

Coca-Cola®

Nachhaltigkeitsbericht 2015
Coca-Cola Deutschland

Über diesen Bericht

Coca-Cola Deutschland legt seine Nachhaltigkeitsstrategie und seine -aktivitäten bereits zum vierten Mal in einem nach den Leitlinien der GRI erstellten Bericht offen. Der Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2015 erläutert, wie Coca-Cola Deutschland unternehmerische Verantwortung versteht, welche Ziele sich das Unternehmen setzt und die Maßnahmen, mit denen diese umgesetzt werden. Der Coca-Cola Nachhaltigkeitsbericht erscheint seit 2009 alle zwei Jahre, in den Zwischenjahren wurden Updates veröffentlicht.

Der Bericht folgt der Option ›Comprehensive‹ der Global Reporting Initiative (GRI) und richtet sich insbesondere an die Kunden und Verbraucher der Coca-Cola GmbH und der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG. Ebenso wollen die Unternehmen ihre Mitarbeiter, Stakeholder aus Politik und Wissenschaft, Nichtregierungsorganisationen, Journalisten und die interessierte Fachöffentlichkeit erreichen. Der Bericht soll zu einem Dialog über das Engagement von Coca-Cola in Deutschland anregen.

Vollständiger Bericht als PDF – gedruckte Version als Auszug

Der vollständige Nachhaltigkeitsbericht ist unter www.coca-cola-deutschland.de/nachhaltigkeit nur als PDF abrufbar. In ihm finden Sie unter anderem eine kompakte Übersicht über die wichtigsten Kennzahlen im Bereich Nachhaltigkeit von 2013 bis 2015 (Anhang: S. 7–15), das Kapitel Corporate Governance (Anhang:

S. 3–6), den GRI-G4-Content-Index (Anhang: S. 17–36), eine Bestätigung des neuen GRI-›Materiality Disclosures‹-Checks (Anhang: S. 38ff.) sowie die Bescheinigung über die Prüfung ausgewählter Informationen zur Erlangung begrenzter Sicherheit durch die Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mbH. Diese Informationen fehlen in der gedruckten Version. Geprüfte Inhalte sind mit [...] ✓ gekennzeichnet. Die Entsprechenserklärungen zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex für die Jahre 2011 bis 2015 finden Sie online unter www.coca-cola-deutschland.de/nachhaltigkeit.

Gültigkeit

Der Nachhaltigkeitsbericht 2015 umfasst den Zeitraum vom 1.1. bis 31.12.2015. Er gilt für die beiden eigenständigen Unternehmen Coca-Cola GmbH und Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG und bezieht alle Standorte sowie die Verwaltung innerhalb Deutschlands mit ein. Zum 1.1.2016 wurde die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG in die Coca-Cola Erfrischungsgetränke GmbH umgewandelt, zum 22.8.2016 änderte sich die Firmenbezeichnung in Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH.

Der Nachhaltigkeitsbericht wird nur in deutscher Sprache veröffentlicht, zur besseren Lesbarkeit wird nur die männliche Sprachform verwendet. Gleichwohl werden damit beide Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

G4-18, G4-22, G4-28, G4-29, G4-30, G4-32, G4-33

Inhaltsverzeichnis

- 4 Vorwort der Geschäftsführung
- 5 Coca-Cola in Deutschland
- 6 Unsere Strategie
- 8 Stakeholder-Kommunikation und Materialität
- 12 Unser Ansatz: Ganzheitlich. Nachhaltig. Innovativ.

14 Me – Individuelles Wohlbefinden stärken

- 16 Produktverantwortung
- 18 Aktiver Lebensstil

20 We – Gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern

- 22 Arbeitsplatz
- 25 Gemeinwesen
- 27 Eine Auswahl unserer Mitgliedschaften

28 World – Die Umwelt schützen

- 30 Wasser
- 32 Klimaschutz
- 35 Verpackung

-
- 38 Kontakt
 - 39 Impressum

Anhang

- 3 Corporate Governance
- 7 Kennzahlen 2013–2015
- 17 GRI-G4-Content-Index
- 37 Externe Prüfungen des Nachhaltigkeitsberichts

Vorwort der Geschäftsführung

Bianca Bourbon

Geschäftsführerin
Coca-Cola GmbH



Coca-Cola ist den Menschen auf der ganzen Welt vertraut. Deshalb haben wir eine besondere Verantwortung, nicht nur im Kerngeschäft nachhaltig zu handeln und hier Akzente für die ganze Branche zu setzen, sondern auch die Kraft unserer Marken zu nutzen, um gesellschaftlich wichtige Anliegen zu befördern.

Nachhaltigkeit zieht sich inzwischen als roter Faden durch alle Unternehmensbereiche. Als größter deutscher Getränkehersteller wollen und müssen wir hier Zeichen setzen. Wir befinden uns auf einer Reise, bei der jeder Fortschritt zählt. Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Partnern und Verbrauchern stellen wir uns dieser Herausforderung.

Frank Molthan

Vorsitzender der
Geschäftsführung der
Coca-Cola European Partners
Deutschland GmbH

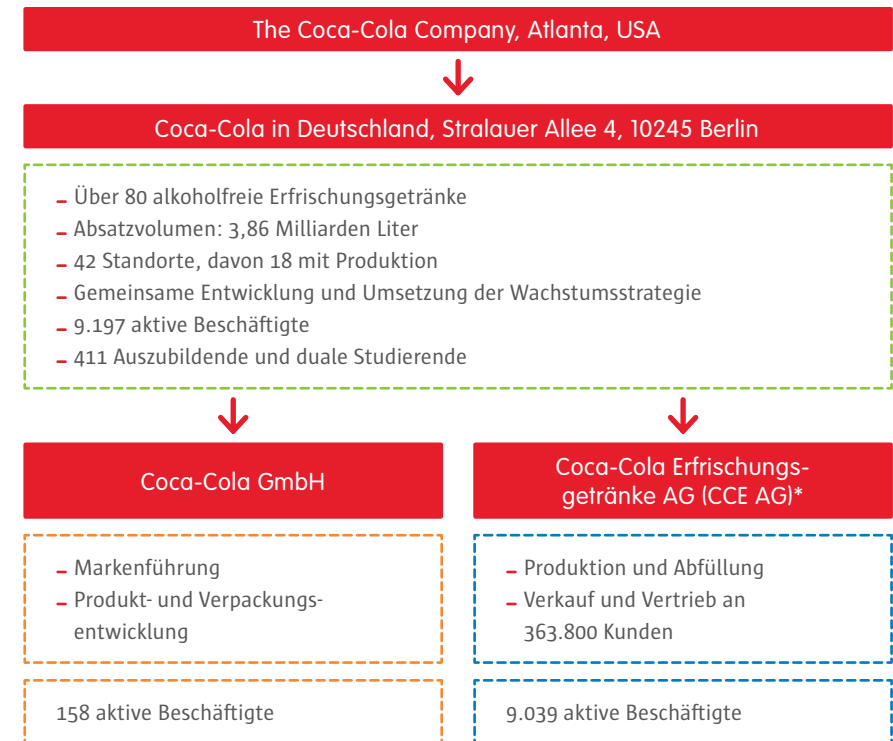


G4-1, G4-2, G4-56

Coca-Cola in Deutschland

Coca-Cola steht weltweit für Lebensfreude und Optimismus, sowohl mit seinen Marken als auch mit seinen Aktivitäten. In Deutschland können wir unseren Kunden und Verbrauchern seit mittlerweile 86 Jahren eine wachsende Vielfalt unterschiedlicher alkoholfreier Erfrischungsgetränke anbieten. Coca-Cola

in Deutschland – das waren bislang die beiden eigenständigen Unternehmen Coca-Cola GmbH und Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG. Zum 1.1.2016 wurde die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG in die Coca-Cola Erfrischungsgetränke GmbH umgewandelt.



*Seit dem 1.1.2016 Coca-Cola Erfrischungsgetränke GmbH, die zum 1.6.2016 mit den Unternehmen Coca-Cola Enterprises und Iberian Partners fusioniert wurde zu Coca-Cola European Partners mit Sitz in London. Das Unternehmen füllt zukünftig Getränke für 300 Millionen Konsumenten in 13 Ländern ab.

G4-4, G4-5, G4-7, G4-9, G4-13, G4-17, G4-34, G4-35, G4-36, G4-38, G4-39, G4-42

Unsere Strategie

Als einer der größten Hersteller alkoholfreier Getränke weltweit sieht sich The Coca-Cola Company in der Pflicht, gemeinsam mit ihren internationalen Abfüllpartnern den wichtigsten Herausforderungen der Branche aktiv zu begegnen. Zu diesem Zweck hat Coca-Cola 2012 seine übergreifende Strategie adjustiert, an der sich die jeweiligen Nachhaltigkeitsaktivitäten der inter-

nationalen und nationalen Partner ausrichten. Unter dem Credo ›Me, We, World‹ strukturieren wir die Handlungsschwerpunkte im Bereich Nachhaltigkeit auch in Deutschland. Im Mittelpunkt stehen die Anliegen, das individuelle Wohlbefinden zu stärken (Me), den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern (We) und die Umwelt zu schützen (World).

Gesellschaftliche Herausforderungen in Deutschland

Unausgewogene Ernährung in Verbindung mit zu wenig Bewegung
Nachfrage nach transparenten Produktinformationen



Produktverantwortung
Aktiver Lebensstil

Zunehmender Mangel an qualifizierten Fach- und Arbeitskräften
Bedarf an Bewegungsangeboten, Jugendförderung und Umweltbildung



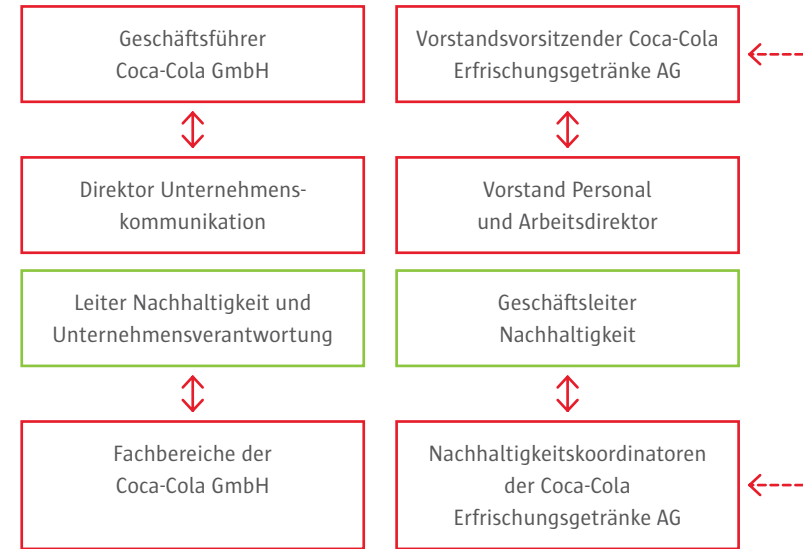
Arbeitsplatz
Gemeinwesen

Klimawandel
Wasserhaushalt
Ressourcenverbrauch



Klimaschutz
Wasser
Verpackung

Handlungsschwerpunkte zur Nachhaltigkeit



Klare Verantwortlichkeiten

Mit der Verabschiedung der Sustainability Development Goals der Vereinten Nationen 2015 orientieren sich nun auch verstärkt unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten daran.

Unsere Nachhaltigkeitsorganisation
Nachhaltigkeit ist bei Coca-Cola ein integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie und -kultur. Wesentlich für die erfolgreiche Verankerung von Nachhaltigkeit in allen Prozessen des Kerngeschäfts ist für uns eine schlanke Organisationsstruktur mit klaren Verantwortlichkeiten. Ebenso macht sich die Integration von Nachhaltigkeitsthemen in bewährte Steuerungselemente wie z. B. die Sustainability Scorecard, Businesspläne und Zertifizierungen bezahlt.

Steuerung
Uwe Kleinert leitet die Abteilung Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung bei der Coca-Cola GmbH. In der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG zeichnet Axel Bachmann für alle Nachhaltigkeitsaktivitäten verantwortlich. Beide berichten direkt an die jeweilige Unternehmensführung. Die Nachhaltigkeitsverantwortlichen bei Coca-Cola Deutschland arbeiten eng zusammen und stehen im Austausch mit ihren europäischen Kollegen.

G4-1, G4-2, G4-14, G4-34, G4-35, G4-36, G4-38, G4-39, G4-42, G4-43, G4-48, G4-56, G4-DMA, G4-LA12, G4-S01

Stakeholder-Kommunikation und Materialität

[Um Nachhaltigkeit in der Gesellschaft voranzubringen, setzen wir vor allem auf Dialog und Kooperationen. Wir teilen unsere Erfahrungen und bauen gemeinsam mit unseren Partnern Netzwerke auf. So lernen wir voneinander und finden innovative Lösungen für Nachhaltigkeits Herausforderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette unserer Produkte – und darüber hinaus.

Das Wissen und die Meinungen unserer Stakeholder, insbesondere die Ergebnisse der regelmäßigen Materialitätsanalysen, nutzen wir zur Priorisierung und Aktualisierung unserer Ziele sowie zur Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsleistung. Über verschiedene Formate halten wir direkten Kontakt mit unseren Stakeholdern. Bei Roundtables, auf Veranstaltungen sowie in der Coca-Cola Stakeholder-Werkstatt im Jahr 2015 entwickeln wir gemeinsam konkrete Ansätze für eine nachhaltige Entwicklung. Seit 2009 befragen wir zudem unsere Verbraucher, Kunden und Lieferanten regelmäßig zu den für sie wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen bei Coca-Cola Deutschland.

Aktuelle Verbraucherumfrage

Als Unternehmen mit starken Marken haben wir ein besonderes Interesse, die Verbraucher zu kennen und ihnen das Thema Nachhaltigkeit näherzubringen. Gemeinsam mit der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. befragten wir 2012 und 2014 in einer Studie Verbraucher zu neuen Wegen für eine nachhaltige

Lebensweise. Die Ergebnisse zeigen, dass Umweltthemen weiterhin oben auf der Agenda stehen. Konkret in den Handlungsfeldern Abfalltrennung, Energiesparen und Verpackungen fordern Verbraucher unser Engagement und sind zugleich bereit, selber mehr zu tun. Weniger ausgeprägt ist die Bereitschaft, auf Fernreisen zu verzichten, mehr zu spenden oder stärker auf nachhaltige Geldanlagen zu achten. Lebensmittel und Elektrogeräte werden besonders mit Nachhaltigkeit verbunden. Verbraucher wünschen, dass nachhaltige Produkte überall angeboten werden, erschwinglich sind, klar und verständlich gekennzeichnet sind sowie die gleiche Qualität wie klassische Produkte haben.

Kundenbefragung 2015

2015 haben wir im Rahmen einer standardisierten Onlinebefragung die Einschätzung unserer Kunden erforscht. Die Rücklaufquote betrug 25,1 Prozent. 34,4 Prozent der Kunden sind mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie vertraut. 79,1 Prozent würden zudem eine Kooperation mit uns im Bereich Nachhaltigkeit begrüßen. Auch unser Engagement wird zunehmend gewürdigt: Die Kunden bewerteten unsere Nachhaltigkeitsperformance mit dem Mittelwert 2,66 (1: starke nachhaltige Ausrichtung / 5: schwache nachhaltige Ausrichtung). 2012 lag dieser Wert noch bei 2,71.

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27



Regelmäßiger Austausch mit allen Stakeholder-Gruppen

Am Runden Tisch

Die mit unseren Kunden regelmäßig veranstalteten »Roundtables Nachhaltigkeit« haben sich über die Jahre bewährt und werden mit positivem Feedback der Teilnehmer gewürdigt. Bei diesen Veranstaltungen lernen Kunden und Lieferanten unsere Partner aus der Zivilgesellschaft kennen. Die Verbände EUROPARC Deutschland e. V. (Dachverband der Nationalen Naturlandschaften) und der Bundesverband Deutsche Tafel e. V. bringen neue Impulse für Naturschutz und bürgerschaftliches Engagement ein und bereichern so unseren Nachhaltigkeitsdiskurs. Auch 2015 führten wir wieder

unsere interaktiven Roundtables durch. Im März luden die Bereiche Einkauf und Nachhaltigkeit zum zweiten Roundtable mit 16 Lieferanten von Coca-Cola ein. Die vorgestellten Best Practices sowie gemeinsame Workshops zu den Themen nachhaltiger Einkauf, Vermeidung von Materialverschwendung und besserer Nachhaltigkeitskommunikation zeigten konkrete Verbesserungspotenziale auf. Im Juni 2015 fand der zweite Roundtable mit Kunden des Außer-Haus-Marktes zur Fragestellung statt, wo die Branche beim Thema Nachhaltigkeit steht.] ✓

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

[Neben einem Einblick zu den Herausforderungen bei Coca-Cola, regten auch die vorgestellten Best Practices der Kunden zu Diskussionen an.

Coca-Cola Stakeholder-Werkstatt 2015

Die Stakeholder-Werkstatt fand unter dem Titel ›Marken mit Mission: Wie Unternehmen ihre Verbraucher für mehr Nachhaltigkeit gewinnen können‹ im September 2015 statt. Als gemeinsame Lernplattform förderte sie den vertraulichen Austausch über Erfahrungen, Chancen und Herausforderungen sowie über Kommunikationshürden bei der Gewinnung von Verbrauchern für einen nachhaltigeren Lebensstil.

Im Anschluss an eine Podiumsdiskussion fanden fünf Workshops statt, in denen Marketing- und Nachhaltigkeitsexperten, Kreative und Verbraucher sowie Vertreter aus Politik, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen miteinander diskutierten. Gemeinsam erarbeiteten sie erste Lösungsansätze für die Themenbereiche Zukunftstrends, Verbraucheraktivierung, Verbraucheraufklärung, Regionalisierung des Nachhaltigkeitsmarketings sowie Erwartungen der Verbraucher an das Nachhaltigkeitsmarketing global agierender Unternehmen.

Einig waren sich alle Teilnehmer, dass es für eine nachhaltige Entwicklung der Unternehmen unverzichtbar ist, die Verbraucher inhaltlich mitzunehmen und sie in möglichst viele Aktivitäten einzubeziehen.

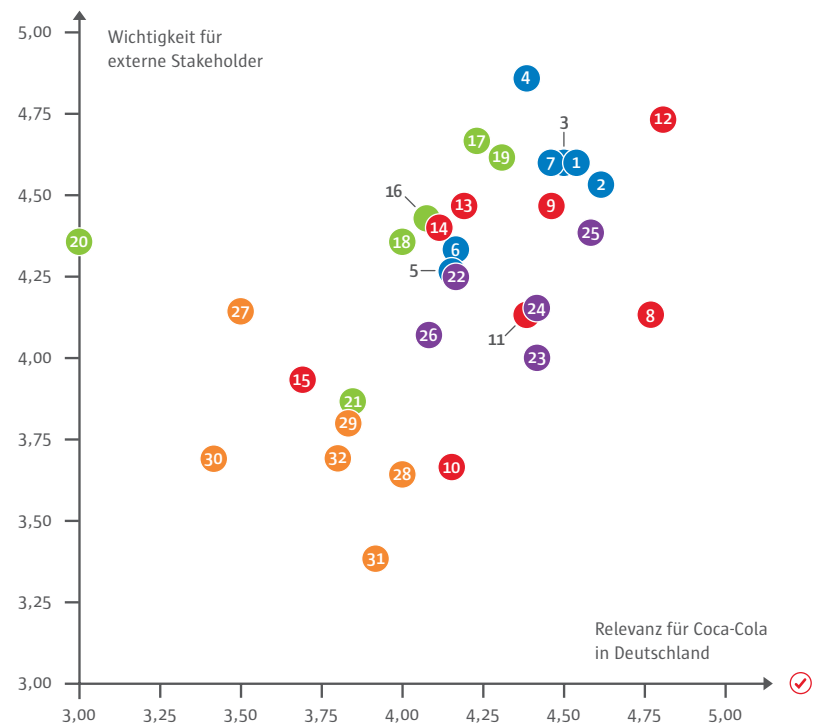
Coca-Cola Materialitätsmatrix

Mit der Materialitätsmatrix bilden wir die Themen ab, die für uns und unsere Interessengruppen am wichtigsten sind. Diese

fließen in die Berichterstellung und den Strategieprozess ein. Die umfassende Matrix von 2012 aktualisierten wir für den Bericht 2015, unter anderem mit 18 externen Interviews mit Stakeholdern aus unterschiedlichen, für uns relevanten Bereichen. Zentrale Ergebnisse sind der Wunsch der Befragten nach einer klaren Positionierung zum Thema Einweg- und Mehrweganteil sowie eine transparente Verbraucherkommunikation zum Einsatz von Zucker und Zusatzstoffen in unseren Getränken. Ein großer Teil der Befragten hebt die regionale Verankerung von Coca-Cola in Deutschland durch lokale Produktions- und Abfallbetriebe positiv hervor. Die Ergebnisse bestätigen im Wesentlichen die Erkenntnisse aus den Jahren 2010 und 2012.

Einzubindende Stakeholder sowie abzufragende Themen leiten wir aus den Erkenntnissen früherer Befragungen, aus den internationalen Standards Global Compact und GRI sowie aus unserer eigenen Strategie und eigenen Risikoanalysen ab. Jedes Thema bewerteten die Befragten in Bezug auf Wichtigkeit und wahrgenommene Performance von Coca-Cola in Deutschland. Darüber hinaus stellten wir allen Befragten offene Fragen zu ihren Erwartungen und Empfehlungen an Coca-Cola. Die Geschäftsführung der Coca-Cola GmbH und der Vorstand der CCE AG erarbeiten aus den Ergebnissen der Studien und Dialoge gemeinsam Handlungsrichtlinien für die Zukunft. The Coca-Cola Company als Anteilseigner beider Firmen und der Aufsichtsrat der CCE AG werden über die wesentlichen Erkenntnisse informiert.] ✓

G4-2, G4-18, G4-19, G4-21, G4-23, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-37, G4-43, G4-45, G4-49, G4-53, G4-DMA, G4-SO1



Strategie und Richtlinien

- 1 Selbstverpflichtungen
- 2 Corporate Governance
- 3 Managementsysteme
- 4 Einhaltung von Menschenrechten/ Kernarbeitsnormen
- 5 Fairer Umgang mit Geschäftspartnern
- 6 Dialog/Kooperation mit Interessengruppen
- 7 Berichterstattung

Markt

- 8 Ausgewogene Ernährung
- 9 Transparente Produktinformationen
- 10 Natürliche Zutaten
- 11 Umgang mit Zusatzstoffen
- 12 Qualitätsmanagementsysteme in der Produktion
- 13 Verantwortungsbewusstes Marketing
- 14 Umwelt- und Sozialstandards Lieferkette
- 15 Regionale Produkte

Umwelt

- 16 Berücksichtigung Trinkwasserknappheit
- 17 Reduktion Energiekonsum und CO₂-Ausstoß
- 18 Umweltschonender Transport
- 19 Umweltverträgliche Verpackungen
- 20 Einsatz von Mehrwegverpackungen
- 21 Einsatz nachhaltig produzierter Rohstoffe

Arbeitsplatz

- 22 Sozialleistungen und -programme
- 23 Respekt gegenüber Kulturen/Traditionen/Religionen
- 24 Vielfalt
- 25 Mitarbeiterentwicklung und -förderung
- 26 Vereinbarkeit Familie/Beruf

Gesellschaft

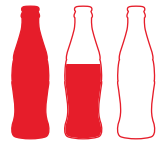
- 27 Lokale Verankerung in Deutschland
- 28 Unterstützung lokaler Gemeinden
- 29 Aktivitäten im Breitensport/Engagement für ausgewogenen Lebensstil
- 30 Bürgerschaftl. Engagement/Corporate Volunteering
- 31 Nutzung Markenbekanntheit für gesellschaftl. Anliegen
- 32 Internationales soziales Engagement

Die Bedeutung der 32 wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen von Coca-Cola geht aus der Materialitätsanalyse hervor (Bewertung auf einer Skala von 1/unwichtig bis 5/wichtig).



Lieferanten

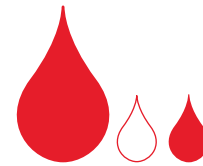
Roundtable Nachhaltigkeit
mit 16 strategischen Lieferanten zur Erarbeitung konkreter Potenziale für mehr Nachhaltigkeit



Verpackung und Recycling

Deutscher Verpackungspreis
Innovationspreis für die zu 100 Prozent aus wiederverwertetem Recyclat hergestellte PET-Einweg-Kunststoffflasche der Coca-Cola Life

Einsatz recyceltes PET
29,23 Prozent (rPET-Anteil) bei PET-Einweg-Kunststoffflaschen



Wasser

Wasserverbrauch
1,88 Liter je Liter Getränk (-9,18 Prozent seit 2010)



Produktion und Abfüllung

Nachhaltiger Hersteller in Gold
Vom Bundesverband Die Verbraucher Initiative e. V.

Erneuerbare Energie
Alle Standorte in Deutschland beziehen Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen



Produktinnovationen

Coca-Cola Life
37 Prozent Stevia, 1/3 weniger Kalorien, 100 Prozent rPET-Flasche

ViO BiO LiMO Orange und Zitronen-Limette
Hoher Saftanteil von Früchten aus biologischem Anbau. Ressourcenschonend in der PlantBottle™.



