



WWF-Rating der Schweizerischen Lebensmittelindustrie

Methologie-Beschrieb

Zürich, 9. März 2017

Thomas Baumgartner, Jennifer Zimmermann (WWF Schweiz),
Bettina Rügge, Gina Spescha (Inrate)

Inhaltsverzeichnis

1. Zielkriterien	3
2. Gewichtungen	6
2.1. Grundsatzgewichtung	6
2.2. Rohstoffe.....	6
2.3. Übersicht der Gewichtung der Geschäftstätigkeit im In- bzw. im Ausland	7
2.4. Übersicht der Gewichtungen pro Unternehmen	7
3. Politikrating	9

Dieser Methodologie-Beschrieb ist eine Beilage zum **Schlussbericht WWF-Rating 2017 Lebensmittelindustrie**

1. Zielkriterien

Für jedes Bewertungs-Kriterium wurden Zielzustände abgeleitet, welche die Unternehmen bis 2025 erfüllen sollten, um aus heutiger Sicht den Anforderungen an ökologisch nachhaltiges Wirtschaften gerecht zu werden. Diese Zielkriterien sind in folgende Tabelle aufgeführt.

Strategiefeld: Unternehmensführung	
Bereich: Strategie	
Strukturen & Policies	Verantwortung für Umweltmanagement direkt an der Geschäftsleitung angegliedert. Alle wesentlichen ökologischen Aspekte werden in strategischen Entscheidungsfindungsprozessen berücksichtigt und alle umweltrelevanten Externalitäten sind in die Finanzbuchhaltung und -Berichterstattung integriert.
Materialitätsanalyse & Ziele	Quantitative Ziele und Leistungskennzahlen für alle relevanten Aspekte / Bereiche definiert, basierend auf einem wissenschaftlichen 2-Grad oder 1-Planet Konzept.
Monitoring & Reporting	Regelmässiges (mindestens zweimal im Jahr) und systematisches internes quantitatives Monitoring und Reporting, inkl. follow-up Aktivitäten, zu allen Umweltzielen. Jährlicher systematischer öffentlicher Nachhaltigkeitsbericht mit quantitativem Reporting zu allen Zielen, gemäss GRI, EMAS oder DNK Standard, mit Erklärungen zu verfehlten Zielen und detaillierten Ausführungen zu follow-up Aktivitäten. Berichte durch eine unabhängige Drittinstanz geprüft (nach ISAC3000, AA1000AS oder ähnlichem Standard). Relevante CDP Berichte.
Bereich: Betriebliches Management & Investitionen	
Managementsysteme	Systematische Anwendung von formellen Umweltmanagementsystemen (EMAS oder ISO 14001) im gesamten Unternehmen. Alle Managementsysteme sind extern zertifiziert.
Energieverbrauch in der Schweiz	Zielvereinbarung vor 2007 und nach 2012. Ziele soweit mit mehr als 50% übererfüllt und ambitionierte zusätzliche freiwillige Ziele veröffentlicht
Energieverbrauch im Ausland	Umfassende Messung des Energieverbrauchs und eine Reduktion von über 40% des relativen Energieverbrauchs seit 2000 nachweisbar. Zusätzlich ambitionierte Ziele bis 2020/2025 veröffentlicht.
Erneuerbare Wärmeenergie	Anteil erneuerbarer Wärmeenergie gegenwärtig > 80%, oder Anteil ist gegenwärtig < 80% und es besteht ein Ziel, bis 2020 100% zu erreichen
Ökostrom	Anteil Ökostrom ist gegenwärtig >50%, oder Anteil ist gegenwärtig <50% und es besteht ein Ziel, bis 2025 100% zu erreichen
Treibhausgasemissionen in der Schweiz	Zielvereinbarung vor 2007 und nach 2012. Ziele soweit mit mehr als 50% übererfüllt und ambitionierte zusätzliche freiwillige, 2-Grad kompatible Ziele veröffentlicht
Treibhausgasemissionen im Ausland	Umfassende Messung der Treibhausgas-Emissionen (Scopes 1&2) und eine Reduktion von über 50% der relativen Emissionen seit 2000 nachweisbar. Zusätzlich ambitionierte, 2-Grad kompatible Ziele bis 2020/2025 veröffentlicht.
Sekundärverpackungen	Zahlreiche signifikante ökologische Optimierungen oder dokumentierte Reduktionen von Sekundärverpackungen (inkl. Fremdmarken) in den letzten 5 Jahren durchgeführt, auf Basis von Ökobilanzen der meisten Sekundärverpackungen. Es bestehen Richtlinien und ambitionierte Ziele zur Reduktion von Verpackungen, Gebrauch von wiederverwendbaren Verpackungen, ökologischen Optimierungen von Materialien und Rezyklierbarkeit unter Vermeidung von Downcycling. Dieses Zielsystem umfasst auch Sekundärverpackungen der Fremdmarken.
Lebensmittelverschwendung	Es bestehen Food Waste Reduktionsziele für den eigenen Betrieb (<= 30% bis 2020, <=50% bis 2025 oder ohne Zeithorizont), basierend auf einer systematischen Datenerhebung und entsprechendem Monitoring. Zusätzlich ist das Unternehmen Mitglied in einer Branchenvereinbarung für die Reduktion entlang der Wertschöpfungskette.
Wassergebrauch	- Alle relevanten Daten verfügbar - Water Stewardship Strategie für alle wesentlich beeinträchtigten Quellen umgesetzt - "Reduce - reuse - recycle"-Potential ausgeschöpft - Kein ungeklärtes Abwasser
Pensionskasse Schweiz: Umweltpolicy & Transparenz	Politik zur Berücksichtigung von Umweltaspekten im Anlageprozess veröffentlicht. Die PRI sind unterschrieben und es bestehen Angaben zur Umsetzung der 6 Prinzipien. Es besteht eine öffentliche Proxy-Voting oder Engagement Politik für Schweizer und internationale Wertpapiere, die Umweltaspekte berücksichtigt. Die Pensionskasse berichtet jährlich über ihr Stimmverhalten und ihre Engagement-Aktivitäten
Pensionskasse Schweiz: Klimarisiken	Die Pensionskasse beauftragt externe Asset Managers zur Evaluierung der Klima-Risiko-Exposure (sofern möglich) und misst ihre "Carbon-Exposure" für alle Anlageklassen. Die Pensionskasse veröffentlicht eine Strategie zur Minimierung der Klima-Risiko-Exposure, inkl. konkrete Risiko-Verminderungsziele und Fortschritt auf dem Weg zu diesen Zielen. Zudem gibt es eine öffentliche Strategie zur Verlagerung der Investitionen zu klimafreundlichen Technologien.

