

Fragen Sie uns gerne!

Haben Sie Fragen oder Anregungen? Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!
Sie erreichen uns ganz einfach per E-Mail oder Telefon.

Unternehmensverantwortung

Achim Lohrie

Direktor Unternehmensverantwortung

Tel.: +49 (0)40 6387-48 39

Fax: +49 (0)40 6387-44 45

E-Mail: verantwortung@tchibo.de

Monika Focks

Category Leader Unternehmensverantwortung

Tel.: +49 (0)40 6387-35 66

Fax: +49 (0)40 6387-5 35 66

E-Mail: verantwortung@tchibo.de

Informationen rund um das Unternehmen Tchibo
und das Thema Nachhaltigkeit finden Sie unter:

www.tchibo.de

www.tchibo-nachhaltigkeit.de

www.tchibo.com



Unsere Verantwortung Nachhaltigkeit bei Tchibo

Tchibo - auf dem Weg zu einer 100 % nachhaltigen Geschäftstätigkeit

1949 von Max Herz gegründet, steht Tchibo seit über 60 Jahren für Frische und Qualität auf dem Kaffeemarkt. Aus dem ursprünglichen Versender von Kaffee hat sich bis heute ein international tätiges Unternehmen entwickelt: In acht Ländern betreibt Tchibo mehr als 1.000 Filialen, rund 26.000 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Das Unternehmen bietet neben Kaffee und dem Einzelportionssystem Cafissimo die wöchentlich wechselnden Non-Food-Sortimente und Dienstleistungen wie Reise, Mobilfunk oder Grüne Energie.

Tchibo übernimmt in der Tradition des „ehrbaren Kaufmanns“ Verantwortung und hat seit 2006 Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie integriert. Auf dem Weg zur einer 100 % nachhaltigen Geschäftstätigkeit optimiert Tchibo kontinuierlich Produkte und Prozesse. Auf den folgenden Seiten erhalten Sie einen Einblick, wie wir uns Schritt für Schritt diesem Ziel nähern.



Das gibt es nur bei Tchibo



Wenn in dieser Broschüre wegen der besseren Lesbarkeit die männliche Form verwendet wird, ist die weibliche Form selbstverständlich immer eingeschlossen.
Stand: Mai 2014



Dr. Markus Conrad,
Vorsitzender der
Geschäftsführung
Tchibo

Liebe Leserinnen und Leser,

die Orientierung am langfristigen Erfolg und das Leitbild des „ehrbaren Kaufmanns“ bestimmen seit über 60 Jahren unser Handeln als Hamburger Familienunternehmen. Nicht umsonst genießt die Marke Tchibo ein sehr hohes Konsumentenvertrauen und steht für Qualität und faire Preise.

Seit 2006 ist Nachhaltigkeit integraler Bestandteil unserer langfristigen Unternehmensstrategie. Zum einen, weil Tchibo aufgrund seines Geschäftsmodells, seiner Expertise und auch seiner Größe etwas bewegen kann, zum Beispiel beim Anbau und bei der Verarbeitung von Kaffee, Baumwolle oder Holz. Zum anderen, weil wir davon überzeugt sind, dass unser zukünftiger wirtschaftlicher Erfolg maßgeblich von einer nachhaltigen Geschäftspolitik profitieren wird.

Wir brauchen für die Zukunft qualitativ hochwertige Produkte, die Zusammenarbeit mit langfristig orientierten Geschäftspartnern, leidenschaftliche Mitarbeiter, die sich mit der Geschäftspolitik ihres Unternehmens identifizieren können, und vor allen Dingen das Vertrauen unserer Kunden.

Die in den letzten Jahren erreichten Fortschritte und an uns verliehenen Auszeichnungen ermutigen uns auf unserem Weg zu einer nachhaltigen Geschäftstätigkeit.

Viel Freude beim Lesen,
Ihr



Nachhaltiger Kaffeeanbau

Wir lieben Kaffee. Seit über 60 Jahren bieten wir unseren Kunden beste Kaffeequalität. Um diesen Anspruch auch in Zukunft erfüllen zu können, legen wir nicht nur Wert auf Aroma und Geschmack. Wir setzen uns zugleich für Umweltschutz und bessere Lebensbedingungen der Kaffeefarmer und ihrer Familien im sogenannten Kaffeegürtel rund um den Äquator ein.

