind jedoch Privatpersonen, die weniger als 50 Aktien halten.

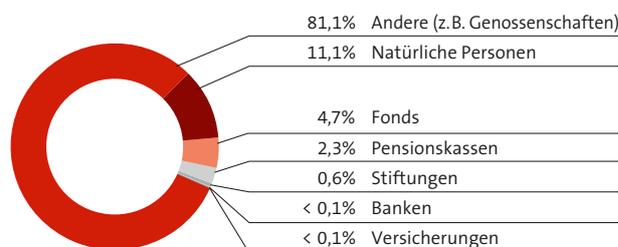
Aktionariat



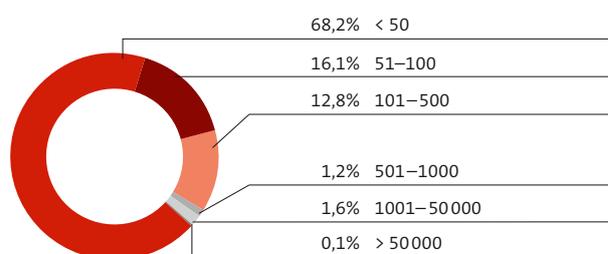
ZMP-Mitglieder nach Kantonen



Aktionäre nach Kategorien



Aktionäre nach Anzahl Aktien



International bestehen

Als grösste Milchverarbeiterin der Schweiz und weltweit tätiges Unternehmen mit über 5000 Mitarbeitenden hat Emmi eine grosse Verantwortung – insbesondere in der Schweiz, ihrem Heimmarkt und zentralen Produktionsstandort.

Emmi will eine zuverlässige Partnerin für rund 6500 Schweizer Milchbauern sein, zudem eine sichere Arbeitgeberin und ein Unternehmen, das sich für einen starken Produktionsstandort Schweiz einsetzt. Im wirtschaftlichen Umfeld, das durch hohen Konkurrenzdruck und eine schwierige Währungssituation geprägt wird, ist dies ein anspruchsvolles Unterfangen.

Strategische Stossrichtung bis 2020

Emmi will langfristig als unabhängiges Unternehmen in offenen Märkten erfolgreich sein. Seit 2009 verfolgt das Unternehmen die Strategie, sich zunehmend international auszurichten und mittelfristig 50% des Umsatzes in der Schweiz und 50% im Ausland zu erzielen.

Am 1. Januar 2014 hat Emmi eine neue Organisationsstruktur eingeführt, die der Wichtigkeit des Heimmarktes

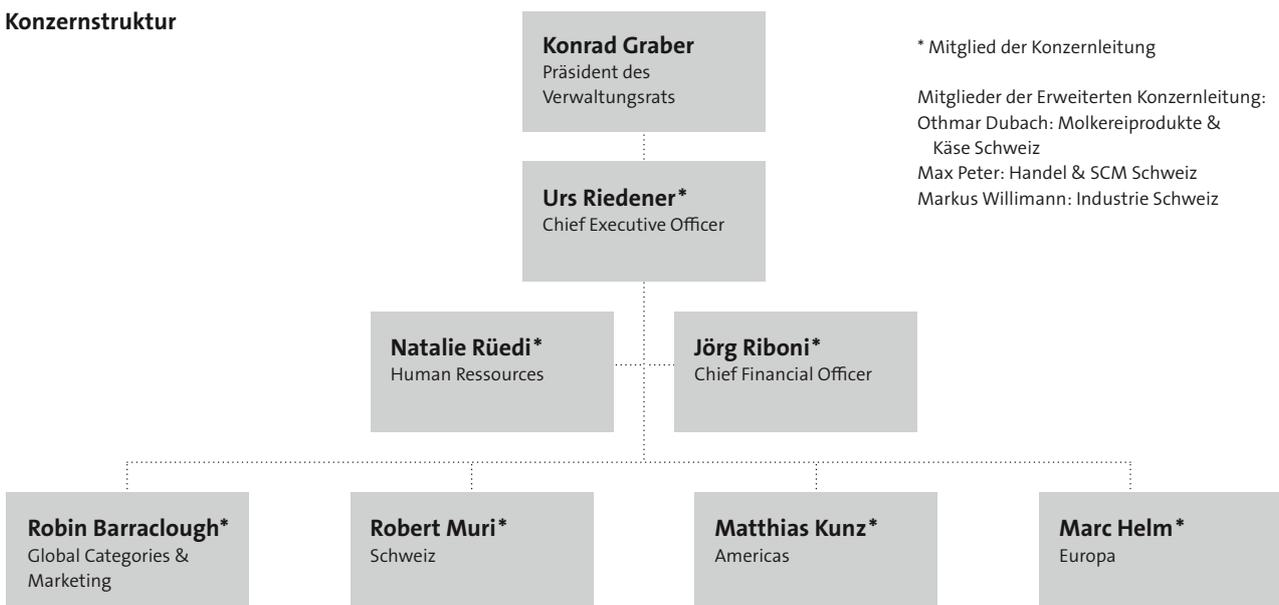
Schweiz, aber auch der zunehmenden Internationalisierung gleichermassen Rechnung trägt. In dieser Struktur wird klar zwischen Konzern- und Länderaufgaben unterschieden. Dazu wurden die vier Divisionen Schweiz, Europa, Americas und Global Trade geschaffen. Die Aufgabe des Konzerns ist es, die strategische Führung konsequent wahrzunehmen, die Tochtergesellschaften in finanzieller Sicht zu steuern und einen starken Einfluss auf die strategische Ausrichtung auszuüben.

