

EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN

Nachhaltigkeit als Teil des Geschäftsmodells

Alexander Kühnen | Managing Director Schweiz



Unilever

ÜBER UNILEVER

Jeden Tag verwenden

2 MILLIARDEN

Verbraucher unsere Produkte

Unsere Produkte werden in

190

Ländern verkauft

Wir haben

174.000

Mitarbeiter

Unser Gesamtumsatz betrug

49,8 MRD. EURO

in 2013

14 Marken haben einen Umsatz von über

1 MRD. EURO

pro Jahr



PERSONAL CARE



FOODS



REFRESHMENT



HOME CARE



UNILEVER IN DER SCHWEIZ



UNSERE HERAUSFORDERUNGEN



WIR LEBEN ÜBER UNSERE VERHÄLTNISSSE

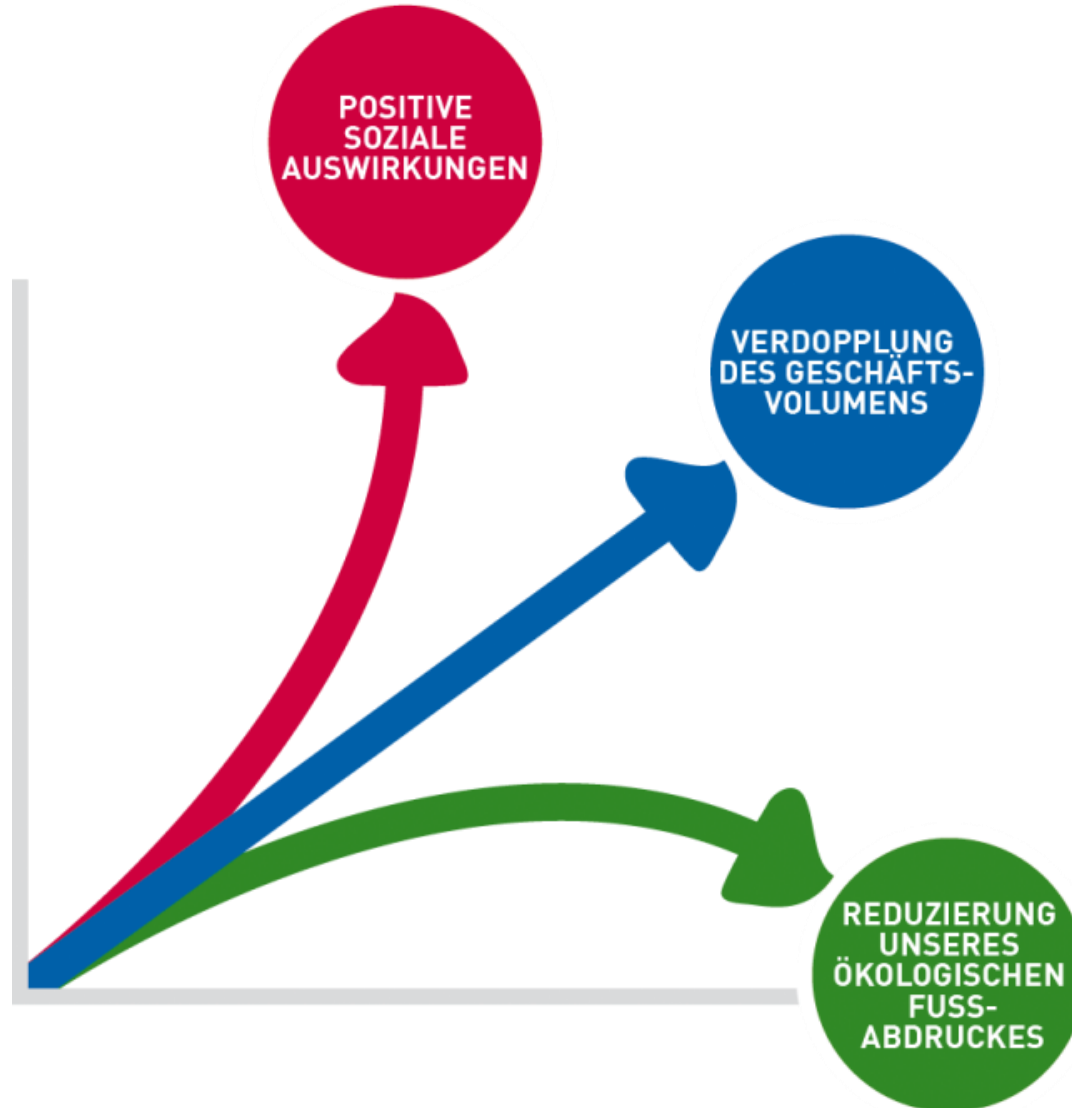




UNILEVER
SUSTAINABLE
LIVING PLAN
FORTSCHRITTE MACHEN,
WANDEL VORANBRINGEN



UNSERE VISION



NICHT NUR FÜR DIE UMWELT



SOZIAL



ÖKONOMISCH



ÖKOLOGISCH

DREI GROSSE ZIELE BIS 2020



STEIGERUNG VON GESUNDHEIT UND WOHLBEFINDEN



Bis 2020 werden wir mehr als einer Milliarde Menschen dabei helfen, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu verbessern.

REDUZIERUNG DER UMWELTBELASTUNGEN



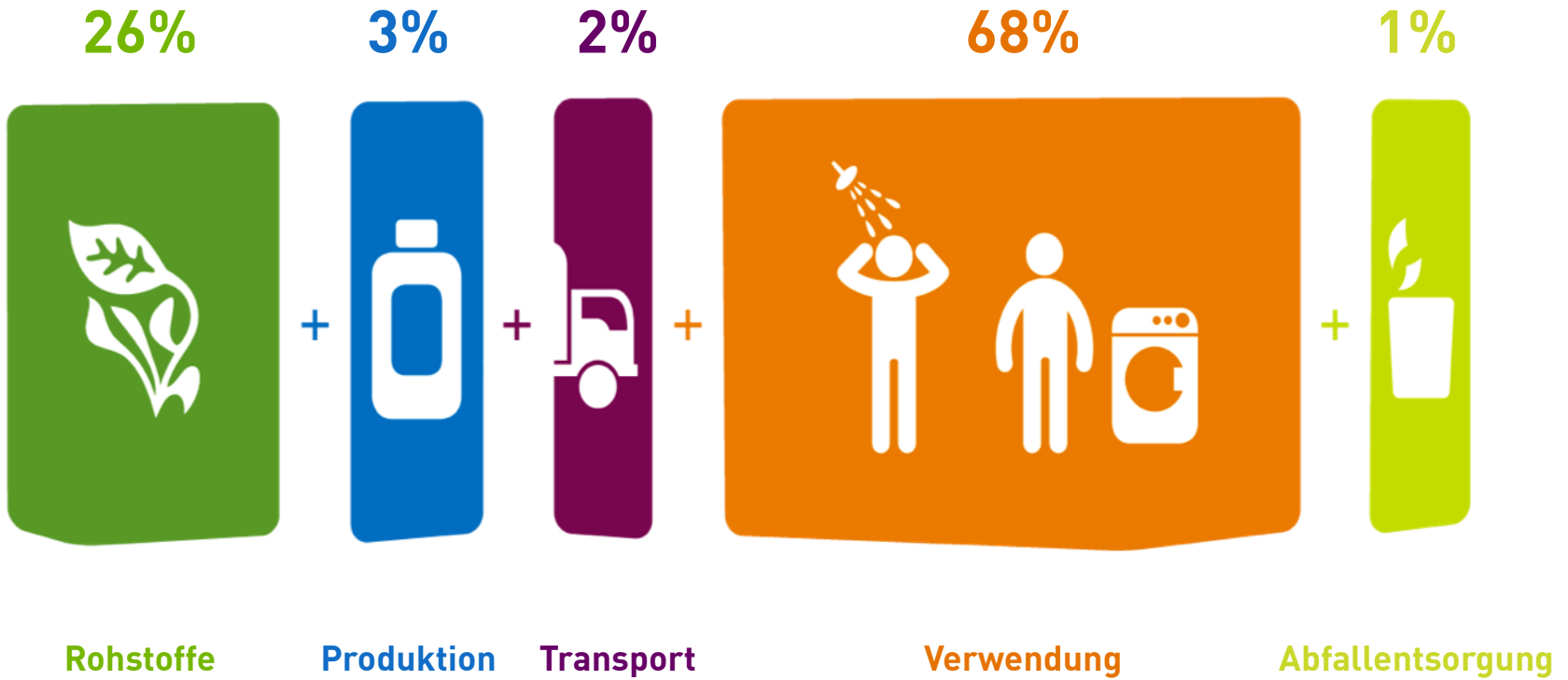
Bis 2020 haben wir das Ziel, unseren ökologischen Fußabdruck über den gesamten Produktlebenszyklus zu halbieren.