Externalitäten	Ein angemessener CO2-Preis und andere Externalitäten werden bei Finanzentscheidungen und in der Finanzbuchhaltung (Gewinn-Verlust-Rechnung, Unternehmensbilanz) explizit und systematisch berücksichtigt
Zukäufe & Fusionen	Alle relevanten Umweltaspekte werden im Due Diligence Prozess formell und systematisch berücksichtigt und die Nachhaltigkeitsstrategien werden zügig (d.h. gleichzeitig mit der finanziellen Konsolidierung) "nach oben" aneinander angeglichen (race to the top)
Strategiefeld: Produkte & Zulieferketten	
Bereich: Produktentwicklung & Zulieferketten	
Datenerhebungen zu Umweltauswirkungen der Produkte	Strategische und systematische Verwendung von spezifischen Ökobilanzen oder ähnlichen Methoden (ökologischer Fussabdruck, usw.) für alle Produkte
Reduktion der Umweltauswirkungen nach wissenschaftlichen Methoden	Wissenschaftliche Analysen/Ziele/Massnahmen zur Reduktion der negativen Umweltauswirkungen, nach Suffizienz-Prinzipien (z.B. 2-Grad oder 1-Planet Kompatibilität). Produkte mit hohen Umweltauswirkungen werden systematisch substituiert und es wird eine konsequente Suffizienz-Strategie umgesetzt.
Primärverpackungen	Zahlreiche signifikante ökologische Optimierungen oder dokumentierte Reduktionen von Primärverpackungen (inkl. Fremdmarken) in den letzten 5 Jahren durchgeführt, auf Basis von Ökobilanzen der meisten Primärverpackungen. Es bestehen Richtlinien und ambitionierte Ziele zur Reduktion von Verpackungen, Gebrauch von wiederverwendbaren Verpackungen, ökologischen Optimierungen von Materialien und Rezyklierbarkeit unter Vermeidung von Downcycling. Dieses Zielsystem umfasst auch Sekundärverpackungen der Fremdmarken.
Wasserrisiken	Wasserrisiko-Analyse durchgeführt (auch für Fremdmarken) und Wasser-Effizienz / Compliance Massnahmen von allen relevanten Lieferanten eingefordert (d.h. Lieferanten in wasserarmen Regionen). Systematische Umsetzung von Water-Stewardship Projekten in Risikoregionen.
Lieferantenanforderungen	Eigenmarken und Fremdmarken: Integration von Umwelt-relevanten obligatorischen Anforderungen wie ISO 14001 oder anderes Umweltmanagementsystem und quantitativen Reduktionszielen in Einkaufsrichtlinien und -Politiken für alle relevanten Lieferanten / Lieferketten. Systematisches Compliance-Monitoring- und Follow-Up, mit Umsetzung von und öffentlicher Berichterstattung über effektiven Verbesserungsmassnahmen.
Beschaffungsprojekte & Forschung in der Rohstoffproduktion	Mehrere relevante Projekte während den letzten 3 Jahren, mit direkten Auswirkungen auf die eigenen Lieferketten und >30% des Einkaufsvolumens der jeweiligen Produkte
Erhebung und Emissionen der Transporte	Transport-Emissionsschätzungen von Ursprung zu Endverkauf verfügbar. 2-Grad kompatible Reduktionsziele für Distanz und/oder CO2-Intensität verabschiedet. Monitoring der Zielerreichung.
Bereich: Rohstoffe	
Früchte & Gemüse - Anteil zertifizierte Ware	Zertifizierte Ware (gemäss beiliegender Liste oder gleichwertig) entspricht im Schnitt > 75% der eingekauften Volumen für Eigenmarken und Fremdmarken. Zertifizierungen konsistent für alle behandelten Rohstoffe angewandt.
Früchte & Gemüse - Herkunft & Legalität	System zur vollständigen Rückverfolgbarkeit und zur adäquaten Sicherstellung der Umweltgesetzes-konformen Produktion von nicht zertifizierten Rohstoffen/Produkten (für Eigenmarken und Fremdmarken). Detaillierte Informationen zur genauen Herkunft und zu Umweltstandards in der Produktion vorhanden. Aktives Engagement mit Produzenten über Umwelt-Compliance Themen, inkl. systematische On-Site-Assessments von High-Risk Produzenten.
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - Anteil zertifizierte Ware	Zertifizierte Ware (gemäss beiliegender Liste oder gleichwertig) entspricht im Schnitt > 75% der eingekauften Volumen für Eigenmarken und Fremdmarken. Zertifizierungen konsistent für alle behandelten Rohstoffe angewandt.
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - Herkunft & Legalität	System zur vollständigen Rückverfolgbarkeit und zur adäquaten Sicherstellung der Umweltgesetzes-konformen Produktion von nicht zertifizierten Rohstoffen/Produkten (für Eigenmarken und Fremdmarken). Detaillierte Informationen zur genauen Herkunft und zu Umweltstandards in der Produktion sind vorhanden. Aktives Engagement mit Produzenten über Umwelt-Compliance Themen, inkl. systematische On-Site-Assessments von High-Risk Produzenten.
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - Sojavolumen im Tierfutter	Berechnungen der Sojamenen im Tierfutter sind für alle relevanten Fleisch-, Eier und Milchprodukte verfügbar (Produkte & Komponenten)
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - Standards for Soja im Tierfutter - Schweiz	>95% aller Produkte, die in der Schweiz eingekauft oder in der Schweiz verkauft werden (inkl. Vorfabrikate) wurden mit physisch segregiertem Soja nach den Standards des Soja Netzwerks hergestellt. Partnerschaft mit dem Soja Netzwerk Schweiz (falls relevant, d.h. signifikante Mengen von Tierfutter in Tier-1 Supply Chain)
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - Standards for Soja im Tierfutter - Ausland	Eigenmarken & Fremdmarken: >75% aller relevanten Produkte und Vorfabrikate, die im Ausland eingekauft werden, wurden mit physisch segregiertem Soja nach den Standards in der Beiliegenden Liste hergestellt
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - GMV-freies Tierfutter im Ausland	Eigenmarken & Fremdmarken: > 75% non-GMO Tierfutter

