



## **Fortschrittsbericht der Tchibo GmbH**

### **Berichtszeitraum 2015/2016**

zur Leadership-Erklärung der 'Biodiversity in Good Company' Initiative

---

Tchibo GmbH  
Überseering 18  
22297 Hamburg  
[corporateresponsibility@tchibo.de](mailto:corporateresponsibility@tchibo.de)



## Die Leadership-Erklärung

Die Unterzeichner anerkennen und unterstützen die drei Ziele des internationalen „Übereinkommens über die biologische Vielfalt“:

- Erhaltung der biologischen Vielfalt
- Nachhaltige Nutzung ihrer Bestandteile
- Gerechte Aufteilung der sich aus der Nutzung der genetischen Ressourcen ergebenden Vorteile

Und verpflichten sich:

1. die Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten auf die biologische Vielfalt zu analysieren;
2. den Schutz der biologischen Vielfalt und die nachhaltige Nutzung in das Umweltmanagementsystem aufzunehmen;
3. eine verantwortliche Stelle im Unternehmen einzurichten, die alle Aktivitäten im Bereich Biodiversität steuert und der Geschäftsführung berichtet;
4. messbare und realistische Ziele zum verbesserten Schutz der biologischen Vielfalt und ihrer nachhaltigen Nutzung festzulegen, die alle zwei bis drei Jahre überprüft und angepasst werden;
5. alle Aktivitäten und Erfolge im Bereich der biologischen Vielfalt im Jahres-, Umwelt- oder Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen;
6. Zulieferer über ihre Biodiversitätsziele zu informieren und schrittweise einzubinden;
7. Kooperationen mit potenziellen Partnern wie Naturschutzorganisationen, wissenschaftlichen oder staatlichen Einrichtungen auszuloten, um im Dialog das Fachwissen zu vertiefen und das Managementsystem fortzuentwickeln.

Als Nachweis des fortdauernden Engagements wird der Initiative alle zwei Jahre ein Fortschrittsbericht vorgelegt



## Verantwortungsvoll wirtschaften – Auf dem Weg zu einer 100 % nachhaltigen Geschäftstätigkeit

Als global tätiges Hamburger Familienunternehmen orientiert sich Tchibo seit über 65 Jahren am Leitbild des „ehrbaren Kaufmanns“: Wir denken langfristig und betrachten es als unternehmerische Verpflichtung, Verantwortung für unser Handeln zu übernehmen. Auf dem Weg zu einem 100 % nachhaltigen Geschäft berücksichtigen wir deshalb die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Mensch und Umwelt. Dabei ist es unser Ziel, alle Produkte und relevanten Prozesse hinsichtlich ihrer Umwelt-, Sozial- und ökonomischen Wirkungen kontinuierlich zu optimieren.

In den letzten Jahren konnten wir aus den Erfolgen, aber auch den Rückschlägen unseres Nachhaltigkeitsengagements wertvolle Erkenntnisse für dessen Weiterentwicklung ziehen. Zwei strategisch wichtige Instrumente für die nächsten Jahre haben sich dabei herauskristallisiert: Kooperation und Innovation. Kooperation, weil wir den systemisch und strukturell bedingten Herausforderungen nur gemeinsam mit anderen Akteuren wirkungsvoll begegnen können. Innovation, weil es als Antwort auf Ressourcenverknappung, Verlust von Biodiversität, Klimaveränderung, demografischen Wandel und andere globale Herausforderungen neue, bahnbrechende Ideen und Maßnahmen braucht.

Die Tchibo GmbH ist mit ihrer Geschäftstätigkeit unmittelbar von natürlichen Ressourcen wie Kaffee, Baumwolle sowie Holz und Zellstoffen abhängig. Auch aus diesem Grund ist der Erhalt der biologischen Artenvielfalt und Ökosystemdienstleistungen für unsere Geschäftstätigkeit unbedingte Voraussetzung. In vielen der Rohstoffursprungs- und Produktionsländer, aus denen wir unsere Produkte beziehen, sind Biodiversität und damit auch Ökosystemdienstleistungen gefährdet. Daher haben wir Biodiversität insbesondere in unsere strategischen Nachhaltigkeitsansätze für die Wertschöpfungsketten Kaffee und Non Food integriert. Im Fokus stehen hierbei folgende Handlungsfelder:

- Nachhaltiger, umweltschonender Anbau von Kaffee und Baumwolle
- Förderung verantwortungsvoller Waldbewirtschaftung und Ausschluss von Rodung
- Substituierung gefährlicher Chemikalien in Produktionsprozessen
- Klimaschutz bei Anbau, Produktion und Transport



- Verringerung des Ressourceneinsatzes schon im Produktdesign.

