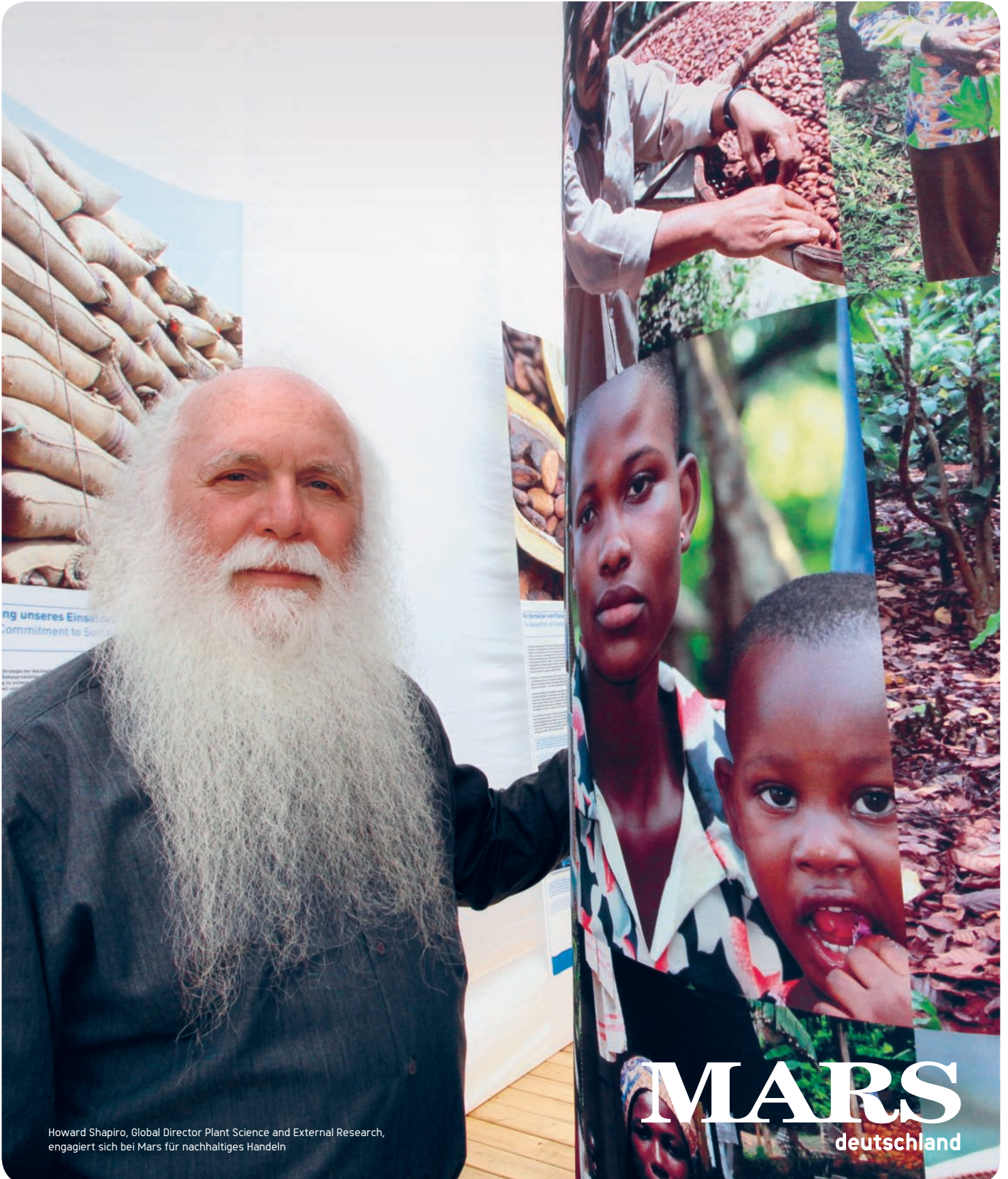


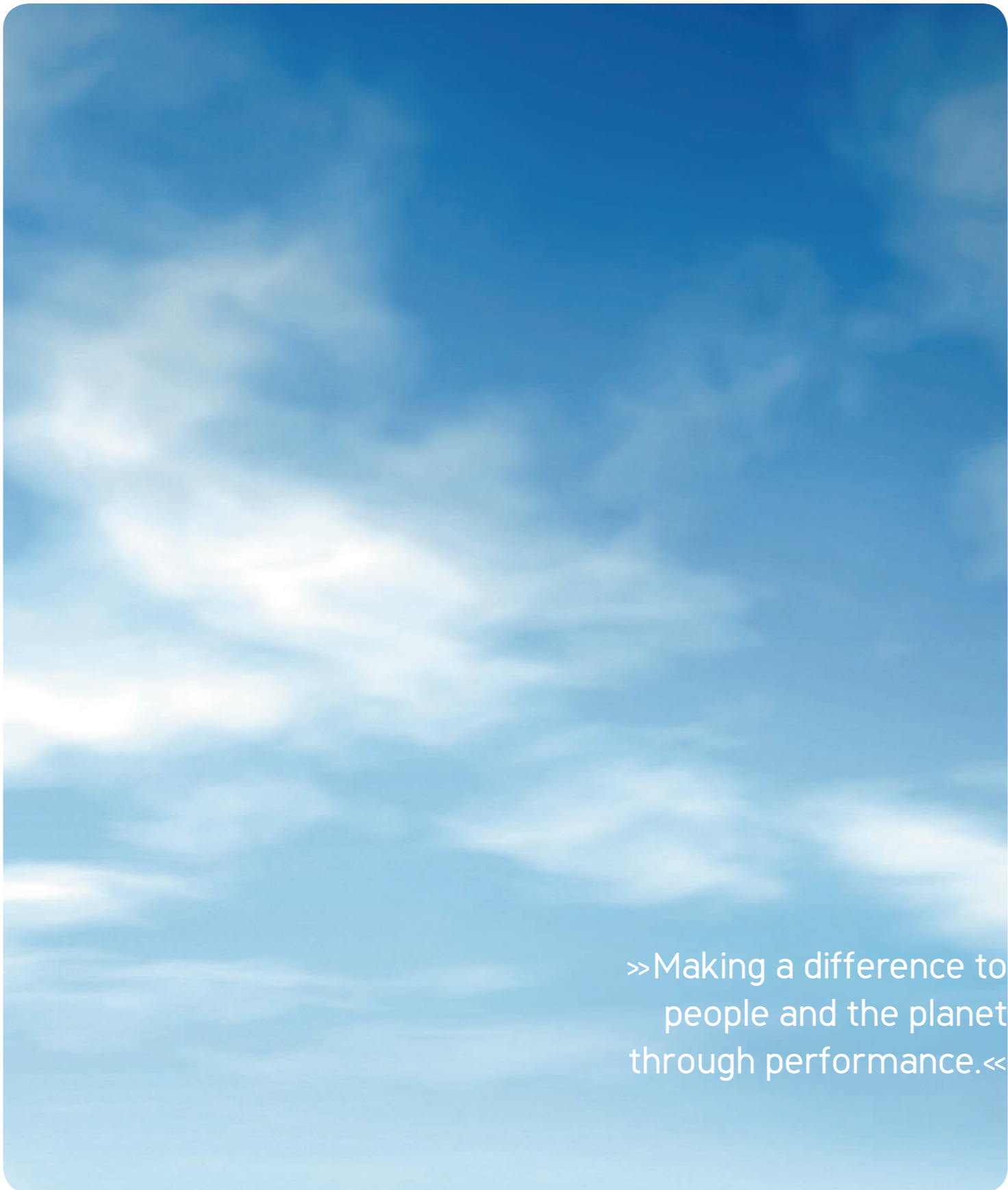


VERANTWORTUNG VERBINDET.



Howard Shapiro, Global Director Plant Science and External Research, engagiert sich bei Mars für nachhaltiges Handeln

MARS
deutschland



»Making a difference to people and the planet through performance.«

Verantwortung verbindet

Mars ist ein weltweit agierendes Familienunternehmen mit einer fast 100-jährigen Tradition. Die fünf Prinzipien Qualität, Verantwortung, Gegenseitigkeit, Effizienz und Freiheit bestimmen unser Handeln. Sie sind seit Jahrzehnten die Richtschnur für unsere tägliche Arbeit im Unternehmen und prägen unseren Umgang mit Kunden, Geschäftspartnern, der Umwelt und den Gesellschaften, in denen wir uns bewegen. Denn langfristiger wirtschaftlicher Erfolg beruht im Wesentlichen auf der Bereitschaft, Verantwortung für das eigene Handeln sowie für Mensch und Umwelt zu übernehmen. Davon sind wir überzeugt.

Nachhaltigkeit ist deshalb für Mars kein neuer Ansatz, sondern bereits in unserer Firmenkultur verankert. Sie bestimmt heute mehr denn je unser Handeln und knüpft direkt an unsere fünf Prinzipien an – insbesondere an die Grundsätze der Verantwortung und Gegenseitigkeit. Denn wir wollen unser Geschäft im Einklang mit unseren Mitmenschen und der Natur betreiben – zu beiderseitigem Nutzen. Damit wir dieses Ziel erreichen, hat Mars die nötigen Strukturen und Rahmenbedingungen geschaffen, um Nachhaltigkeit als Handlungsprinzip in jedem Unternehmensbereich, auf jeder Ebene