Transport

Rote Flotte
863 Lkws beliefern täglich unsere Kunden aus Gastronomie und Handel. Durchschnittsalter der Lkws: 4,49 Jahre.



Kunden und Kühlung

Effiziente Kühlung
Austausch von rund 30.000 energieintensiven Kühlgeräten gegen neue, energieeffizientere Modelle



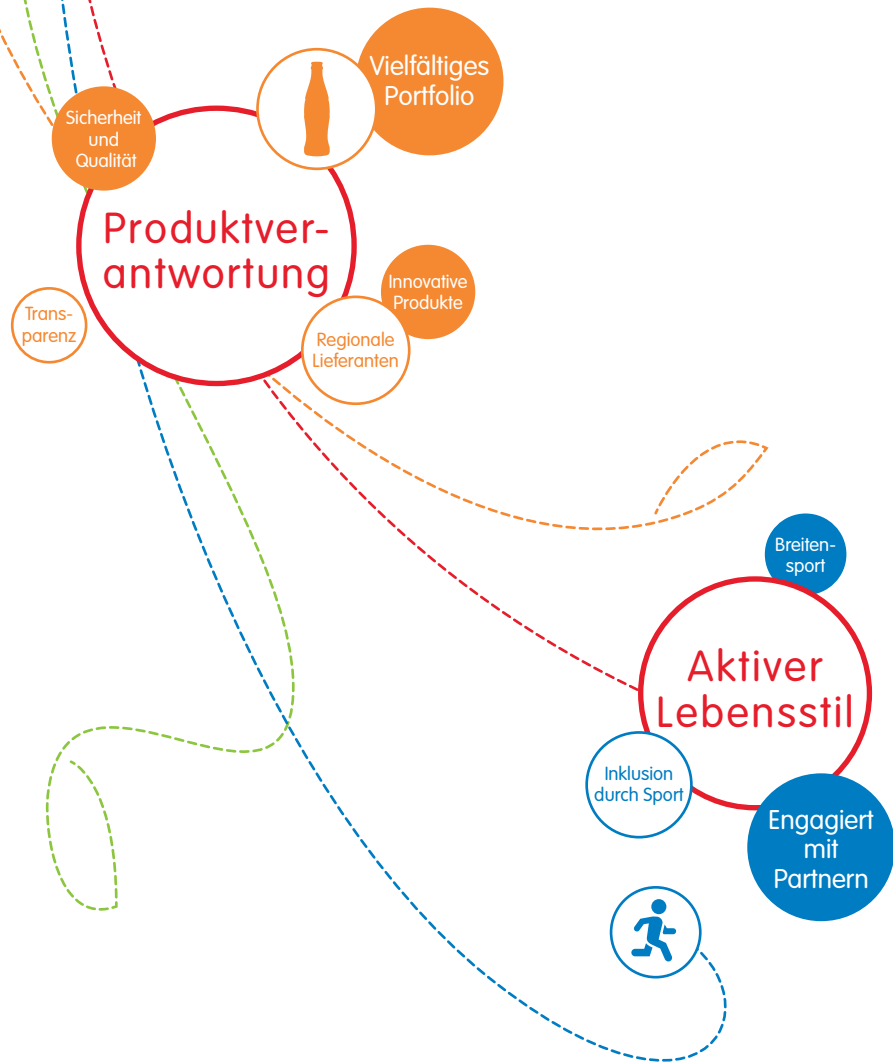
Konsum

Kalorienreduktion
70 kcal im Durchschnitt je 250 ml Getränk (-10 Prozent seit 2004)

Deutscher Nachhaltigkeitspreis
Wettbewerb REWE Verbrauchervoting: Wahl unter die Top 3 in der Kategorie »Food« für das Produkt ViO in der PlantBottle™

Unser Ansatz:
**Ganzheitlich.
Nachhaltig.
Innovativ.**

Wir haben Nachhaltigkeit in unseren Prozessen fest verankert und nehmen immer stärker die gesamte Wertschöpfungskette in den Blick. Die enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, Kunden und gesellschaftlichen Partnern ermöglicht es uns, gemeinsam neue Wege zu gehen. Ausgewählte Highlights 2015 auf einen Blick.



Individuelles Wohlbefinden stärken

Coca-Cola leistet mit einem breiten Portfolio unterschiedlicher alkoholfreier Getränke einen Beitrag zu einer abwechslungsreichen Ernährung.

Neben zuckerhaltigen Getränken bieten wir kalorienfreie und -reduzierte Alternativen an. Wir tragen dafür Sorge, dass alle Getränke von Coca-Cola jederzeit und überall den höchsten Ansprüchen an Qualität und Lebensmittelsicherheit genügen. Für eine bewusste Trinkentscheidung informieren wir transparent über die Inhaltsstoffe und Nährwerte unserer Produkte. Außerdem haben wir uns zu einem konsequent verantwortungsvollen Marketing und Verkauf verpflichtet. Für einen gesunden Lebensstil ist zudem Bewegung essenziell. Wir unterstützen deshalb Partner aus der Zivilgesellschaft bei der Förderung eines aktiven Lebensstils.

Highlights Produktverantwortung

- 20 Marken und über 80 alkoholfreie Getränke in Deutschland
- 3,86 Milliarden Liter Absatzvolumen 2015
- Launch von Coca-Cola Life und ViO BiO LiMO
- Sichere Süßungsmittel
- Kennzeichnung mit ›Guideline Daily Amount‹ (Richtlinie für die tägliche Energiezufuhr)

Highlights Aktiver Lebensstil

- Aktives Mitglied der Plattform ›Ernährung und Bewegung e. V. (peb)‹
- Unterstützung von Programmen zur Bewegungsförderung durch ›The Coca-Cola Foundation‹

Me

Produktverantwortung

Breites Produktportfolio

Im Sortiment von Coca-Cola finden Verbraucher eine ausgewogene Auswahl zuckerhaltiger und -freier Getränke. Allein für unser Hauptprodukt Coca-Cola sind zwei kalorienfreie und eine kalorienreduzierte Alternative auf dem Markt. Die verwendeten Süßungsmittel sind von offiziellen Behörden als gesundheitlich unbedenklich eingestuft. Die zuckerhaltigen Softdrinks gehören zu einer Produktkategorie, bei der generell zu einem maßvollen Konsum geraten wird. Wir ermöglichen dies unseren Verbrauchern mit transparenten Produktinformationen und einer großen Bandbreite an Portionsgrößen, z. B. gibt es die klassische Coca-Cola in acht Packungsgrößen, angefangen bei der 0,15-Liter-Dose und der 0,2-Liter-Glasflasche.

Produktinnovationen: ViO BiO LiMO und Coca-Cola Life

Nur wer sich verändert, bleibt am Markt langfristig bestehen. Mit unseren zwei Neueinführungen gehen wir auf Konsumentenwünsche ein und zeigen Innovationskraft: Coca-Cola Life bietet den typischen Coke-Geschmack und enthält seit 2015 weniger Zucker und 1/3 weniger Kalorien, da es zu 37 Prozent mit Steviaextrakt gesüßt wird. 2016 wird der Zucker- und Kaloriengehalt weiter auf 50 Prozent gesenkt werden. Es enthält wie die klassische Coca-Cola nur natürliche Aromen und keine Konservierungsstoffe. Coca-Cola Life wird in einer vollständig aus recyceltem PET bestehenden Flasche angeboten. Die ViO BiO LiMO ist das erste nach der EU-Öko-Verordnung zertifizierte Erfrischungsgetränk im europäischen Coca-Cola System. 95 Prozent der Zutaten stammen aus ökologischer Herkunft, abgefüllt wird es in der PlantBottle™.

3,86

Mrd. Liter

Absatzvolumen
2015

Portfolio Getränke

	2013	2014	2015
Erfrischungsgetränke mit Zucker	66,1%	66,4%	65,9%
Erfrischungsgetränke ohne Zucker (Zero, light)	18,9%	18,3%	18,3%
Wasser	10,7%	10,9%	10,9%
Säfte, Schorlen, Sportgetränke, Eistees, Energy-Drinks, Heißgetränke	4,3%	4,3%	4,9%
	100,0%	100,0%	100,0%

Transparenz und verantwortungsvolles Marketing

Um über ihren Konsum entscheiden zu können, benötigen und fordern Verbraucher transparente Informationen. Durch verantwortungsvolles Marketing und eindeutige Produktinformationen stärken wir das Vertrauen. Coca-Cola informiert ausführlich zu Nährwerten und zum Kaloriengehalt im Internet und auf dem Frontetikett aller Getränke. Gemeinsam mit anderen Unternehmen hat Coca-Cola die ›Guideline Daily Amount‹-Kennzeichnung vorangetrieben, die Verbraucher über den Anteil eines Getränks am Tagesbedarf von Zucker und Energie aufklärt. Wir vermarkten unsere Getränke verantwortlich. Daher verzichten wir auf Werbung an Schulen und generell für Kinder unter 12 Jahren – auch im Internet und bei Promotions. Überkonsum wird nicht beworben. Zudem verkaufen wir keine Getränke an Grundschulen.

Lokal produziert – lokal getrunken!

Coca-Cola Deutschland produziert für den deutschen Markt regional in zahlreichen Produktionsbetrieben, die über ganz Deutschland verteilt sind. Inklusiv der reinen Vertriebsstandorte ist Coca-Cola hierzulande an 42 Standorten vertreten. 99 Prozent unserer Produktion sind lokal, über 90 Prozent unseres Auftragsvolumens beziehen wir von deutschen Lieferanten. Dadurch stärken wir nicht nur die heimische Wirtschaft. Die regional angelegte Produktion und Beschaffung bedeutet für uns zugleich gute Verfügbarkeit, beste Qualitätskontrolle und höchste Flexibilität. Von unseren 324.200 Kunden im Außer-Haus-Markt (Gaststätten, Kioske, Betriebe) und den 29.500 Kunden im Haushaltsmarkt (Handel, Getränkeabholmärkte) wis-

70,2
kcal

Durchschnittlicher
Kaloriengehalt
pro 250 ml Getränk*

* Ca. 30 Prozent kalorienarme oder -freie Getränke.

sen wir, dass Nachhaltigkeit für sie immer wichtiger wird. Daher entwickeln wir gemeinsam mit ihnen Lösungen, um unsere Geschäftsprozesse kontinuierlich zu verbessern und nachhaltig zu gestalten.

Unsere Lieferanten erkennen die weltweit gültigen Coca-Cola Leitprinzipien für Zulieferer an. Die Regelungen sind Bestandteil aller Verträge mit unseren direkten Lieferanten und gelten für das gesamte Einkaufsvolumen. Die Coca-Cola GmbH lässt bei Lieferanten der CCE AG für Inhaltsstoffe, Verpackungen und Verkaufstechnik ab 15 Mitarbeitern und 60.000 Euro Umsatz alle drei Jahre Audits nach dem 4-Pillar ›Sedex Members Ethical Trade Audit‹ von unabhängigen Prüfungsgesellschaften durchführen (siehe Corporate Governance, Anhang S. 3–6).

Ziele 2020

- Überproportionales Werbeinvestment für Light- und Zerogetränke im Vergleich zu Werbung für klassische Erfrischungsgetränke
- Compliance: transparente Produktinformationen und verantwortungsvolles Marketing

G4-6, G4-DMA, G4-EC8, G4-EC9, G4-SO1, G4-PR1, G4-PR6

Aktiver Lebensstil

Unsere Marken für einen ausgewogenen Lebensstil

Mitarbeiter und Verbraucher auf lokaler und nationaler Ebene für Breitensport und eine ausgewogene Ernährung zu motivieren, gehört schon seit Langem zu unseren Zielen. So bieten wir Ernährungskurse an und fördern die Teilnahme unserer Mitarbeiter an Sportveranstaltungen, zum Beispiel an den B-to-Run-Läufen.

In der Kommunikation nutzen wir auch die Kraft unserer Marken, indem wir Bewegungselemente in Markenprogramme einbeziehen. Dabei arbeiten wir stets mit kompetenten Partnern zusammen, etwa bei den Lift-Unified-Laufgruppen, mit denen wir zusammen mit den Special Olympics Deutschland für mehr Inklusion durch Sport werben.

Mission Olympic erfolgreich abgeschlossen

Zwischen 2007 und 2014 hat Coca-Cola in dem Bewegungsförderungs-Programm ›Mission Olympic‹ jährlich Deutschlands aktivste

Stadt gesucht – und auch gefunden. Im Verlauf der Initiative haben sich insgesamt 202 deutsche Städte beworben, einige davon mehrfach. Bei den Finalevents haben etwa zwei Millionen Menschen aktiv Sport getrieben, rund 10.000 bürgerschaftliche Initiativen mit insgesamt 2,4 Millionen Mitgliedern beteiligten sich an Mission Olympic. Zugleich wissen wir aus dem umfassenden Feedback der teilnehmenden Kommunen, dass wir in den sieben Jahren Mission Olympic neue Impulse für den Breitensport in Deutschland setzen konnten.

Partner für aktiven Lebensstil

Für mehr Bewegung und eine ausgewogene Ernährung engagieren wir uns – bundesweit wie lokal – mit Partnern oder durch Spenden. Unsere Verkaufsgebiete unterhalten langjährige Partnerschaften zu regionalen Sportvereinen und -verbänden. In den nächsten Jahren legen wir den Fokus auf die Förderung sozialer Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen sowie die Inklusion von Flüchtlingen und Menschen mit Migrationshintergrund durch Sport und Bewegung. Seit 2014 unterstützen wir dazu hauptsächlich über ›The Coca-Cola Foundation‹ verschiedene Programme, um unser gesellschaftliches Engagement im Zusammenhang mit Breitensport und Bewegung künftig stärker von unserem Kerngeschäft zu trennen. Dabei handeln die Organisationen unabhängig von Coca-Cola, es gibt keine Marken- oder Unternehmenspräsenz. Einzig die finanzielle Unter-



stützung durch ›The Coca-Cola Foundation‹ wird in der Kommunikation transparent gemacht. Der Schwerpunkt unserer Unterstützung liegt vor allem auf Programmen, die national wie international anerkannt sind, darunter zum Beispiel:

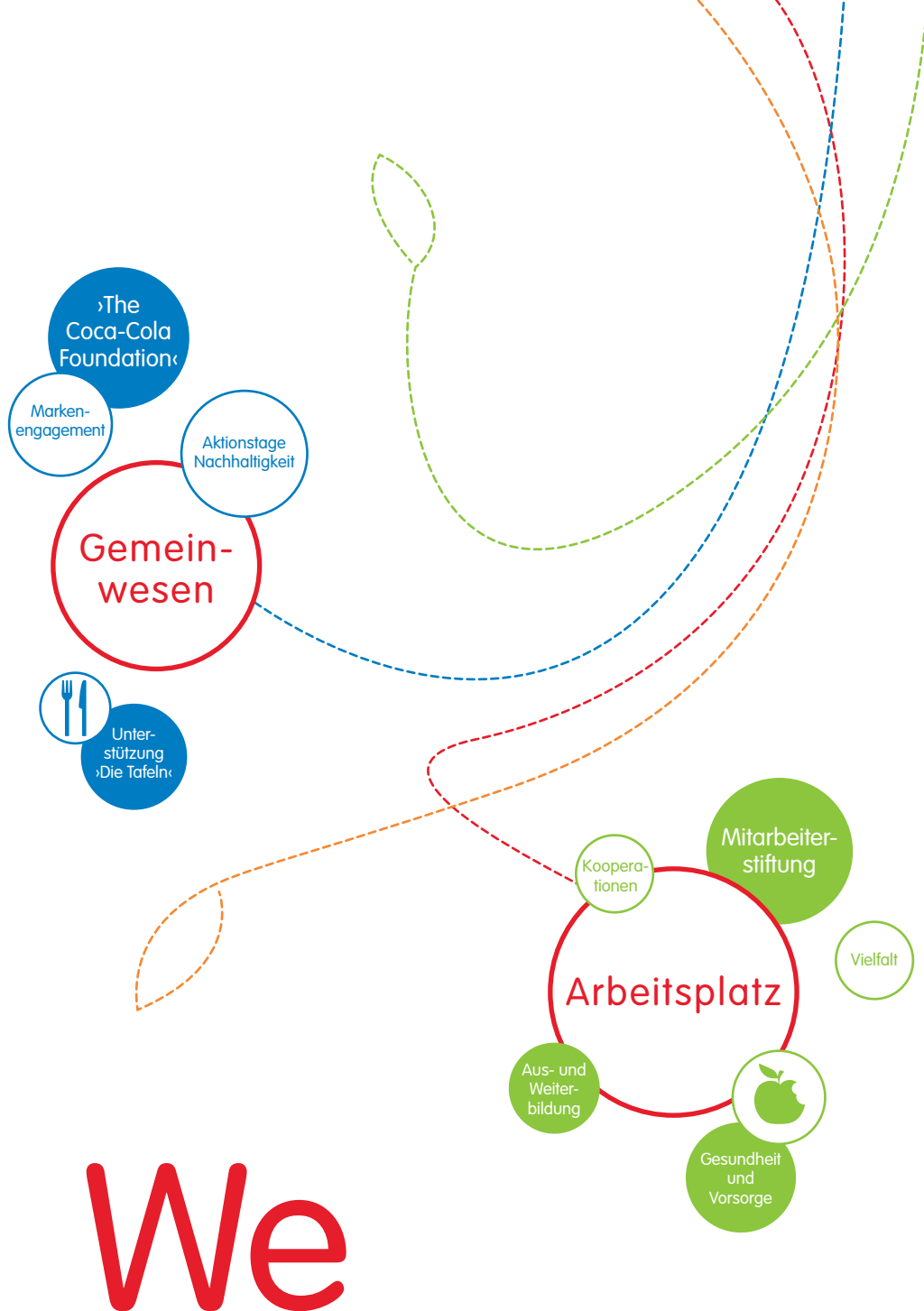
- RespectAct – eine Initiative, die das Selbstbewusstsein junger Mädchen durch Boxen stärkt (2014 bis 2016),
- Take back your street – take back your future von TAFISA, der führenden internationalen Breitensportorganisation für Jugendliche (2015 bis 2016),
- Smart Sport: Verbindung der digitalen mit der realen Welt zur Bewegungsförderung bei Jugendlichen mit der Deutschen Sportjugend im Deutschen Olympischen Sportbund e. V. (DOSB) (2015 bis 2018),
- Streetfootballworld, das weltweit Straßenfußball und dadurch das Zusammenleben verschiedener Kulturen unterstützt (2015 bis 2017).

Coca-Cola ist darüber hinaus aktives Mitglied der ›Plattform Ernährung und Bewegung‹ e. V., eines offenen Bündnisses, das sich für eine ausgewogene Ernährung sowie ausreichende Bewegung als wesentliche Bestandteile eines gesundheitsförderlichen Lebensstils bei Kindern und Jugendlichen einsetzt.

Um für unsere Stakeholder in Bezug auf die Förderung wissenschaftlicher Forschung und Bewegungsinitiativen transparent zu bleiben, hat Coca-Cola diesbezügliche Partnerschaften und Kennzahlen unter anderem in den Nachhaltigkeitsberichten, aber auch über zahlreiche Presseveröffentlichungen und auf der Homepage veröffentlicht. Darüber hinaus haben wir 2015 alle Partnerschaften von 2010 bis 2015, die sich auf den Bereich Ernährung und Bewegung beziehen, in einer übersichtlichen Liste auf unserer Unternehmensinternetseite veröffentlicht. Diese Liste werden wir jährlich fortführen. Es ist für uns selbstverständlich, dass bei jeder Unterstützung im Bereich Wissenschaft die Unabhängigkeit der Forschung stets gewährleistet sein muss.

G4-DMA, G4-S01





Gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern

Coca-Cola ist seit nahezu 90 Jahren fest in Deutschland verankert. Als attraktiver Arbeitgeber von knapp 9.200 aktiven Mitarbeitern und als Unternehmen mit einem dezentralen Vertriebsnetz leisten wir an 42 Standorten einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Stabilität und Entwicklung im ganzen Land.

In Zeiten des demografischen Wandels wollen wir für gut ausgebildete und motivierte Arbeits- und Fachkräfte interessant bleiben. Dazu tragen unsere offene Unternehmenskultur, unsere zahlreichen Weiterbildungsmöglichkeiten und Incentivierungssysteme bei.

Wir sind deutschlandweit vor Ort und fördern den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Als aktiver Partner engagieren wir uns in den Regionen und Kommunen, in denen wir präsent sind, um das Gemeinwesen zu stärken und die Lebensqualität insbesondere an unseren Standorten zu heben.

Highlights Arbeitsplatz

- Vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten und Weiterbildungsangebote für unsere Mitarbeiter
- Programme zur Verbesserung der Aufstiegsmöglichkeiten von Frauen
- Etablierung des betrieblichen Gesundheitsmanagements an allen Standorten
- Mitarbeiterstiftung ›Wir sind Coca-Cola‹ für Mitarbeiter, die unverschuldet in Not geraten

Highlights Gemeinwesen

- Mitarbeiter engagieren sich beim ›Aktionsmonat Nachhaltigkeit‹
- Mitglied in der Initiative ›WIE – Wirtschaft. Initiative. Engagement‹

Arbeitsplatz

Erfolgreich durch unsere Mitarbeiter

Die Persönlichkeit und die Begeisterungsfähigkeit unserer Mitarbeiter sind ein maßgeblicher Erfolgsgarant für Coca-Cola in Deutschland. Um sie bestmöglich zu unterstützen, setzen wir unter anderem auf Vielfalt im Unternehmen, faire Arbeitsbedingungen, gute Weiterbildungsmöglichkeiten und ein innovatives Gesundheitsmanagement. Unsere Unternehmens- und Personalpolitik gründet auf universellen Werten. Die wichtigste Richtlinie ist für uns die Coca-Cola Global Workplace Policy, die auf den Kernarbeitsnormen der internationalen Arbeitsorganisation und dem United Nations Global Compact aufbaut. In Deutschland sind wir Mitglied bei Fair Company und Unterzeichner der Charta der Vielfalt.

Die Mitarbeiter der CCE AG gehören dem Betrieb durchschnittlich 15,3 Jahre an, bei der Coca-Cola GmbH sind es 9,3 Jahre. [Die Mitarbeiterfluktuation liegt bei 4,2 Prozent (CCE AG) bzw. 15,4 Prozent (Coca-Cola GmbH). Wir stehen für eine transparente Lohnpolitik, 88,3 Prozent unserer Mitarbeiter (CCE AG) werden nach Tarif entlohnt, weitere 5,4 Prozent sind AT-Mitarbeiter.] ☑ Hinzu kommen zusätzliche Leistungen für Altersteilzeit und Altersvorsorge, Sonderzuwendungen und Gesundheitsvorsorge.

Wir fördern Vielfalt

Wir verstehen Vielfalt als Bereicherung. Fast zehn Prozent unserer Mitarbeiter sind

nichtdeutscher Herkunft und bringen die unterschiedlichsten Erfahrungen und Einstellungen in unser Unternehmen ein. Wir fördern eine Kultur, die zu Vielfalt ermutigt und ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld bietet, denn nur so kann jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter sich voll entfalten und zum Erfolg des Unternehmens beitragen. Dazu haben wir uns drei Schwerpunkte gesetzt: Wir wollen mehr Frauen in Führungspositionen bringen, unsere Null-Toleranz-Einstellung gegenüber Homophobie sichtbar machen und aktiv zu Integration beitragen.

[Der Frauenanteil in den drei obersten Führungsebenen der CCE AG liegt bei 24,8 Prozent und damit über dem durchschnittlichen Frauenanteil im gesamten Unternehmen von 20,5 Prozent, bei der Coca-Cola GmbH sind es 51,3 Prozent.] ☑ Um diesen Anteil zu erhöhen und die Aufstiegsmöglichkeiten von Frauen zu verbessern, unterstützen wir sie zum Beispiel mit gezielten Trainings für



verschiedene Managementebenen sowie mit unserem Engagement im Rahmen des Frauennetzwerks Foodservice. Damit wir allen unseren Mitarbeitern eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglichen können, bieten wir unserer Belegschaft familienfreundliche Angebote wie ein Eltern-Kind-Büro in Berlin oder Home-Office. Seit 2015 kommen in einem internen »Rainbow Network« schwule und lesbische Mitarbeiter zusammen mit dem Ziel, sich deutschlandweit zu vernetzen und Information, Sichtbarkeit und Aufklärungsarbeit zum Thema LGBT zu leisten.

Aus- und Weiterbildung sind Priorität

Wir bieten unserer Belegschaft gute Entwicklungs- und umfassende Weiterbildungsmöglichkeiten. [Mitarbeiter der CCE AG haben 2015 durchschnittlich 13,5 Trainingsstunden wahrgenommen, bei der CC GmbH waren es 7 Stunden pro Mitarbeiter.] ☑ 2016 wollen wir uns hier wieder steigern. 2015 haben wir im Unternehmen einen Performance-Management-Prozess für alle Mitarbeiter implementiert. Im Bildungsbereich geschlossene Zielvereinbarungen werden jedes Jahr transparent überprüft. Die Resultate beeinflussen unter anderem auch die individuelle Gehaltsanpassung. Unternehmensverantwortung spielt zudem eine elementare Rolle in unserer Führungskräfteentwicklung, unter anderem im Managerfortbildungsprogramm LEAP oder Nachwuchskräfte- und Führungstraining 2020.