Um diese Handlungsfelder und Themen voranzutreiben, innovative Lösungen zu entwickeln sowie wo möglich eine Veränderung der Rahmenbedingungen zu erreichen, beziehen wir alle relevanten Stakeholder kontinuierlich in unsere Aktivitäten ein und arbeiten mit international anerkannten Organisationen und Standards zusammen.



## Bericht über den Fortschritt der Jahre 2015 und 2016

Im Folgenden berichtet die Tchibo GmbH im Einzelnen über den Fortschritt, den das Unternehmen in den Jahren 2015 und 2016 bei der Umsetzung der Leadership-Erklärung erzielt hat:

### **1. Die Tchibo GmbH analysiert die Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten auf die biologische Vielfalt**

2009 hat Tchibo umfassend analysiert, welche der Unternehmensaktivitäten einen wesentlichen Einfluss auf die Biodiversität ausüben. Durch diese Analyse hat sich gezeigt, dass vor allem der Anbau der natürlicher Ressourcen Kaffee, Holz und Baumwolle sowie die Produktion unser Non Food-Produkte einen wesentlichen Einfluss haben. Um das Wissen über mögliche Maßnahmen zur Vermeidung und Verminderung negativer Auswirkungen auf Biodiversität weiter zu erhöhen, nutzen wir unter anderem den Austausch und die Zusammenarbeit mit international anerkannten Standardorganisationen und Multistakeholderinitiativen wie Rainforest Alliance, Textile Exchange und Forest Stewardship Council FSC®. Diese und weitere Partnerorganisationen untersuchen kontinuierlich die Auswirkungen der Umsetzung ihrer Anforderungen und Richtlinien auf die Ökosysteme vor Ort.

Darüber hinaus führen wir Detailanalysen relevanter Prozesse und Produkte durch, um spezifische Informationen über den Einfluss der jeweiligen Produkte, Sortimente und Prozesse auf die biologische Vielfalt zu erlangen.

#### **Beispiel: Ermittlung des Umweltfußabdrucks des Cafissimo-Kaffeekapselnsystems zur Identifizierung von Optimierungsbedarfen**

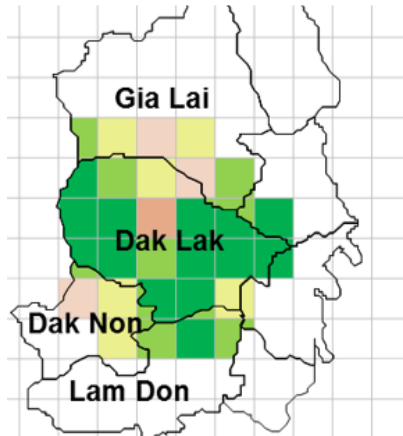
Seit Anfang 2015 hat Tchibo gemeinsam mit dem Öko-Institut e.V. eine umfassende Bilanzierung und Analyse zur Ermittlung des Umweltfußabdrucks des Cafissimo-Kaffeekapselnsystems durchgeführt. Ziel der Analyse war es, die Umweltauswirkungen, inklusive jener, die direkt und indirekt einen Einfluss auf Biodiversität haben, zu bestimmen und Optimierungspotenziale zu identifizieren. Betrachtet wurde dabei die



gesamte Wertschöpfungskette, vom Rohkaffeeanbau, über den Transport und Produktion, bis zur Zubereitung des Kaffees sowie Entsorgung der Kapseln. Ergebnis: Wesentliche Treiber der Umweltwirkungen sind der Rohkaffeeanbau sowie die Zubereitung des Kaffees. Die Analyse hat uns in unserem Ansatz bekräftigt, den Anteil nachhaltig angebauter Kaffees weiter zu steigern sowie die Energieeffizienz unserer Kapselmaschinen zu optimieren. Darüber hinaus haben wir 2016 die Kaffeekapseln so weiterentwickelt, dass sie über die die Sortier- und Entsorgungssysteme der Verpackungsentsorgung stofflich recycelt werden können (einfache Entsorgung durch den Kunden über den „Gelben Sack“).