VERBESSERUNG DER LEBENSBEDINGUNGEN



Bis 2020 werden wir die Lebensbedingungen von Millionen Menschen verbessern, bei gleichzeitiger Steigerung des Geschäftsvolumens.

UNSERE VERANTWORTUNG



Wir arbeiten entlang der gesamten Lieferkette.

NACHHALTIGES GESCHÄFTSMODELL



WAS HABEN WIR BISLANG ERREICHT...



STEIGERUNG VON GESUNDHEIT UND WOHLBEFINDEN



Bis 2020 werden wir mehr als einer Milliarde Menschen dabei helfen, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu verbessern.

REDUZIERUNG DER UMWELTBELASTUNGEN



Bis 2020 haben wir das Ziel, unseren ökologischen Fußabdruck über den gesamten Produktlebenszyklus zu halbieren.

VERBESSERUNG DER LEBENSBEDINGUNGEN



Bis 2020 werden wir die Lebensbedingungen von Millionen Menschen verbessern, bei gleichzeitiger Steigerung des Geschäftsvolumens.

WENIGER KALORIEN BEI KINDER-GLACE

Kinder-Glace:

- maximal 110 Kilokalorien und 3 g gesättigte Fettsäuren. Maximal 20 % zugesetzter Zucker



STEIGERUNG VON GESUNDHEIT UND WOHLBEFINDEN

Bis 2020 werden wir mehr als einer Milliarde Menschen dabei helfen, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu verbessern.



Unilever



BESTER GESCHMACK, WENIGER SALZ



Gesunde Ernährung und reduzierter Salzgehalt

Reduktion des Natriumgehaltes im Knorr-Sortiment in der Schweiz



STEIGERUNG VON GESUNDHEIT
UND WOHLBEFINDEN



Bis 2020 werden wir mehr als einer Milliarde Menschen dabei helfen, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu verbessern.



DAS SELBSTWERTGEFÜHL VON MÄDCHEN STÄRKEN

STEIGERUNG VON GESUNDHEIT
UND WOHLBEFINDEN



Bis 2020 werden wir mehr als einer Milliarde
Menschen dabei helfen, ihre Gesundheit und
ihr Wohlbefinden zu verbessern.



Unilever

Unser Ziel ist es, **bis Ende 2015**
weltweit 15 Mio. Mädchen in ihrem
Selbstwertgefühl zu stärken. Bisher
haben wir 13 Mio. erreicht.

Dove



DOVE BEAUTY SCRATCHES



Video hier anschauen auf [youtube](#).

WFP: GEMEINSAM GEGEN DEN HUNGER

In Partnerschaft mit dem World Food Programme (WFP) der Vereinten Nationen **setzen wir uns für Kinder und ihre Familien ein.** Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern und Handelspartnern.



**ALLE
FÜR
EINEN**
GEMEINSAM
KINDERN EINE
ZUKUNFT GEBEN



VERBESSERUNG
DER LEBENSBEDINGUNGEN



Bis 2020 werden wir die Lebensbedingungen von Millionen Menschen verbessern, bei gleichzeitiger Steigerung des Geschäftsvolumens.