Akquisitionsstrategie

Auf dem Akquisitionsradar sind Unternehmen oder Produkte mit führenden Positionen in einem spezifischen Markt oder einer Nische.

Potenzielle neue Mitglieder der Emmi Gruppe sind schwergewichtig im Kerngeschäft – also im Bereich Molkereiprodukte, Frischprodukte oder Käse – und in den Zielmärkten von Emmi tätig. Im Vordergrund stehen Markenprodukte oder Produktportfolios mit dem Potenzial, die Markenanteile deutlich zu steigern. In der Schweiz werden primär Synergien auf der Kostenseite angestrebt; im Ausland ist das Wachstumspotenzial relevant.

Konzernstruktur



Strategische Pfeiler

Emmi orientiert sich an drei strategischen Pfeilern:

- Stärkung der marktführenden Stellung in der Schweiz:
Der Heimmarkt ist gemessen am Umsatz die grösste der drei Regionen. Er wird als Markt und Produktionsstandort zentral bleiben.
- Wachstum im Ausland: Heute ist Emmi in 13 Ländern mit Tochtergesellschaften oder Beteiligungen präsent. Langfristig soll die Präsenz auf 15 bis 18 Märkte ausgeweitet werden.
- Konsequentes Kostenmanagement (Emmi Operational Excellence): Steigerungen der Produktivität und Verbesserungen der Effizienz sollen auch künftig jährliche Einsparungen von mehreren Millionen Schweizer Franken ermöglichen.

Emmi ist überzeugt, dass die organisatorischen Änderungen wesentlich dazu beitragen, ihre solide Position zu festigen. So kann Emmi sicherstellen, dass sie für ihre Eigentümer eine stabile, langfristige, lohnenswerte Investition sowie für Lieferanten, Mitarbeitende und Kunden eine zuverlässige Partnerin bleibt.

Geschäftsmodelle

Global Categories

Drinks, Käsespezialitäten, Desserts und Spoonable (mit dem Löffel essbare Produkte): Produkte mit überdurchschnittlichem Potenzial werden auf Konzernstufe betreut und so in allen Ländern mit Synergieeffekten stärker vermarktet.

Global Handelsmodell

Produkte, die Emmi in Ländern ohne Tochtergesellschaften verkauft, zum Beispiel im asiatischen Markt. Auch sie werden auf Konzernstufe betreut.

Lokales Modell

Produkte, die nur in einzelnen Ländern, dort aber sehr erfolgreich, verkauft werden. Hier sind die Regionen verantwortlich, die Produkte zu vermarkten.

Mitarbeitende gewinnen und halten

Emmi will als bevorzugte und erfolgreiche Arbeitgeberin wahrgenommen werden, die ihren Mitarbeitenden mit einer wertschätzenden Grundhaltung gegenübertritt. Um die Unternehmensziele erreichen zu können, benötigt Emmi leistungsfähige und ambitionierte Mitarbeitende.

Gewinnen

Als international agierendes Konsumgüterunternehmen braucht Emmi eine Vielfalt an fachlichen, persönlichen und sozialen Kompetenzen. Deshalb sind die Mitarbeitenden ein wichtiger Erfolgsfaktor. Entsprechend hoch ist für Emmi die strategische Bedeutung der Personalarbeit.

Berufseinstieg

Die Berufslehre ist der Königsweg, um an gut ausgebildete Nachwuchskräfte mit branchenspezifischen Fachkompetenzen zu gelangen. Derzeit beschäftigt Emmi in der Schweiz 88 Lernende. Der häufigste Lehrberuf bei Emmi ist Milchtechnologe. Diese Ausbildung ist die beste Grundlage, um sich innerhalb der Produktionsstruktur des Unternehmens weiterzuentwickeln. Weitere für den Erfolg von Emmi zentrale Lehrberufe sind Logistiker, Anlagenführer und Polymechniker.