#### **Beispiel: Regionalanalysen zur Förderung des nachhaltigen Kaffeeanbaus**

Die globalen ökologischen und sozialen Herausforderungen erfordern unseres Erachtens eine deutlich größere Geschwindigkeit, Tiefe und Breite von Optimierungsmaßnahmen für globale Wertschöpfungsketten, insbesondere im Produktsprung und -anbau. Daher sind wir seit Ende 2015 unter anderem dabei, einen neuen, skalierbaren und systemischen Ansatz zur Förderung des nachhaltigen Kaffeeanbaus zu entwickeln. Ziel ist es, bedarfsgerechte, systemische Lösungen für die unterschiedlichen Herausforderungen in den jeweiligen Anbauregionen zu entwickeln. Zur Identifikation der Herausforderungen sowie Bestimmung der Bedarfe und Gründe sind detaillierte Analysen in den jeweiligen Regionen erforderlich. Das entsprechende Indikatorenset entwickeln wir momentan gemeinsam mit unseren Partnerorganisationen. Klar ist bereits, dass auch Indikatoren zu wesentlichen Aspekten der Biodiversität in das Set integriert werden.



### Environmental Responsibility 70%

Principle	Score	Trend
MAND: No deforestation	98%	▲
MAND: No direct discharge of pollution	100%	▲
Sustainable land use	83%	▲
Forest conservation	98%	▲
Water conservation	43%	▲
Energy conservation	15%	▲
Soil conservation	64%	▲
Pollution & waste management	33%	▼
Wildlife protection	100%	▲

### Economic Transparency 70%

Principle	Score	Trend
MAND: Farmer delivery / payment records	88%	▲
Sales & financial records	64%	▲
Production records	81%	▲
Governance & representation	50%	▲
Financial mgmt. & internal controls	67%	▲

### Social Responsibility and Ethics 86%

Principle	Score	Trend
MAND: No child labor	100%	▲
MAND: No forced labor	100%	▲
MAND: No discrimination	100%	▲
MAND: Minimum wage	96%	▲
Compliance with labor policies	85%	▲
Fair wages & benefits	92%	▲
Worker rights	74%	▲
Proper worker facilities	35%	▲

### Production and Farm Management 64%

Principle	Score	Trend
MAND: No banned pesticides	100%	▲
Crop health & nutrition	71%	▲
Shade & canopy management*	85%	▲
Proper pesticide use & IPM	20%	▼
Records of Input Application	8%	▲
Processing & hygiene	76%	▲
Traceable storage	85%	▲

## Regionale Analyse: Beispielhafte Darstellung

Mithilfe der Regionalanalysen identifizieren wir die drängendsten Herausforderungen und Bedarfe und entwickeln, gemeinsam mit Partnern, Stakeholdern und Vertretern der Communities, nach entsprechenden Ursachenanalysen innovative und übergeordnete, systemische Lösungen.

## 2. Die Tchibo GmbH nimmt den Schutz der biologischen Vielfalt und der nachhaltigen Nutzung in das Umweltmanagementsystem auf

Tchibo hat im Rahmen seiner strategischen Ausrichtung Umwelt- und Sozialverantwortung in alle Bereiche seiner Geschäftstätigkeit integriert. Die Handlungsfelder, Ziele und Maßnahmen in den einzelnen Geschäftsbereichen leiten sich von den Ergebnissen der für die jeweiligen Sortimentsbereiche und Prozesse durchgeführten Lebenszyklusanalysen ab. Zur Steuerung und Koordination der verschiedenen Aktivitäten hat Tchibo ein unternehmensweites Nachhaltigkeitsmanagementsystem implementiert, das sich hinsichtlich der Umweltaspekte an den Vorgaben der ISO 14001 orientiert. Dieses Nachhaltigkeitsmanagementsystem, das von der Stabsstelle Corporate Responsibility gesteuert wird, ermöglicht ein zentrales und umfassendes Controlling und Reporting von Umwelt- und Sozialkennzahlen. Auf Basis der Kennzahlen wird jährlich ein Nachhaltigkeitsbericht gemäß den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI-G4) veröffentlicht.