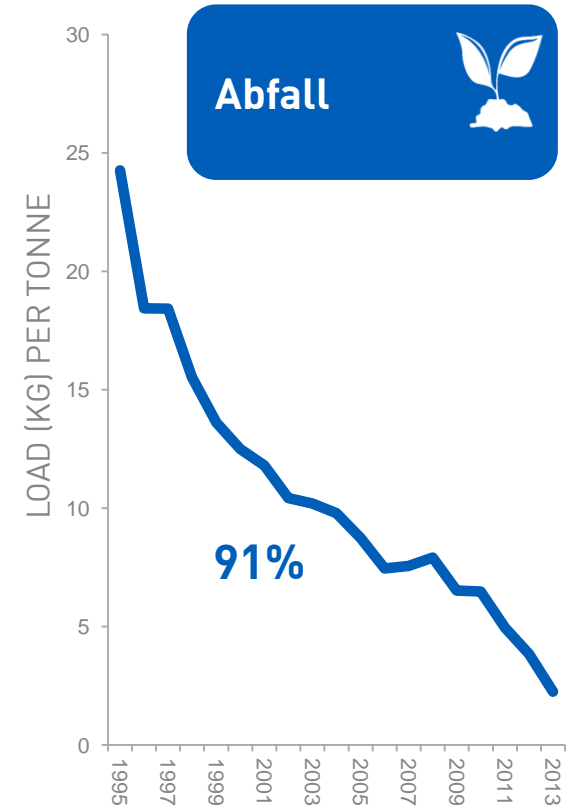
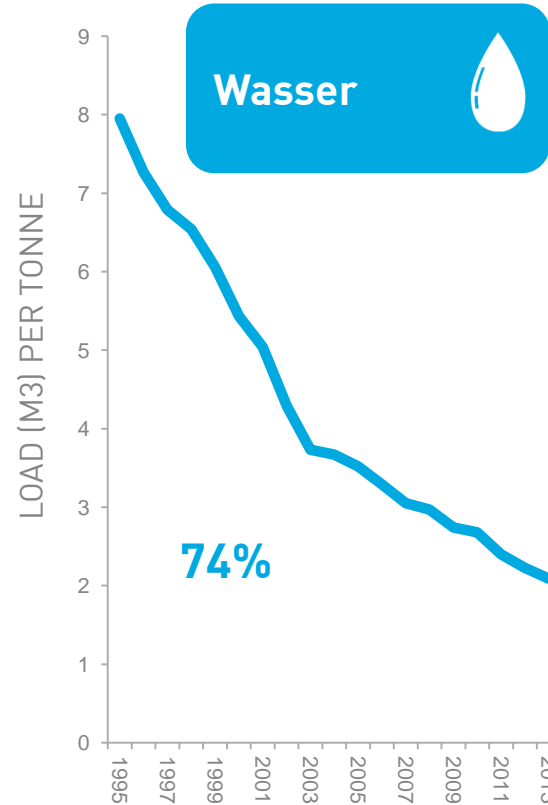
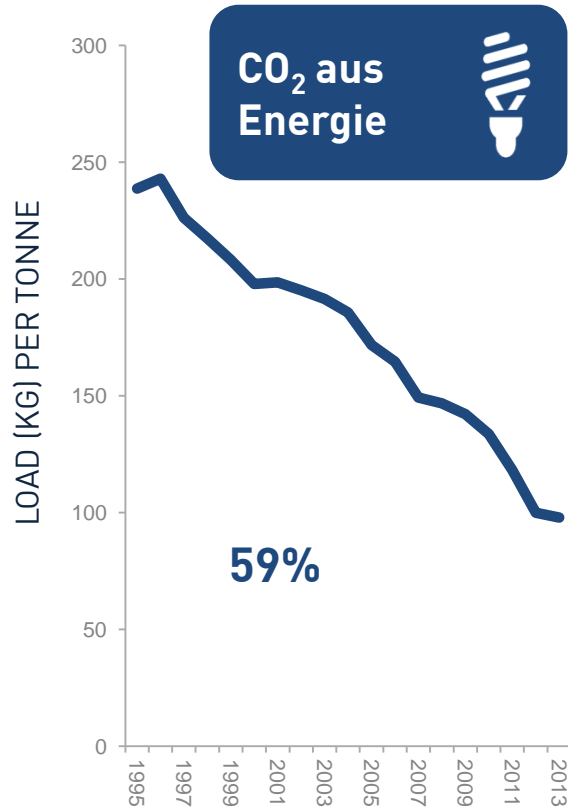
GROSSE FORTSCHRITTE IN DER PRODUKTION

REDUZIERUNG DER UMWELTBELASTUNGEN

Bis 2020 haben wir das Ziel, unseren ökologischen Fußabdruck über den gesamten Produktlebenszyklus zu halbieren.