Fische & Meeresfrüchte - Übersicht & Deklaration der Herkunft & Arten	Eigenmarken & Fremdmarken: detaillierte Kenntnisse über Herkunft, Spezies und Fangmethoden von eingekauften Fisch & Meeresfrüchten nachweisbar (für Produkte und Komponente), inkl. Deklaration auf den Produkten
Fische & Meeresfrüchte - Anteil zertifizierte Ware	>95% MSC, ASC oder Bio für Eigenmarken & Fremdmarken
Fische & Meeresfrüchte - Rückverfolgbarkeit	System zur Rückverfolgbarkeit existiert, mit lückenloser Rückverfolgbarkeit vom Boot zum Unternehmen, internen Audits des Systems, IUU Risikoanalysen / Due Diligence der Herkunft und third party audit des Systems
Palmöl, Soja, Kaffee, Kakao & Zucker - Anteil zertifizierte Ware	Zertifizierte Ware (gemäss beiliegender Liste oder gleichwertig) entspricht im Schnitt > 75% der eingekauften Volumen für Eigenmarken und Fremdmarken. Zertifizierungen konsistent für alle behandelten Rohstoffe angewandt.
Palmöl, Soja, Kaffee, Kakao & Zucker - Herkunft & Legalität	System zur vollständigen Rückverfolgbarkeit und zur adäquaten Sicherstellung der Umweltgesetzes-konformen Produktion von nicht zertifizierten Rohstoffen/Produkten (für Eigenmarken und Fremdmarken). Detaillierte Informationen zur genauen Herkunft und zu Umweltstandards in der Produktion vorhanden. Aktives Engagement mit Produzenten über Umwelt-Compliance Themen, inkl. systematische On-Site-Assessments von High-Risk Produzenten.
Strategiefeld: Kooperation & Gesellschaftliches Engagement	
Bereich: Einbindung der Angestellten & Geschäftspartner	
Einbindung der Lieferanten	- Systematisches Training-needs-Assessment durchgeführt - Relevante Lieferantenschulungen durchgeführt (nicht nur zu Zertifizierung) - >80% der identifizierten Lieferanten geschult
Einbindung der Angestellten	Ausführliche und regelmässige Schulungen & Engagements (inkl. systematische Durchführung von Mitarbeiter-Innovations-Programmen) für alle Mitarbeiter zu Job-relevanten Umweltthemen durchgeführt.
Einbindung der Kunden & Konsumenten	Gelegentliche Sensibilisierungskampagnen für alle Kunden und Konsumentengruppen zu relevanten Umweltthemen. Proaktive Kommunikation von Umweltauswirkungen der Produkte (z.B. via Ökobilanzen) an alle Kunden. Systematisches und wirkungsvolles Engagement von Kunden für die Reduktion des eigenen Fussabdruckes.
Bereich: Politik & Rahmenbedingungen	
Branchen-Initiativen	Direkte oder indirekte Mitgliedschaft in mindestens 4 der aufgeführten Initiativen, aktiv in mindestens 3 Aktive direkte Mitgliedschaft in mindestens 1 der aufgeführten Initiativen und signifikante aktive Mitgliedschaft in anderer relevanten Initiative
Politisches Engagement	Siehe Abschnitt 0