Die Zahl der Lernenden in diesen Fokusberufen liegt klar unter dem zukünftigen Bedarf an Fachleuten in diesen Bereichen. Deshalb will Emmi den Anteil nach der Lehre weiterbeschäftigter Lehrabgänger bis 2020 auf 80% erhöhen. Auch sollen bis 2020 zusätzliche 30 Lehrstellen geschaffen werden. Um diese mit geeigneten Personen besetzen zu können, muss die Attraktivität der Berufslehre gestärkt werden. Denn: Obwohl das duale Berufsbildungssystem der Schweiz nachweislich ein Erfolgsmodell darstellt, sind Lehrstellen immer schwieriger zu besetzen.

Um ihre Lehrstellen noch attraktiver zu machen, geht Emmi unkonventionelle Wege. Beispielsweise werden Lernende in technischen Berufen teilweise in Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen ausgebildet. Auch sollen Lernende inskünftig vermehrt von der Internationalität von Emmi profitieren können; sei es während oder gleich nach ihrer Ausbildung (siehe Projekt «Junge Berufsleute im Ausland» auf Seite 12).

Selbstverständlich hat Emmi auch Bedarf an Mitarbeitenden mit akademischer Ausbildung. Deshalb bietet Emmi seit 2011 mit Trainee-Programmen auch für Hochschulabsolventen einen interessanten Berufseinstieg. Gefragt sind Kompetenzen aus den Lebensmittel- und Wirtschaftswissenschaften. Während zwei Jahren lernen die Trainees, ihr Hochschulwissen mit praktischem Wissen wechselnder Bereiche zu verknüpfen. Oberstes Ziel ist es, die Trainees auch nach Abschluss des Ausbildungsprogramms im Unternehmen zu behalten.

Lehrstellen bei Emmi in der Schweiz

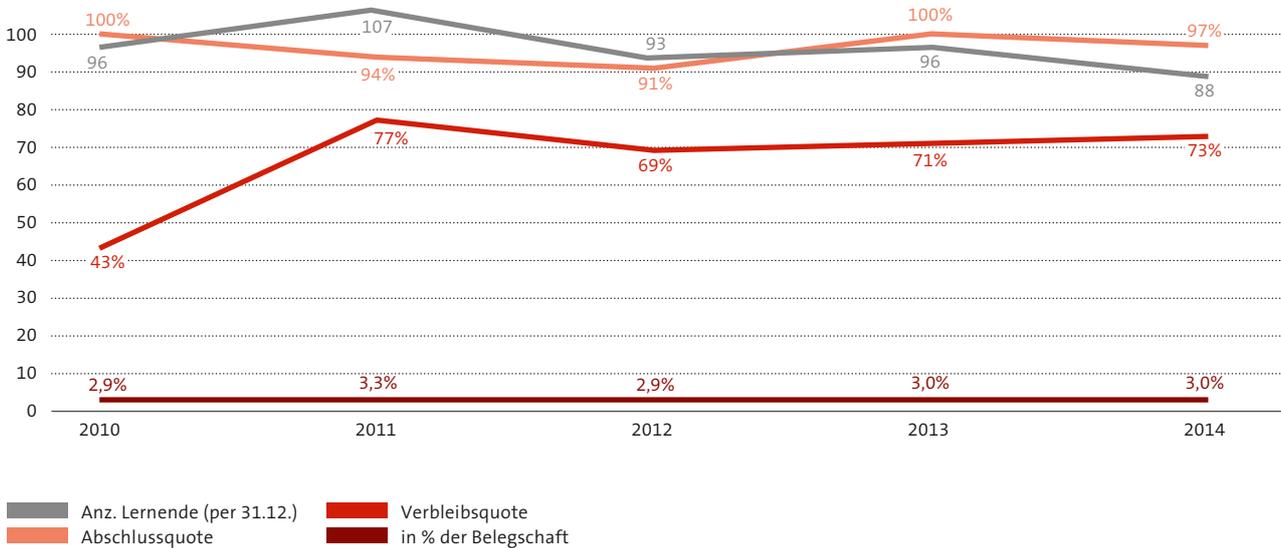
Lehrberuf	Anzahl Lernende	in %
Milchtechnologe/-technologin	33	38
Logistiker/-in	18	21
Kaufmann/-frau	14	16
Anlagenführer/-in	12	14
Polymechniker/-in	4	4
Informatiker/-in	3	3
Milchpraktiker/-in	2	2
Strassentransportfachmann/-frau	1	1
Laborant/-in	1	1

Emmi geht in die Schule

Emmi bildet junge Leute in zwölf Berufen aus. Die Lehrstellenbesetzung – vor allem in gewissen Berufen – wird zunehmend schwieriger. Deshalb hat sich die HR-Verantwortliche des Standorts Kirchberg etwas einfallen lassen, was auch anderen als Vorbild dienen kann: Lernende bringen Emmi ins Schulzimmer und stellen ihren Beruf den Schülern vor der Berufswahl hautnah vor. Beim Projekt «Berufswelt trifft Schule» haben die Lernenden von der Idee über das Drehbuch bis zur Umsetzung massgeblich mitgearbeitet. Das Resultat ist ein spannendes Rollenspiel, das den Achtklässlern einen realistischen Einblick in den Berufsalltag bei Emmi gibt.