Unilever



% Reduktion pro produzierte Tonne

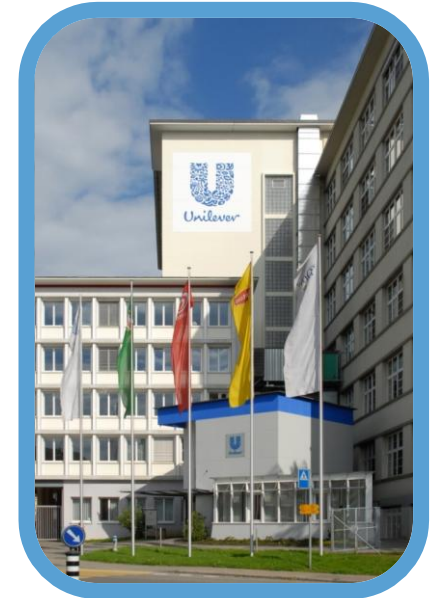
FORTSCHRITTE IM KNORR WERK THAYNGEN

REDUZIERUNG DER UMWELTBELASTUNGEN

Bis 2020 haben wir das Ziel, unseren ökologischen Fußabdruck über den gesamten Produktlebenszyklus zu halbieren.



Periode	CO2	Wasser	Abfall
2003 - 2013	- 51%	- 39%	- 40%
2015	zus. - 15%	zus. - 15%	zus. - 15%



KLIMASCHUTZ DURCH WASSERKRAFT

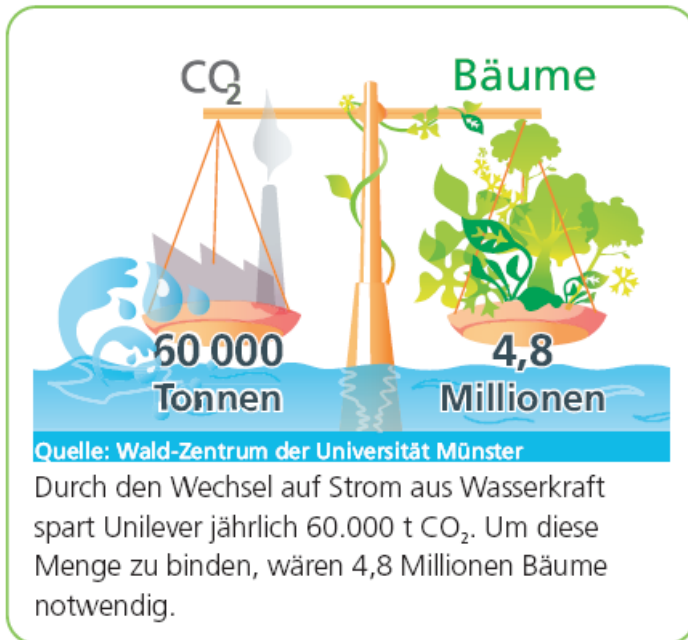
REDUZIERUNG DER UMWELTBELASTUNGEN

Bis 2020 haben wir das Ziel, unseren ökologischen Fußabdruck über den gesamten Produktlebenszyklus zu halbieren.