Biodiversität ist in dieses umfassende Management- und Reportingsystem als wesentlicher Bestandteil des Umweltschutzes integriert. Der Fokus liegt insbesondere in den als besonders wesentlich erkannten Wertschöpfungsketten für natürliche Rohstoffe (Kaffee, Baumwolle, Holz).

Wertschöpfungskette Kaffee	Wertschöpfungskette Gebrauchsartikel	Kunden und Produkte	Umweltschutz an Standorten und unterwegs	Mitarbeiter bei Tchibo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltige Kaffeequalitäten</li> <li>• Nachhaltige Entwicklung des Kaffeesektors</li> <li>• Umwelt und Klima</li> <li>• Bildungsprojekte im Ursprung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ganzheitliches Lieferantenmanagement</li> <li>• Nachhaltige Ressourcen</li> <li>• Umweltschutz in der Produktion</li> <li>• Bildungsprojekte im Ursprung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Produktqualität und -sicherheit</li> <li>• Verbraucherorientierte Kommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimaschutz</li> <li>• Ressourcenschutz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmenskultur und Werte</li> <li>• Betriebliches Gesundheitsmanagement</li> <li>• Beruf und Familie</li> <li>• Talentmanagement</li> </ul>

**Biodiversität ist insbesondere in die Handlungsfelder Kaffee, Gebrauchsartikel und Standorte integriert.**

Steuerung und Reporting der Biodiversitätsaspekte in diesen Wertschöpfungsketten erfolgen derzeit insbesondere über die Sicherstellung umweltgerechter und entsprechend zertifizierter bzw. validierter Agrar- und Forstwirtschaft in der Ursprungsregionen der Tchibo Rohstoffe.

Unser Ziel und gleichzeitig eine Herausforderung ist es, diese Maßnahmen kontinuierlich bedarfsgerecht auszuweiten und gleichzeitig ihre Wirksamkeit vor Ort sicherzustellen.

### **3. Die Tchibo GmbH richtet eine verantwortliche Stelle im Unternehmen ein, die alle Aktivitäten im Bereich Biodiversität steuert und der Geschäftsführung berichtet.**

Im Rahmen unseres integrierten Managementsystems arbeiten wir unternehmensweit an der Umsetzung des strategischen Kernziels „auf dem Weg zu einer 100 % nachhaltigen Geschäftstätigkeit“. Um die Steuerung der Nachhaltigkeitsaktivitäten in unserer Organisation zentral zu verankern, haben wir 2006 den Direktionsbereich Unternehmensverantwortung gegründet. Der Direktionsbereich Unternehmensverantwortung berichtet direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung. Das Themenfeld Biodiversität ist in die entsprechenden Managementsysteme und Berichtsstrukturen integriert.

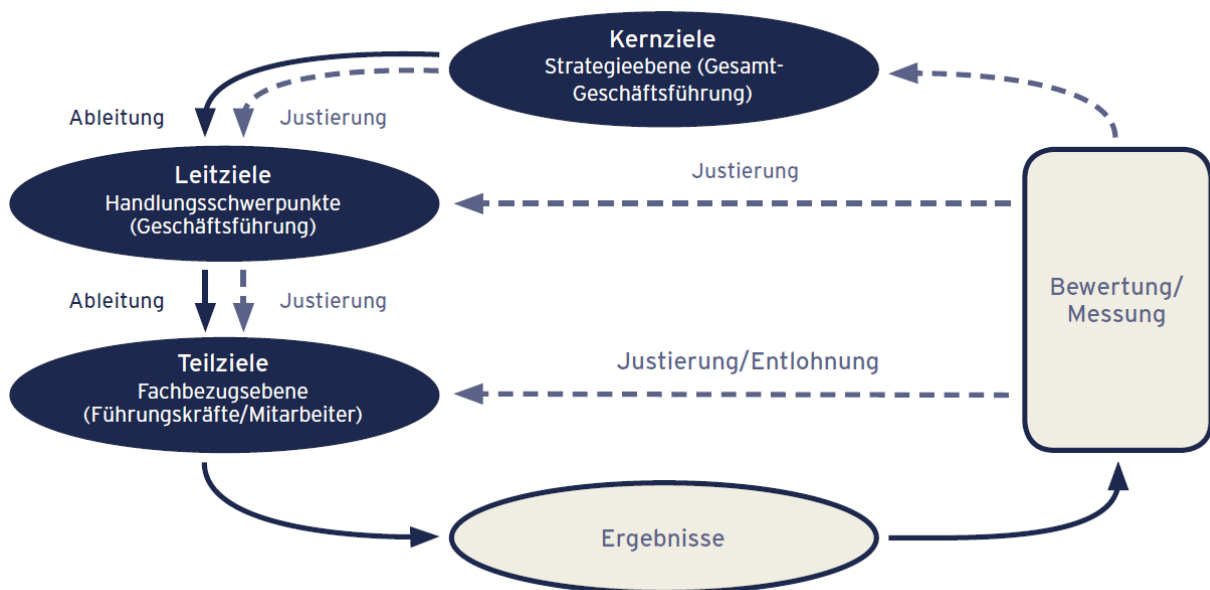
### **4. Die Tchibo GmbH legt messbare und realistische Ziele zum verbesserten Schutz der biologischen Vielfalt und ihrer nachhaltigen Nutzung fest, die alle zwei bis drei Jahre überprüft und angepasst werden.**