Zukunftsfähigkeit der Kaffeefarmer
Auf dem Weg zu einer 100 % nachhaltigen Geschäftstätigkeit verfolgen wir das Ziel, mittelfristig ausschließlich Kaffees anzubieten, deren Anbau ökologische, soziale und ökonomische Anforderungen gleichermaßen erfüllt und damit den

Kaffeebauern und ihren Familien eine dauerhafte Existenzgrundlage bietet. Denn nur so gewährleisten wir auf lange Sicht die Verfügbarkeit der von uns benötigten Rohkaffeequalitäten.

Qualifizierung der Kaffeefarmer
Allein durch die Zertifizierung der Farmen lassen sich die Herausforderungen innerhalb des Kaffeesektors nicht lösen. Gemeinsam mit Agrarwissenschaftlern, Trainern, Exporteuren und Händlern, Standardorganisationen sowie Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen wollen wir Kleinrentner durch unser Qualifizierungsprogramm Tchibo Joint Forces!® in die Lage versetzen, unternehmerisch zu handeln und ihre Wirtschaftlichkeit zu steigern. Denn nur, wenn sie den Kaffeeanbau

Daten & Fakten

- Über 30 % unserer Kaffees stammten 2013 aus nachhaltigem Anbau.
- In Tchibo Kaffee Bars verwenden wir ausschließlich zertifiziert nachhaltige Kaffeespezialitäten.
- In einer Verkaufsaktion wurden 2013 über eine Million Euro für unser Kinder-Projekt in Guatemala gesammelt. In sechs Kindertagesstätten wurden mehr als 650 Kinder während der Erntezeit 2013 betreut.



als attraktive Einnahmequelle wahrnehmen, setzen sie den Kaffeeanbau fort, entwickeln ein Bewusstsein sowie die Bereitschaft für nachhaltige Anbaumethoden und bleiben uns als Geschäftspartner erhalten.

Zusammenarbeit mit Standardorganisationen
Wir arbeiten zur Erreichung unseres Ziels mit allen international anerkannten Standardorganisationen zusammen. Dies sind derzeit Rainforest Alliance, Fairtrade, UTZ Certified und die Organisationen hinter dem Bio-Siegel nach EU-Rechtsvorschriften. Den Basisstandard der 4C Association nutzen wir, um die Kaffeefarmer zu organisieren und sie für den nachhaltigen Kaffeeanbau zu sensibilisieren.

Umweltschutz für beste Qualität
Kaffee ist ein wertvoller Rohstoff. Fruchtbare Böden, sauberes Wasser und geeignete klimatische Bedingungen sind entscheidend für Qualität und Quantität. Häufig mangelt es an Wissen über umweltschonende Anbaumethoden. Wir sind daher Mitbegründer der Initiative Coffee & Climate, die sich insbesondere mit dem Klimawandel und einer möglichst optimalen Anpassung der Kaffeefarmer an die lokalen Auswirkungen befasst.

Bildungsprojekte im Ursprung
Die Kaffeefarmer und ihre Familien sind oft schwierigen sozialen Bedingungen ausgesetzt. Tchibo setzt sich in Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnern mit eigenen Projekten in Kenia und Guatemala für bessere Lebensverhältnisse in den Ursprungsländern ein.

1 Wertschöpfungskette Kaffee



Nachhaltiges Kaffeesortiment
Rainforest Alliance Die international anerkannte Umweltschutzorganisation Rainforest Alliance engagiert sich für die nachhaltige Verbesserung der Bedingungen für Mensch und Natur in den Ursprungsländern der Kaffees.

Fairtrade Bei Produkten mit dem FAIRTRADE-Siegel haben Sie die Gewissheit, dass die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Bauern und Beschäftigten durch Fairtrade-Preise und -Prämie verbessert werden.

UTZ Certified UTZ-zertifizierte Farmer werden dazu ausgebildet, die Qualität ihrer Produkte zu verbessern und die Effizienz zu erhöhen, dabei aber Rücksicht auf Mensch und Umwelt zu nehmen.

Bio Nur Produkte, die aus kontrolliert biologischem Anbau stammen und den EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau entsprechen, dürfen die Bio-Siegel tragen.



Der Zeichentrickfilm „Herr Bohne im Land des Kaffees“ erklärt Nachhaltigkeit im Kaffeeanbau charmant und spannend.