Wir bilden kontinuierlich in mehr als 20 Berufen aus. Auf diese Weise gelingt es uns, den Nachwuchs an qualifizierten Arbeitskräften aus uns heraus sicherzustellen. Beim Coca-Cola Innovation Day – einer Plattform für Information und Dialog für Nachwuchskräfte und Management – im September 2015 hatten die Auszubildenden die Chance, dem Management ihre 30 Innovationsideen für das Unternehmen vorzustellen. Ergänzend rekrutieren wir immer wieder Top Talente mit geeignetem Hochschulabschluss für einen Direkteinstieg oder unser Traineeprogramm.

Umfassendes Schulungsprogramm

2015 haben über 700 Führungskräfte aus allen Verkaufsgebieten sowie der Zentrale die Chance ergriffen, in den Coca-Cola Nachhaltigkeitsakademien die ökologischen, sozialen und ökonomischen Herausforderungen unseres Geschäfts kennenzulernen. Die Teilnehmer erarbeiteten konkrete Maßnahmenpläne für ihr eigenes Verkaufsgebiet oder ihren Fachbereich.

Im Programm Operational Excellence analysieren Mitarbeitererteams Prozesse mithilfe



verschiedener Problemlösungstechniken. Dies trägt zur Verbesserung der Qualität und Arbeitssicherheit bei, hilft Arbeits- und Produktionsprozesse zu optimieren und somit Material, Energie und Wasser einzusparen.

Gesundheit und Sicherheit

Mit unserem betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) mit medizinischen Checks, Sportangeboten, Ernährungstipps und Seminaren zum Stressmanagement sowie unseren lokalen Arbeitssicherheits- und Umweltausschüssen stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiter gesund und leistungsfähig bleiben. 2015 haben wir das BGM an den Standorten ausgebaut. Ergänzend setzten wir die Sicherheits- und Gesundheitstage an 25 Standorten mit insgesamt ca. 3.200 Teilnehmern erfolgreich fort und 370 interne Gesundheitsmaßnahmen deutschlandweit um. Wir haben die Sicherheitskultur 2020 – ein Konzept zur Minimierung von Unfallrisiken – formuliert. Diese basiert auf einer positiven Einstellung zu Sicherheit, steter Kommunikation und der Entwicklung eines Sicherheitsbewusstseins. Wir schulten 250 Führungskräfte zur Aufarbeitung und Vermeidung von Unfällen. Acht unserer Standorte erhielten von der

Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe BGN das Arbeitssicherheitszertifikat ›Prämierter Betrieb 2014‹. Selbstverständlich sind unsere Standorte nach dem Arbeitssicherheitsstandard OHSAS 18001 zertifiziert.

Unsere Mitarbeiterstiftung

Auch in Notfällen steht Coca-Cola seinen Mitarbeitern bei. Allein im Jahr 2015 erreichten unsere Mitarbeiterstiftung ›Wir sind Coca-Cola‹ 13 Anträge. In zehn Fällen konnte die Stiftung mit rund 26.000 Euro Unterstützungsleistungen konkret helfen, etwa erhielt ein infolge eines Motorradunfalls querschnittsgelähmter Mitarbeiter Mittel zum Umbau der Küche sowie einen Faltrollstuhl. Darüber hinaus ist es gelungen, ihn über seinen vorherigen Arbeitsplatz weiterzubeschäftigen.

Ziele 2020

- Durchschnittlich 15 Trainingsstunden pro Mitarbeiter der CCE AG pro Jahr
- 4 Prozent Auszubildende
- 1,3 Arbeitsunfälle pro 200.000 Arbeitsstunden

G4-DMA, G4-EC1, G4-EC8, G4-EC9, G4-LA1, G4-LA5, G4-LA6, G4-LA7, G4-LA9, G4-LA10, G4-LA12, G4-SO1

Gemeinwesen

Mitarbeiter und Marken zeigen Engagement

Coca-Cola ist ein weltweit handelndes, zugleich jedoch lokal verankertes Unternehmen. Deshalb setzen wir uns ganz konkret vor Ort, in den Kommunen und Gemeinden, in denen wir vertreten sind, gemeinsam mit unseren Mitarbeitern für gesellschaftliche Anliegen ein. Den Schwerpunkt unserer Aktivitäten legen wir dabei auf Projekte, die zum Umweltschutz oder zu einer gesunden und aktiven Lebensweise beitragen, sowie auf soziales Engagement.

Im Jahr 2015 hat Coca-Cola Deutschland insgesamt 1.175.624 Euro gespendet. Alle sieben Verkaufsgebiete, die Hauptverwaltung der CCE AG und die Coca-Cola GmbH zeigen ihr regionales Engagement durch Bar- und Sachförderungen sowie durch ihren Einsatz für soziale Zwecke während der Arbeitszeit.

Sonderfonds ›Tafeln – Leben – Integration und Flüchtlingshilfe

Die Tafeln bringen seit 1993 in Deutschland Lebensmittel zu Menschen, die sie besonders benötigen. Damit erfüllen sie eine wichtige soziale Aufgabe und tragen aktiv zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung bei. Coca-Cola ist langjähriger Partner der Tafeln. Auch bei aktuellen Herausforderungen werden wir schnell und unkompliziert aktiv und setzen ein Zeichen für Integration. 2015 halfen wir den Tafeln zusätzlich bei der Unterstützung von Flüchtlingen im neuen

Sonderfonds ›Tafeln – Leben – Integration‹ für Integrationsprojekte mit Geflüchteten und anderen Tafel-Nutzern. Wir verteilten 2015 deutschlandweit insgesamt rund 140.000 Liter Getränke kostenlos an Flüchtlingsunterkünfte und die Tafeln. Dieses zusätzliche Engagement zeigt der Rekord unserer Getränkespenden an die lokalen Tafeln deutschlandweit 2015, der bei 1.049.684 Litern liegt, einer Steigerung von über 70 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Zudem haben wir in allen Verkaufsgebieten ausgedehnte Aktionen für Kleider-, Sach- und Geldspenden der Mitarbeiter zugunsten der Geflüchteten durchgeführt. Bei der Aktionswoche Flüchtlingshilfe in Berlin haben Coca-Cola Mitarbeiter zudem ehrenamtlich in Flüchtlingsheimen ausgeholfen, zum Beispiel beim Sortieren von Sachspenden, bei der Lebensmittelausgabe oder bei der Organisation von gemeinsamen Freizeitaktivitäten. Darüber hinaus haben wir Firmenräumlichkeiten für die Unterbringung von Geflüchteten in Herrieden/Bayern bereitgestellt.

Markenengagement

Mit der Kraft unserer Marken und gemeinsam mit kompetenten Partnern motivieren wir Verbraucher, Mitarbeiter und Lieferanten zu einem verantwortungsbewussten und aktiven Lebensstil. Unsere Fanta-Spielplatzinitiative kooperiert mit dem Deutschen Kinderhilfswerk und die Lift-Unified-Laufgruppen setzen sich

Eine Auswahl unserer Mitgliedschaften

zusammen mit den Special Olympics für mehr Inklusion durch Sport ein.

›The Coca-Cola Foundation‹

Jedes Jahr investiert The Coca-Cola Company mindestens ein Prozent ihres weltweit erwirtschafteten Gewinns in ihre Stiftung ›The Coca-Cola Foundation‹. 2015 konnte das Unternehmen der Stiftung über 117 Millionen US-Dollar an Spenden und Fördergeldern für die Arbeit von über 300 Organisationen in 70 Ländern zur Verfügung stellen. ›The Coca-Cola Foundation‹ engagiert sich bereits seit 1994 für eine gesunde und aktive Lebensweise, Bildung, den Wasserschutz, Recycling sowie in der Katastrophenhilfe. In Deutschland hat die Stiftung über drei Jahre von 2013 bis 2015 mit insgesamt rund 840.000 Euro und gemeinsam mit dem Partner EUROPARC Deutschland e. V. ein Projekt zur Renaturierung der Alten Elbe bei Klieken vorangetrieben. Zudem unterstützt ›The Coca-Cola Foundation‹ hierzulande verschiedene bewegungsfördernde Initiativen, wie Camp-Group, die insbesondere Mädchen über das Boxen zu stärkerem Selbstbewusstsein und Umgang mit Aggressionen hilft. Außerdem unterstützt die Stiftung Projekte der Deutschen Sportjugend im DOSB sowie von TAFISA, der weltweiten Organisation für Sport für alle, zur Erschließung öffentlicher Räume für Bewegung.



Mitarbeiterengagement

Coca-Cola in Deutschland motiviert seine Mitarbeiter aktiv, sich für soziale Belange einzusetzen, zum Beispiel in den zahlreichen von Coca-Cola unterstützten Initiativen. Bereits seit 2009 rufen wir unsere Belegschaft dazu auf, sich einen Tag lang während der Arbeitszeit in lokalen nachhaltigen Projekten zu engagieren. 2015 beteiligten sich daran deutschlandweit 803 Mitarbeiter. Bei einem Einsatz z. B. bei der Lüneburger Tafel halfen Sie beim Sortieren und Ausgeben der Lebensmittel, in Malchow packten unsere Mitarbeiter bei Naturschutzarbeiten mit an. Alle Mitarbeiter erhalten außerdem monatliche Getränkegutscheine, die sie auch spenden können. Auf diese Weise kamen 2015 13.620 Gutscheine 18 wohltätigen Organisationen zugute. Schließlich ist Coca-Cola Mitglied im Netzwerk ›WIE – Wirtschaft. Initiative. Engagement‹, das Corporate Volunteering in unserer Gesellschaft weiter vorantreibt und Dialogformate zur Förderung des bürgerschaftlichen Engagements durchführt.

G4-DMA, G4-EC1, G4-EC7, G4-EC8, G4-EC9, G4-SO1

Coca-Cola möchte zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Wir arbeiten aus diesem Grund mit anderen Unternehmen, mit der Politik sowie mit der Zivilgesellschaft zusammen. Die Zusammenarbeit erfolgt in Form von Initiativen, projektbezogenen Partnerschaften, die Arbeit in Verbänden und Interessenvertretungen mit Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit.

Mitgliedschaften in Nachhaltigkeits- und CSR-Netzwerken

econsense – WIE – Wirtschaft. Initiative. Engagement. – Plattform Ernährung und Bewegung e. V. – ›Diversity als Chance – die Charta der Vielfalt der Unternehmen in Deutschland‹ – The Supply Chain Initiative – Die Tafeln e. V. – Deutsches Kinderhilfswerk – Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e. V. – Bündnis gegen Homophobie, Berlin – Initiative Erfolgsfaktor Familie – Initiative JOBLINGE – Allianz für Nachhaltigkeit Niedersachsen

Partnerschaften im Umweltbereich

EUROPARC Deutschland e. V., die Vereinigung der deutschen Nationalparks, Naturparke und Biosphärenreservate – Initiative Pro Recyclingpapier – Umweltpakt Bayern – partnerschaft umwelt unternehmen, Bremen – Nachhaltigkeitspakt Thüringen

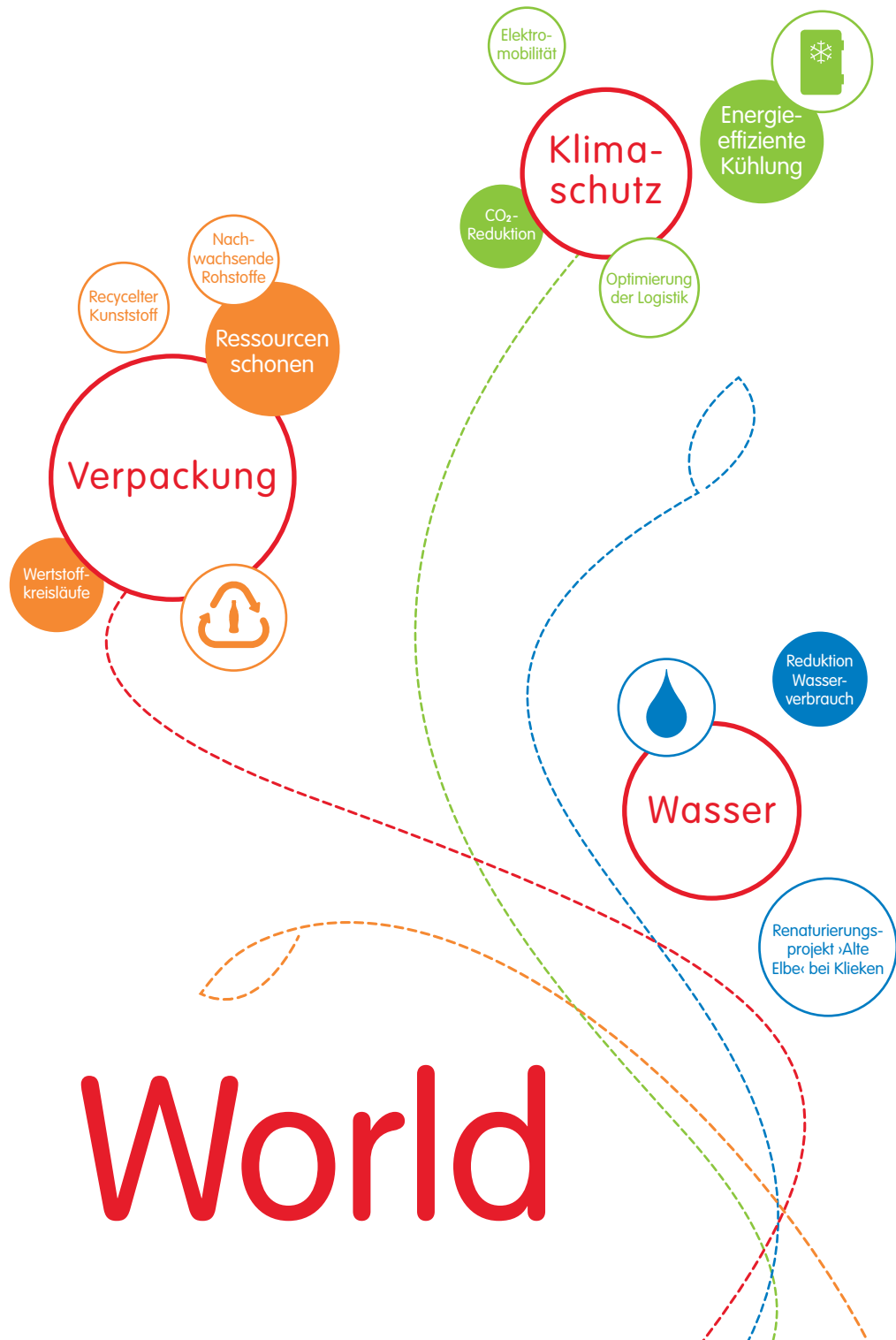
Deutschlandweite Partnerschaften im Bereich des Sports

Deutscher Fußball-Bund (DFB) – Special Olympics Deutschland – Stiftung Deutsche Sporthilfe – Berliner Fußball-Verband – Bremer Fußball-Verband – Thüringer Fußball-Verband

Mitarbeit in Verbänden und Interessenvertretungen (Auswahl)

Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e. V. (wafg) – Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e. V. (BDA) – AmCham – American Chamber of Commerce e. V. – Arbeitsgemeinschaft Verpackung + Umwelt e. V. (AGVU) – Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V. (BVE) – Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (BLL) – Frauennetzwerk FOODSERVICE e. V., powered by Coca-Cola Deutschland – Markenverband e. V. – S 20 – The Sponsors' Voice e. V. – Verband Deutscher Mineralbrunnen e. V. (VDM)

G4-15, G4-16



Die Umwelt schützen

Coca-Cola setzt weltweit im Umweltmanagement die Schwerpunkte Wasser, Klimaschutz und Verpackung. Wir verfolgen dabei drei Grundsätze: Erstens setzen wir Ressourcen möglichst sorgsam ein und reduzieren den durch unser Handeln verursachten ökologischen Fußabdruck. Zweitens finden wir innovative Wege, um verstärkt auf Materialkreisläufe und erneuerbare Rohstoffe zu setzen. Neben der PlantBottle™ haben wir mit der Coca-Cola Life-Kunststoffflasche eine 100-prozentig aus recyceltem Material bestehende Flasche auf den Markt gebracht. Und drittens ist Umweltschutz nicht nur Bestandteil in der Produktion, sondern in allen Unternehmensprozessen.

Alle Produktionsstandorte sind nach DIN EN ISO 14001 (Umweltmanagementsystem) und die gesamte Legal Entity nach DIN EN ISO 50001 (Energiemanagementsystem) zertifiziert. Ein Umweltmanager steuert zentral die lokalen Umwelt- und Energiekoordinatoren an den Produktionsstandorten und kümmert sich um kontinuierliche Verbesserungen der Umweltleistungen.

Highlight Wasser

- Neue Bestmarke mit 1,88 Liter Wasserverbrauch pro Liter Getränk in der Produktion erreicht

Highlights Klimaschutz

- 100 Prozent Grünstrom bei Coca-Cola Deutschland
- Verringerung unseres CO₂-Fußabdrucks pro Liter Getränk um 13 g
- 100 Prozent unserer neu gekauften Kühlgeräte sind FKW-frei

Highlights Verpackung

- Die neue ViO BiO LiMO in der PlantBottle™
- Coca-Cola Life-Flasche zu 100 Prozent aus recyceltem PET

Wasser

Mit System schonen und sparen

Wasser ist Leben – und die unverzichtbare Grundlage unserer Produkte: Coca-Cola besteht zu 89 Prozent aus Wasser. Daher ist der schonende Umgang mit dieser für Mensch und Umwelt so wichtigen Ressource für uns selbstverständlich. Wir arbeiten stetig und konsequent an einer Verbesserung unserer Wasserbilanz. Es ist uns 2014 erstmals gelungen, den Wasserbedarf in der Produktion auf unter zwei Liter pro Liter Getränk zu reduzieren – und er sinkt weiter. Gleichzeitig unterstützen wir kommunale Wasserprojekte, um unser Ziel einer weltweit wasserneutralen Getränkeherstellung bis 2020 zu erreichen. Im Gespräch mit Stakeholdern wollen wir für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Ressource Wasser werben.

Den Wasserbedarf senken

[Mit zielgerichteten internen Verbesserungsmaßnahmen konnten wir den Wasserverbrauch im Berichtsjahr signifikant auf 1,88 Liter Wasser pro Liter Getränk reduzieren. Grundlage für die Ableitung von Maßnahmen ist u. a. eine detaillierte Wasserflussanalyse an allen Standorten.] ✓

Technische Neuerungen an Anlagen haben derzeit die größten Einsparpotenziale. Wir setzten 2015 an wasserintensiven Standorten beispielsweise die Revision der Flaschenreinigungsmaschine um – inklusive des Einsatzes von neuen Energie- und Wasserspar-Korbträgern. Die Umstellung von



Metall auf Kunststoff reduziert die Wasser-, Wärme- und Reinigungsmittel-Verschleppungen auf ein Minimum und benötigt so weniger Frischwasser. An unserem Einweg-Produktionsstandort in Genshagen konnten wir den Wasserverbrauch sogar auf 1,17 Liter pro Liter Getränk senken. Ein so niedriger Wert ist derzeit noch nicht überall möglich, da einige Anlagen über eine ältere Anlagentechnik verfügen sowie für Mehrwegflaschen durch die Reinigungsprozesse mehr Wasser benötigt wird.

Wasserentnahme und -aufbereitung

[Für die Abfüllung unserer alkoholfreien Getränke beziehen wir Wasser direkt an unseren Produktionsstandorten. Das verwendete Wasser wird zu 100 Prozent aufbereitet, damit unsere Produkte weltweit die gleiche Qualität aufweisen. Im Jahr 2015 haben wir in Deutschland insgesamt 6.700.007.980 Liter Wasser entnommen, davon waren 4.655.820.280 Liter Stadtwasser und 2.044.187.700 Liter stammten aus eigenen Brunnen.]

Teil unseres Wasserschutzprogramms ist seit 2009, dass wir an allen Produktionsstandorten die Wassereinzugsgebiete analysieren. Dazu gehört unter anderem eine Risikoanalyse mit dem Source Water Vulnerability Programm: Jährlich überprüfen externe Experten die Wasserentnahme an fünf bis sechs Standorten, sodass im Abstand von fünf Jahren die Wasserentnahme an allen Standorten kontrolliert wurde. Für Deutschland sind derzeit keine Risiken erkennbar. Empfehlungen der Fachleute, die auf den Analysen basieren, werden in Handlungsplänen festgehalten und umgesetzt.] ✓

Unsere Abwasseraufbereitung erfolgt weltweit nach strengen Kriterien. Wir halten konzernweit einheitliche Standards ein, die über gesetzliche Bestimmungen der jeweiligen Länder hinausgehen. Das an die Umwelt zurückgegebene Wasser hat eine Qualität, die den natürlichen Lebensbedingungen von Tieren und Pflanzen entspricht.

Wasserprojekte fördern

In vielen Gegenden unserer Erde ist Wasserknappheit ein großes Problem. Coca-Cola hat das Versprechen abgegeben, bis 2020 so viel Wasser an die Natur und Gemeinden zurückzuführen, wie für das weltweit verkaufte Getränkevolumen benötigt wird. Daher haben wir 2015 im Rahmen internationaler Programme 248 Wasserprojekte in 71 Ländern unterstützt und so 337,7 Milliarden Liter weltweit wieder verfügbar

gemacht. Damit haben wir unser Ziel für 2020 bereits 5 Jahre früher erreicht.

Lokale Wasserprojekte haben für uns in allen Regionen einen hohen Stellenwert. ›The Coca-Cola Foundation‹ unterstützte von 2013 bis 2015 unseren Partner EUROPARC Deutschland e. V. bei der Entschlammung und Renaturierung des Gebiets Alte Elbe bei Klieken. Dieses Projekt wird im Frühjahr 2016 erfolgreich abgeschlossen.



Ziel 2020

- 1,60 Liter Wasserverbrauch pro produzierter Liter Getränk

G4-DMA, G4-EN8, G4-EN9, G4-EN22, G4-EN27, G4-SO1, G4-SO2

Klimaschutz

Den CO₂-Fußabdruck reduzieren

Wir möchten den Energieverbrauch bei der Herstellung unserer Getränke kontinuierlich senken. Hierbei stellen wir uns der Herausforderung, in verschiedenen Bereichen nach Möglichkeiten zu suchen, die Treibhausgase zu reduzieren. Bei den Maßnahmen konzentrieren wir uns auf die CO₂-Hauptverursacher, auf die wir den größten Einfluss haben: Wir sorgen für eine energiesparende Verkaufstechnik, umweltschonende Verpackung und bevorzugen regionale Inhaltsstoffe.

Im Jahr 2015 fielen 244 Gramm CO₂ pro Liter Getränk an, dies bedeutet eine Reduktion des CO₂-Fußabdrucks um 13 Gramm pro Liter Getränk gegenüber 2014. Insgesamt sind in der Produktion 936.158 Tonnen CO₂ emittiert, 47.514 Tonnen weniger als 2013. Wir berechnen unsere CO₂-Emissionen auf Grundlage des Greenhouse Gas Protocol, das Treibhausgasemissionen in drei Geltungsbereichen (Scopes) unterteilt. Wir berechnen Scope 1–3 für die gesamte Lieferkette:

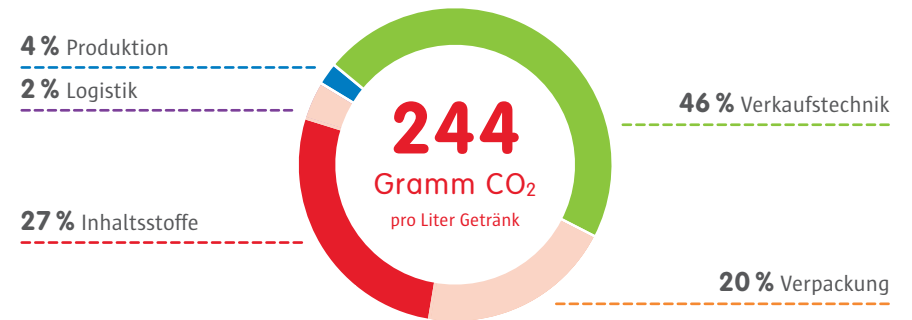


Scope 1 (alle direkten Emissionen aus eigenen Anlagen), Scope 2 (alle indirekten Emissionen, die durch Energieerzeugung für das Unternehmen entstehen) sowie Scope 3 (alle übrigen Emissionen des Produkt- und Herstellungszyklus). Unsere Umstellung auf 100% Grünstrom wirkt sich dabei ab 2015 positiv auf den CO₂-Fußabdruck aus.

Energieeffiziente Kühlung

Unsere im Markt befindlichen Kühlgeräte haben einen Anteil von 46 Prozent an unserem CO₂-Fußabdruck. [Effizientere Kühlgeräte helfen uns und unseren Kunden, den Energieverbrauch zu senken. Aktuell haben wir 279.432 Kühler im Markt. Davon sind 130.554 Geräte (rund 47 Prozent) FKW-frei und 145.856 Geräte (rund 52 Prozent) energiesparend. Von den energiesparenden Modellen sind etwa 138.936 Geräte (rund 95 Prozent) mit einem zusätzlichen Energie-Management-System ausgestattet.