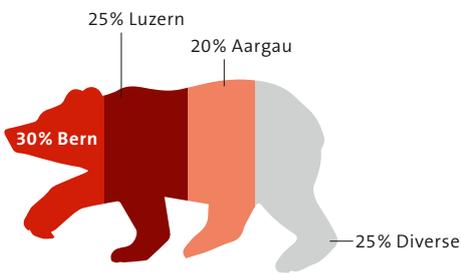
Die Gründe für die Probleme bei der Lehrlingssuche sind vielfältig: Entweder kommen zu wenige oder keine geeigneten Bewerbungen herein. Gerade in den Berufen Milchtechnologe, Anlagenführer, Polymechaniker und Logistiker läuft die Lehrstellenbesetzung oft harzig. Dies hat auch damit zu tun, dass die Berufsbilder wenig bekannt sind oder falsche Vorstellungen kursieren. Die Antwort auf diese Situation: Je früher man die jungen, interessierten und ambitionierten Menschen vor der Berufswahl abholen und ihnen die tollen Möglichkeiten zeigen kann, welche ein Lehrbetrieb wie Emmi bietet, desto eher steigen die Chancen auf mehr und bessere Bewerbungen.

Kennzahlen zu den Lernenden von Emmi in der Schweiz

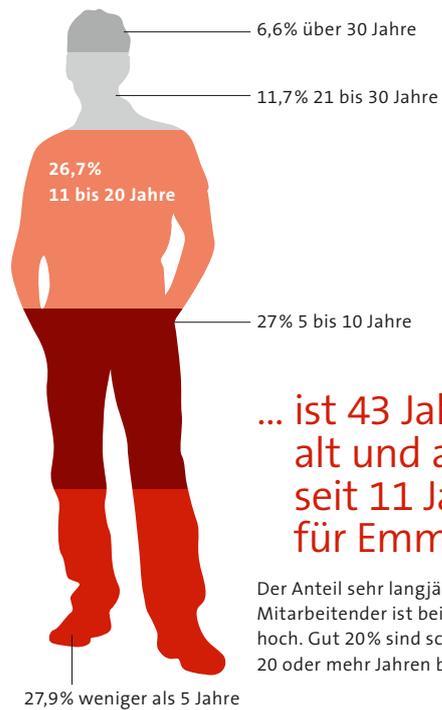


Der typische Emmianer in der Schweiz ...

... hat seinen Arbeitsplatz im Kanton Bern.



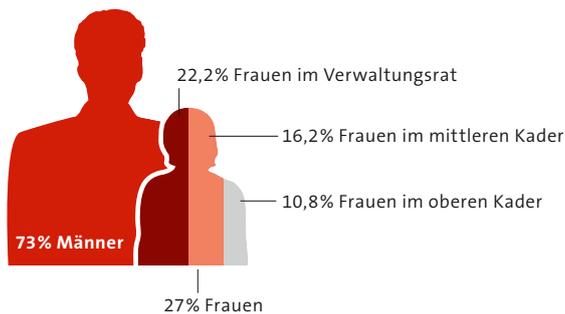
Die restlichen 2100 Mitarbeitenden verteilen sich in der Schweiz auf 13 Kantone – von Basel-Landschaft bis Zürich.



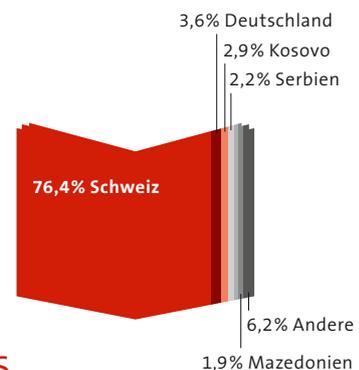
... ist 43 Jahre alt und arbeitet seit 11 Jahren für Emmi.

Der Anteil sehr langjähriger Mitarbeitender ist bei Emmi sehr hoch. Gut 20% sind schon seit 20 oder mehr Jahren bei Emmi.

... ist ein Mann.



Wobei der Frauenanteil im mittleren Kader in den letzten Jahren signifikant gestiegen ist.



... besitzt einen Schweizer Pass.

Insgesamt arbeiten bei Emmi in der Schweiz jedoch Mitarbeitende mit rund 60 verschiedenen Nationalitäten.