Mit Blick auf unser Kernziel der 100 % nachhaltigen Geschäftstätigkeit entwickeln die Unternehmenssparten und Fachbereiche, unterstützt vom Direktionsbereich Unternehmensverantwortung, Leitziele. Diese beziehen sich auf die spezifischen Aufgaben der einzelnen Fachbereiche und werden in Teilzielen konkretisiert sowie in Maßnahmen umgesetzt. An die Erreichungsgrad der Ziele knüpft auch das Entlohnungssystem für die Mitarbeiter in seinen festen und variablen Bestandteilen an.

Der Direktionsbereich Unternehmensverantwortung überprüft, ob die Teilziele der Fachbereiche erreicht wurden, und berichtet die Ergebnisse einmal jährlich – nach Abstimmung mit den Fachbereichen – an den Vorsitzenden der Geschäftsführung. Falls erforderlich, erfolgen eine Justierung der Ziele und Maßnahmen für das folgende Geschäftsjahr und die anschließende Verabschiedung neuer Ziele. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichtserstattung wird über die jeweilige Zielerreichung transparent berichtet.



#### Darstellung des integrierten Zielsystems

Die folgenden Ziele, Maßnahme und Instrumente tragen direkt und indirekt zum Erhalt und der verantwortungsvollen Inanspruchnahme der Biodiversität und ihrer Ökosystemdienstleistungen bei.



### **Steigerung des Anteils nachhaltiger Rohkaffees auf 50% in 2016**

Besonders stark zählen auf den Schutz der Artenvielfalt am Ursprung des Kaffees die Zertifizierungsstandards Bio (gem. EG-Öko-Verordnung) und Rainforest Alliance™, deren Anforderungen sich auf Umweltaspekte fokussieren, ein. Aber auch die Standards Fairtrade, UTZ Certified sowie der Basisstandard 4C Code of Conduct tragen durch konkrete umweltbezogene Anforderungen zu einer im Vergleich zum konventionellen Anbau verringerten Belastung des Ökosystems vor Ort bei.

Unser Ziel, den Anteil zertifizierter oder validierter, nachhaltiger Rohkaffees auf 40 % in 2015 zu steigern, haben wir erreicht. Diesen Anteil wollen wir bis Ende 2016 auf 50 % weiter erhöhen.

### **Erhöhung des Anteiles an nachhaltiger Baumwolle auf 100 % bis 2018**

Im Gegensatz zum konventionellen Anbau ist der Anbau von Baumwolle gemäß eines anerkannten Nachhaltigkeitsstandards mit weit weniger negativen Einflüssen für Mensch und Umwelt verbunden. Tchibo arbeitet in seinen Sortimenten mit den Standards Bio nach EG-Öko-Verordnung, Cotton made in Africa der Aid by Trade Foundation sowie Global Textile Standard (GOTS) zusammen.