2. Gewichtungen

2.1. Grundsatzgewichtung

Die Gewichtungen der einzelnen Strategiefelder (innerster Ring), Bereiche (mittlerer Ring) und Handlungsfelder (äusserster Ring) entspricht der Visualisierung in der untenstehenden Grafik.



2.2. Rohstoffe

Die im vorliegenden WWF-Rating beurteilten Unternehmen sind in unterschiedlichen Geschäftsbereichen tätig und folglich verarbeiten nicht alle Unternehmen dieselben Rohstoffe. Die Rohstoffkriterien wurden deshalb unternehmensspezifisch in 10%-Schritten wie folgt gewichtet.

	Arvita	Barry Callebaut	Bell	Bischofzell	Crema	ELSA	Emmi	Ernst-Sutter	Hero	JOWA	Lindt & Sprüngli	Milcoma	Nestlé	Oriol	Os-pelt
Früchte & Gemüse	10%	10%	0%	60%	0%	10%	10%	0%	40%	10%	10%	0%	10%	20%	0%
Fleisch, Milch & Eier	60%	10%	90%	20%	100%	80%	80%	100%	40%	60%	10%	90%	60%	30%	80%
Fisch & Seafood	0%	0%	10%	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	10%	30%	20%
Palmöl, Soja, Kaffee, Kakao & Zucker	30%	80%	0%	10%	0%	10%	10%	0%	20%	30%	80%	0%	20%	20%	0%

2.3. Übersicht der Gewichtung der Geschäftstätigkeit im In- bzw. im Ausland

Die Kriterien zum Energieverbrauch, den Treibhausgasemissionen sowie den Standards für Soja im Tierfutter wurden für Inland und Ausland-Aktivitäten separat abgefragt. Deshalb wurden sie je nach Anteil der Geschäftstätigkeit der Unternehmen im In- bzw. im Ausland in 25% Schritten wie folgt gewichtet.

	Ayza	Barry Callebaut	Bell	Bischofszell	Crema	ELSA	Emmi	Ernst-Sutter	Hero	JOWA	Lindt & Sprüngli	Milcoma	Nestlé	Orior	Ospelt
Inland (Schweiz & Liechtenstein)	0.25	0.25	0.75	0.75	1	1	0.5	1	0.25	1	0.25	0.75	0.25	0.75	0.75
Ausland	0.75	0.75	0.25	0.25	0	0	0.5	0	0.75	0	0.75	0.25	0.75	0.25	0.25

2.4. Übersicht der Gewichtungen pro Unternehmen

Die unternehmensspezifischen Gewichtungen in Bezug auf die Rohstoffe sowie in Bezug auf die Geschäftstätigkeit im In- bzw. im Ausland führen dazu, dass sich die Gewichtungen von Unternehmen zu Unternehmen leicht unterscheiden. In der nachfolgenden Tabelle sind die unternehmensspezifischen Gewichtungen in Prozenten dargestellt.

WWF-Rating der Schweizerischen Lebensmittelindustrie

	MYZTA	Barry Callebaut	Beil	Bischofzell	Crema	ELSA	Emmi	Ernst-Sutter	Hero	JOWA	Lindt & Sprüngli	Milcoma	Nestlé	Oriol	Ospeit
Strukturen & Policies	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6
Materialitätsanalyse & Ziele	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6
Monitoring & Reporting	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6
Managementsysteme	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Energieverbrauch in der Schweiz	0.3	0.3	0.8	0.8	1	1	0.5	1	0.3	1	0.3	0.8	0.3	0.8	0.8
Energieverbrauch im Ausland	0.8	0.8	0.3	0.3	0	0	0.5	0	0.8	0	0.8	0.3	0.8	0.3	0.3
Erneuerbare Wärmeenergie	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ökostrom	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Treibhausgasemissionen in der Schweiz	0.3	0.3	0.8	0.8	1	1	0.5	1	0.3	1	0.3	0.8	0.3	0.8	0.8
Treibhausgasemissionen im Ausland	0.8	0.8	0.3	0.3	0	0	0.5	0	0.8	0	0.8	0.3	0.8	0.3	0.3