Halten

Die HR-Mission von Emmi erklärt den langfristigen Erhalt der Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zum obersten Ziel. Um dieses Ziel zu erreichen, legt die Personalarbeit den Fokus auf eine professionelle Führung, klare Zielsetzungen, ein umfassendes Kompetenzen-Management und ein Arbeitsumfeld, das die Erbringung von Leistung fördert.

Zufriedenheit

Eine Vielzahl von Faktoren beeinflusst die Arbeitszufriedenheit. Dazu gehören die effektive Arbeitstätigkeit, die Gestaltung der Arbeitsinhalte, die Mitwirkungsmöglichkeiten, die Zusammenarbeit mit dem Team und dem Vorgesetzten, die Entwicklungsmöglichkeiten, das Arbeitsklima, aber auch die Anstellungs- und Arbeitsbedingungen.

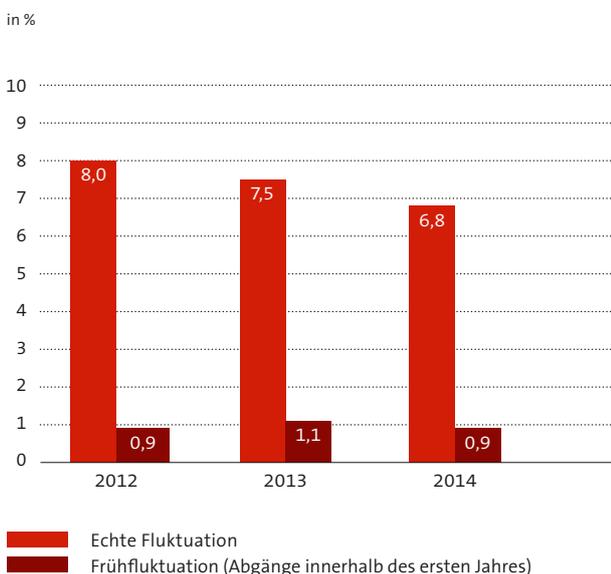
Einen groben Eindruck von der Mitarbeiterzufriedenheit gibt die Fluktuationsrate. Sie lag 2014 über alle Emmi Betriebe in der Schweiz bei durchschnittlich 6,8%. Obwohl eine gewisse Bewegung in der Belegschaft durchaus sinnvoll sein kann, schenkt Emmi den Kündigungsgründen grosse Aufmerksamkeit. Austritten von Schlüsselpersonen oder aussichtsreichen Nachwuchsführungskräften

soll noch gezielter entgegengewirkt werden. Dabei stehen Förderungsprogramme und Massnahmen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben im Zentrum der Bemühungen. Dazu zählt einerseits Teilzeitarbeit generell und andererseits die Schaffung von attraktiven Arbeitsplätzen für Mütter im Speziellen.

Gesundheit und Sicherheit

Verantwortung für die Gesundheit und Unversehrtheit der Mitarbeitenden tragen die Führungskräfte. Unterstützt werden sie bei Emmi durch die Personalabteilung und das Sicherheitsmanagement. Das betriebliche Gesundheitsmanagement orientiert sich an einem 4-Säulen-Modell. Eine der Säulen bildet die Gesundheitsför-

Fluktuation von Emmi in der Schweiz



Kennzahlen zum Thema Mutterschaft bei Emmi in der Schweiz

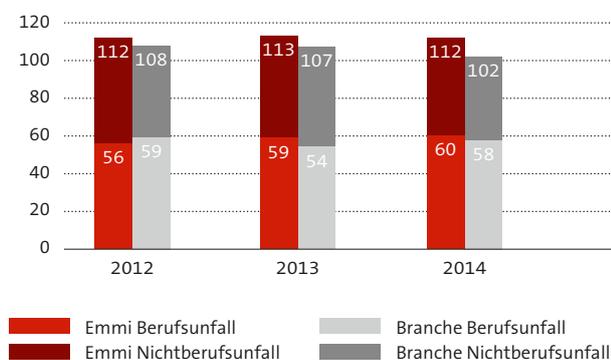
	2012	2013	2014
Anzahl Mutterschaftsurlaube	20	28	23
Anzahl Weiterbeschäftigte nach Mutterschaftsurlaub	13	17	15
Weiterbeschäftigung nach Mutterschaftsurlaub	65%	61%	65%
Anstellungsgrad nach Mutterschaftsurlaub < 50%	23%	47%	47%
Anstellungsgrad nach Mutterschaftsurlaub zwischen 50% und 80%	39%	24%	20%
Anstellungsgrad nach Mutterschaftsurlaub ≥ 80%	39%	29%	33%