Auch im Jahr 2015 haben wir ausschließlich nur FKW-freie Kühlgeräte gekauft, von den 42.998 Kühlern verfügen 75 Prozent über ein Energie-Management-System. Damit konnten wir den Anteil an Geräten mit einem EMS-System um rund 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ausbauen. Die Anzahl von Kühlern mit energiesparenden Lösungen stieg im Vergleich zum Vorjahr um 9 Prozent.] ✓ Durch kontinuierliche Optimierung, zum Beispiel durch den Einsatz von LED-Technik in 1-Tür-Kühlern, konnten wir den Strom-



Die Zusammensetzung des CO₂-Fußabdrucks

verbrauch um 6–12 Prozent reduzieren. Insgesamt haben wir rund 30.000 energieintensive Geräte gegen neue energieeffizientere Modelle getauscht. Durch den Ausbau unseres Verkaufsgeschäfts und die Nachfrage der Kunden setzten wir 12.141 zusätzliche Kühlgeräte ein.

Die Idee, FKW-freie Kühlgeräte in der Gastronomie und im Einzelhandel durchzusetzen, verfolgen wir auch im Rahmen unseres Engagements für ›Refrigerants, naturally‹. Diese Initiative gründeten wir bereits vor zwölf Jahren gemeinsam mit Unilever und McDonald's. Sie wird unter anderem von der UNEP, dem Umweltprogramm der UN, unterstützt. In Deutschland lösten wir bereits 2014 das Versprechen von The Coca-Cola Company gegenüber der Naturschutzorganisation Greenpeace ein, nur noch FKW-freie Kühler zu kaufen.

Unser Energiehaushalt

Seit 2015 ist das gesamte Unternehmen (Produktion, Vertrieb, Verwaltung) nach dem Energiemanagementstandard DIN ISO

50001 zertifiziert. Wir arbeiten kontinuierlich an der Senkung unseres Energiebedarfs.

[Zur Herstellung eines Liters unserer Getränke benötigten wir 2015 rund 0,35 Megajoule Energie, 12,5 Prozent weniger als noch 2013. Insgesamt stammen 50 Prozent unseres gesamten Energieverbrauchs in der Produktion aus erneuerbaren Energiequellen. Wir beziehen bereits heute 100 Prozent unseres Stroms aus Wasserkraft.] ✓

Ergänzend bauen wir mehr auf Elektromobilität. Im Pilotprojekt stellten wir den Standort Mannheim auf 14 Elektrogabelstapler inklusive Ladestationen um. Die Fahrzeuge fahren mit Strom aus regenerativen Quellen. Durch diesen Wechsel von Gas- zu E-Antrieb sparen wir jährlich effektiv 380 Tonnen CO₂-Ausstoß. Der erfolgreiche Test motiviert uns, auch an anderen Standorten auf Elektrogabelstapler zu setzen. Bis 2020 soll der Stapelverkehr in unseren Lagern emissionsfrei werden. Aktuell stoßen 58,3 Prozent (384 von 659) der Gabelstapler keine Treibhausgase mehr aus.



In Berlin bieten wir unseren Mitarbeitern seit 2015 zwei Elektroautos inklusive Ladesäulen an, um vor allem zwischen den Standorten Stralauer Allee und Hohenschönhausen emissionsfrei fahren zu können. Bei Geschäftsreisen setzen wir primär auf Bahnverkehr: 2015 haben die Coca-Cola Mitarbeiter insgesamt 2.176.009 km per Zug zurückgelegt.

Effizienter Transport

[CO₂-Emissionen – und zugleich Kosten – sparen wir auch beim Transport, vor allem durch die Verjüngung des Fuhrparks. Derzeit beliefern 863 Lkws täglich unsere Kunden aus Gastronomie und Handel. Davon fahren 94 Prozent der Lkws bereits mit einer grünen Plakette. Im Vergleich zu 2013 haben wir das Durchschnittsalter unserer Lkws um 0,26 Jahre auf 4,49 Jahre gesenkt.] ✓

Durch verbesserte Tourenführung, effizientere Auslastung sowie Vermeidung von Leerfahrten optimieren wir unsere Logistik. Darüber hinaus bieten wir unseren Kraftfahrern Trainings zum spritsparenden Fahren

an. 2015 fanden vier Coachings mit insgesamt 62 Teilnehmern statt. 2015 konnten wir den Dieserverbrauch um 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr senken. Dies ist uns gelungen, indem wir die Gesamtflotte reduziert, Fahrzeuge mit hohem Spritverbrauch gegen sparsame Modelle ausgetauscht, Geschäftsreisen umsichtig geplant, Fahrgemeinschaften und Bahnfahrten gebildet sowie die Belieferungsmatrix optimiert haben.

Zertifizierung unserer Produktionsbetriebe

Um hohe Qualität, Ressourcenschonung und Arbeitssicherheit zu gewährleisten, setzen wir in allen Produktionsbetrieben auf branchenrelevante Zertifizierungen. Dies umfasst:

- **Umweltmanagement** DIN EN ISO 14001
- **Energiemanagement** DIN EN ISO 50001
- **Qualitätsmanagement** DIN EN ISO 9001
- **Lebensmittelsicherheit** DIN EN ISO 22000 und PAS 220 oder FSSC 22000
- **Arbeitssicherheit** OHSAS 18001

Ziele 2020

- Reduktion CO₂-Verbrauch pro Liter Getränk um 25 Prozent im Vergleich zum Referenzjahr 2010
- 0,3 MJ Energie pro Liter Getränk
- Weiterhin neu gekaufte Kühler 100 Prozent fluorkohlenwasserstofffrei

G4-DMA, G4-EC2, FP2, G4-EN3, G4-EN6, G4-EN7, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN27, G4-EN30, G4-FP5

Verpackung

Wir bieten Verpackungen an, die praktisch, sicher, qualitativ hochwertig und ressourcenschonend hergestellt sind. Dies ist eine große Herausforderung, auch weil die Anforderungen unserer Kunden sehr unterschiedlich sind und je nach Situation variieren. Unser Ziel ist es, bei gleichhoher Qualität und Sicherheit den Ressourcenverbrauch zu senken. Dies erreichen wir, indem wir das Gewicht unserer Verpackungen reduzieren und den Recyclinganteil steigern. Ebenfalls ein Schwerpunkt ist unsere PlantBottle™, mit der wir daran arbeiten, den Anteil an nachwachsenden Ressourcen an unseren Verpackungen zu erhöhen. Zudem treiben wir die Umstellung unserer Produktionsbetriebe auf 100 Prozent Recycling voran.

Material einsparen

Einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung unserer Umweltbilanz erreichen wir bei Verpackungen durch Materialeinsparungen und den verringerten Einsatz von Ressourcen. 2015 etwa haben wir unsere Flaschenschraub-

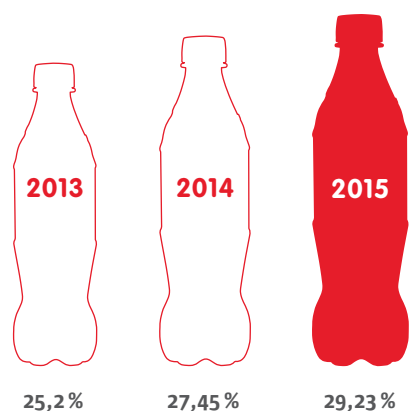
verschlüsse bei Einwegflaschen durch leichtere Verschlüsse ersetzt. So konnten wir mit einem Lieferanten in 4 Produktionsbetrieben das Gewicht von 2,5 Gramm auf 2,2 Gramm je Verschluss reduzieren, mit einem anderen Lieferanten in 3 Produktionsbetrieben von 2,6 Gramm auf 1,95 Gramm. Auch die Blechstärke für Kronkorken konnten wir in 9 Produktionsbetrieben reduzieren, von 0,22 Millimeter auf 0,2 Millimeter. [Diese kleinen Mengen machen einen großen Unterschied, denn wir benötigten 2015 9.350 Tonnen Verschlüsse aus Kunststoff und 136 Tonnen Verschlüsse aus Aluminium.] ✓

Innovative Verpackungslösungen

Mit unserer PlantBottle™, die einen Anteil an nachwachsenden Rohstoffen aufweist, haben wir einen wichtigen Schritt hin zu einer zukunftsfähigen Verpackungslösung gemacht. Die Produkte ViO und die neue ViO BiO LiMO werden bereits in der PlantBottle™ abgefüllt. Der gegenwärtig immer günstigere Ölpreis bremst jedoch den weiteren Ausbau der PlantBottle™, da diese im Vergleich zu konventionellem PET durch den Trend teurer wird. [Stattdessen konzentrieren wir uns derzeit darauf, den Anteil an recyceltem PET in allen Kunststoffflaschen zu erhöhen. 2015 lagen wir bei 29,23 Prozent und konnten uns im Vergleich zum Vorjahr erneut steigern.] ✓ Bis 2020 sollen unsere Kunststoff-Einwegflaschen im Durchschnitt mindestens zu 40 Prozent aus Recyclingmaterial bestehen.



Anteil an recyceltem PET in unseren Einwegflaschen



Mit dem Launch von Coca-Cola Life haben wir erstmals eine Flasche aus 100 Prozent rPET im Markt einführen können.

Mehrweg bleibt wichtig

[2015 ist unser Mehrweganteil von 57 Prozent im Jahr 2014 auf 54 Prozent gesunken.] ✓ Dies ist dem allgemeinen Markttrend zu Einwegverpackungen geschuldet, dem wir uns nur bedingt widersetzen konnten. So haben wir 2015 die 1,5-Liter-Mehrweg-PET-Flasche vom Markt genommen und damit begonnen, auch die 0,5-Liter-PET-Mehrwegflasche sukzessive abzutauschen. Das Getränkevolumen ging zum großen Teil in die stärker bevorzugte und weiterhin von uns angebotene 1,0-Liter-Mehrweg-PET-Flasche. Die

0,5-Liter-Mehrweg-PET-Flasche wurde vorrangig in unterwegsverzehrsituationen an Bahnhöfen o. Ä. genutzt. Dies zog eine hohe Verlustrate von etwa 15 Prozent nach sich. Die Folgen – geringe Umlauffzahlen sowie zusätzlicher Aufwand für Transport leerer Kisten – waren wirtschaftlich nicht länger vertretbar.

Unsere 1,0-Liter-Mehrweg-PET-Flasche bleibt unsere wichtigste Verpackung. Ergänzt wird unser Mehrwegangebot durch Glasmehrwegflaschen. Insgesamt halten wir weiterhin einen Mehrweganteil, der weit über dem Marktdurchschnitt alkoholfreier Erfrischungsgetränke liegt. Die Entscheidung, ob Mehrweg oder Einweg, liegt aber nicht allein bei uns oder den Verbrauchern. Denn unsere Kunden bestimmen ihre Sortimente selbst, und wir liefern, was dazu passt und nachgefragt wird. Immerhin 30 Prozent unseres Handelsmarktvolumens verkaufen wir an Kunden, die ausschließlich Einweg anbieten.

Geschlossene Wertstoffkreisläufe

[Bei allen unseren Einweg-, Glas- und PET-Flaschen sowie bei den Papier- und Pappmaterialien kommt vermehrt Recyclingmaterial zum Einsatz. So konnten wir zum Beispiel den Anteil an recyceltem PET in den PET-Einwegflaschen von 9.749 im Jahr 2013 auf 13.508 Tonnen im Berichtsjahr ausbauen] ✓. Für Coca-Cola Life setzen wir in Deutschland seit 2015 Flaschen aus 100 Prozent recyceltem PET ein.

Wiederverwertbarkeit spielt aber nicht nur bei Verpackungen eine große Rolle. Mit dem Ziel, nahezu 100 Prozent sämtlicher beim routinemäßigen Herstellungsprozess entstehenden Abfälle einer stofflichen Verwertung zuzuführen, starteten wir am Standort Genshagen das Pilotprojekt ›Circular Economy‹. Das Konzept wurde in Zusammenarbeit mit der ALBA Group entwickelt. Es soll über die nächsten Jahre in allen unseren Produktionsstandorten in Deutschland eingeführt werden. Neben der vollständigen und getrennten Erfassung der verschiedenen Wertstofffraktionen ist die Qualität der erfassten Wertstoffe ein wichtiger Erfolgsfaktor bei der Umsetzung des Konzepts. Zur Einbindung und Motivation der Beschäftigten haben wir unter anderem ein eigenes Farbsystem und praxisnahe Trainings entwickelt. Darüber hinaus werden in Zusammenarbeit mit Lieferanten recyclingfähige Ersatzmaterialien für den kleinen Rest der nicht verwertbaren Abfälle gesucht.

Innovationskooperationen

Auch auf anderen Gebieten engagieren wir uns in zukunftsfähigen Projekten. Gemeinsam mit dem Recyclingspezialisten Interseroh unterstützen wir etwa den Schreibgerätehersteller STABILO bei seiner Produktlinie „Green Sortiments“: Aus Coca-Cola Schraubverschlüssen wird ein Textmarker hergestellt, dessen Hülle zu 83 Prozent aus recyceltem Kunststoff besteht.

Arbeiten ohne Papier

Bereits seit 2011 ist Coca-Cola Mitglied in der Initiative pro Recyclingpapier, die sich für die Verwendung von Papier aus wiederverwerteten Materialien einsetzt. Intern haben wir im Zuge unserer Digitalisierungsstrategie 2015 alle Produktionsbetriebe auf das elektronische Lagerplatzverwaltungssystem umgestellt. Im November 2015 implementierte der letzte Produktionsstandort das System ETTS – Erweitertes Tracking und Tracing System. Sämtliche Lagerprozesse, wie zum Beispiel Kommissionierungen, erfolgen nun papierlos. Für 2016 ist die Einführung von ETTS für unsere Vertriebslager geplant.

Ziel 2020

- 40 Prozent recyceltes PET in Kunststoff-Einwegflaschen

Kontakt



Coca-Cola GmbH

Uwe Kleinert

Leiter Nachhaltigkeit und
Unternehmensverantwortung
Stralauer Allee 4 | 10245 Berlin
Telefon +49 30 22606-9434
E-Mail ukleinert@coca-cola.com



Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH

Axel Bachmann

Geschäftsleiter Nachhaltigkeit
Mathias-Brüggen-Straße 74 | 50827 Köln
Telefon +49 221 5975-802
E-Mail axel.bachmann@cceag.de



Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH

Sandra Broschat

Senior Manager Nachhaltigkeit
und Berichtsverantwortliche
Stralauer Allee 4 | 10245 Berlin
Telefon +49 30 9204-2559
E-Mail sandra.broschat@cceag.de

Impressum

Zukunftsgerichtete Aussagen und Haftungsausschluss

Alle Angaben in dieser Broschüre wurden mit größter Sorgfalt erhoben. Dennoch können Fehler nicht vollkommen ausgeschlossen werden. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese beruhen auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitungen der Coca-Cola GmbH und der Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Die tatsächlichen Ergebnisse können durch vielfältige, zum Erscheinungstermin nicht vorhersehbare Einflussgrößen zu einer Abweichung von den zukunftsbezogenen Aussagen führen. Daher sind alle Aussagen mit Ungewissheiten verbunden und nicht als Garantie zu verstehen. Eine Vielzahl dieser Ungewissheiten wird von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss der Coca-Cola GmbH oder der Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH unterliegen und zum Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht sicher abgeschätzt werden können. Dazu zählen das wirtschaftliche Umfeld, das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen bis zum Folgebericht ist weder geplant, noch übernehmen die Coca-Cola GmbH und die Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Markenrechte

Coca-Cola, Coke, Coca-Cola Life, Coca-Cola Zero, Fanta, Lift, die Konturflasche, die dynamische Welle sind eingetragene Schutzmarken der The Coca-Cola Company. ViO, ViO BiO, das rote Dreieck und das Apollinaris-Logo sind eingetragene Schutzmarken. All rights reserved.

G4-4

Herausgeber

Coca-Cola GmbH und Coca-Cola European
Partners Deutschland GmbH

Der Nachhaltigkeitsbericht im Internet:

www.coca-cola-deutschland.de/nachhaltigkeit

Konzeption, Text und Gestaltung

Schol & Friends Reputation, Berlin

Bildnachweis

Coca-Cola GmbH, Coca-Cola European
Partners Deutschland GmbH, The Coca-Cola
Company, Kai Bublitz

Anhang

- 1 Corporate Governance
- 2 Kennzahlen 2013 – 2015
- 3 GRI G4 Content Index
- 4 Externe Prüfungen des Nachhaltigkeitsberichts

Corporate Governance

Als weltweites Unternehmen legt Coca-Cola großen Wert auf die Einhaltung von Menschen-, Arbeits- und Sozialrechten. Wir möchten, dass in unserem Arbeitsumfeld Vielfalt, Verantwortung und Fairness selbstverständliche Werte sind, die wir auch von unseren Geschäftspartnern einfordern. Eine umsichtige und transparente Unternehmensführung sowie ein effektives Compliance-Management sind dafür zentral. Wir gewährleisten dies bei uns und in der gesamten Wertschöpfungskette über die Einhaltung entsprechender Leitfäden, freiwilliger Selbstverpflichtungen und aktiver Mitgliedschaften in globalen sowie lokalen Bündnissen. Sechs Richtlinien sind für uns zentral:

- [Kodex zum Verhalten im Geschäftsleben \(Code of Business Conduct\)](#)
- [Leitprinzipien für Zulieferer \(Supplier Guiding Principles\)](#)
- [Richtlinie zu den Rechten am Arbeitsplatz \(Workplace Rights Policy\)](#)
- [UNESDA-Selbstverpflichtung](#)
- [UN Global Compact](#)
- [Hospitality-Leitfaden von ›S20 – The Sponsors' Voice‹, der von Coca-Cola Deutschland mit entwickelt wurde](#)

Compliance-Management

In allen Coca-Cola Unternehmen sind nationale Ethical Compliance Manager die ersten Kontaktpersonen für ethische und rechtliche Fragen unserer Mitarbeiter. Sie untersuchen potenzielle Verstöße gemäß der jeweiligen

nationalen Gesetzgebung und unseren weltweiten Richtlinien und berichten diese direkt an den übergreifenden Ethical Compliance Manager der The Coca-Cola Company. Über das Online-Portal [www.KOethics.com](#) und eine kostenfreie Hotline können unsere Mitarbeiter und externe Partner Unregelmäßigkeiten anonym an die unabhängige Serviceorganisation EthicsLine melden.

2015 wurden erneut weder Beschwerden wegen Datenschutzverstößen noch Klagen oder Fälle von Diskriminierung bekannt. Es wurde keine Geschäftstätigkeit festgestellt, die die Vereinigungsfreiheit bzw. das Recht zu Kollektivverhandlungen gefährdete oder das Risiko von Menschenrechtsverletzungen, Zwangs-, Pflicht- oder Kinderarbeit beinhaltete. Coca-Cola Deutschland musste keinen Strafen oder Bußgeldern entsprechen. Ein 2015 durchgeführtes internes Audit zur Einhaltung der Selbstverpflichtungen ›Marketing to Kids Policy‹ und ›School Policy‹ stellte keine Verstöße fest.

Compliance-Schulungen

Für leitende Angestellte der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG sowie alle Mitarbeiter der Coca-Cola GmbH ist der Code of Business Conduct in ihrer täglichen Arbeit relevant. Wir legen bereits in den Arbeitsverträgen fest, dass sie regelmäßig zum Kodex geschult werden. In ergänzenden Seminaren schulen wir zur Antikorruptionspolitik und zum Datenschutz ebenso wie zu

kartellrechtlichen Erfordernissen. Über das Online-Portal [www.KOethics.com](#) können Beschäftigte zudem Fragen zu relevanten Richtlinien, Rechten und Pflichten am Arbeitsplatz und sonstigen Ethik- oder Compliance-Angelegenheiten stellen.

Lieferantenüberprüfung mit umfassenden Audits

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie kann nur funktionieren, wenn wir auch Kunden und Zulieferer in die Umsetzung einbeziehen. Daher gehen wir in dieser Frage ganz bewusst auch auf unsere Kunden im Außer-Haus-Markt (Gaststätten, Kioske, Betriebe) und im Haushaltmarkt (Handel, Getränke- abholmärkte) sowie auf unsere Lieferanten zu. So lassen wir alle Zulieferer der CCE AG für Inhaltsstoffe, Verpackungen und Verkaufstechnik ab 15 Mitarbeitern und 60.000 Euro Umsatz auditieren. Dies geschieht nach dem 4-Pillar ›Sedex Members Ethical Trade Audit‹ (SMETA) durch unabhängige Prüfungsgesellschaften.

Die Leitprinzipien für Zulieferer bilden die Basis für unsere Lieferantenauswahl und sind in allen Lieferverträgen verankert. Sie fordern die Einhaltung der acht Kernkonventionen der ILO (International Labour Organization) sowie geltender Umweltschutzgesetze, Vorschriften und Bestimmungen. Diese Prüfungen werden alle drei Jahre in den relevanten Bereichen Arbeitsstandards, Gesundheit und Sicherheit, Umweltschutz und Geschäftspraktiken

wiederholt. Wir dokumentieren die Prüfergebnisse und klassifizieren die Lieferanten mithilfe eines Ampelsystems. Bei Mängeln besprechen wir deren Behebung im Dialog mit dem Zulieferer und legen gemeinsam einen klaren Zeitrahmen inklusive externer Überprüfung fest. Werden die Defizite nicht beseitigt, stellen wir die Geschäftsbeziehung ein. 2015 wurden keine Verstöße gegen Arbeitspraktiken, ökologische Kriterien oder Menschenrechte bei unseren Zulieferern angezeigt, entsprechend mussten wir keine Lieferantenbeziehung beenden.

Risikomanagement und Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips

Relevante Risiken unserer Geschäftstätigkeit identifizieren und bewerten wir frühzeitig, regelmäßig und systematisch. Um entsprechende Vorsorgemaßnahmen entwickeln und umsetzen zu können, nutzen wir unter anderem einen integrierten Planungs- und Führungsprozess, wertorientierte Kennzahlen sowie Controlling-Reports. Zusätzliche Instrumente sind:

- Jährlicher Risikobericht von Coca-Cola: Jedes Jahr erstellt unser Risikomanagement unter Einbeziehung der Geschäftsleitung eine ausführliche Risikoanalyse – Updates erfolgen quartalsweise. Geschäftsführung und Vorstand werden umfassend über alle identifizierten Gefahren und Chancen im Konzern informiert, dringende Fälle werden umgehend kommuniziert.

- Regelmäßige Szenarioanalysen: Mithilfe wiederholter Szenarioanalysen ermittelt unser Risikomanagement durch die Zusammenfassung verschiedener Einzel-faktoren die Gesamtrisikoposition des Unternehmens.
- Anspruchsvolle Qualitäts- und Sicherheitskontrollen: Bei der Lebensmittelsicherheit setzen wir auf strengste Kriterien, die in vielen Bereichen weit über die international gültigen Standards hinausgehen. Mehr hierzu erfahren Sie im Kapitel Me unter Produktverantwortung.
- Umweltmanagement: Umweltschutz beginnt bei der Entstehung der benötigten Rohstoffe und zieht sich durch alle weiteren Prozesse. Wie wir unsere Umweltschutzstrategie im Rahmen zertifizierter Umweltmanagementsysteme umsetzen, können Sie im Kapitel World nachlesen.
- Jährlicher Risikobericht der The Coca-Cola Company: Gemäß den Regelungen der United States Securities Exchange Commission (SEC) klärt die The Coca-Cola Company in ihrem Geschäftsbericht jährlich über die Risiken des Unternehmens auf. Mehr Informationen hierzu finden Sie auf der Homepage unseres Mutterkonzerns unter [Investors, Financial Reports and Information](#).

- Stakeholder-Kommunikation: Einen wesentlichen Beitrag zur Risikoerkennung und -vermeidung können unsere Stakeholder leisten. Wie deren Wissen, Erwartungen und Meinungen, die wir aus dem gemeinsamen Dialog kennen, in unseren Nachhaltigkeitsprozess einfließen, lesen Sie im Kapitel Stakeholder-Kommunikation und Materialität.



Vision 2020

Auf dem Weg zum Wachstum auf Grundlage nachhaltiger Kriterien haben wir in unserer Vision 2020 sechs Erfolgsfaktoren definiert:

- begeisterte Mitarbeiter
- ein vielfältiges und ausgewogenes Portfolio
- Schutz der Umwelt
- hohe Effizienz
- langfristige Wirtschaftlichkeit
- enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern

Nachhaltigkeit braucht engagierte Mitarbeiter

Um verantwortlich wirtschaften zu können, brauchen wir die Bereitschaft jedes einzelnen Mitarbeiters. Daher beziehen wir sie aktiv in unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten mit ein, fordern und fördern sie.

Die mittlerweile 15 Nachhaltigkeitskoordinatoren sind innerhalb ihres Tätigkeitsbereichs die ersten Ansprechpartner rund um das Thema Nachhaltigkeit. Dabei organisieren sie nicht nur eigene Projekte. In Abstimmung mit der Geschäfts- oder Bereichsleitung helfen die Koordinatoren auch bei der Umsetzung der in den Akademien entwickelten Maßnahmenpläne und treten als Multiplikatoren der Themen auf.