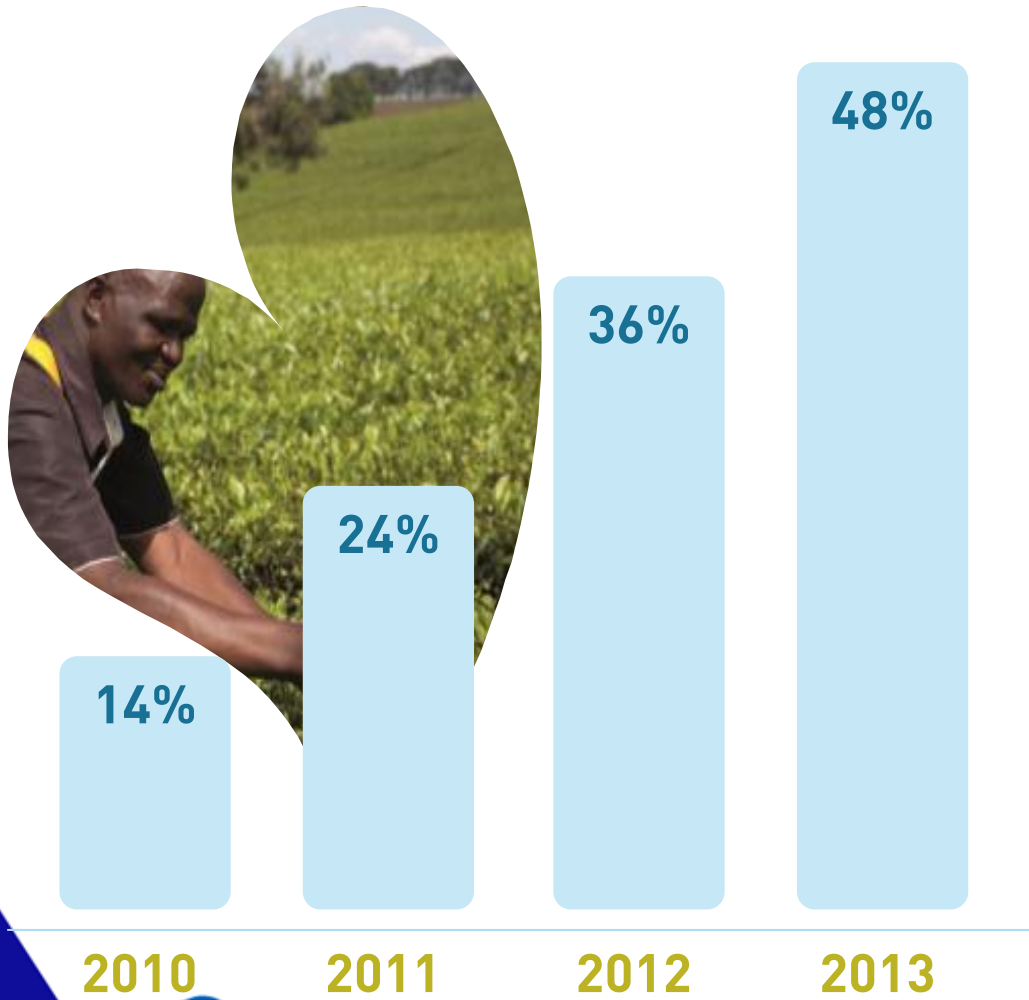


Unilever

Strom aus **Wasserkraft** für alle DACH Standorte **spart jährlich über 60.000 Tonnen CO₂**.



48% NACHHALTIG ANGEBAUTE ROHWAREN



REDUZIERUNG DER UMWELTBELASTUNGEN

Bis 2020 haben wir das Ziel, unseren ökologischen Fußabdruck über den gesamten Produktlebenszyklus zu halbieren.



VERBESSERUNG DER LEBENSBEDINGUNGEN

Bis 2020 werden wir die Lebensbedingungen von Millionen Menschen verbessern, bei gleichzeitiger Steigerung des Geschäftsvolumens.



KNORR PROGRAMM „PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT“

Bis 2015 wird Knorr die **13 wichtigsten Anbaupflanzen zu 100% aus nachhaltigem Anbau** beziehen.

Knorr hat alle Gemüse- und Kräuterlieferanten verpflichtet, sich am **Programm für nachhaltige Landwirtschaft** zu beteiligen. Das Programm wird von internen und externen Experten wie z.B. dem WWF überprüft und aktualisiert.

REDUZIERUNG DER UMWELTBELASTUNGEN

Bis 2020 haben wir das Ziel, unseren ökologischen Fußabdruck über den gesamten Produktlebenszyklus zu halbieren.



VERBESSERUNG DER LEBENSBEDINGUNGEN

Bis 2020 werden wir die Lebensbedingungen von Millionen Menschen verbessern, bei gleichzeitiger Steigerung des Geschäftsvolumens.



UNILEVER DACH FOUNDATION PARTNERING MIT MITARBEITENDEN



UNILEVER
FÖRdert
SOZIALES
ENGAGEMENT



56 MITARBEITERPROJEKTE

wurden mit über EUR 120 000.- seit Gründung im November 2009 unterstützt.