derung, in der das Verhalten, aber auch die Verhältnisse optimiert werden sollen. Die weiteren Säulen sind drei unterschiedliche Stufen der Präventionsarbeit, die alle Risikofaktoren rund um die Mitarbeitenden umfassen, von der Arbeitssicherheit bis hin zu Problemen im persönlichen Umfeld. Wo der Ausfall eines Mitarbeitenden nicht verhindert werden kann, setzt das Case Management ein. Eine bewährte Massnahme, um Mitarbeitende wieder in den Arbeitsprozess zu integrieren, sind Schonarbeitsplätze. Diese stehen an den grösseren Standorten von Emmi zur Verfügung und zeichnen sich durch Vorteile hinsichtlich Ergonomie, zeitlicher Flexibilität oder Leistungsdruck aus. Der Fokus liegt dabei auf den Arbeitsplätzen mit physischen Belastungen und entsprechenden Gefahren, wie in der Produktion und Logistik.

Das Arbeiten in einem Produktionsbetrieb birgt Gefahren unterschiedlichster Art. Sicherheitsmanagement und Notfallorganisation kümmern sich um die Infrastruktur, um die kontinuierliche Funktionsfähigkeit des Betriebs sicherstellen zu können, aber auch um Leib und Leben der Mitarbeitenden. Die grösste Aufmerksamkeit widmen die Sicherheitsexperten der Unfall- und Schadensverhütung im Arbeitsalltag. So wird beispielsweise in der Reinigung mit Chemikalien gearbeitet, oder es müssen schwere Gegenstände bewegt werden – ein Emmentaler-Laib wiegt 100 Kilo. Deshalb hat Emmi 2014 der Ergonomiekontrolle besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Suva-Vergleich der Unfallzahlen in der Schweiz

Fälle pro 1000 Vollbeschäftigte



Schichtarbeit nicht auf die leichte Schulter nehmen

Aus einer 24-Stunden-Gesellschaft ist Schichtarbeit nicht mehr wegzudenken. Auch in den grösseren Betrieben von Emmi wird in der Nacht gearbeitet. Schichtarbeit belastet, weil die meisten Körperfunktionen einem tagesperiodischen Wechsel unterliegen. Wer Schicht arbeitet, muss nicht nur zeitverschoben arbeiten, sondern auch entsprechend essen und schlafen. Dieser Problematik ist sich Emmi bewusst. Deshalb wurde bei der Umstellung der Schichtarbeit in der Logistik in Emmen (von Dauernachtarbeit auf Dreischichtarbeit) im Oktober 2014 Wert darauf gelegt, die Mitarbeitenden bei der Umstellung zu unterstützen. Von der Klinik für Schlafmedizin in Bad Zurzach erhielten sie Informationen über den Schlaf-Wach-Rhythmus und die Möglichkeiten, diesen aktiv zu beeinflussen. Zudem erfuhren sie von einer Ernährungsberaterin, dass bei Schichtarbeit idealerweise täglich drei kleine und drei grosse Mahlzeiten eingeplant werden sollten und wie diese zusammengestellt werden können, um leistungsfähig und gesund zu bleiben.

Viele Mitarbeitende in den Produktionsbetrieben schätzen die Möglichkeit, in der Nacht zu arbeiten. Einerseits ist es dann im Betrieb viel ruhiger, weil weniger Maschinen laufen. Andererseits hat man tagsüber Zeit für die Familie. Unter diesen Voraussetzungen ist Schichtarbeit zumutbar. Denn: Schlafmediziner haben herausgefunden, dass oft die persönliche Einstellung und das Verhalten nahestehender Personen entscheidend ist, ob jemand Schichtarbeit leisten kann oder nicht.

Emmi sucht ständig nach Möglichkeiten, um den Nachteilen der Schichtarbeit zu begegnen. Weil die Lichtverhältnisse einen grossen Einfluss auf Gesundheit, Zufriedenheit und innere Uhr haben, werden in Emmen derzeit Möglichkeiten geprüft, um eine neue, intelligente LED-Beleuchtung zu installieren.

Gegen zwickende Rücken und schmerzende Ellbogen

Wer bei Emmi arbeitet, muss anpacken. Richtig heben und tragen, Dauerbelastungen vermeiden und viel Abwechslung sind bei körperlicher Arbeit die Rezepte, um die Gesundheit zu erhalten. Mit der professionellen Unterstützung eines Physiotherapeuten wurden am Standort Emmen die Arbeitsplätze und die Bewegungen der Mitarbeitenden untersucht. Das Ziel: gesund bleiben und damit Langzeitabsenzen vermeiden.

Schauplatz Rohstoff-Mischerei: In der Hochsaison messen die Mitarbeitenden hier gut und gerne bis zu 700 Kilogramm Zutaten pro Tag ab – von Hand. Immer dieselbe Bewegung, Stunde für Stunde. Dauerbelastungen und monotone Bewegungsabläufe können zum Problem werden.