Interne Information und Feedback

2015 haben wir unseren Mitarbeitern erstmals eine komprimierte Auskopplung des Nachhaltigkeitsberichts mit Fakten zu Coca-Cola und Nachhaltigkeit zur Verfügung gestellt. Nachhaltigkeitsthemen werden zudem über die Mitarbeiterzeitung, das Intranet und Schwarze Bretter kommuniziert. Kritik und Anregungen können Mitarbeiter über die Betriebsräte, das innerbetriebliche Vorschlagswesen sowie in der zweijährlich stattfindenden Mitarbeiterbefragung äußern.

Integration in alle Geschäftsbereiche

Coca-Cola Deutschland integriert Nachhaltigkeitsthemen in alle relevanten Steuerungs-

elemente wie die Sustainability Scorecard, Businesspläne und Zertifizierungen. Damit stellen wir sicher, dass die Idee der Nachhaltigkeit in alle Geschäftsbereiche einfließt und dort verankert wird. Verstärkt nehmen wir überdies Einfluss auf unsere gesamte Wertschöpfungskette.

Mithilfe unserer Sustainability Scorecard 2013–2020 haben wir die internationalen Ziele in den Strategiebereichen Me, We und World für Deutschland angewendet, Leistungskennzahlen identifiziert und Verantwortlichkeiten zugewiesen. Seit 2010 fließen Nachhaltigkeitsthemen und -ziele in unsere Businesspläne ein. Ebenso finden sie sich im monatlichen Report zu den Produktionsbetrieben, mit den wichtigsten Kennzahlen zu den Bereichen Umwelt und Arbeitssicherheit.

G4-14, G4-34, G4-35, G4-36, G4-37, G4-41, G4-45, G4-46, G4-47, G4-49, G4-53, G4-56, G4-57, G4-58, G4-DMA, FP1, FP2, G4-EN29, G4-EN32, G4-EN33, G4-LA14, G4-LA15, G4-HR3, G4-HR10, G4-HR11, G4-HR12, G4-SO2, G4-SO3, G4-SO4, G4-SO6, G4-SO8, G4-SO9, G4-SO10, G4-SO11, G4-PR2, G4-PR4, G4-PR6, G4-PR7, G4-PR9

Kennzahlen 2013–2015

In diesem Kapitel sind alle wichtigen Kennzahlen des Nachhaltigkeitsberichts 2015 übersichtlich aufbereitet (Zeitraum: 1.1.–31.12.). Sofern Daten nur die Coca-Cola GmbH oder nur die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG betreffen, ist dies entsprechend vermerkt. Die mit dem Symbol ✓ geprüften Kennzahlen wurden durch die Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mbH einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

PRODUKTVERANTWORTUNG	EINHEIT	2013	2014	2015	
Entwicklung des Absatzvolumens¹	Prozent	+2,1	+0,8	+1,7	↗
Portfolio					
Erfrischungsgetränke mit Zucker	Prozent	66,1	66,4	65,9	✓ ↘
Erfrischungsgetränke ohne Zucker (Zero, light)	Prozent	18,9	18,3	18,3	✓ →
Wasser	Prozent	10,7	10,9	10,9	✓ →
Säfte, Schorlen, Sportgetränke, Eistees, Energy-Drinks, Heißgetränke	Prozent	4,3	4,3	4,9	✓ ↗
Kunden²					
Außer-Haus-Markt	Anzahl	346.400	342.100	324.200	↘
Haushaltsmarkt	Anzahl	22.900	21.700	29.500	↗
Kaloriengehalt im Durchschnitt aller Getränke³	kcal pro 250 ml	71,10	71,20	70,20	✓ ↘
Zertifizierungen der Produktionsbetriebe					
Qualität (DIN EN ISO 9001)	Anzahl	alle	alle	alle	→
Lebensmittelsicherheit (DIN EN ISO 22000 + PAS 220 oder FSSC 22000)	Anzahl	alle	alle	alle	→
Umwelt (DIN EN ISO 14001)	Anzahl	alle	alle	alle	→
Arbeitssicherheit (OHSAS 18001)	Anzahl	alle	alle	alle	→
Energiemanagement (DIN ISO 50001)	Anzahl	alle	alle	alle	→
Nicht eingehaltene Vorschriften in Bezug auf Werbung (inkl. Anzeigen, Verkaufsförderung, Produktkennzeichnung, Sponsoring)	Anzahl	0	0	0	→
Verstöße oder berechtigte Beschwerden bzgl. des Datenschutzes	Anzahl	0	0	0	→
Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Rechtsvorschriften	Euro	0	0	0	→
Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten	Anzahl	0	0	0	→

¹ 2015 betrug das gesamte Volumen 3,86 Mrd. Liter (+1,7 Prozent vs. Vorjahr).

² Kennzahl umfasst ausschließlich Kunden, die von Coca-Cola Deutschland aktiv betreut werden (d. h. besucht, beliefert, abgerechnet). Die Veränderungen der Kundenzahlen ergeben sich u.a. durch eine umfangreiche Bereinigung der Stammdaten, eine Integration der Kunden von Sodenthaler und Urbacher Mineralquellen sowie einer Umstellung von indirekte auf direkte Belieferung.

³ Die Basis zur Ermittlung der durchschnittlichen Kalorie wurde von der Betrachtung des Gesamtvolumens inklusive Hot Beverages auf die Betrachtung des Gesamtvolumens exklusive Hot Beverages angepasst. Hintergrund: Es liegen keine validen Kalorie-Angaben für Hot Beverages/Chaqua vor, da Endverbraucher ihre Heißgetränke eigenständig süßen. Dadurch kommt es in der Historie zu leicht veränderten Angaben.

G4-9, G4-22, G4-DMA, G4-FP5, G4-PR4, G4-PR7

AKTIVER LEBENSSTIL	EINHEIT	2013	2014	2015	
Mission Olympic					
Teilnehmer	Anzahl	256.000	102.000	keine	↘
Praktizierte physische Aktivitäten	Anzahl	1.370.000	713.785	keine	↘
Medienveröffentlichungen	Anzahl	3.917	1.910	keine	↘
Medienkontakte	Anzahl	209 Mio.	131 Mio.	keine	↘
Monetärer Mediawert der Veröffentlichungen für die Themen Bewegung und Breitensport	Euro	3,5 Mio.	2,2 Mio.	keine	↘

ARBEITSPLATZ	EINHEIT	2013	2014	2015	
--------------	---------	------	------	------	--

GESAMTBELEGSCHAFT¹

CCE AG					
Gesamtzahl der Mitarbeiter	Anzahl gesamt m/w	11.787 9.348/2.439	11.546 9.161/2.385	11.292 8.933/2.359	✓ ↘
Festangestellte	Anzahl gesamt m/w	9.200 7.501/1.699	8.864 7.167/1.697	8.424 6.780/1.644	✓ ↘
Befristet Angestellte	Anzahl gesamt m/w	608 451/157	474 374/100	458 382/76	✓ ↘
Altersteilzeit aktiv	Anzahl gesamt m/w	144 105/39	136 109/27	157 121/36	✓ ↗
Nicht operativer Headcount (Aushilfen, Auszubildende, Trainees, Praktikanten)	Anzahl gesamt m/w	666 445/221	654 440/214	643 428/215	✓ ↘
Inaktive Mitarbeiter (Elternzeit, Mutterschutz, Erwerbsunfähige, Altersteilzeit inaktiv)	Anzahl gesamt m/w	1.169 846/323	1.418 1.071/347	1.610 1.222/388	✓ ↗
Coca-Cola GmbH ²	Anzahl gesamt m/w	186 84/102	188 81/107	158 67/91	✓ ↘

Gesamtbelegschaft nach Nationalität

CCE AG³					
Deutsche Nationalität	Prozent	91,5	91,4	90,8	✓ ↘
Andere Nationalitäten	Prozent	8,5	8,6	9,2	↗
Coca-Cola GmbH					
Deutsche Nationalität	Prozent	88,7	87,8	86,8	✓ ↘
Andere Nationalitäten	Prozent	11,3	12,2	13,2	↗

Gesamtbelegschaft nach Arbeitsvertrag¹

CCE AG⁴					
Tarifmitarbeiter	Prozent m/w	89,6 72,2/17,4	89,0 71,6/17,4	88,3 70,7/17,6	✓ ↘
AT-Mitarbeiter	Prozent m/w	4,5 3,5/1,0	4,9 3,7/1,2	5,4 4,0/1,4	✓ ↗
Trainees, Auszubildende, Praktikanten	Prozent m/w	4,1 3,0/1,1	4,3 3,1/1,2	4,4 3,1/1,3	✓ ↗
Aushilfen	Prozent m/w	1,8 1,0/0,8	1,8 1,0/0,8	1,9 1,0/0,9	✓ ↗

G4-9, G4-10, G4-22, G4-DMA, G4-EC1, G4-EC8, G4-EC9

ARBEITSPLATZ	EINHEIT	2013	2014	2015	
Coca-Cola GmbH					
Mitarbeiter aktiv (unbefristet)	Prozent m/w	81,2 50,3/49,7	79,3 51,1/48,9	77,9 47,2/52,8	✓ ✓ ↘
Mitarbeiter inaktiv (unbefristet)	Prozent m/w	4,3 0,0/100,0	4,7 0,0/100,0	4,4 0,0/100,0	✓ ✓ ↘
Trainees, Auszubildende, Praktikanten und Werkstudenten	Prozent m/w	10,2 26,3/73,7	11,7 27,3/72,7	13,9 40,9/59,1	✓ ✓ ↗
Befristet angestellte Mitarbeiter	Prozent m/w	4,3 50,0/50,0	4,2 37,5/62,5	3,8 0,0/100,0	✓ ✓ ↘

Auszubildende der CCE AG⁵

Anteil von Auszubildenden	Prozent	3,6	3,6	4,1	✓ ✓ ↗
Technische und gewerbliche Auszubildende	Anzahl gesamt m/w	311 270/41	316 274/42	306 263/43	✓ ✓ ↘
Kaufmännische Auszubildende	Anzahl gesamt m/w	110 44/66	105 48/57	105 43/62	✓ ✓ ↗

Gesamtbelegschaft nach Region und Geschlecht⁶

CCE AG					
Baden-Württemberg	Anzahl gesamt m/w	1.171 918/253	1.125 883/242	963 779/184	✓ ✓ ↘
Bayern	Anzahl gesamt m/w	1.777 1.451/326	1.714 1.414/300	1.616 1.340/276	✓ ✓ ↘
Nord	Anzahl gesamt m/w	1.274 1.067/207	1.236 1.030/206	1.212 1.006/206	✓ ✓ ↘
Nordwest	Anzahl gesamt m/w	2.199 1.846/353	2.163 1.812/351	1.762 1.473/289	✓ ✓ ↘
Ost	Anzahl gesamt m/w	1.527 1.192/335	1.503 1.180/323	1.454 1.138/316	✓ ✓ ↘
Rheinland	Anzahl gesamt m/w	1.525 1.288/237	1.499 1.277/222	1.479 1.259/220	✓ ✓ ↘
Südwest	Anzahl gesamt m/w	1.304 1.093/211	1.263 1.056/207	1.134 951/183	✓ ✓ ↘
Vending	Anzahl gesamt m/w	-	-	441 329/112	✓ ✓
CCE AG HQ	Anzahl gesamt m/w	1.010 493/517	1.043 509/534	1.231 658/573	✓ ✓ ↗
Coca-Cola GmbH	Anzahl gesamt m/w	186 84/102	188 81/107	158 67/91	✓ ✓ ↘

Anteil von Frauen an Gesamtbelegschaft

CCE AG ³	Prozent	19,9	20,0	20,5	✓ ↗
an Verwaltung	Prozent	49,5	49,2	49,8	✓ ↗
an Vertrieb	Prozent	8,1	9,0	9,7	✓ ↗
an Verkauf	Prozent	31,4	32,2	32,8	✓ ↗
an TVG (Technischer Service)	Prozent	7,5	8,2	8,9	✓ ↗
an Operations	Prozent	15,7	15,4	15,1	✓ ↘
an Lager Vertrieb	Prozent	4,9	4,6	4,4	✓ ↘
Coca-Cola GmbH	Prozent	54,8	56,9	57,6	✓ ↗

G4-9, G4-10, G4-22, G4-DMA, G4-EC1, G4-EC8, G4-EC9, G4-LA12

ARBEITSPLATZ	EINHEIT	2013	2014	2015	
Anteil von Frauen in den drei obersten Führungsebenen⁷					
CCE AG ³	Prozent	23,5	24,3	24,8	✓ ↗
Coca-Cola GmbH	Prozent	45,6	48,9	51,3	✓ ↗

Altersstruktur

CCE AG ³					
≤ 20 Jahre	Prozent	2,3	2,4	2,5	✓ ↗
21–30 Jahre	Prozent	13,2	14,0	14,7	✓ ↗
31–40 Jahre	Prozent	18,0	18,8	19,3	✓ ↗
41–50 Jahre	Prozent	35,5	34,8	32,9	✓ ↘
51–60 Jahre	Prozent	27,3	27,1	28	✓ ↗
> 60 Jahre	Prozent	3,7	3,1	2,6	✓ ↘
Durchschnittsalter	Jahre	44,24	43,88	43,75	✓ ↘

Coca-Cola GmbH

21–30 Jahre	Prozent	16,1	16,5	19,0	✓ ↗
31–40 Jahre	Prozent	47,3	46,3	38,0	✓ ↘
41–50 Jahre	Prozent	29,0	28,7	31,6	✓ ↗
51–60 Jahre	Prozent	7,5	8,0	11,4	✓ ↗
> 60 Jahre	Prozent	0,0	0,5	0,0	✓ ↘
Durchschnittsalter	Jahre	38,51	38,99	39,69	✓ ↗

Mitarbeiterfluktuation

CCE AG ⁸					
Neu eingestellte Mitarbeiter	Anzahl gesamt m/w	511 406/105	504 422/82	488 393/95	✓ ✓ ↘
Das Unternehmen verlassen	Anzahl gesamt m/w	944 732/212	903 711/192	854 699/155	✓ ✓ ↘
Gesamtergebnis ⁹	Prozent	4,7	4,0	4,2	✓ ↗
Operations	Prozent	6,9	4,6	4,7	✓ ↗
Lager Vertrieb	Prozent	6,1	6,7	7,2	✓ ↗
Vertrieb	Prozent	2,0	2,6	3,7	✓ ↗
TVG (Technischer Dienst)	Prozent	1,6	1,0	1,1	✓ ↗
Verkauf	Prozent	4,3	2,3	2,6	✓ ↗
Verwaltung	Prozent	4,0	5,2	3,5	✓ ↘

Coca-Cola GmbH¹⁰

Neu eingestellte Mitarbeiter ¹	Anzahl gesamt m/w	13 10/3	18 5/13	11 5/6	✓ ✓ ↘
Das Unternehmen verlassen ¹	Anzahl gesamt m/w	13 5/8	20 11/9	21 11/10	✓ ✓ ↗
Gesamtergebnis	Prozent	7,8	12,0	15,4	✓ ↗

G4-10, G4-22, G4-DMA, G4-EC1, G4-EC8, G4-EC9, G4-LA1, G4-LA12

ARBEITSPLATZ	EINHEIT	2013	2014	2015	
Betriebszugehörigkeit					
CCE AG ³					
≤ 5 Jahre	Prozent	22,9	24,1	25,4	↗
6–10 Jahre	Prozent	13,1	13,1	13,3	↗
11–15 Jahre	Prozent	13,7	13,4	11,9	↘
16–20 Jahre	Prozent	15,7	15,0	15,5	↗
21–25 Jahre	Prozent	21,0	21,9	20,8	↘
≥ 26 Jahre	Prozent	13,6	12,6	13,2	↗
Durchschnittliche Zugehörigkeit	Jahre	15,7	15,4	15,3	↘
Coca-Cola GmbH					
≤ 5 Jahre	Prozent	37,8	34,9	41,8	↗
6–10 Jahre	Prozent	31,7	33,1	22,1	↘
11–15 Jahre	Prozent	11,1	12,0	14,6	↗
16–20 Jahre	Prozent	8,3	7,8	10,1	↗
21–25 Jahre	Prozent	8,3	9,1	8,9	↘
≥ 26 Jahre	Prozent	2,8	3,1	2,5	↘
Durchschnittliche Zugehörigkeit	Jahre	7,8	9,2	9,3	↗

Unfallstatistik der CCE AG¹¹

Gemeldete Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen	Tage	10.242	10.730	8.947	✓ ↘
Gemeldete Ausfalltage aufgrund von Wegeunfällen	Tage	1.349	1.489	1.914	✓ ↗
Gemeldete Ausfalltage gesamt	Tage	11.591	12.219	10.861	✓ ↘
Ausfallsumme gesamt	Euro	4.636.400	4.816.400	4.344.400	✓ ↘
Erste-Hilfe-Unfälle	Vorfälle	1.442	1.299	1.203	✓ ↘
Todesfälle ¹²	Anzahl	0	0	1	✓ ↗
Lost Time Injury Rate (LTIR) ¹³	Prozent	4,3	4,2	3,8	✓ ↘

Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen

CCE AG					
Maßnahmen gesamt	Anzahl	3.767	1.896	1.595	✓ ↘
Teilnahmen gesamt	Anzahl	17.810	15.636	11.769	✓ ↘
Trainingsstunden pro MA ¹⁴	Stunden	14,0	16,6	13,5	✓ ↘
Registrierte Nutzer E-Learning	Anzahl gesamt m/w	1.979 1.426/553	1.941 1.372/569	1.967 1.388/579	✓ ↗
Aktive Nutzer E-Learning	Anzahl	1.771	1.767	1.389	✓ ↘
Nutzungsrate E-Learning	Prozent	90	91	71	✓ ↘
Coca-Cola GmbH ¹⁰					
Online Schulungen + WebEx ¹⁵	Stunden	507	1.080	274,5	✓ ↘
Schulungen (Seminare) ¹⁶	Stunden	936	1.824	684	✓ ↘
Gesamt	Stunden	1.443	2.904	959	✓ ↘
Trainingsstunden pro MA ¹⁷	Stunden	8,6	15,4	7,0	✓ ↘

G4-22, G4-DMA, G4-EC1, G4-EC8, G4-EC9, G4-LA6, G4-LA9

ARBEITSPLATZ	EINHEIT	2013	2014	2015	
Mitarbeiter in Elternzeit					
CCE AG					
Elternzeit in Anspruch genommen ¹⁸	Anzahl gesamt m/w	243 65/178	192 68/124	230 72/158	✓ ↗
Rückkehrerrate an den Arbeitsplatz ¹⁹	Prozent m/w	96,9/90,4	97,1/95,2	95,8/92,4	✓ ↘
Coca-Cola GmbH					
Elternzeit in Anspruch genommen	Anzahl gesamt m/w	16 2/14	25 5/20	16 1/15	✓ ↘
Rückkehrerrate an den Arbeitsplatz ²⁰	Prozent m/w	100,0/66,7	100,0/77,7	100,0/53,3	✓ ↘
Mitarbeiter mit Behinderung					
CCE AG ³	Prozent	4,6	4,3	4,6	✓ ↗
Coca-Cola GmbH	Prozent	0,6	0,6	1,9	✓ ↗
Vorfälle an Diskriminierungen jeglicher Art	Anzahl	0	0	0	✓ →

GEMEINWESEN	EINHEIT	2013	2014	2015	
Engagement der Verkaufsgebiete und Hauptverwaltungen					
Summe aller Bar- und Sachförderungen	Euro	1.727.975	1.252.115	1.175.624	↘
Summe geleisteter Arbeitsstunden für soziale Zwecke	Stunden	5.904	5.950	4.818	↘

¹ Untergliederung nach Geschlecht, wie von den Richtlinien G4 der Global Reporting Initiative gefordert. Wird seit 2013 erfasst.

² Headcount operativ und nicht operativ.

³ Alle Mitarbeitergruppen inkl. Auszubildende, Trainees und ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus der Restrukturierung, Aushilfen, Praktikantinnen und Praktikanten.

⁴ Alle Mitarbeitergruppen inkl. Auszubildende, Trainees und ruhende Arbeitsverhältnisse, ohne Mitarbeiter aus der Restrukturierung.

⁵ Der Anteil der Auszubildenden bezieht sich auf die Grundgesamtheit aller Mitarbeiter (außer MA in Restrukturierung und ATZ passiv).

⁶ Neue Untergliederung nach Region und Geschlecht, wie von den Richtlinien G4 der Global Reporting Initiative gefordert. Wird seit 2013 erfasst.

⁷ Führungskräfte: ab Jobgrade 10.

⁸ Operativer Headcount inkl. Restrukturierung, ohne Aushilfen, Versorgungsempfänger, Auszubildende, Praktikanten, Trainees und ruhende Arbeitsverhältnisse.

⁹ Es wurden zur Berechnung der Fluktuationsrate nur die Austritte ohne Mitarbeiter in Restrukturierung einbezogen. Die Berechnung der Rate bezieht sich auf den durchschnittlichen Headcount im Jahr als Grundgesamtheit.

¹⁰ Berechnung erfolgte auf Basis der Mitarbeiterzahl ohne Trainees, Auszubildende, Praktikanten oder Werkstudenten.

¹¹ Besucher, Lieferanten, Zeit- und Leiharbeitskräfte werden in der Statistik nicht erfasst. Besucher und Lieferanten werden mit einem verpflichtenden Besucherschein über alle wichtigen Umwelt-, Arbeitssicherheits- und Hygieneaspekte informiert. Zeit- und Leiharbeitskräfte, welche nicht in den Hygienezonen A/B/C beschäftigt sind, werden mit der Besucherbroschüre auf die wichtigen geltenden Regelungen an den Standorten der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG hingewiesen.

¹² 2015 kam es zu einem tödlichen Wegeunfall: Ein Mitarbeiter des Produktionsstandortes Genshagen verstarb durch einen Autounfall auf seinem Weg nach Hause. Die Hinterbliebenen wurden durch die Coca-Cola Mitarbeiterstiftung unterstützt.

¹³ Die Kennzahl LTIR berechnet sich aus: Anzahl der Arbeitsunfälle * 200.000 Stunden/Tatsächlich geleistete Arbeitsstunden (Arbeitsstunden abzüglich Ausfallzeiten). Die Berechnung mit 200.000 Stunden basiert auf: 100 Vollzeit-Arbeitnehmer arbeiten 40 Stunden/Woche für 50 Wochen.

¹⁴ Berücksichtigung aller Mitarbeiter, die zum operativen Headcount zählen inkl. Auszubildende und Trainees. Ausgetretene und externe Mitarbeiter sind nicht enthalten.

¹⁵ Während die CCE AG Online-Trainings direkt in Stunden erfasst, erfasst die Coca-Cola GmbH die Anzahl der Online-Trainings. Für diese wird eine durchschnittliche Dauer von 90 Minuten pro Training kalkuliert und auf dieser Basis die Trainingsstunden bzw. die Trainingsstunden pro Mitarbeiter berechnet.

¹⁶ Stundenzahl basiert auf der zugrundeliegenden Annahme, dass ein Seminartag 9 Stunden dauert.

¹⁷ Wir erfassen diese Kennzahl seit 2013. Trainingsstunden unserer Trainees, Auszubildenden, Praktikanten und Werkstudenten werden nicht erfasst.

¹⁸ Der Anteil der Elternzeitnehmer bezieht sich auf die Grundgesamtheit aller Mitarbeiter (außer Mitarbeiter in Restrukturierung, Aushilfen und Praktikanten).

¹⁹ Anteil der Mitarbeiter, die nach der Elternzeit nicht aus dem Unternehmen ausgeschieden sind, an den Mitarbeitern, die 2015 Elternzeit in Anspruch genommen haben.

²⁰ Zur Berechnung der Rückkehrerrate werden alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfasst, die vom 01.01. bis einschließlich 31.12. eines Jahres direkt im Anschluss an die Elternzeit ihre Tätigkeit bzw. eine andere Position im Unternehmen wieder aufgenommen haben, d. h. zurückgekehrt sind.