Sekundärverpackungen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Lebensmittelverschwendung	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Wassergebrauch	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Pensionskasse Schweiz: Umweltpolicy & Transparenz	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1
Pensionskasse Schweiz: Klimarisiken	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1
Externalitäten	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1
Zukäufe & Fusionen	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1
Datenerhebungen zu Umweltauswirkungen der Produkte	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8
Reduktion der Umweltauswirkungen nach wissenschaftlichen Methoden	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8
Primärverpackungen	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8
Wasserrisiken	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	0	2.1	2.1	2.1
Lieferantenanforderungen	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.8	2.1	2.1	2.1
Beschaffungsprojekte & Forschung in der Rohstoffproduktion	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.8	2.1	2.1	2.1
Erhebung und Emissionen der Transporte	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.8	2.1	2.1	2.1
Früchte & Gemüse - Anteil zertifizierte Ware	0.8	0.8	0	5	0	0.8	0.8	0	3.3	0.8	0.8	0	0.8	1.7	0
Früchte & Gemüse - Herkunft & Legalität	0.8	0.8	0	5	0	0.8	0.8	0	3.3	0.8	0.8	0	0.8	1.7	0
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - Anteil zertifizierte Ware	2	0.3	3	0.7	5.6	4.4	2.7	4.2	1.3	3.3	0.3	3	2	1	2.7
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - Herkunft & Legalität	2	0.3	3	0.7	0	0	2.7	4.2	1.3	0	0.3	3	2	1	2.7
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - Sojavolumen im Tierfutter	2	0.3	3	0.7	5.6	4.4	2.7	4.2	1.3	3.3	0.3	3	2	1	2.7
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - Standards for Soja im Tierfutter - Schweiz	0.5	0.1	2.3	0.5	5.6	4.4	1.3	4.2	0.3	3.3	0.1	2.3	0.5	0.8	2
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - Standards for Soja im Tierfutter - Ausland	1.5	0.3	0.8	0.2	0	0	1.3	0	1	0	0.3	0.8	1.5	0.3	0.7
Fleisch-, Eier- und Milchprodukte - GMV-freies Tierfutter im Ausland	2	0.3	3	0.7	0	0	2.7	0	1.3	0	0.3	3	2	1	2.7
Fische & Meeresfrüchte - Übersicht & Deklaration der Herkunft & Arten	0	0	0.6	0.6	0	0	0	0	0	0	0	0.6	0.6	1.7	1.1
Fische & Meeresfrüchte - Anteil zertifizierte Ware	0	0	0.6	0.6	0	0	0	0	0	0	0	0.6	0.6	1.7	1.1
Fische & Meeresfrüchte - Rückverfolgbarkeit	0	0	0.6	0.6	0	0	0	0	0	0	0	0.6	0.6	1.7	1.1
Palmöl, Soja, Kaffee, Kakao & Zucker - Anteil zertifizierte Ware	2.5	6.7	0	0.8	0	0.8	0.8	0	1.7	2.5	6.7	0	1.7	1.7	0
Palmöl, Soja, Kaffee, Kakao & Zucker - Herkunft & Legalität	2.5	6.7	0	0.8	0	0.8	0.8	0	1.7	2.5	6.7	0	1.7	1.7	0
Einbindung der Lieferanten	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6
Einbindung der Angestellten	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6
Einbindung der Kunden & Konsumenten	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6	5.6
Branchen-Initiativen	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3
Politisches Engagement	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3