Um die Langzeitabsenzen – krankheitsbedingte Ausfälle von mehr als 30 Tagen – zu senken, hat Emmi einen Physiotherapeuten hinzugezogen. Dieser beobachtet die Mitarbeitenden an neurologischen Arbeitsplätzen, spricht mit ihnen und zieht am Ende Bilanz. Er gibt konkrete Tipps und Hinweise an die Mitarbeitenden und übt wichtige Änderungen in deren Arbeitsabläufen gleich mit ihnen ein.

Oft sind es einfache Mittel, die viel bewirken können: Ein Holzklötzchen, um den Fuss abzustellen, kann den Rücken bedeutend entlasten. Statt nur mit der rechten Hand die Rohstoffe abzuwiegen, kann auch die linke Hand eingesetzt werden. Was zuerst ungewohnt ist, führt zu einer Abwechslung, die Rücken, Nacken und Gelenke schont.

Gezielte Schulungen für die Mitarbeitenden helfen, sich im Alltag besser zu bewegen. Damit zwickende Rücken, schmerzende Ellbogen oder stechender Kopfschmerz keine Chance haben.

Vielfältige Arbeitszeitmodelle dienen allen

Arbeiten, wie es die Väter und Grossväter getan haben – jeden Tag, von früh bis spät, mindestens 42 Stunden pro Woche – ist für immer weniger Leute der ideale Weg. Gefragt sind neue Modelle, um Beruf und Privatleben zu vereinbaren. Entsprechend hat Emmi 2013 in ihren allgemeinen Anstellungsbedingungen einen neuen Grundsatz aufgenommen, der diesen Bedürfnissen nachkommt. Möglich sind beispielsweise zeitversetztes Arbeiten, Arbeiten an verschiedenen Standorten, Arbeiten von zu Hause («work at home»), Gleitarbeitszeit, Jobsharing oder – das bekannteste Modell – auch Teilzeitarbeit.

2014 waren gut 10% aller Emmi Mitarbeitenden in einem Teilzeitpensum tätig, 90% davon waren Frauen. Der Anteil der Männer in Teilzeitpensum nimmt leicht zu. Die veränderten Geschlechterrollen mögen der Auslöser für die Suche nach neuen Arbeitszeitmodellen gewesen sein. Inzwischen ist die Liste der guten Gründe gewachsen, und die Begründungen gehen über die Familienplanung hinaus. Sei es, dass jemand neben seinem Beruf ehrenamtlich tätig ist, sich weiterbildet, einem zweiten Beruf nachgeht oder einfach mehr Zeit für sich und seine persönlichen Bedürfnisse möchte.

Emmi glaubt, dass individuelle Lösungen, abgestimmt auf das Team, den Königsweg bilden. Die HR-Leitung plädiert dafür, Neues auszuprobieren. Die Erfahrung zeigt: In neun von zehn Fällen funktionieren die Teams mühelos weiter, auch wenn Mitarbeitende reduziert oder von zu Hause aus arbeiten. Dies gilt für viele Bereiche und vor allem über alle Hierarchiestufen. So sind bei Emmi in der Schweiz Teilzeitpensum – meistens im Bereich von 80% bis 90% – bis in die hohen Kaderstufen und sogar in der Konzernleitung zu finden. Auch die Produktionsbetriebe können von dieser Flexibilität profitieren.

Über diesen Nachhaltigkeitsbericht

Zweck dieses Berichts

Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht verfolgt Emmi zwei Ziele: Erstens soll er die Entwicklungen aufzeigen, welche das Unternehmen in Nachhaltigkeitsbelangen in den letzten zwei Jahren durchlaufen hat. Grundlegende Informationen wurden – zwecks Leserfreundlichkeit – in diesem Bericht weggelassen. Sie sind in den ersten beiden Nachhaltigkeitsberichten ausführlich erläutert und haben nach wie vor Gültigkeit. Zweites Ziel dieses Nachhaltigkeitsberichts ist es, den Leserinnen und Lesern anhand konkreter Beispiele Einblick in das Unternehmen Emmi zu geben.

Struktur

Der dritte Nachhaltigkeitsbericht von Emmi setzt sich aus zwei separaten Dokumenten zusammen: dem eigentlichen Bericht und einem separaten GRI-Index.

Der GRI-Index dient der Rechenschaftslegung und zeigt, wodurch und in welchem Umfang Emmi die einzelnen Indikatoren gemäss GRI erfüllt.

Der vorliegende Bericht stellt eine Aktualisierung des zweiten, 2013 publizierten Nachhaltigkeitsberichts dar. Für weiterführende Informationen wird hiermit explizit auf diesen Bericht verwiesen.