G4-22, G4-DMA, G4-EC1, G4-EC7, G4-EC8, G4-EC9, G4-LA3, G4-LA12

WASSER	EINHEIT	2013	2014	2015
Wasserverbrauch an den Produktionsstandorten der CCE AG	l H ₂ O pro l Getränk	2,01	1,92	1,88 ✓ ↘
Wasserentnahme an den Produktionsstandorten der CCE AG				
Gesamt	Liter	7.209.069.950	6.832.053.990	6.700.007.980 ✓ ↘
davon Stadtwasser	Liter	4.965.089.000	4.599.116.300	4.655.820.280 ✓ ↗
davon eigene Brunnen	Liter	2.243.980.950	2.232.937.690	2.044.187.700 ✓ ↘
Abwassereinleitungen der Produktionsstandorte der CCE AG¹				
Gesamte Abwassermenge aller Produktionsstandorte	Liter	3.372.879.000	3.048.947.575	2.899.038.210 ✓ ↘
Eigene Kläranlage Knetzgau	Liter	186.575.000	176.531.000	178.220.000 ✓ ↗

KLIMASCHUTZ	EINHEIT	2013	2014	2015
CO₂-Fußabdruck gesamt²	Tonnen	983.672	976.273	936.158 ↘
davon Verkaufstechnik	Prozent	43	42	46 ↗
davon Verpackung	Prozent	17	18	20 ↗
davon Inhaltsstoffe	Prozent	26	26	27 ↗
davon Produktion	Prozent	12	11	4 ↘
davon Logistik	Prozent	2	2	2 →
CO₂-Fußabdruck pro Liter Getränk²	g pro l Getränk	260	257	244 ↘

Primärer Energieverbrauch				
Produktionsbetriebe der CCE AG				
Heizöl	Megajoule	137.149.244	109.189.314	111.254.281 ✓ ↗
Propangas ³	Megajoule	104.191.290	109.704.106	91.024.787 ✓ ↘
Erdgas ³	Megajoule	519.030.029	441.316.019	434.783.868 ✓ ↘
LKW („Rote Flotte“), PKW und Transporter				
Diesel gesamt	Liter	14.760.993	14.139.141	12.695.195 ✓ ↘
Benzin Super bleifrei gesamt ⁴	Liter	46.224	36.323	2.005 ✓ ↘

Indirekter Energieverbrauch der Produktionsbetriebe der CCE AG				
Elektrizität ⁵	Megajoule	610.664.060	591.263.153	608.278.337 ✓ ↗
Andere	Megajoule	61.505.532	46.405.842	46.150.803 ✓ ↘

Energieverbrauch der Produktionsstandorte der CCE AG⁶	MJ pro l Getränk	0,40	0,351	0,347 ✓ ↘
Gesamter Energieverbrauch aus nicht erneuerbaren Quellen⁷	Megajoule	777.914.443	675.613.159	651.921.664 ✓ ↘
Gesamter Energieverbrauch aus erneuerbaren Quellen⁷	Megajoule	654.625.712	622.301.849	639.570.412 ✓ ↗

G4-22, G4-DMA, G4-EN3, G4-EN5, G4-EN6, G4-EN7, G4-EN8, G4-EN9, G4-EN10, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19, G4-EN22, G4-EN30

KLIMASCHUTZ	EINHEIT	2013	2014	2015
Kühler im Markt				
Gesamt	Anzahl	258.863	267.291	279.432 ✓ ↗
davon FKW-frei	Anzahl	58.612	85.083 ⁸	130.554 ✓ ↗
Energiesparende Kühler	Anzahl	101.964	115.931	145.856 ✓ ↗
davon Kühler mit EMS	Anzahl	92.581	106.481	138.936 ✓ ↗
Neu gekaufte Kühler	Anzahl	11.889	22.312	42.998 ✓ ↗
davon FKW-frei	Anzahl	10.764	22.312	42.998 ✓ ↗
davon EMD	Anzahl	8.396	15.349	32.424 ✓ ↗

Fuhrpark				
LKW	Anzahl	1.070	955	863 ✓ ↘
davon mit grüner Plakette	Anzahl	902	895	814 ✓ ↘
Durchschnittsalter	Jahre	4,75	4,48	4,49 ✓ ↗
PKW	Anzahl	2.726	2.413	2.502 ✓ ↗
davon Dienstwagen	Anzahl	331	323	350 ✓ ↗
davon Funktionswagen	Anzahl	2.395	2.090	2.152 ✓ ↗
Transporter	Anzahl	730	711	694 ✓ ↘

VERPACKUNG	EINHEIT	2013	2014	2015
Anteil von Mehrweg und Einweg bei den Endverbraucherpackungen				
Mehrweg	Prozent	58,26	56,70	53,72 ✓ ↘
Einweg mit Pfand	Prozent	41,65	43,21	45,95 ✓ ↗
Einweg ohne Pfand	Prozent	0,09	0,09	0,33 ✓ ↗

Eingesetzte Materialien – erneuerbare ⁹				
Glas	Tonnen	15.760	17.610	23.085 ✓ ↗
davon recyceltes Glas	Prozent	54,0	55,0	56,0 ✓ ↗

Papierverbrauch (ab 2011 inkl. Bag-in-Box)				
Papierverbrauch gesamt	Tonnen	5.987	6.099	7.773 ✓ ↗
davon Frischfasermaterial	Tonnen	1.517	1.717	1.200 ✓ ↘
davon FSC-Qualität	Tonnen	1.292	1.502	721 ✓ ↘
davon PEFC-Qualität	Tonnen	225	215	479 ✓ ↗

Eingesetzte Materialien – nicht erneuerbare ⁹				
Dosen	Tonnen	6.124	6.378	7.143 ✓ ↗
davon Weißblech	Tonnen	4.976	4.925	6.089 ✓ ↗
davon Aluminium	Tonnen	1.148	1.453	1.053 ✓ ↘
davon recycelte Dosen	Prozent	ca. 50	ca. 50	ca. 50 ✓ →

Verschlüsse aus Kunststoff	Tonnen	9.414	9.367	9.350 ✓ ↘
Verschlüsse aus Aluminium	Tonnen	131	133	136 ✓ ↗

G4-22, G4-DMA, G4-EN1, G4-EN2, G4-EN28

VERPACKUNG	EINHEIT	2013	2014	2015
Einsatz von PET				
PET in Mehrwegflaschen	Tonnen	12.146	12.595	12.933 ✓ ↗
PET in Einwegflaschen gesamt	Tonnen	38.709	38.552	46.212 ✓ ↗
davon recyceltes PET	Tonnen	9.749	10.581	13.508 ✓ ↗
Anteil recyceltes PET über alle PET-Einwegflaschen	Prozent	25,20	27,45	29,23 ✓ ↗
Eingesetztes Material für Kisten¹⁰				
davon Recyclingmaterial	Kilogramm	1.007.405	1.656.857	2.246.968 ✓ ↗

SONSTIGES	EINHEIT	2013	2014	2015
Abfall nach Art und Entsorgungsmethode¹¹				
Gesamtabfall	Kilogramm	47.135.704	45.732.153	47.988.146 ✓ ↗
davon nicht gefährlicher Abfall	Kilogramm	47.024.147	45.447.082	47.776.083 ✓ ↗
davon gefährlicher Abfall	Kilogramm	111.557	285.071	212.063 ✓ ↘

¹ Der übrige Wasserverbrauch (Standorte ohne Produktion, Verkauf, Verwaltung, Zentrale) geht in die kommunale Wasseraufbereitung.

² Seit Ende 2009 untersuchen wir den Umfang von Geltungsbereich 3 des Treibhausgasprotokolls (scope 3) inklusive scope 1 und 2, um auch die Emissionen aus diesem Faktor ermitteln und – im Hinblick auf den Klimaschutz – reduzieren zu können. Ab 2015 können wir mittels Herkunftsnachweisen unsere Umstellung auf 100 Prozent Grünstrom positiv auf unseren CO₂-Fußabdruck anrechnen und somit einen starken Effekt im Bereich Produktion erzielen.

³ Beim Propan- und Erdgasverbrauch berücksichtigen wir seit 2013 auch den Verbrauch, der durch die Preform-Herstellung an unserem Standort Halle entsteht.

⁴ Durch Umstellung in unserem Fuhrpark waren 2015 nur noch zwei mit Benzin betriebene Fahrzeuge im Einsatz. Hiermit ist die starke Reduktion des Benzinverbrauchs zu erklären.

⁵ Seit 1.1.2012 beziehen alle unsere Standorte Strom aus regenerativen Energiequellen von der Clean Energy Sourcing GmbH.

⁶ Zur Berechnung der Energieintensität wird das Produktionsvolumen verwendet. Berücksichtigte Energiearten sind: Strom, Heizöl, Propangas, Erdgas. Beim Propan- und Erdgasverbrauch berücksichtigen wir seit 2013 auch den Verbrauch, der durch die Preform-Herstellung an unserem Standort Halle entsteht.

⁷ Seit 2013 fließt in die Kennzahlberechnung auch unser Fernwärmeverbrauch aus nicht erneuerbaren und erneuerbaren Energiequellen mit ein.

⁸ Rückwirkende Korrektur dieser Kennzahl für 2014.

⁹ Berücksichtigt werden hier die Mengen an Materialien, die im Berichtszeitraum eingekauft werden.

¹⁰ Zum besseren Verständnis wurde die Bezeichnung der Kennzahl von „Neu-Material“ in „Material“ geändert.

Der hohe Anstieg für 2015 ist mit dem Einkauf von 1,1 Millionen mehr Kunststoffkästen verbunden, insbesondere für 12 x 1,0 Liter PET und 24 x 0,2 Liter Glas.

¹¹ Gefährliche Abfälle werden von nicht gefährlichen Abfällen getrennt gelagert und nicht untereinander vermischt. Wir exportieren oder importieren keinen Müll. Alle unsere Standorte nehmen am elektronischen Abfallnachweisverfahren eANV teil, mit dem die Verwertung und Beseitigung gefährlicher Abfälle überwacht wird. Seit 2014 haben wir im Rahmen des Themas Zero Waste unser Abfallaufkommen und die Verwertungswege zu überprüfen. Das Reporting wurde neu aufgestellt. Begründung für die deutlich höhere Menge gefährlichen Abfalls 2014: Im Produktionswerk Köln fand im Januar 2014 eine umfassende Instandhaltungsmaßnahme statt, in diesem Rahmen wurden sämtliche Laugen ausgetauscht, daraus ergibt sich die deutlich höhere Menge gefährlichen Abfalls. Hinzu kamen Baumaßnahmen in den Standorten Lüneburg, Karlsruhe, Knetzgau und Hildesheim.

GRI G4 Content Index

Die Global Reporting Initiative (GRI) erarbeitet und veröffentlicht seit 1997 Richtlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Diese Richtlinien stellen einen international anerkannten Rahmen dar, der die Vergleichbarkeit von Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Größen in Bezug auf ökonomische, ökologische und soziale Aspekte ermöglicht.

Coca-Cola Deutschland berichtet transparent über alle geforderten Standardangaben und Indikatoren gemäß den Anforderungen des aktuellsten Berichtsstandards der GRI, G4, und der Option „Comprehensive“ sowie des Zusatzprotokolls für die Nahrungsmittelindustrie. Die jeweiligen Erläuterungen oder Verweise sind im nachfolgenden GRI Content Index aufgeführt.

Für die markierten Indikatoren wurde eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der mit dem Symbol ✓ gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht durch die Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mbH durchgeführt. Wir verweisen hierzu auf die unabhängige Bescheinigung (Seite 38 ff.). Für die mit * gekennzeichneten Indikatoren umfasst die Berichtsgrenze sowohl Coca-Cola in Deutschland als auch außerhalb. Alle nicht gekennzeichneten Indikatoren beziehen sich lediglich auf Coca-Cola in Deutschland.

ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

STRATEGIE UND ANALYSE

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation Vorwort der Geschäftsführung (S. 4), Unsere Strategie (S. 6 f.)
G4-2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen Vorwort der Geschäftsführung (S. 4), Unsere Strategie (S. 6), Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.)

ORGANISATIONSPROFIL

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-3	Name der Organisation The Coca-Cola Company: Coca-Cola GmbH und Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG (CCE AG)
G4-4	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen Coca-Cola in Deutschland (S. 5), Markenrechte (S. 39)
G4-5	Hauptsitz der Organisation Coca-Cola in Deutschland (S. 5)
G4-6	Länder der Geschäftstätigkeit Me > Produktverantwortung (S. 16)
G4-7	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform Coca-Cola in Deutschland (S. 5)
G4-8	Belieferte Märkte Me > Produktverantwortung (S. 16)
G4-9	Größe der Organisation Coca-Cola in Deutschland (S. 5), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > Me, Produktverantwortung (S. 7), We, Arbeitsplatz, Gesamtbelegschaft (S. 8). Finanzkennzahlen The Coca-Cola Company: http://www.coca-colacompany.com/investors/investors-info-reports-and-financial-information
G4-10	Gesamtzahl der Beschäftigten nach Art ✓ Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > We, Arbeitsplatz, Gesamtbelegschaft (S. 8)
G4-11	Prozentsatz aller Arbeitnehmer, die unter Kollektivvereinbarungen fallen 98,68 Prozent unserer Mitarbeiter fallen unter Kollektivvereinbarungen

G4-12	Beschreibung der Lieferkette der Organisation Unser Ansatz: Ganzheitlich. Nachhaltig. Innovativ. (S. 12 f.)
G4-13	Veränderungen während des Berichtszeitraums bezüglich der Größe, Struktur und den Eigentumsverhältnissen der Organisation oder ihrer Lieferkette Die Eigentumsverhältnisse bei der Coca-Cola GmbH haben sich nicht verändert. Strukturell wurde die Coca-Cola GmbH der Western Europe Business Unit der The Coca-Cola Company zugeordnet. Bei der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG (CCE AG) hält die The Coca-Cola Company 87 Prozent der Aktien und 13 Prozent befinden sich in Streubesitz. Investitionen in verschiedene Produktionsbetriebe und Vertriebsläger erfolgten zur Modernisierung, Verbesserung von Prozessen, Kapazitätserweiterungen oder zum Ausbau von Produktionsmöglichkeiten Coca-Cola in Deutschland (S. 5)
G4-14	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips Unsere Strategie (S. 6), Anhang: Corporate Governance (S. 4 f.)
G4-15	Chartas, Prinzipien oder andere Initiativen, die befürwortet oder unterstützt werden Mitgliedschaften (S. 27)
G4-16	Liste der Mitgliedschaften in Verbänden Mitgliedschaften (S. 27)

ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-17	Liste aller Unternehmen, die im konsolidierten Jahresabschluss oder in gleichwertigen Dokumenten aufgeführt sind ✓ Siehe G4-13; Mit der Bezeichnung Coca-Cola Deutschland beziehen wir uns auf die Unternehmen Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG und Coca-Cola GmbH – für Coca-Cola Deutschland gibt es keinen konsolidierten Jahresabschluss
G4-18	Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte ✓ Über diesen Bericht (S. 2), Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 10 f.)
G4-19	Wesentliche Aspekte ✓ Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 10 f.)
G4-20	Abgrenzung der wesentlichen Aspekte innerhalb der Organisation Bei den spezifischen Standardangaben haben wir jeweils gekennzeichnet, inwieweit ein Aspekt vor allem für Coca-Cola Deutschland oder auch außerhalb von Coca-Cola Deutschland relevant ist
G4-21	Abgrenzung der wesentlichen Aspekte außerhalb der Organisation Vgl. G-20
G4-22	Auswirkungen von und Gründe für Neuformulierungen von Informationen Anhang: Kennzahlen 2013–2015 (S. 7 ff.), dort Erläuterung in entsprechenden Fußnoten
G4-23	Wichtige Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 10)

EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-24	Liste eingebundener Stakeholdergruppen ✓ Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.)
G4-25	Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der eingebundenen Stakeholder ✓ Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.)
G4-26	Ansatz zur Einbindung von Stakeholdern ✓ Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.)
G4-27	Wichtigste Themen und Anliegen von Stakeholdern sowie Reaktionen ✓ Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.)

BERICHTSPROFIL

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-28	Berichtszeitraum Über diesen Bericht (S. 2)
G4-29	Datum des jüngsten vorhergehenden Berichts Über diesen Bericht (S. 2)
G4-30	Berichtszyklus Über diesen Bericht (S. 2)
G4-31	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht Kontakt (S. 38)
G4-32	Gewählte „In Übereinstimmung“-Option, GRI-Index und Referenz zum externen Prüfungsbericht Über diesen Bericht (S. 2), Anhang: GRI-Index (S. 17), Externe Prüfungen (S. 37)
G4-33	Strategie und die gegenwärtigen Praktiken der Organisation hinsichtlich einer externen Prüfung des Berichts, Umfang und die Grundlage der bereitgestellten externen Prüfung sowie Beziehungen zu den Prüfern Über diesen Bericht (S. 2), Anhang: Externe Prüfungen (S. 37)

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-34	Führungsstruktur der Organisation Coca-Cola in Deutschland (S. 5), Unsere Strategie (S. 7), Anhang: Corporate Governance (S. 6)
G4-35	Prozess zur Delegation von Vollmachten für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen Coca-Cola in Deutschland (S. 5), Unsere Strategie (S. 7), Anhang: Corporate Governance (S. 6)
G4-36	Position auf Vorstandsebene oder Positionen mit Zuständigkeit für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen Coca-Cola in Deutschland (S. 5), Unsere Strategie (S. 7), Anhang: Corporate Governance (S. 6)
G4-37	Konsultationsverfahren zwischen Stakeholdern und dem höchsten Kontrollorgan Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.), Anhang: Corporate Governance (S. 3 ff.)
G4-38	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Komitees Coca-Cola in Deutschland (S. 5), Unsere Strategie (S. 7)
G4-39	Angabe, ob der Vorsitz des Kontrollorgans einer Führungskraft unterliegt Coca-Cola in Deutschland (S. 5), Unsere Strategie (S. 7)
G4-40	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan und dessen Komitees Die höchsten Kontrollorgane der Coca-Cola GmbH und CCE AG werden nach Qualifikation besetzt. Sowohl Anteilseigner als auch Arbeitnehmer sind im Aufsichtsrat der CCE AG – entsprechend des Aktiengesetzes – vertreten. Die Anteilseigner der CCE AG schlagen Repräsentanten aus verschiedenen Fachdisziplinen und unterschiedlichen Teilen des internationalen Coca-Cola Systems als Kandidaten für die Arbeitgeberseite im Aufsichtsrat vor. Gemäß gesetzlichen Vorschriften befinden sich im Aufsichtsrat 50 Prozent Arbeitnehmervertreter. Diese setzen sich aus freigestellten Betriebsräten und Gewerkschaftsrepräsentanten zusammen, die ebenfalls aus verschiedenen Fachdisziplinen kommen. Bei der jährlichen Bewertung der Unternehmensleistung wird die wirtschaftliche, soziale und ökologische Zielerreichung berücksichtigt.

G4-41	Verfahren, die dem höchsten Kontrollorgan zur Verfügung stehen, um sicherzustellen, dass Interessenkonflikte vermieden und behoben werden	Alle Aufsichtsratsmitglieder der Arbeitgeberseite (bis auf Wolfgang von Rohden) sind gleichzeitig in einer Management-Funktion des Mehrheitsaktionärs The Coca-Cola Company. Die Aufsichtsratsmitglieder der Arbeitnehmerseite sind kraft ihrer Funktion gleichzeitig in einer Funktion bei der CCE AG oder Gewerkschaft NGG. Anhang: Corporate Governance (S. 3 ff.)
G4-42	Rolle des höchsten Kontrollorgans und der wichtigsten Führungskräfte bei der Entwicklung, der Bewilligung und der Aktualisierung der Absichtserklärungen, Wertaussagen oder Leitbilder, Strategien, Richtlinien und Ziele	Coca-Cola in Deutschland (S. 5), Unsere Strategie (S. 7)
G4-43	Maßnahmen zur Verbesserung der kollektiven Nachhaltigkeitskenntnisse des höchsten Kontrollorgans	Unsere Strategie (S. 6 f.), Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.)
G4-44	Verfahren zur Beurteilung der Leistung des höchsten Kontrollorgans im Hinblick auf den Umgang mit wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Themen	Die Leistung der Unternehmensführung wird jährlich auf Basis von Zielvereinbarungen nach dem Grad der Zielerfüllung der Coca-Cola GmbH und der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG bewertet. Diese jährlichen Zielvereinbarungen enthalten persönliche Ziele auch zum Thema Nachhaltigkeit, deren Erreichung in die Bewertung ihrer individuellen Performance einfließt. Der Geschäftsführer der Coca-Cola GmbH und der Vorstandsvorsitzende der CCE AG werden durch die jeweiligen direkten Vorgesetzten im internationalen Coca-Cola Geschäft eingeschätzt.
G4-45	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Ermittlung und Verwaltung wirtschaftlicher, ökologischer und gesellschaftlicher Auswirkungen, Risiken und Chancen	Unsere Strategie (S. 6 f.), Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.), Anhang: Corporate Governance (S. 4 f.)
G4-46	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Überprüfung der Effizienz der Risikomanagementverfahren	Anhang: Corporate Governance (S. 4 f.)
G4-47	Häufigkeit der Überprüfung der wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen durch das höchste Kontrollorgan	Anhang: Corporate Governance (S. 4 f.)
G4-48	Höchstes Komitee oder die höchste Position, die formell den Nachhaltigkeitsbericht der Organisation prüft und bewilligt	Unsere Strategie (S. 7)
G4-49	Mitteilungsverfahren kritischer Anliegen an das höchste Kontrollorgan	Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.), Anhang: Corporate Governance (S. 3 ff.)
G4-50	Art und Gesamtzahl der kritischen Anliegen, die dem höchsten Kontrollorgan mitgeteilt wurden	Keine.
G4-51	Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und die leitenden Führungskräfte	Der Aufsichtsrat der CCE AG erhält pro Jahr 10.000€ Vergütung, der Vorsitzende 20.000€ und der stellv. Vorsitzende 15.000€. Die Aufsichtsratsmitglieder der The Coca-Cola Company verzichten auf diese Vergütung. Das Gehalt aller leitenden Führungskräfte teilt sich in ein fixes, leistungsunabhängiges Basisgehalt sowie einen variablen erfolgs- und leistungsabhängigen Bonus und Aktienoptionen auf. Das Bonussystem berücksichtigt die allgemeine Geschäftsentwicklung sowie individuelle Leistungskennzahlen. Die individuellen Leistungskennzahlen setzen sich aus Kennzahlen zur jeweiligen Aufgabe im Unternehmen sowie Nachhaltigkeitseindikatoren zusammen. Die Vergütung der außertariflichen Belegschaft wurde wie bei der tariflichen Belegschaft zunehmend leistungsorientierter und in stärkerer

Abhängigkeit von den Unternehmensergebnissen gestaltet. So erhalten außertarifliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusätzlich zu ihrem Jahresgrundgehalt einen leistungs- und von der Einordnung in verschiedene Verantwortungsebenen auch gestaffelten erfolgsabhängigen Jahresbonus. Er dient als elementares Führungs- und Steuerungsinstrument zur konsequenten Ausrichtung auf das Erreichen der Unternehmensziele. Des Weiteren ist für höhere Managementebenen ein Long Term Incentive Programm (LTIP) etabliert. Durch das LTIP soll die Bedeutung des Engagements und der Entscheidung der obersten Führungskräfte für den wirtschaftlichen Erfolg der CCE AG anerkannt werden. Abfindungszahlungen werden individuell ausgehandelt. Rückforderungen entstehen im Fall von Abfindungszahlungen und kurzfristiger Wiedereinstellung. Dann werden Anteile der Abfindung zurückgefordert. Einstellungsprämien oder Zahlungen als Einstellungsanreiz werden nicht gezahlt. Zu Altersversorgungsleistungen und Altersteilzeit vgl. Indikator G4-EC3

G4-52	Festlegung der Vergütung	Die Festlegung der Vergütung für unsere Tarifmitarbeiter erfolgt durch Einigung der Tarifparteien (nationaler Tarifvertrag). Für unsere außertariflich bezahlte Belegschaft wird über das sog. HAY-Verfahren der entsprechende „job grade“ festgelegt, für den ein definierter Rahmen für das Grundgehalt gilt. Dieses orientiert sich an marktüblichen Gehältern. Das Gehaltsband liegt dann bei 80–120 Prozent. (Das HAY-Verfahren ist ein weit verbreitetes Verfahren zur Stellenbewertung.)
G4-53	Einholung von Meinungsäußerungen der Stakeholder bezüglich der Vergütung	Meinungsäußerungen der Stakeholder bzgl. der Vergütung werden grundlegend über dieselben Mechanismen eingeholt wie die Mitteilungen kritischer Anliegen. (vgl. G4-49) Am 19. März 2015 sind die Tarifverhandlungen zwischen der CCE AG und der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) erfolgreich abgeschlossen worden. Nach intensiven Verhandlungen haben Arbeitgeber und Arbeitnehmervertreter mit dem neuen Tarifvertrag die Basis geschaffen, zukünftige Veränderungen des Unternehmens möglichst sozialverträglich umzusetzen und die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Mitarbeiter profitieren von einem deutlich erhöhten Real-Einkommen und einer verbesserten Absicherung im Alter. Zudem profitieren die unteren Einkommensgruppen überproportional. 2015 wurde das Entgelt um 3,2 Prozent erhöht. Zudem wurde die Auszubildendenvergütung um 50€ pro Monat und die Einzahlung in die Altersvorsorge auf 800€ pro Jahr angehoben. Im Jahr 2016 wird das Entgelt einheitlich zum 1. Februar um 2,5 Prozent erhöht und eine Einmalzahlung in Höhe von 60€ für drei Tarifgebiete geleistet. 2017 wird die Entgelterhöhung noch gesondert verhandelt. Die Anhebung der Einzahlung in die Altersvorsorge von 800€ auf 1.000€ pro Jahr und die Erhöhung des Urlaubsgelds auf 30€ pro Urlaubstag ist bereits beschlossen. Vgl. G4-37, G4-49
G4-54	Verhältnis der Jahresvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters in jedem Land mit signifikanten geschäftlichen Aktivitäten zum mittleren Niveau der Jahresvergütung aller Beschäftigten (ohne den höchstbezahlten Mitarbeiter) im selben Land	Diese Informationen unterliegen nach Entscheidung der Geschäftsführung der Vertraulichkeit.
G4-55	Verhältnis der prozentualen Steigerung der Jahresvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters in jedem Land mit wichtigen Aktivitäten zum mittleren Niveau der prozentualen Steigerung der Jahresvergütung aller Beschäftigten (ohne den höchstbezahlten Mitarbeiter) im selben Land	Diese Informationen unterliegen nach Entscheidung der Geschäftsführung der Vertraulichkeit.