3. Politikrating

Für das Politik-Rating wurden 13 Geschäfte aus den folgenden politischen Bereichen berücksichtigt:
Agrarpolitik; Energie- und Klimapolitik; Verkehrspolitik; Wirtschaftspolitik.

Die erwähnten Geschäfte sind:

1. 12.021 Agrarpolitik 14-17. Landwirtschaftsgesetz Art. 72 Abs. 2 Abschaffung der Tierbeiträge
2. 12.021 Agrarpolitik 14-17. Landwirtschaftsgesetz Art. 187d Übergangsbestimmungen zur Änderung vom 22.3.2013 Verlängerung Moratorium Gentechnik
3. 15.050 Für Ernährungssicherheit. Volksinitiative
4. 09.067 CO2 Gesetz. Art. 3 Abs. 1 Reduktionsziel 20% Inland
5. 13.074 Energiestrategie 2050. Erstes Massnahmenpaket. Energiegesetz Art. 3 Abs. 1 und 2 Verbrauchsrichtwerte und Art. 37 Abs. 1 und 3 Erhebung und Verwendung Netzzuschlag
6. 12.3664 Mo. UREK-N. Eine moderate KEV für die Industrie
7. 14.3911 Mo. Imoberdorf. Umsetzung des Kyoto-II-Abkommens mit Auslandszertifizierung. Ergänzung des CO2-Gesetzes
8. 14.036 Gütertransportgesetz. Art. 9a Umschlagebonus für den Güterverlad
9. 14.089 Für eine faire Verkehrsfinanzierung. Volksinitiative
10. 14.019 Revision des Umweltschutzgesetzes/Indirekter Gegenvorschlag zur Volksinitiative Grüne Wirtschaft (Für eine nachhaltige und ressourceneffiziente Wirtschaft. Eintreten und Schlussabstimmung
11. 14.019 Revision des Umweltschutzgesetzes/Indirekter Gegenvorschlag zur Volksinitiative Grüne Wirtschaft (Für eine nachhaltige und ressourceneffiziente Wirtschaft. Umweltschutzgesetz Art. 10h, Art. 35f (Inverkehrbringen von Rohstoffen und Produkten und Berichterstattung), Art. 41a.
12. 09.3614 Mo. Sommaruga. Keine Erzeugnisse aus illegaler Fischerei auf dem Schweizer Arbeitsmarkt
13. 14.3175 Mo. Hausammann. Reduktion der Lebensmittelverluste