Der Bio-Anbau erlaubt ausschließlich die Nutzung von organischem Dünger und Schädlingsbekämpfungsmitteln. Parallel setzen sich Organisationen wie Textile Exchange, bei der Tchibo Mitglied ist, über den Aufbau von Saatgutbanken für den Erhalt der genetischen Vielfalt ein. Darüber hinaus ist Tchibo seit Herbst 2016 Gründungsmitglied der Organisation Organic Cotton Accelerator (OCA), die sich fokussiert auf die Stabilisierung und Ausweitung des biologischen Anbaus von Baumwolle einsetzt.

Der Global Textile Standard (GOTS) geht über den biologischen Anbau von Baumwolle hinaus, indem entlang der gesamten Produktionskette ökologische Vorgaben eingehalten werden müssen. So sind beispielweise umweltschädliche Chemikalien in der Weiterverarbeitung strikt verboten. Tchibo hat 2016 erste GOTS-zertifizierte Produkte angeboten und wird dieses Angebot zukünftig weiter ausbauen.

Bei dem Anbau nach den Vorgaben von Cotton made in Africa werden deutlich weniger chemisch-synthetische Pestizide, Insektizide und Düngemittel als im konventionellen Anbau verwendet. Durch Methoden wie rainfed-Bewässerung sinkt der Wasserverbrauch; Schädlinge



werden nur mit natürlichen Mitteln bekämpft und es wird auf einen jährlichen Fruchtwechsel geachtet.

All diese aufgeführten Maßnahmen dienen dazu, die biologische Vielfalt in den Anbaugebieten zu schützen. Unser Ziel, den Anteil von Baumwolle aus zertifizierten und verifizierten Quellen im Jahr 2015 auf 80 % zu steigern, haben wir erreicht. Darüber hinaus ist Tchibo nach Analysen von Textile Exchange zum zweiten Mal in Folge der weltweit drittgrößte Abnehmer zertifizierter Bio-Baumwolle. Bis 2018 streben wir an, 100 % nachhaltige Baumwolle für unsere Textilien zu verwenden.

### **Holz und Zellstoff: Größtmöglicher Ausbau des Anteils von Holz und Zellstoff aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft**

Holz- und Papierprodukte wie zum Beispiel Garten- und Indoormöbel, Küchen- und Dekoartikel sowie Bastelartikel und Bücher stellen einen weiteren wesentlichen Anteil des Tchibo Sortiments dar. Daher engagiert sich Tchibo für verantwortungsvolle Waldwirtschaft und ist Mitglied der gemeinnützigen Organisation Forest Stewardship Council® (FSC®). Der FSC vergibt ein anerkanntes Label für Holz- oder Papierprodukte, die aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft stammen. Unabhängige Institute überprüfen jedes an der Wertschöpfungskette beteiligte Unternehmen auf die Einhaltung der strengen FSC-Standards (s. z.B. Deutscher FSC-Standard). Darin sind verschiedene Prinzipien definiert, die die Artenvielfalt sowie die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen im Ökosystem Wald schützen.

Seit über zehn Jahren sind alle Tchibo Gartenmöbel mit Hölzern, die aus tropischen oder borealen Wäldern stammen, FSC-zertifiziert. In den vergangenen Jahren wurden immer mehr Holz- und Papierprodukte mit FSC-Zertifizierung verkauft, 2014 betrug der Anteil FSC-zertifizierter Artikel knapp 30 %. Für 2015 strebten wir einen Anteil von 60 % an. Dieses Ziel haben wir nicht erreichen können. Aufgrund von Sortimentserweiterungen um Indoormöbel mit Hölzern aus Deutschland, bei denen die FSC-Verfügbarkeit aktuell noch schwierig ist, und einer gleichzeitigen Erweiterung des Betrachtungsscope konnte der relative Anteil (im Gegensatz zur absoluten Anzahl) nicht zielgerecht gesteigert werden. Im Ergebnis haben wir 2015 einen Anteil



FSC-zertifizierter Holz- und Papierartikel von 40 % erreicht. Für die nächsten Jahre streben wir an, den Anteil an FSC-zertifizierten Artikeln weiter zu steigern.