ETHIK UND INTEGRITÄT

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-56	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen der Organisation Vorwort der Geschäftsführung (S. 4), Unsere Strategie (S. 6), Anhang: Corporate Governance (S. 3 ff.)
G4-57	Interne und externe Verfahren, zu ethischem und gesetzeskonformem Verhalten Anhang: Corporate Governance (S. 3 ff.)
G4-58	Interne und externe Verfahren für die Meldung von Bedenken in Bezug auf ethisch nicht vertretbares oder rechtswidriges Verhalten Anhang: Corporate Governance (S. 3 f.)

ANGABEN ZUM MANAGEMENTANSATZ

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-DMA	Angaben zu wesentlichen Aspekten, deren Auswirkungen, deren Management und der Verfahren zur Beurteilung des Managementansatzes Im Rahmen unserer integrierten Betrachtung von Nachhaltigkeit wenden wir einen einheitlichen Managementansatz an, der grundsätzlich auf alle wesentlichen GRI-Aspekte Anwendung findet. a. Zur Wesentlichkeit der Aspekte: Strategie (S. 6 f.), Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.) b. Zum Umgang mit wesentlichen Aspekten und deren Auswirkungen: Strategie (S. 6 f.), Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.), strategiebereichsspezifisch: Me (S. 15 ff.), We (S. 21 ff.), World (S. 29 ff.), Anhang: Corporate Governance (S. 3 ff.), c. Zur Beurteilung des Managementansatzes: Strategie (S. 6 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 (S. 7 ff.)

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN / KATEGORIE WIRTSCHAFTLICH

WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-EC1*	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert Die Finanzkommunikation von Coca-Cola in Deutschland erfolgt im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben über die Offenlegung der Jahresabschlüsse der Coca-Cola GmbH und Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG beim Betreiber des elektronischen Handelsregisters, dem Bundesanzeiger (https://www.bundesanzeiger.de/). Weitere Informationen zum wirtschaftlichen Wert: Sonstige betriebliche Leistungen: We > Arbeitsplatz (S. 23 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > We, Arbeitsplatz (S. 8 ff.) Investitionen in die Gemeinschaft: We > Gemeinwesen (S. 25 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > We, Gemeinwesen (S. 12)
G4-EC2	Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen für die Aktivitäten Wir sehen Klimaschutz als eine der größten Herausforderungen unserer Zeit und führen zahlreiche Projekte und Maßnahmen durch, die dem Klimaschutz dienen. World > Klimaschutz (S. 32 ff.)
G4-EC3	Deckung der Verpflichtungen der Organisation aus dem leistungsorientierten Pensionsplan Deckung der Verpflichtungen der Organisation aus dem leistungsorientierten Pensionsplan Betriebliche Altersvorsorge: In der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG (CCE AG) gilt der Branchentarifvertrag zur betrieblichen Altersvorsorge von 2002 in Verbindung mit dem UTV „Geltung von Manteltarifverträgen“. Danach zahlt der Arbeitgeber einen Altersvorsorgebeitrag an jeden Arbeitnehmer von derzeit 800 Euro pro Jahr (1.000 Euro ab 2017), der auf das Altersvorsorgekonto bei der Hamburger Pensionskasse überwiesen wird. Ca. 97 Prozent der Belegschaft sind Mitglied in der Hamburger Pensionskasse.

Des Weiteren existieren unternehmensweit ca. 80 Versorgungswerke früherer selbstständiger Konzessionäre oder Eigentümer. Hierüber haben ca. 1.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen Anspruch auf eine Betriebsrente. Zur Sicherung der Vermögenswerte wurde eine Treuhandvereinbarung abgeschlossen (CTA = Contractual Trust Arrangement). Zur weiteren Absicherung werden Beiträge in Höhe von ca. 160.000€ an den Pensions-Sicherungs-Verein gezahlt. Seit dem Jahr 2012 hat die CCE AG für die außertariflichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ab Job Grade 10 ein zusätzliches System der arbeitnehmerfinanzierten Altersvorsorge eingeführt. Zur Sicherung der Vermögenswerte wurde eine Treuhandvereinbarung abgeschlossen (CTA = Contractual Trust Arrangement). Im Treuhandvertrag sind die Anlagevorschriften festgelegt. Bis zum 31. Dezember 2009 unterhielt die Coca-Cola GmbH eine eigene, rein arbeitgeberfinanzierte Pensionskasse, die zum 1. Juli 2008 für Neueintritte geschlossen wurde. Neueintritte erhalten seither eine Mitgliedschaft in einer Unterstützungskasse. Auch der Beitrag für die Unterstützungskasse wird ausschließlich durch den Arbeitgeber finanziert. Es werden Beiträge in Höhe von 2,5 Prozent des rentenfähigen Gehaltes bis zur jeweils anzuwendenden Beitragsbemessungsgrenze sowie acht Prozent des rentenfähigen Gehaltes über der Beitragsbemessungsgrenze eingezahlt. Zum 1. Januar 2010 wurde die Pensionskasse aufgelöst. Erworbene Anwartschaften wurden in eine Lebensversicherung überführt; neue Anwartschaften, die in ihrer Höhe denen der ehemaligen Pensionskasse entsprechen, werden ebenfalls über eine Unterstützungskasse finanziert.

Altersteilzeit und deren Sicherung:

Für Mitarbeiter der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG und der Tochtergesellschaften gilt ein einheitlicher Unternehmenstarifvertrag über Altersteilzeit, der 2015 neu abgeschlossen wurde, obwohl die Förderung durch die Agentur für Arbeit weggefallen ist. Zum Stichtag 31. Dezember 2015 befanden sich insg. 372 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Altersteilzeit (aktiv und passiv). Der Tarifvertrag regelt die Beschäftigung in einem sogenannten Blockmodell (Aktivphase/Passivphase), d. h. einer Arbeitsphase, an die sich eine Freistellungsphase von entsprechender Dauer anschließt. Die während der aktiven Phase „aufgebauten“ Wertguthaben der Mitarbeiter sind gegen Insolvenz zu sichern. Die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG hat aus diesem Grund eine Bankbürgschaftvereinbarung in Höhe von ca. 22 Millionen Euro abgeschlossen.

Sonstige Zuwendungen:

Die Coca-Cola GmbH gewährt viele nichtmonetäre Leistungen wie das My-Health-Programm, über das alle Mitarbeiter in Abhängigkeit von der Betriebszugehörigkeit Leistungen zur Gesundheitsvorsorge abrechnen können. Außerdem erhalten die Mitarbeiter Sonderzuwendungen bei Jubiläen, Geburt eines Kindes und Eheschließung. Sie kommen in den Genuss von Mitarbeiterveranstaltungen, wie Sommerfesten und Weihnachtsfeiern.

G4-EC4	Finanzielle Unterstützung von Seiten der Regierung	Finanzielle Förderung im Rahmen einer Spitzensteuerrückerstattung, darüber hinaus die EEG-Umlage für den Standort Halle. Ansonsten gab es keine weitere finanzielle Unterstützung von Seiten der Regierung.
---------------	--	---

MARKTPRÄSENZ

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)	
G4-EC5	Spanne des Verhältnisses der Standardeintrittsgehälter nach Geschlecht zum lokalen Mindestlohn an Hauptgeschäftsstandorten	Am 19. März 2015 sind die Tarifverhandlungen zwischen der CCE AG und der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) erfolgreich abgeschlossen worden. Nach intensiven Verhandlungen haben Arbeitgeber und Arbeitnehmervertreter mit dem neuen Tarifvertrag die Basis geschaffen, zukünftige Veränderungen des Unternehmens möglichst

sozialverträglich umzusetzen und die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Mitarbeiter profitieren von einem deutlich erhöhten realen Einkommen und einer verbesserten Absicherung im Alter.

Bei außertariflichen und leitenden Angestellten orientieren sich die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG und die Coca-Cola GmbH bei der Einkommensfindung grundsätzlich am Markt, d. h. dem Vergleich mit anderen Unternehmen. Die Coca-Cola GmbH schneidet in Gehaltsvergleichen allgemein überdurchschnittlich ab. Die Gehälter kommen in 14 gleichen Raten zur Auszahlung. Hinzu kommen Bonuszahlungen, Dienstwagenansprüche und die Teilnahme an langfristigen Incentive-Plänen für bestimmte Mitarbeitergruppen. Unter Hauptgeschäftsstandorte fallen alle Standorte der CCE AG und Coca-Cola GmbH. Diese befinden sich alle in Deutschland. Die Coca-Cola GmbH hat nur einen Standort, in Berlin.

G4-EC6	Anteil der lokal angeworbenen Führungskräfte an Hauptgeschäftsstandorten	Keine Angabe für 2015. Der vorherige Arbeitgeber ist in unseren Personalmanagement-Systemen keine gehaltsrelevante und zwingend einzutragende Information mehr. Daher ist eine valide Auswertung der Stammdaten zum Zwecke dieser Angabe nicht möglich.
---------------	--	---

INDIREKTE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)	
G4-EC7*	Entwicklung und Auswirkung von Infrastrukturinvestitionen und unterstützten Dienstleistungen	We > Gemeinwesen (S. 25 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > We, Gemeinwesen (S. 12)
G4-EC8*	Art und Umfang erheblicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	Me > Produktverantwortung (S. 16 f.) We > Arbeitsplatz (S. 22 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > We, Arbeitsplatz (S. 8 ff.) We > Gemeinwesen (S. 25 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > We, Gemeinwesen (S. 12) 2011 wurde durch die auf diesem Gebiet renommierte Beratungsgesellschaft Steward Redqueen eine Social Economic Impact Studie durchgeführt, die ergab, dass durch die gesamte Wertschöpfungskette von Coca-Cola in Deutschland direkt und indirekt eine wirtschaftliche Gesamtleistung von 6,1 Milliarden Euro erbracht wird, 2,9 Milliarden Euro Steuern gezahlt werden und 119.000 Arbeitsplätze gesichert sind.

BESCHAFFUNG

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)	
G4-EC9*	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten	Vgl. G4-EC7 und G4-EC8, Me > Produktverantwortung (S. 17) Einige wenige Verpackungsmaterialien wie Verschlüsse und PET Mehrwegflaschen beziehen wir aus dem europäischen Ausland. Einige Werbematerialien kommen aus ostasiatischen Ländern. Bei diesen Fertigungsstätten mit Bestellwert > 45.000€ werden regelmäßig Besuche und Audits von unabhängigen Prüfinstituten durchgeführt. Mit „lokal“ beziehen wir uns auf Deutschland. Unter Hauptgeschäftsstandortefallen alle Standorte der CCE AG und Coca-Cola GmbH. Diese befinden sich alle in Deutschland. Die Coca-Cola GmbH hat nur einen Standort, in Berlin.
FP1*	Prozentsatz des Einkaufsvolumens von Lieferanten gemäß der Beschaffungsrichtlinie des Unternehmens	Anhang: Corporate Governance (S. 3 f.)

FP2*	Prozentsatz des Einkaufsvolumens, der nachweislich glaubwürdige, international anerkannte Standards für nachhaltige Produktion erfüllt, nach Norm	100 Prozent, World > Klimaschutz (S. 32 ff.) Anhang: Corporate Governance (S. 3 f.)
-------------	---	--

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN / KATEGORIE ÖKOLOGISCH

MATERIALIEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)	
G4-EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen ✓	Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Verpackung, Eingesetzte Materialien (S. 14 f.) Der größte Hebel für eine effiziente Ressourcennutzung liegt in der Getränkeindustrie bei Materialien, die für die Verpackung der Getränke benötigt werden, daher fokussieren unsere Angaben auf diese Materialien.
G4-EN2	Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialereinsatz ✓	Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Verpackung, Eingesetzte Materialien (S. 14 f.) Nicht berücksichtigt sind Etiketten und kleinere Verpackungseinheiten.

ENERGIE

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)	
G4-EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation ✓	Seit 2013 beziehen alle Standorte Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen. Dies belegt das Grünstromzertifikat der Clean Energy Sourcing GmbH. Dazu liegen uns pro kWh Herkunftsnachweise vor. World > Klimaschutz (S. 32), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, primärer und indirekter Energieverbrauch (S. 13)
G4-EN4*	Energieverbrauch außerhalb der Organisation ✓	Außerhalb der Organisation besteht Energieverbrauch vor allem bei Kühlgeräten unserer Kunden sowie der Herstellung von Verpackungsmaterialien. Der Energieverbrauch unserer Verpackungen wird indirekt bei der Berechnung des GHG-Emissionsfaktor berücksichtigt. Der größte Energieverbrauch außerhalb der Organisation entsteht durch unsere Kühlgeräte bei unseren Kunden. Das Modell, welches wir am häufigsten bei Kunden einsetzen (40.774 Geräte von insgesamt 279.432) ist der M200 HC Flaschenkühler mit einem Energieverbrauch von 2,2 kWh pro 24 Std. bei 25 °C Umgebungstemperatur. Der Strom wird hierbei ausnahmslos von unseren Kunden bestellt und bezahlt. Im Vergleich zu 2013 kann kein gesamter Stromverbrauch aller Kühlgeräte bei unseren Kunden angegeben werden, da seit 2014 kein Tool für die Gesamtberechnung auf europäischer Ebene mehr bereitsteht.
G4-EN5	Energieintensität ✓	Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Klimaschutz (S. 13)
G4-EN6	Verringerung des Energieverbrauchs ✓	World > Klimaschutz (S. 32 ff.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Klimaschutz (S. 13)
G4-EN7*	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen ✓	World > Klimaschutz (S. 32 ff.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Klimaschutz (S. 13)

WASSER

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)	
G4-EN8	Gesamtwasserentnahme nach Quelle ✓	World > Wasser (S. 30 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Wasser (S. 13)

G4-EN9*	Durch die Wasserentnahme wesentlich beeinträchtigte Wasserquellen ✓	Keine Wasserquelle ist durch unsere Wasserentnahme negativ betroffen. World > Wasser (S. 30 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Wasser (S. 13)
G4-EN10*	Prozentsatz und Gesamtvolumen des wieder zugeführten und wiederverwendeten Wassers ✓	Zum internationalen Ziel der Wasserneutralität und geförderten Wasserprojekten vgl. World > Wasser (S. 30 f.). Im Rahmen des Renaturierungsprojektes Alte Elbe Klieken werden z. B. in Deutschland ca. 55 Mio. Liter Oberflächenwasser geschaffen – dies entspricht bei einem Absatzvolumen von 3,86 Mrd. Liter in Deutschland ca. 1,4 Prozent. Der Fokus für das globale Replenishment-Ziel liegt v. a. in Afrika und Asien. Ende 2015 lag das weltweit zurückgeführte Wasser durch Wasserprojekte bereits bei 94 Prozent. Eine genaue Bezifferung der Kubikmeter ist aufgrund der Komplexität und Verflechtung der Prozesse nicht möglich. Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Wasser (S. 13). Eine genaue Bezifferung der Kubikmeter ist aufgrund der Komplexität und Verflechtung der Prozesse nicht möglich.

EMISSIONEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)	
G4-EN15	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	World > Klimaschutz (S. 32 ff.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Klimaschutz (S. 13 f.)
G4-EN16*	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	World > Klimaschutz (S. 32 ff.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Klimaschutz (S. 13 f.)
G4-EN17*	Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	World > Klimaschutz (S. 32 ff.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Klimaschutz (S. 13 f.)
G4-EN18*	Intensität der THG-Emissionen	World > Klimaschutz (S. 32 ff.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Klimaschutz (S. 13)
G4-EN19*	Reduktion der THG-Emissionen	Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Klimaschutz (S. 13)
G4-EN20	Emissionen ozonabbauender Stoffe	Keine.
G4-EN21	NO _x , SO _x und andere signifikante Luftemissionen	Keine.

ABWASSER UND ABFALL

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)	
G4-EN22	Gesamtvolumen der Abwasser-einleitung nach Qualität und Einleitungsort ✓	World > Wasser (S. 30 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Wasser, Abwassereinleitungen (S. 13) Wir leiten an allen Standorten unser Abwasser in die jeweilige städtische Kläranlage. Ausnahme ist Knetzgau (Mehrweg) – nur hier haben wir eine eigene Kläranlage und leiten somit anschließend direkt in den Main ein.
G4-EN23	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode ✓	Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Abfall (S. 15) Die Entsorgungsmethode wird nicht erfasst. Alle Standorte nehmen am elektronischen Abfallnachweisverfahren eANV teil, mit dem die Verwertung und Beseitigung gefährlicher Abfälle überwacht wird.
G4-EN24	Gesamtzahl und -volumen signifikanter Verschmutzungen ✓	Keine.
G4-EN25	Gewicht des transportierten, importierten, exportierten oder behandelten Abfalls ✓	Keines. Wir exportieren oder importieren keinen Abfall.
G4-EN26	Durch Abwassereinleitungen und Oberflächenabfluss belastete Gewässer und Lebensräume ✓	Keine. Durch Einleitergenehmigungen für die jeweiligen städtischen Kläranlagen stellen wir sicher, dass alle rechtlichen Anforderungen erfüllt werden und es zu keinen negativen Beeinflussungen kommt.

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-EN27 Umfang der Maßnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen ✓	World > Wasser (S. 30 f.), World > Klimaschutz (S. 32 ff.), World > Verpackung (S. 35 ff.) Für das Monitoring von möglichen ökologischen Auswirkungen führen wir auf Standortebene regelmäßig sogenannte „Environmental Risk Assessments“ durch, um bei Bedarf rechtzeitig entsprechende Gegenmaßnahmen einleiten zu können.
G4-EN28 Prozentsatz der zurückgenommenen verkauften Produkte und deren Verpackungsmaterialien ✓	World > Verpackung (S. 35 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Verpackung (S. 14 f.)

COMPLIANCE

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-EN29 Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften ✓	Keine. Anhang: Corporate Governance (S. 3)

TRANSPORT

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-EN30 Umweltauswirkungen des Transports von Produkten und anderen Gütern und Materialien sowie von Mitgliedern der Belegschaft ✓	World > Klimaschutz (S. 34), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > World, Klimaschutz (S. 13)

BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-EN32* Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	Keine. Bei alten Lieferanten sind keine gravierenden Mängel aufgetreten. Anhang: Corporate Governance (S. 4)
G4-EN33* Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Keine. Anhang: Corporate Governance (S. 3)

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN / KATEGORIE GESELLSCHAFTLICH

ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG

BESCHÄFTIGUNG

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-LA1 Neu eingestellte Mitarbeiter sowie Personalfluktuationsrate nach Altersgruppe, Geschlecht und Region ✓	Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > We, Arbeitsplatz, Mitarbeiterfluktuation (S. 10) An einer künftigen Darstellung der Rate neu eingestellter Mitarbeiter, der Neueinstellungen und Fluktuation nach Altersgruppe und Region wird im Rahmen der Kennzahlentabelle gearbeitet.

G4-LA2 Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten, nicht aber Mitarbeitern mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten gewährt werden

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der CCE AG erhalten Hausrück gemäß der Gesamtbetriebsvereinbarung vom 18. August 2000. Auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in befristeten Arbeitsverhältnissen, sofern die Vertragslaufzeit mindestens drei Monate beträgt, haben einen Anspruch. Zusätzlich kann unsere Belegschaft Produkte zu Personalkaufpreisen erwerben. Teilzeitbeschäftigte erhalten im Übrigen grundsätzlich anteilig dieselben Leistungen wie Vollzeitbeschäftigte. Es gibt keine generelle Lebens- oder Berufsunfähigkeitsversicherung innerhalb der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG. Für alle AT-Mitarbeiter und Mitarbeiter, die einen Dienst- oder Funktionswagen fahren, wurde jedoch eine Unfallversicherung gemäß Gesamtbetriebsvereinbarung abgeschlossen. Der Versicherungsschutz umfasst Unfälle (auch außerbetrieblich) in der ganzen Welt und gilt rund um die Uhr.

In Bezug auf Schwangerschaften und Elternzeiten gelten für alle Beschäftigten die gesetzlichen Regelungen.

Zur über Tarifentgelte hinausgehenden Vergütung gehören Prämien, Provisionen und Zulagen. Die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG hat zwei langfristig etablierte, leistungsorientierte Vergütungssysteme – die Verkäuferprämie und die Fahrerprovision („Zeitgradprämie“) – in Gesamtbetriebsvereinbarungen verankert.

Im Rahmen unseres betrieblichen Vorschlagswesens können Ideen aus allen Unternehmensbereichen zur Verbesserung von Prozessen und Abläufen eingereicht werden. Über lokale Koordinatoren, Fachgutachter und eine zentrale Kommission erfolgt die Bewertung der Vorschläge und bei Umsetzung erhält der Ideengeber eine Sach- oder Geldprämie. Die Vergütung der außertariflichen Belegschaft wurde wie bei der tariflichen Belegschaft zunehmend leistungsorientierter und in stärkerer Abhängigkeit von den Unternehmensergebnissen gestaltet. So erhalten außertarifliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusätzlich zu ihrem Jahresgrundgehalt einen leistungs- und von der Einordnung in verschiedene Verantwortungsebenen auch gestaffelten erfolgsabhängigen Jahresbonus. Er dient als elementares Führungs- und Steuerungsinstrument zur konsequenten Ausrichtung auf das Erreichen der Unternehmensziele. Des Weiteren ist ein Long Term Incentive Programm (LTIP) etabliert. Durch das LTIP soll die Bedeutung des Engagements und der Entscheidung der obersten Führungskräfte für den wirtschaftlichen Erfolg der CCE AG anerkannt werden.

Auch für die Mitarbeiter der Coca-Cola GmbH gilt der Grundsatz leistungsbezogener Bezahlung. Hinzu kommen Zusatzleistungen wie Versicherungsschutz (Berufsunfähigkeit, Unfall, Auslandsaufenthalte etc.), Getränkegutscheine und weiteres. Auch bei der Coca-Cola GmbH kommen Zusatzleistungen zeitlich befristeten Mitarbeitern zu teil.

Unter Hauptgeschäftsstandorte fallen alle Standorte der CCE AG und Coca-Cola GmbH. Diese befinden sich alle in Deutschland.

G4-LA3 Rückkehrrate an den Arbeitsplatz und Verbleibsrate nach der Elternzeit nach Geschlecht ✓

Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > We, Arbeitsplatz, Mitarbeiter in Elternzeit (S. 12)

Lediglich die im Unternehmen erfassten und relevanten Kennzahlen zur Elternzeit werden berichtet.

ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-LA4 Mindestmitteilungsfristen bezüglich betrieblicher Veränderungen	Es gibt hierfür keine speziellen tariflich vereinbarten Mindestfristen, vielmehr arbeiten wir eng mit dem Betriebsrat, entsprechend den hierfür geltenden gesetzlichen Regelungen, auch zur Informationspflicht, zusammen.
G4-FP3 Prozentsatz der Arbeitszeit, die aufgrund von Arbeitskampf, Streik und/oder Aussperrung verloren ging, nach Ländern	Keine.

ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-LA5 Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, die in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten ist	Es gibt eine Rahmen-Gesamtbetriebsvereinbarung Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz, die für alle Betriebe und Tochterbetriebe sowie für alle Mitarbeiter/-innen einschließlich Aushilfen, Saisonarbeitern und Praktikanten sowie Auszubildenden gilt (100 Prozent). In ihr ist u. a. geregelt, dass an allen Standorten Gremien für die Themen Arbeitssicherheit, Gesundheit und Umweltschutz zu bilden sind. Weiterhin gibt es ein Komitee für die Zentrale, so dass alle Mitarbeiter der Coca-Cola GmbH und der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG von diesen Ausschüssen erfasst werden. National sind somit sind ca. 722 Personen in Ausschüssen für Arbeitssicherheit, Gesundheit und Umweltschutz tätig. Me > Arbeitsplatz (S. 24)
G4-LA6 Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht ✓	Me > Arbeitsplatz (S. 24), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > Me, Arbeitsplatz, Unfallstatistik (S. 11) Eine Unterteilung nach Geschlecht wird in der Unfallstatistik des Unternehmens nicht erfasst, an einer Aufschlüsselung nach Region sowie Berufskrankheiten wird gearbeitet. Diese Kennzahlen sind hier für die CCE AG, nicht für die CC GmbH erfasst und abgebildet.
G4-LA7 Arbeiter mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung	Me > Arbeitsplatz (S. 24)
G4-LA8 Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in förmlichen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden	Es gibt eine Gesamtbetriebsvereinbarung zu Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz, die für alle Betriebe und Tochterbetriebe der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG gilt, für alle ihre Mitarbeiter und Auszubildenden mit folgenden wesentlichen Regelungen: – Es gibt einen paritätisch besetzten Lenkungsausschuss. – Es werden für jeden Standort nach Anhörung/Zustimmung mit dem Betriebsrat eine Fachkraft für Arbeitssicherheit, ein Betriebsarzt und in jedem Produktionsbetrieb sowie jedem Verkaufsgebiet ein Umweltbeauftragter bestellt. Darüber hinaus ist an allen Standorten mit mehr als 20 Beschäftigten ein Sicherheitsbeauftragter unter Beteiligung des Betriebsrats zu erstellen. – An Standorten mit mehr als 20 Beschäftigten bilden Betriebs-/Unternehmensleitung zusammen mit dem Betriebsrat einen Arbeits- und Umweltausschuss. – Diese Ausschüsse tagen regelmäßig, nehmen die Berichte der Unternehmensleitung entgegen und ihnen ist Zugang zu allen Betriebsstätten und -teilen zu gewähren. – Geregelt sind ebenfalls Qualifikation der Verantwortlichen.