Diese Geschäfte wurden gewählt, weil sie aus einer Umweltperspektive für die Lebensmittelindustrie die Wichtigsten in der Periode 2011-2015 waren. Es wurden jedoch nicht alle Geschäfte für jedes Unternehmen als wesentlich eingestuft. So wird beispielsweise von einem milchverarbeitenden Unternehmen nicht erwartet, dass es sich zu Geschäften der illegalen Fischerei äussert. Dementsprechend wurde das Geschäft 09.3614 (Mo. Sommaruga: Keine Erzeugnisse aus illegaler Fischerei auf dem Schweizer Arbeitsmarkt) für Arysza, Barry Callebaut, Crema, Elsa, Emmi, Ernst Sutter, Hero, Jowa und Lindt & Sprüngli nicht berücksichtigt.

Es wurden elf zentrale Interessenverbände identifiziert, bei denen Unternehmen der Lebensmittelindustrie direkt Mitglieder sind und die sich zu einigen oder allen oben erwähnten Umweltgeschäften geäussert haben. Diese sind: **Fial** – Förderung der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien, **SWISSCOFEL**, **BISCOSUISSE**, **CHOCOSUISSE**, **SFF** – Schweizer Fleisch-Fachverband, **SWISSOLIO** – Verband Schweiz. Hersteller von Speiseölen, Speisefetten und Margarinen, **SCFA** – Swiss Convenience Food Association, **Proviande** – Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft), **VMI** – Vereinigung der Schweizerischen Milchindustrie, **SBC** – Schweizer Bäcker-Confiseure, **scienceindustries** und **economiesuisse**.

Für jedes Geschäft (beziehungsweise einen besonders wichtigen Artikel des Geschäfts) wurde überprüft, ob das Unternehmen oder einer der relevanten Verbände im Lobbying aktiv war oder nicht und wenn ja, inwiefern.

War ein Unternehmen weder direkt noch indirekt über einen Verband bei einem Geschäft aktiv, wurde dies mit -0,6 bewertet. Dies geschah aus der Überlegung heraus, dass von einem nachhaltigen Unternehmen erwartet wird, dass es sich in wesentlichen Umweltgeschäften direkt oder indirekt für eine ökologisch sinnvolle Lösung einsetzt. Der Punkteabzug stellt sicher, dass bei kompletter Inaktivität nur eine Bewertung von «durchschnittlich» erreicht werden kann (und nicht bereits «zeitgemäss»). Dieser Abzug ist aber dennoch besser als direktes und/oder indirektes Lobbying gegen die Umwelt (-1 bis -2).

Engagement während der Vernehmlassung (Min. -1, Max. +1):

- Wenn das **Unternehmen** im Rahmen einer **Vernehmlassung**¹ Stellung bezog, erhielt es einen Punkt (für die Umwelt = + 1; gegen die Umwelt = - 1).
- Wenn der **Verband**, in welchem das Unternehmen Mitglied ist, im Rahmen einer **Vernehmlassung** Stellung bezog, erhielt das Unternehmen ebenfalls einen Punkt (für die Umwelt = + 1; gegen die Umwelt = - 1).

¹ Wenn eine Möglichkeit hierfür bestand. Beispielsweise bei Motionen ist dies nicht der Fall.

Anderes Engagement (Min. -1, Max. +1):

- Wenn sich das **Unternehmen** über ein „anderes“ **Engagement²** positionierte, dann erhielt es ebenfalls einen Punkt (für die Umwelt = + 1; gegen die Umwelt = - 1).
- Wenn sich der **Verband**, in welchem das Unternehmen Mitglied ist, über ein „anderes“ **Engagement** positionierte, dann erhielt das Unternehmen auch einen Punkt (für die Umwelt = + 1; gegen die Umwelt = - 1).