Auch in diesem Bericht liegt der Fokus auf den konkreten, in den letzten zwei Jahren umgesetzten Beispielen entlang der Emmi Wertschöpfungskette.

Standard

Dieser Nachhaltigkeitsbericht berücksichtigt die Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI, Version G3). Die im GRI-Index aufgeführten Informationen erfüllen nach der Absicht von Emmi mindestens die Anforderungen des GRI-Reporting-Level C. Nachdem die ersten beiden Nachhaltigkeitsberichte von Emmi nachweislich die Anforderungen von GRI an einen Bericht auf C-Level erfüllt haben (C+), wurde bei diesem dritten Bericht auf eine externe Validierung verzichtet.

Verweise

Alle drei bisher von Emmi publizierten Nachhaltigkeitsberichte sind inklusive GRI-Indizes elektronisch verfügbar und auf der Website von Emmi zu finden: www.emmi.com.

Auf Verweise wird im eigentlichen Bericht aus Platzgründen verzichtet. Hingegen sind Hinweise auf weiterführende Informationen im separaten GRI-Index aufgeführt. Alle erwähnten Dokumente stehen online zur Verfügung.

Berichtsgrenzen

Die Angaben in diesem Nachhaltigkeitsbericht beziehen sich zum weitaus grössten Teil auf die Aktivitäten von Emmi in der Schweiz. Das bedeutet, dass damit rund 65% des Umsatzes (Schweizer Produkte für den Heimmarkt und den Export) und knapp 60% der Mitarbeitenden abgedeckt werden. Eine bessere Abdeckung ist aus Sicht von Emmi anstrebenswert. Ziel ist es, im Emmi Nachhaltigkeitsbericht 4 wesentliche ausländische Produktionsbetriebe einbeziehen zu können.

Kennzahlen zur Ökologie

Für die Berechnung der ökologischen Kennzahlen richtet sich Emmi nach den entsprechenden behördlichen Vorgaben (v.a. BAFU, EnAW). Die für die ökologischen Kennzahlen ausgewerteten Standorte in der Schweiz sind:

Lataria Engiadinaisa SA Bever, Molkerei Biedermann Bischofszell, Fromagerie de Courgenay, Dagmersellen, Develier, Emmen, Regiomolkerei beider Basel Frenkendorf, Gossau, Käserei Studer Hatswil, Kaltbach, Kirchberg, Koppigen, Landquart, Langnau, Luzern, Ostermundigen, Fromco Moudon, Rain, Fromagerie de Saignelégier, Sarnen, Schlierbach, Emmi Frisch-Service Schlieren, St. Imier, Appenzeller Schaukäserei Stein, Mittelland Molkerei Suhr, Wittenbach, Baumann Käse Zollikofen, Zollikofen (Logistik).

In den CO₂-Kennzahlen 2012 waren folgende drei Standorte noch nicht enthalten: Regiomolkerei beider Basel Frenkendorf, Käserei Studer Hatswil, Käserei St. Niklaus Koppigen.

Änderungen im Konsolidierungskreis

- 2012 keine
- 2013 – Nutrifrais, Plan-les-Quates, (Verkauf)
- 2014 + Käserei Studer, Hatswil (Akquisition)
+ Käserei St. Niklaus, Koppigen (Akquisition)
– Lager, Thun (Standortschliessung)

Details über die Veränderungen im Konsolidierungskreis des gesamten Konzerns sind den Geschäftsberichten der Jahre 2014 (Seiten 75–78, 84), 2013 (Seiten 76–79, 85) und 2012 (Seiten 76–79, 85) zu entnehmen.



Emmi
Landenbergstrasse 1
CH-6002 Luzern
Telefon +41 58 227 27 27
nachhaltigkeit@emmi.com

Impressum

Dieser Bericht sowie weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit stehen Ihnen auf der Webseite von Emmi (www.emmi.com) zur Verfügung. Fragen und Bestellungen können direkt bei der Emmi Konzernkommunikation (+41 58 227 50 66) oder über nachhaltigkeit@emmi.com platziert werden.

Sprachen

Dieser Bericht erscheint in deutscher und englischer Sprache und ist auf Anfrage auch gedruckt erhältlich.

Verantwortlich für den Inhalt

Emmi Konzernkommunikation

Konzeption, Redaktion und Gestaltung

Emmi Konzernkommunikation, Luzern
(Redaktion)
Weissgrund AG, Zürich (Konzeption,
Gestaltung und Abschlussredaktion)

Fotografie

Alexander Sauer: Seiten 10, 11,
18, 21, 23, 24 und 26
Fabian Biasio: Seiten 3 und 12
Kreativ Film Team: Seite 9
iStock: Seite 27

Übersetzung und Korrektorat

CLS Communication AG, Basel

Druck

Heller Druck AG, Cham

Luzern, August 2015