### **Forest Tracing Standard: Ausschluss illegaler Waldbewirtschaftung**

Für unsere Holz- und Papierprodukte, die (noch) nicht FSC-zertifiziert sind, haben wir 2008 mit Unterstützung der Umweltstiftung WWF einen eigenen Standard, den Forest Tracing Standard (FTS), entwickelt. Er schreibt vor, dass unsere Lieferanten die legale Herkunft des Holzes nachweisen müssen. Ziel ist es sicherzustellen, dass weder Holz aus sogenannten Raubbaugebieten noch geschützte Holzarten verwendet werden. Alle unsere Holz- und Papierartikel unterliegen dem Forest Tracing Standard. Selbstverständlich sind die jeweiligen Anforderungen der EU Holzhandelsverordnung bzw. des korrespondierenden deutschen Holzschutzgesetzes hier integriert.

### **Ressourcenschutz: Verpackungen und Papierverbräuche reduzieren**

Holz ist gleichfalls der Ausgangsstoff für Zellstoffe und Papier, die in und für Verpackungen und Druckerzeugnisse verwendet werden. Daher ist es auch bei Verpackungen, Papieren und Pappen wichtig, den Verbrauch zu reduzieren sowie bei dem Bezug unerwünschte Quellen auszuschließen sowie den Anteil nachhaltiger Materialien zu steigern.

Illegale Quellen sind häufig daran erkennbar, dass sich in der mikroskopischen Analyse Fasern aus „Mixed Tropical Hardwood“ finden lassen. Aus diesem Grund haben wir in unsere Sourcingverträge einen Ausschluss von Mixed Tropical Hardwood integriert. Die Einhaltung dieser Vorgabe überprüfen wir regelmäßig über entsprechende Analysen. In 2015 und 2016 haben wir darüber hinaus die Sourcingstrukturen für unsere Verpackungen weiterentwickelt und die FSC-Zertifizierung unserer Lieferanten vorangetrieben. Darauf aufbauend wollen wir den Anteil an FSC-zertifizierten Verpackungen in 2016 auf 30 % steigern und bis 2020 90 % erreichen.

Parallel arbeiten wir auch in unseren Logistikprozessen kontinuierlich daran, Ressourcen- und vor allem Papierverbräuche zu reduzieren. Unser Ziel bis 2020 ist es, die Kartonagen- und Papierverbräuche in der B2B und B2C Belieferung um 30 % zu senken. Einiges konnten wir schon erreichen: Beispielsweise verzichten wir seit 2015 in der Belieferung unserer Geschäftspartner und Filialen auf Papier-Lieferdokumente, und auch unsere Privatkunden im Fernabsatz erhalten nur noch auf ausdrücklichen Wunsch eine ausgedruckte Rechnung.



## **5. Die Tchibo GmbH veröffentlicht alle Aktivitäten und Erfolge im Bereich der biologischen Vielfalt im Jahres-, Umwelt- oder Nachhaltigkeitsbericht.**

Die Tchibo GmbH berichtet jährlich transparent und umfassend über ihr ökonomisch, ökologisch und gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln sowie über die Maßnahmen und Zielerreichung der nachhaltigen Unternehmensführung ([www.tchibo-nachhaltigkeit.de](http://www.tchibo-nachhaltigkeit.de)).

Die Berichterstattung erfolgt nach den GRI-G4-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) als weltweit anerkannte Basis für Vergleichbarkeit und Transparenz und enthält die Fortschrittsmitteilung (Advanced Level) des Global Compact der Vereinten Nationen (UNGC). Die Wesentlichkeit der Berichtsinhalte sowie fokussierte Darstellung über zentrale Themen sind bei der Berichtserstellung leitend. Aus diesem Grund ist die Berichterstattung über Aktivitäten, Ziele und Erfolge im Bereich der biologischen Vielfalt in die Darstellung der entsprechenden Wertschöpfungsketten und Handlungsfelder integriert.

Die Berichterstattung wird regelmäßig durch eine unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaft nach dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 geprüft.

## **6. Die Tchibo GmbH informiert Zulieferer über ihre Biodiversitätsziele und bindet sie schrittweise in diese ein.**

Tchibo informiert seine Zulieferer maßgeblich durch Ausschreibungs- und Vertragsbestandteile über seine Biodiversitätsziele. Hierbei gibt es zwei wesentliche Instrumente: Zum einen den Tchibo Social and Environmental Code of Conduct, der sowohl umwelt- als auch sozialbezogene Anforderungen an unsere Lieferanten beschreibt und Bestandteil aller Verträge ist. Zum anderen über die jeweiligen Qualitäts- und Prüfvorgaben für die einzelnen Produkte und Rohstoffe, die neben „klassischen“ Qualitätsvorgaben auch konkrete Anforderungen zu Umwelt- und Sozialaspekten bei der Rohstoff- und Produktherstellung beinhalten.