Sozial- und umweltverträgliche Produktion

Jede Woche überraschen wir unsere Kunden mit Produkten einer attraktiven Themenwelt. Bei der Herstellung unserer Gebrauchsartikel achten wir nicht nur auf hohe Produktqualität, sondern setzen uns für die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards bei der Rohstoffgewinnung sowie in der Produktion der Sortimente ein.

Soziale und ökologische Verantwortung

Wir sind der Überzeugung, dass unternehmerischer Erfolg nicht zu Lasten von Mensch und Umwelt gehen darf. Deshalb verfolgen wir das Ziel, bei der Produktion unserer Gebrauchsartikel dauerhafte Verbesserungen von Arbeitsbedingungen auf Fabrikebene zu erreichen. Grundlage einer jeden Geschäftsbeziehung ist daher der

Verhaltenskodex Social Code of Conduct (SCoC), der seit 2006 Bestandteil aller Einkaufsverträge ist. 2011 haben wir den Kodex um Umweltbelange wie zum Beispiel Energieeffizienz erweitert.

Qualifizierung der Lieferanten

Wir unterstützen Produzenten bei der Umsetzung der Anforderungen und Standards. Um langfristige Verbesserungen von Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten zu erreichen, setzen wir seit 2007 auf das Qualifizierungsprogramm WE („Worldwide Enhancement of Social Quality“). Mit dem Programm bringen wir Manager und Beschäftigte sowie unsere Einkäufer an einen Tisch. Gemeinsam erarbeiten und implementieren wir Lösungen für verbesserte Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten. Bislang haben 284 Pro-

Daten & Fakten

- In 2013 haben wir über 24 Millionen Textilien (40 %) aus bzw. mit nachhaltiger Baumwolle verkauft.
- Im Rahmen unseres Engagements bei Cotton made in Africa (CmiA) im westafrikanischen Benin wurden bislang fünf Schulen eröffnet und 10.000 Schulbücher sowie 20.000 Schuluniformen zur Verfügung gestellt.



duzenten an Qualifizierungsmaßnahmen teilgenommen beziehungsweise das Programm WE abgeschlossen.

Engagement im Brandschutz

Um der Herausforderung des mangelnden Brandschutzes in Bangladesch zu begegnen, unterzeichnete Tchibo als zweites Unternehmen weltweit bereits 2012 das von führenden Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen initiierte Abkommen zu Brandschutz und Gebäudesicherheit. Seit Mai 2013 haben sich rund 150 internationale Bekleidungsunternehmen dem Abkommen angeschlossen.

Holz und Baumwolle aus nachhaltigen Quellen

Textilien, Gartenbänke und Tische: Viele unserer Produkte bestehen aus Baumwolle oder Holz. Die Produkte, die wir anbieten, müssen viele Ansprüche erfüllen: Sie müssen gut verarbeitet, modisch aktuell und langlebig sein. Qualität bedeutet für unsere Kunden aber auch, dass die wertvollen Rohstoffe aus verantwortlichen Quellen stammen.

Für unsere Gartenmöbel aus tropischen und borealen Hölzern verwenden wir ausschließlich FSC®-zertifiziertes Holz, das aus umwelt- und sozialverträglich bewirtschafteten Wäldern stammt.

Wir wollen den Anteil an Textilien mit nachhaltiger Baumwolle stetig erhöhen. Rund 70 % unserer Textilien aus bzw. mit Baumwolle werden in 2014 mit Baumwolle aus verantwortlichem Anbau gefertigt. Wir kooperieren dabei mit Partnern, die sich weltweit für den Wechsel von kon-

ventioneller auf verantwortlich erzeugte Baumwolle einsetzen.

Bildungsprojekte im Ursprung

Viele unserer Textilien sind aus bzw. mit Baumwolle afrikanischen Ursprungs gefertigt. Daher sind wir Mitglied der Initiative „Cotton made in Africa“ (CmiA) und unterstützen afrikanische Baumwollbauern durch Abnahme ihrer Baumwolle und durch Bildungsprojekte.

Nachhaltige Gebrauchsartikel



Bio-Baumwolle: Der Einsatz von kontrolliert biologisch angebauter Baumwolle wird nach dem Organic Content Standard von Textile Exchange durch unabhängige Institute zertifiziert.



Cotton made in Africa ist eine Initiative, die sich zum Ziel gesetzt hat, die Lebensbedingungen afrikanischer Kleinbauern zu verbessern und einen für Mensch und Umwelt schonenden Baumwollanbau zu fördern.