Berechnung der Note für das einzelne Geschäft (Min. -2, Max. +2):

- Das Unternehmen erhielt somit zwei Werte: Einen für das Engagement in der Vernehmlassung (-1, +1) und einen für „andere“ Engagements (-1, +1). Diese wurden aus dem **Mittelwert der verschiedenen Kanäle** (Unternehmen direkt, über Verband oder mehrere Verbände – alle gleichgewichtet) zusammensetzt.
- Es wurde sodann eine Note für **jedes Geschäft** errechnet. Diese Note besteht aus der **Summe aus den zwei oben genannten Werten** (Vernehmlassung und „anderes“ Engagement) und kann somit von -2 bis +2 variieren.
 - Fiktives Beispiel: Unternehmen X hat sich in der Vernehmlassung nicht zum Artikel 10h des Umweltschutzgesetzes (USG) geäussert, jedoch dem Parlament per Brief empfohlen ebendiesen anzunehmen. Unternehmen X ist Mitglied des Verbands Chocosuisse, welcher sich in der Vernehmlassung und per Brief ans Parlament ebenfalls positiv zum Artikel 10h USG (im Interesse der Umwelt) geäussert hat. Ausserdem hat Fial, dessen Mitglied Unternehmen X ist, Art. 10h USG sowohl in der Vernehmlassung als auch über andere Engagements abgelehnt.

Kanal	Vernehmlassung	„anderes“ Engagement
Unternehmen X	0	+1
Chocosuisse	+1	+1
Fial	-1	-1
Mittelwert	0/2= 0	+1/3= +0.33
Total	0+0.33 = +0.33	

- Um die **Endnote über alle Geschäfte des Unternehmens** zu berechnen, wurde der **Mittelwert** berechnet. Der Mittelwert bewegt sich zwischen -2 und +2. Um die Note auf die Skala von 1 bis 5 zu übertragen, wurden +3 zu dem Mittelwert dazu gerechnet. Daher liegt die Endnote zwischen 1 (schlechtester Wert) und 5 (bester Wert).
 - Fiktives Beispiel: Neben dem Engagement zu Artikel 10h USG (siehe Beispiel oben) hat sich Unternehmen X auch zu Artikel 48 Energiegesetz (EnG) der Energiestrategie 2050 geäussert und zwar ausschliesslich über den Verband Fial. Fial hat sich im Rahmen der Vernehmlassung gegen den Artikel ausgesprochen (in diesem Fall gegen die Umwelt). Dies ergibt eine Note von -1 für Unternehmen X beim Artikel 48 EnG.

Umweltgeschäft	Note
Artikel 10h USG	0.33
Artikel 48 EnG	-1
Summe	-0.66
Mittelwert	-0.66/2 = -0.33
Auf Skala von 1 bis 5	-0.33+3 = 2.66
Das politische Rating von Unternehmen X entspricht der Note 2.66	

² Siehe Fragebogen: z.B. Parlamentarieranlass, Lobbybrief etc.

Sonderfälle

- **Engagement in politischen Prozessen ohne Vernehmlassung.** Zu einigen Geschäften (insb. Motionen, Postulate) gab es keine Vernehmlassung. Um alle Geschäfte gleich stark zu gewichten, wurde in solchen Fällen das Total von der Zeile „Anderes Engagement“ verdoppelt.

Kanal	Vernehmlassung	„anderes“ Engagement
Unternehmen X	0 (Keine Möglichkeit)	0
Chocosuisse	0 (Keine Möglichkeit)	0
Fial	0 (Keine Möglichkeit)	-1
Mittelwert	$0/3 = 0$	$-1/1 = -1$
Total (wenn keine Vernehmlassung)	$-1 \times 2 = -2$	

- **Bonus-Punkte für Positionierung gegen einen Verband und für die Umwelt:** Wenn ein Unternehmen sich explizit gegen die Position eines eigenen Verbands aussprach und diese Position des Unternehmens im Sinne der Ökologie war, dann wurde dies mit einem Bonus-Punkt belohnt.



Unser Ziel

Wir wollen die weltweite Zerstörung der Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Harmonie miteinander leben.

WWF Schweiz

Hohlstrasse 110
Postfach
8010 Zürich

Tel.: +41 (0) 44 297 21 21
Fax: +41 (0) 44 297 21 00
wwf.ch/kontakt
www.wwf.ch
Spenden: PC 80-470-3