### **Zusätzliche Information für Produzenten über Qualifizierungsprogramme**

Im Bereich Non Food werden die Tchibo Produzenten im Rahmen von halbjährlichen Dialogveranstaltungen („Vendor Days“) über unsere Ziele und Maßnahmen informiert.



Eine konkrete Einbeziehung der einzelnen Produzenten erfolgt über das Tchibo-eigene Qualifizierungsprogramm 'WE', wobei die gemeinsame Erarbeitung und Implementierung von individuellen Maßnahmen vor Ort maßgeblich ist.

Im Kaffee-Bereich werden Kaffeefarmer sowohl im Rahmen der Schulungen zur Vorbereitung von Nachhaltigkeitszertifizierungen wie z. B. der Rainforest Alliance als auch bei Schulungen im Zusammenhang mit dem Tchibo-eigenen Qualifizierungsprogramm 'Tchibo Joint Forces!'® unter anderem über Biodiversitätsziele und entsprechende Maßnahmen informiert.

**7. Die Tchibo GmbH lotet Kooperationen mit potenziellen Partnern wie Naturschutzorganisationen, wissenschaftlichen oder staatlichen Einrichtungen aus, um im Dialog das Fachwissen zu vertiefen und das Managementsystem fortzuentwickeln.**

Als einzelnes Unternehmen ist die Tchibo GmbH in den letzten Jahren häufig vorangegangen. Damit haben wir einiges bewegen können. Häufig stoßen wir jedoch an die Grenzen dessen, was wir allein bewirken können. Auch die im September 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedeten Sustainable Development Goals verdeutlichen das Erfordernis von Allianzen.

Vor allem strukturelle und politische Herausforderungen in unseren Wertschöpfungsketten können wir nicht alleine bewältigen. Dafür braucht es die gemeinsame Anstrengung aller relevanten Stakeholder aus Politik, Wirtschaft, Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften. Wir unterstützen daher die Bestrebungen zur Umsetzung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte durch ambitionierte Nationale Aktionspläne und beteiligen uns an branchenübergreifenden Allianzen und Lösungen. So engagieren wir uns zum Beispiel bei dem von der Bundesregierung initiierten Bündnis für nachhaltige Textilien und in der 2016 neu gegründeten Global Coffee Platform. Eine wichtige Rolle spielen auch Selbstverpflichtungen wie unser Commitment zu dem Detox-Standard der Umweltorganisation Greenpeace.

Eine umfassende Liste mit Darstellung der wesentlichen Inhalte unserer Selbstverpflichtungen, Mitgliedschaften und Kooperationspartner ist öffentlich einsehbar: <http://tchibo-nachhaltigkeit.de/servlet/content/1111002/-/home/daten-und-fakten/commitments-mitgliedschaften.html>



### **Dialogveranstaltung mit relevanten Stakeholdern**

Anfang November 2016 hat die Tchibo GmbH zu einem Fachdialog mit hochrangigen Vertretern aus Wirtschaft, Politik, Verbänden und NGOs eingeladen. Diskutiert wurde die Fragestellung "Mit Kraft aus der Nische - wie viel Pflicht braucht/verträgt Nachhaltigkeit?" sowohl in Podiumsrunden als auch vertiefend in Workshops. In einem von drei vertiefenden Workshops wurde die Frage erörtert: Was können Bündnisse (nicht) bewirken? Konsens in der Runde war, dass Bündnisse, die alle relevanten Akteursgruppen (Nichtregierungsorganisationen, Unternehmen, Gewerkschaften, Standardorganisationen, Regierungsvertreter und Behörden sowie Behörden) einbeziehen, hinsichtlich vieler übergreifender, politischer Themen eine deutlich stärkere Wirkung erzielen können als einzelne Akteure oder Akteursgruppen. Diesen intensiven Dialog werden wir zukünftig fortführen.