Das Zeichen für verantwortungsvolle Wälder.

FSC® Das FSC®-Warenzeichen zeichnet Holzprodukte aus, die aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen – unabhängig zertifiziert nach den strengen Richtlinien des Forest Stewardship Council®.



Klima- und Ressourcenschutz

Leidenschaftliche Mitarbeiter

Eine intakte Natur ist wesentliche Voraussetzung für die Zukunftsfähigkeit unseres Geschäfts. Deshalb ist es ein zentrales Anliegen von Tchibo, den Klima- und Ressourcenschutz kontinuierlich weiter auszubauen: in den Wertschöpfungsketten, an den Standorten sowie beim Transport und Versand unserer Produkte.

Ressourcen schonen, Klima schützen

In Deutschland und dem überwiegenden Teil unserer Ländergesellschaften werden Magazine und sämtliche Werbemittel seit 2013 ausschließlich auf Papier mit FSC®-Zertifikat (Forest Stewardship Council®) gedruckt. Durch die Umstellung des Außendienstfuhrparks auf verbrauchsärmere Modelle haben wir außerdem den durchschnittlichen Emissionswert auf 120 g CO₂/km gesenkt.

Energie sparen, Emissionen reduzieren

Wir prüfen sämtliche Geschäftsprozesse und steuern sie über unser Umweltmanagement. Nach vollständiger Umstellung auf Ökostrom an allen Tchibo Standorten in Deutschland bietet Tchibo seinen Kunden seit 2010 auch ein eigenes ok-Power zertifiziertes Ökostromprodukt „Tchibo Grüner Strom“.

Transport und Versand

Im Rahmen des Projektes „Logistics towards Sustainability“ (LOTOS) haben wir seit 2006 über 30 % der transportbedingten CO₂-Emissionen durch Gestaltung effizienterer Transportprozesse reduziert. Seit 2012 werden alle Post- und Paketsendungen mit dem Programm „GoGreen“ der Deutschen Post DHL versandt.



Daten & Fakten

Die KINDERGIEWENDE hat begonnen!

Ziel der KINDERGIEWENDE ist es, Ideen von Kindern für einen bewussten Umgang mit Energie und für den Klimaschutz sichtbar zu machen und zum Mitmachen zu motivieren. Dafür kooperieren wir mit der S.O.F. Save Our Future - Umweltstiftung. Pro Neukunde von Tchibo Energie gehen 10 Euro an die Stiftung. Weitere Informationen unter www.tchibo.de/kindergiewende

Tchibo überrascht. Mit immer neuen Ideen, die wir durch die Leidenschaft und den großen Einsatz unserer Mitarbeiter bis ins Regal bringen. Damit verbunden: eine Arbeitswelt, wie sie abwechslungsreicher nicht sein könnte.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Tchibo ist eines der familienfreundlichsten Unternehmen in Deutschland: Wir arbeiten kontinuierlich an der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Das gilt für die Betreuung von Kindern und pflegebedürftigen Angehörigen sowie für flexible Regelungen von Arbeitszeit und -ort.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Tchibo investiert in ein umfassendes betriebliches Gesundheitsmanagement. Ziel ist nicht nur die

körperliche, sondern auch die psychische Gesunderhaltung unserer Mitarbeiter. Dazu zählt eine ergonomische Arbeitsplatzgestaltung ebenso wie eine ausgewogene Verpflegung im Mitarbeiterrestaurant und ein gesundheitsförderndes Sportprogramm.

Wertschätzende Unternehmenskultur

Die Basis für unseren Erfolg sind qualifizierte und engagierte Mitarbeiter. Mit dem Tchibo Campus bieten wir ihnen fachliche und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten. Unsere Mitarbeiter erhalten eine attraktive und leistungsgerechte Vergütung sowie eine Vielzahl an freiwilligen sozialen Unternehmensleistungen. Auch dies ist Ausdruck einer wertschätzenden Unternehmenskultur unseres Familienunternehmens.

Daten & Fakten

Tchibo - ein familienbewusster Arbeitgeber

Seit 2006 kooperieren wir mit den „Elbkindern“: Derzeit werden 43 Kinder von Tchibo Mitarbeitern in den Einrichtungen der Hamburger Kitas betreut. Als erstes bundesweites Handelsunternehmen hat Tchibo 2010 von der berufundfamilie gGmbH das Zertifikat „familienbewusster Arbeitgeber“ erhalten.