VERBESSERUNG
DER LEBENSBEDINGUNGEN



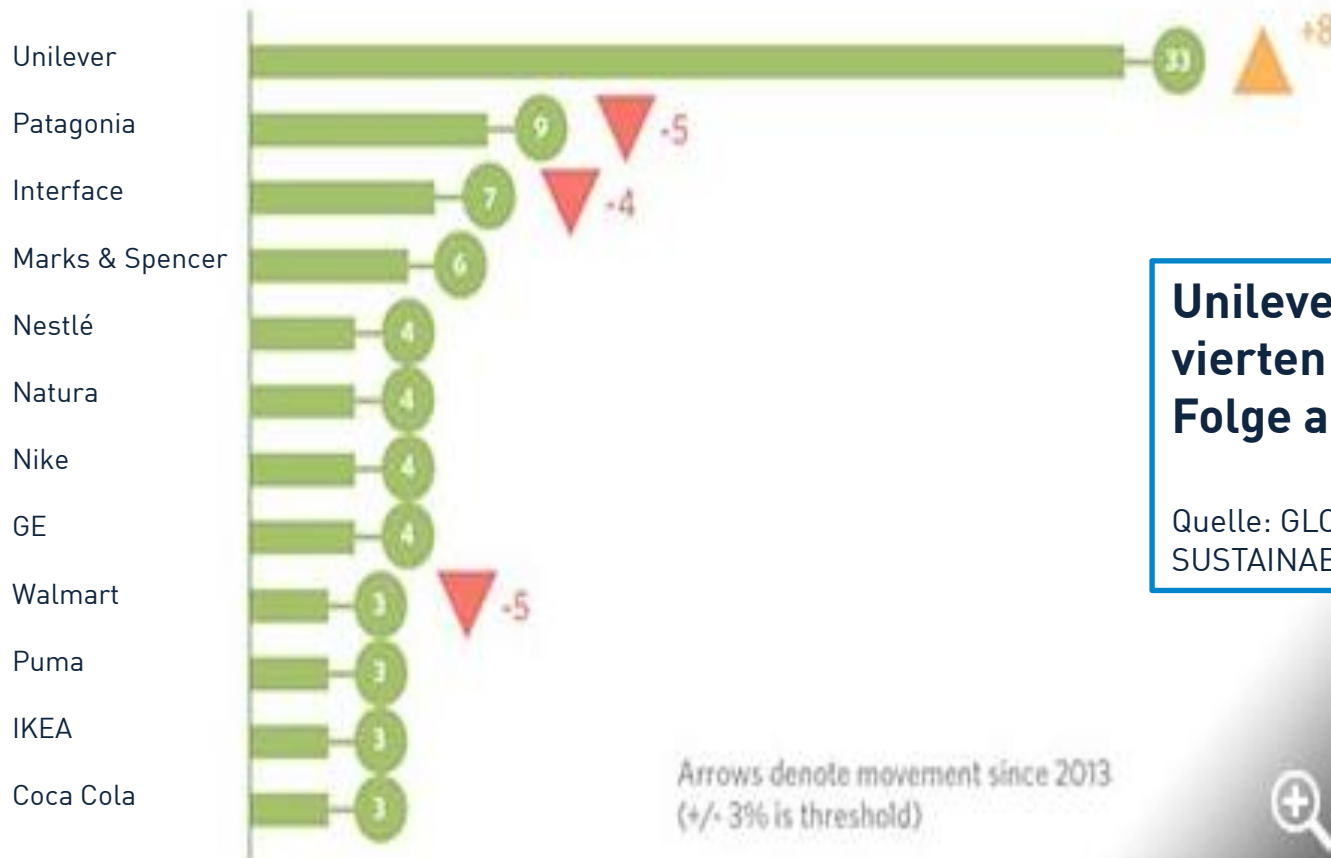
Bis 2020 werden wir die Lebensbedingungen von Millionen Menschen verbessern, bei gleichzeitiger Steigerung des Geschäftsvolumens.

UNILEVER IST FÜHREND IM BEREICH NACHHALTIGKEIT



2014 Sustainability Leaders

% of Experts



Unilever ist im vierten Jahr in Folge auf Platz 1

Quelle: GLOBESCAN / SUSTAINABILITY

Arrows denote movement since 2013 (+/- 3% is threshold)



„Einige in der Wirtschaft haben Führungsqualität bewiesen und gezeigt, dass das nachhaltige Geschäftsmodell funktioniert und es profitabel gemacht. Sie haben durch Ihr Engagement eine Bewegung gestartet. Und als Beispiel wird man auf Unilever zeigen.“

Al Gore, Friedensnobelpreisträger und Chairman
Generation Investment Management,
im Dezember 2013





UNILEVER
SUSTAINABLE
LIVING PLAN
MAKING PROGRESS, DRIVING CHANGE

THANK YOU