- In der GBV Betriebliches Gesundheitsmanagement ist u. a. das Thema Krankenstandanalyse geregelt. Das Thema Betriebliches Eingliederungsmanagement bei Arbeitnehmern mit einer Fehlzeit von mehr als sechs Wochen pro Jahr ist separat in einer GBV geregelt.
- Es gibt ein Beschwerderecht für alle Mitarbeiter.
- GBV Hygienisches Verhalten am Arbeitsplatz: Schließlich ist in allen Betrieben in definierten Hygienezonen Arbeitsschutzkleidung vorgeschrieben, die den hohen Anforderungen an die Lebensmittelproduktion genügen.

AUS- UND WEITERBILDUNG

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-LA9 Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie ✓	We > Arbeitsplatz (S. 23 f.), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > We, Arbeitsplatz, Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie Auszubildende (S. 9 ff.) An einer Aufschlüsselung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie wird gearbeitet.
G4-LA10 Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen	Es gibt keine spezifischen Programme für den Ausstieg aus dem Berufsleben. Allerdings begreifen wir unsere vielfältigen Weiterbildungsangebote für alle unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Führungs- und Nachwuchskräfte als Kompetenzaufbau in unterschiedlichen Bereichen. Diese Kompetenzentwicklung befähigt unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sich fortdauernd weiterzuentwickeln und die Kompetenzen auch außerhalb des Berufslebens weiter zu nutzen. We > Arbeitsplatz (S. 23 f.)
G4-LA11 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern	Alle Mitarbeiter der CCE AG, die einem Managementlevel 1–3 zugeordnet sind, nehmen am Performance-Management-Prozess teil. Das Ziel von Performance Management ist das persönliche Gespräch zwischen dem Mitarbeiter und seiner disziplinarischen Führungskraft. Das Performance Management besteht aus einer Zielvereinbarung am Anfang des Jahres, einer Leistungseinschätzung zur Mitte des Jahres und einer Gesamtleistungseinschätzung zum Ende des Jahres. Des Weiteren wird zu Beginn des Jahres ein individueller Entwicklungsplan festgelegt, in dem es um die individuelle Entwicklung des Mitarbeiters geht, um den Karriereweg nachhaltig voran zu treiben. Im People Development Forum, welches im Zuge des Performance Management Prozesses stattfindet, geht es um die konkrete Talentidentifizierung, die konkrete und nachhaltige Karriereentwicklung der Mitarbeiter sowie das Aufzeigen der eigenen Talentpipeline. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Coca-Cola GmbH nehmen am Performance-Management-Prozess teil. Zu Jahresbeginn vereinbaren sie mit ihrer Führungskraft Ziele, die zur Jahresmitte überprüft werden. Am Jahresende erfolgt die Leistungsbeurteilung, die die individuelle Gehaltsanpassung und den Bonus beeinflusst. In die Leistungsbeurteilung fließen Zielerreichung sowie Art und Weise der Zielerreichung zu je 50 Prozent ein. Zudem erhält jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter einen persönlichen Entwicklungs- und Karriereplan, der jährlich aktualisiert wird. In ihm werden konkrete Entwicklungsmaßnahmen, die zu 70 Prozent im Job, zu 20 Prozent durch Mentoring/Coaching und zu zehn Prozent durch formelles Training erfolgen, festgelegt und Karrierebestrebungen festgehalten. Diese Informationen werden gegebenenfalls in Personal-Development-Foren besprochen, die sich mit der Bildung von Talentpools für spezielle Funktionen und Bereiche befassen.

VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-LA12	Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren ✓ Unsere Strategie (S. 7), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > We, Arbeitsplatz, Beschäftigung von Frauen, Mitarbeiter mit Behinderung sowie Vorfälle von Diskriminierungen (S. 9 ff.). Gemäß dem „Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst“ legte der Aufsichtsrat in seiner Sitzung vom 08. Juli 2015 die Zielgrößen für die Beteiligung von Frauen im Aufsichtsrat und Vorstand fest. Diese betragen für den Aufsichtsrat zwei Frauen und im Vorstand eine Frau jeweils bis zum 30. Juni 2017. Per 31. Dezember 2015 waren zwei Frauen Mitglied des Aufsichtsrats. Im Vorstand gab es zum Bilanzstichtag keine Frau.

BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-LA14*	Neue Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden Keine. Bei alten Lieferanten sind keine gravierenden Mängel aufgetreten. Anhang: Corporate Governance (S. 4)
G4-LA15*	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen Keine. Anhang: Corporate Governance (S. 3)

BESCHWERDEMECHANISMEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-LA16*	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden Keine.

MENSCHENRECHTE

GLEICHBEHANDLUNG

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-HR3*	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen Keine Diskriminierungsfälle bekannt Anhang: Corporate Governance (S. 3)

BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-HR10*	Neue Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden Keine. Bei alten Lieferanten sind keine gravierenden Mängel aufgetreten. Anhang: Corporate Governance (S. 3 f.)
G4-HR11*	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen Keine. Anhang: Corporate Governance (S. 3 f.)

BESCHWERDEMECHANISMEN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTSVERLETZUNGEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-HR12*	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf menschenrechtliche Auswirkungen, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden Keine. Anhang: Corporate Governance (S. 3 f.)

GESELLSCHAFT

LOKALE GEMEINSCHAFTEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-S01*	Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme Unsere Strategie (S. 6), Stakeholder-Kommunikation und Materialität (S. 8 ff.) Informationen in den Handlungsfeldern Me (Produktverantwortung und Aktiver Lebensstil: S. 14 ff.), We (Arbeitsplatz und Gemeinwesen: S. 20 ff.) sowie World > Wasser (S. 30 f.)
G4-S02*	Auswirkungen der Geschäftstätigkeiten auf lokale Gemeinschaften Alle unsere Produktionsstandorte wurden daraufhin untersucht, welchen Einfluss die Wasserentnahme auf das kommunale Umfeld hat: World > Wasser (S. 30 f.), Anhang: Corporate Governance (S. 3 f.)

KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-S03	Geschäftsstandorte, die auf Korruptionsrisiken untersucht wurden 100 Prozent der Geschäftsstandorte unterliegen einem strengen Finanzcontrolling. Anhang: Corporate Governance (S. 3)
G4-S04	Mitarbeiterschulungen bzgl. Antikorruption Im Rahmen der Verhaltenskodex-Schulung (Code of Business Conduct) haben wir in Deutschland im Berichtszeitraum die gesamte Belegschaft der Coca-Cola GmbH auch zu unserer Antikorruptionspolitik, kartellrechtlichen Erfordernissen und dem Datenschutz geschult, unterstützt durch regelmäßige und weiterführende Online-Schulungen. In der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG fanden diese Maßnahmen regelmäßig für die leitenden Angestellten statt. Die leitenden Angestellten haben die Verpflichtung, den Verhaltenskodex und unsere Leitlinien zum Thema Menschenrechte in ihren Bereichen zu kommunizieren und umzusetzen. Anhang: Corporate Governance (S. 3 f.) Zusätzlich werden alle Beteiligten von Coca-Cola bei besonderen Großereignissen (z. B. Fußball-WM) zusätzlich nochmals bzgl. ihres richtigen Verhaltens geschult.
G4-S05	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen Keine.

POLITIK

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-S06	Politische Spenden Keine. Bei Einladungen zu Sport- und Kulturveranstaltungen halten wir uns an den Hospitality-Leitfaden von „S20 – The Sponsors' voice“, der von Coca-Cola Deutschland mitentwickelt wurde. Anhang: Corporate Governance (S. 3)

WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-S07 Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	Keine.

COMPLIANCE

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-S08 Geldbußen aufgrund von Rechtsverstößen	Keine politischen Spenden. Anhang: Corporate Governance (S. 3)

BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH GESELLSCHAFTLICHER AUSWIRKUNGEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-S09 Neue Lieferanten, die bzgl. Auswirkungen auf die Gesellschaft überprüft wurden	Keine. Bei alten Lieferanten sind keine gravierenden Mängel aufgetreten. Anhang: Corporate Governance (S. 3 f.)
G4-S010 Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette sowie ergriffene Maßnahmen	Keine negativen Auswirkungen. Anhang: Corporate Governance (S. 3 f.)

BESCHWERDEMECHANISMEN HINSICHTLICH GESELLSCHAFTLICHER AUSWIRKUNGEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-S011 Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden	Es kam 2015 zu keinen Bußgeldern oder anderen Strafen. Ein Gerichtsverfahren fand ebenfalls nicht statt. Anhang: Corporate Governance (S. 3)

PRODUKTVERANTWORTUNG

KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-PR1 Bzgl. Gesundheit und Sicherheit geprüfte Produkt- und Dienstleistungskategorien ✓	100% unserer Produkte werden bezüglich Gesundheit und Sicherheit geprüft, zu weiteren Angaben über unsere Produktverantwortung siehe Kapitel Me, Produktverantwortung. (S. 15–17)
G4-PR2 Nichteinhaltung von Vorschriften bzgl. Gesundheit und Produktsicherheit ✓	Keine. Anhang: Corporate Governance (S. 3)
G4-FP5 Prozentsatz des Produktionsvolumens, der an Standorten gefertigt wurde, die durch eine unabhängige Institution nach international anerkannten Standards für Lebensmittelsicherheits-Managementsysteme zertifiziert sind ✓	World > Klimaschutz (S. 34), Anhang: Kennzahlen 2013–2015 > Me, Produktverantwortung, Zertifizierungen (S. 7)
G4-FP6 Prozentsatz des Gesamtumsatzes an Gebrauchsartikeln mit reduziertem Anteil an gesättigten Fetten, Transfetten, Natrium und Zuckerzusätzen, nach Produktkategorie ✓	Keinen Zucker enthalten insbesondere die Light- und Zero-Getränke sowie die Wässer (Anteil insgesamt 29,2 Prozent am Gesamtvolumen).

G4-FP7 Prozentsatz des Gesamtumsatzes an Gebrauchsartikeln mit erhöhtem Anteil an Ballaststoffen, Vitaminen, Mineralien, Phytochemikalien oder funktionalen Lebensmittelzusatzstoffen, nach Produktkategorie ✓	Mit Vitaminen angereicherte Getränke sind im Coca-Cola Portfolio nur in untergeordnetem Maß vorhanden mit der Marke Glaceau Vitaminwater. Der Prozentsatz an Getränken mit Vitaminen liegt somit unterhalb von 0,5 Prozent.
---	---

Die allermeisten Coca-Cola Produkte in Fertigpackungen werden seit Jahrzehnten ohne Verwendung von Konservierungsstoffen hergestellt. In den wenigen Fällen, in denen Konservierungsstoffe eingesetzt werden, müssen sie aus Gründen des vorbeugenden Gesundheitsschutzes verwendet werden. Die Übersicht findet sich hier: <http://coke-journey.s3.amazonaws.com/4d/82/81217e6b46f491a619f7d86cb06a/lebensmittel-zusatzstoffe-2016.pdf>

Um die Qualität im Offenausschank unserer Produkte auch gewährleisten zu können, müssen wir hier im Pre- und Post-Mix Konservierungsstoffe einsetzen.

Phytochemikalien setzen wir derzeit keinem Produkt zu.

KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-PR3 Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen ✓	Alle Produkte unterliegen den lebensmittelrechtlichen Regelungen hinsichtlich Sicherheit (gesundheitlicher Unbedenklichkeit) und Kennzeichnung. Ein grundlegendes Prinzip des Lebensmittelrechtes ist das Irreführungsverbot, nach dem Aussagen und Darstellungen von Produkteigenschaften, sei es auf Etiketten oder in der Werbung, wahrheitsgetreu und gegebenenfalls mit wissenschaftlichen Daten untermauert sein müssen. Selbstverständlich informieren wir über unsere Produkte jederzeit sachlich und richtig und kennzeichnen nach den geltenden Regeln des Lebensmittelrechts. Freiwillig informiert Coca-Cola mit der Kennzeichnung des Brennwertes auf der Verpackungsvorderseite über den absoluten Brennwert bezogen auf 100 ml sowie zusätzlich über den absoluten Brennwert pro Portion. Schließlich ist auf dem Etikett gekennzeichnet, ob es sich um eine bepfandete Mehrwegverpackung handelt oder um eine bepfandete Einwegverpackung mit dem DPG-Lizenz-Zeichen der Deutschen Pfandsystem GmbH oder um eine unbefandete Einwegverpackung mit Grünem Punkt zur Entsorgung über die haushaltsnahe Wertstoffverpackung der gelben Tonne.
G4-PR4 Nichteinhaltung der gesetzlichen und freiwilligen Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen ✓	Keine. Anhang: Corporate Governance (S. 3), Kennzahlen 2013–2015 > Me, Produktverantwortung (S. 7)
G4-PR5 Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit ✓	Im Jahr 2015 hat die Verbraucherhotline von Coca-Cola ca. 53.000 Verbraucheranfragen per Mail und Telefon beantwortet. Bis zum 26. November 2015 war die Zertifizierung „Kundenzufriedenheit Service“ von der TÜV SÜD Management Service GmbH gültig, die Gesamtbewertung lag hier bei 1,47 (sehr gut). Damit wird der Mindestwert nach TMS-Kriterienkatalog von 2,25 deutlich unterschritten. Einzelmerkmale, die abgefragt wurden, sind: Erreichbarkeit, Freundlichkeit, Beratungsqualität, Problemlösungskompetenz und, ob unser Service weiterempfohlen werden würde bzw. wurde. Alle erhobenen Merkmale inklusive der Kundenzufriedenheit und der Weiterempfehlung wurden auf einer Skala von der Note 1 für „sehr zufrieden“ bis 5 für „sehr unzufrieden“ ermittelt.

Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit
Darüber hinaus führten wir auch 2015 wieder eine Kundenzufriedenheitsstudie mit unseren Kunden im Außer-Haus-Markt (z. B. Restaurants,

Hotels, Kinos, Kiosken) durch. Per Schulnotensystem wurden die Bereiche Telefonische Betreuung durch das Kunden Service Center, Logistik & Supply Chain, Finanzen, Technik, Persönliche Kundenbetreuung vor Ort und Werbematerial bewertet. Die Ergebnisse zeigen, dass die befragten Kunden mit Coca-Cola im Durchschnitt zufrieden sind:

- Wir verbesserten uns nochmal deutlich gegenüber 2014 in der Gesamtzufriedenheit auf \bar{x} 2,02 (auf einer Skala von 1 für „vollkommen zufrieden“ und 5 für „unzufrieden“).
- In 8 der 10 für unsere Kunden wichtigsten Punkte konnten wir uns weiter verbessern.
- Coca-Cola ist für 60 Prozent der bevorzugte Partner (2014: 39 Prozent)
- Wir erreichen eine hohe Kundenloyalität mit 91 Prozent (+2 Prozent vs. Vorjahr)

Die Befragungen fanden zwischen September und Oktober 2015 durch computergestützte telefonische Interviews mit Fragebogen statt. Dabei wurde auch die Zufriedenheit mit „Informationen zum sozialen und umweltfreundlichen Engagement“ als eine Unterkategorie der Kundenbetreuung abgefragt.

WERBUNG

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)
G4-PR6 Verkauf verbotener oder umstrittener Produkte	<p>Wir verkaufen keine Produkte, die in bestimmten Märkten verboten sind. Einige Stakeholder sind der Auffassung, dass Erfrischungsgetränke nicht an Kinder beworben werden sollten.</p> <p>Position zu Werberestriktionen: Kinder zum richtigen Umgang mit Werbung zu befähigen, ist in erster Linie die Aufgabe von Elternhaus und Schule. Dennoch kann die Wirtschaft einen Beitrag leisten. Coca-Cola hat sich weltweit, in Europa und in Deutschland mit weiteren Partnern aus der Industrie freiwillig dazu verpflichtet, keine Werbung an Kinder unter zwölf Jahren zu richten sowie den Verkauf seiner Produkte an Grundschulen weitestgehend einzuschränken.</p> <p>Generelle Werbeverbote führen nicht weiter und bewirken keine signifikanten Änderungen im Kaufverhalten, wie zahlreiche Beispiele zeigen. Außerdem ist die Werbebranche ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und fester Bestandteil einer funktionierenden Marktwirtschaft.</p> <p>An Grundschulen werden prinzipiell keine Coca-Cola Getränke angeboten. 2005 wurden die Getränkeautomaten von Coca-Cola aus Grundschulen entfernt. Nur an drei des laut Statistischen Bundesamts rund 16.000 Grundschulen wird auf ausdrücklichen Wunsch der Schulen weiterhin die Lieferverpflichtung erfüllt.</p> <p>Darüber hinaus gibt es einige Vorbehalte gegen Süßstoffe: Wir verwenden verschiedene Süßstoffe für unsere Light- und Zero-Getränke, u. a. Aspartam. Dieser Süßstoff wird zum Teil kritisch beobachtet, obwohl er einer der am gründlichsten getesteten Nahrungsmittelbestandteile ist. Aktuell hat die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit eine Studie veröffentlicht, bei der Aspartam erneut für unbedenklich befunden wurde: http://www.efsa.europa.eu/en/press/news/ans110228.htm Diese Studie ergänzt die zahlreichen anderen Untersuchungen, die die gesundheitliche Unbedenklichkeit von Aspartam bereits bestätigt haben. Aspartam wird seit mehr als 30 Jahren verwendet und ist Bestandteil von mehr als 6.000 Speise- und Getränkeprodukten in der ganzen Welt. So wird Aspartam unter anderem Kaugummis und Softdrinks zugesetzt. Aus dem Coca-Cola Portfolio enthalten die</p>

Light-Varianten, die Zero-Varianten, Powerade Sports und NESTEA Weißer Pflirsch ohne Zucker den bewährten Süßstoff, der in Deutschland seit über 20 Jahren verwendet wird.

Informationen zu Stevia: Die Stevia-Pflanze stammt ursprünglich aus Paraguay und gehört derselben botanischen Familie an wie die Chrysanthem. In Südamerika wird sie bereits seit 200 Jahren angebaut und als Süßungsmitteln in Lebensmitteln und Getränken verwendet. Die in unseren Produkten eingesetzten Steviolglykoside sind, wie alle zugelassenen Süßstoffe, für die Verwendung in Lebensmitteln und Getränken wissenschaftlich umfassend geprüft und als sicher bewertet.
<https://www.efsa.europa.eu/de/efsajournal/pub/1537>
Me > Produktverantwortung (S. 17), Anhang: Corporate Governance (S. 5)

G4-PR7	Nichteinhaltung von gesetzlichen und freiwilligen Vorschriften in Bezug auf Werbung	Keine. Anhang: Corporate Governance (S. 3), Kennzahlen 2013–2015 > Me, Produktverantwortung (S. 7)
---------------	---	---

SCHUTZ DER PRIVATSPHÄRE DES KUNDEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)	
G4-PR8	Berechtigte Datenschutzbeschwerden	Auch 2015 gab es keinerlei begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden und den Verlust von Kundendaten.

SCHUTZ DER PRIVATSPHÄRE DES KUNDEN

INDIKATOR	Verweise und Inhalte (sowie Begründungen für Auslassungen)	
G4-PR9	Geldbußen aufgrund des Verstoßes gegen Rechtsvorschriften	Keine. Anhang: Corporate Governance (S. 3)

Externe Prüfungen des Nachhaltigkeitsberichts

›Materiality Disclosures‹-Check der Global Reporting Initiative

Für diesen Bericht wurde ein ›Materiality Disclosures‹-Check durch die Global Reporting Initiative (GRI) durchgeführt. Diese neue Überprüfung bestätigt, dass die Standardangaben G4-17 bis G4-27 korrekt im Inhaltsverzeichnis (Content Index) und im Text des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts 2015 von Coca-Cola aufgeführt sind.



Bescheinigung des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit

An die Geschäftsführung der Coca-Cola GmbH, Berlin

Unser Auftrag

Wir haben eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der mit dem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht 2015 von Coca-Cola Deutschland (im Folgenden: der Bericht) für den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 durchgeführt.

Der Bericht erscheint als PDF-Version unter

<http://www.coca-cola-deutschland.de/nachhaltigkeit>.

Grenzen unseres Auftrags

Unser Auftrag bezieht sich ausschließlich auf die mit dem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben in ihrer Gesamtheit in der unter <http://www.coca-cola-deutschland.de/nachhaltigkeit> veröffentlichten deutschen PDF-Version des Berichts. Kennzahlen, die sich auf das Nachhaltigkeitsengagement der The Coca-Cola Company, Atlanta, beziehen, Angaben für Vorjahre sowie Verweise auf andere Webseiten waren nicht Gegenstand unseres Auftrags.

Kriterien

Wir haben unsere Beurteilung anhand der in den Sustainability Reporting Guidelines G4 der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien vorgenommen. Wir sind der Auffassung, dass diese Kriterien eine geeignete Grundlage für unsere Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit bilden.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Coca-Cola GmbH, Berlin, sind verantwortlich für die Aufstellung und den Inhalt des Berichts in Übereinstimmung mit den oben genannten Kriterien. Diese Verantwortung umfasst auch die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung interner Kontrollen zur Aufstellung eines Berichts, der frei von wesentlichen Fehlern ist, in Übereinstimmung mit den genannten Kriterien aufgestellt ist und auf angemessenen Methoden zur Datenermittlung einschließlich unter den gegebenen Umständen begründeten Annahmen und Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben beruht.

Unsere Verantwortung

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der durchgeführten Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit eine Beurteilung der mit dem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben im Bericht für den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 in ihrer Gesamtheit abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised) durchgeführt. Hiernach haben wir unsere Berufspflichten einzuhalten und den Auftrag so zu planen und durchzuführen, dass bei kritischer Würdigung mit einer begrenzten Sicherheit ausgeschlossen werden kann, dass die mit dem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben im Bericht in ihrer Gesamtheit in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den oben genannten Berichtsgrundsätzen und Kriterien aufgestellt worden sind. Bei einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit sind unsere durchgeführten Arbeiten weniger umfangreich als bei einer Prüfung, die auf die Erlangung einer hinreichenden Sicherheit ausgerichtet ist, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen werden kann.

Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und mit dem IESBA Code of Ethics for Professional Accountants (IESBA Code), der auf den tragenden Grundsätzen Integrität, Unparteilichkeit, fachliche Kompetenz und Gewissenhaftigkeit, Verschwiegenheit sowie Berufswürdigkeit des Verhaltens gründet, und wir haben unsere anderen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Das Qualitätssicherungssystem der Ernst & Young GmbH basiert auf den nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen, insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie der Gemeinsamen Stellungnahme der WPK und des IDW: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis VO 1/2006, die in Einklang mit den vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) herausgegebenen International Standards on Quality Control stehen.

Wesentliche Arbeiten

Unsere Auftragsdurchführung umfasste im Wesentlichen folgende Arbeiten:

- Befragung von Mitarbeitern hinsichtlich der Nachhaltigkeitsstrategie, der Nachhaltigkeitsgrundsätze und des Nachhaltigkeitsmanagements einschließlich des Stakeholder-Dialogs und der Wesentlichkeitsanalyse von Coca-Cola Deutschland,
- Befragung von Mitarbeitern, die mit der Erfassung der mit dem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben beauftragt sind, zur Beurteilung des Nachhaltigkeits-Berichterstattungssystems, der Methoden der Datengewinnung und -aufbereitung sowie der internen

Kontrollen, soweit sie für die Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der mit dem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben in ihrer Gesamtheit relevant sind,

- Einsichtnahme in die relevante Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation der Nachhaltigkeitsdaten im Berichtszeitraum sowie deren stichprobenartige Überprüfung,
- Befragungen und Dokumenteneinsicht in Stichproben hinsichtlich der Erhebung und Berichterstattung der Nachhaltigkeitsdaten sowohl am Standort Berlin als auch im Rahmen eines Vor-Ort-Besuchs (Site Visit) am Standort Genshagen,
- analytische Handlungen hinsichtlich der Qualität der berichteten Daten,
- kritische Durchsicht des Berichtsentwurfs auf Plausibilität und Konsistenz mit den mit dem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben.

Unsere Beurteilung

Auf der Grundlage unserer Arbeiten zur Erlangung begrenzter Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit dem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben für den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 im Nachhaltigkeitsbericht von Coca-Cola Deutschland in allen wesentlichen Belangen in ihrer Gesamtheit nicht in Übereinstimmung mit den genannten Kriterien aufgestellt worden sind.

München, 13. September 2016
Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Nicole Richter
Wirtschaftsprüferin



Annette Johne
Wirtschaftsprüferin

Coca-Cola GmbH

Stralauer Allee 4 | 10245 Berlin
www.coca-cola-deutschland.de

Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH

Stralauer Allee 4 | 10245 Berlin
www.cceag.de