und an jedem Standort fest zu verankern. Vom globalen Führungsteam für Nachhaltigkeitsfragen bis zu interdisziplinären Projektgruppen an unseren Standorten arbeiten alle daran, dass wir unsere Verantwortung für nachfolgende Generationen im Unternehmen täglich leben.

Unsere Führungskräfte und Mitarbeiter wissen, dass sie durch ihre Leistung Positives anstoßen können – für ihre Mitmenschen, für die Natur und für ihr Unternehmen. Deshalb achten sie auf größtmögliche Effizienz und Sorgfalt beim Einsatz von Ressourcen in der Produktion. Durch ihre Ideen tragen sie zu innovativen, umweltfreundlichen Lösungen bei und bringen sich persönlich ein, wenn es darum geht, vor Ort anderen Menschen zu helfen und die Natur in den Herkunftsländern unserer Rohstoffe zu schützen.

Wie umfangreich die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Mars und seinen Marken in den Bereichen Performance, People und Planet sind, welche Maßstäbe wir uns gesetzt haben und was wir diesbezüglich von unseren Lieferanten und Partnern erwarten, zeigen die Beispiele in der vorliegenden Publikation. ■



Mit Erfolg nachhaltig

Im Einklang mit Mensch und Natur zu handeln, ist für Mars eine große Chance. Denn wir sind überzeugt davon, dass nur ein nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen ein erfolgreiches Unternehmen ist. 1911 von Frank C. Mars als Familienunternehmen gegründet, gehört Mars Incorporated mit Sitz im US-amerikanischen McLean/Virginia heute zu den weltweit führenden Herstellern von Süßwaren und Tiernahrung – mit einem Jahresumsatz von rund 30 Milliarden US-Dollar und 70.000 Mitarbeitern weltweit. Wir produzieren und vertreiben in den sechs Geschäftsfeldern Chocolate, Petcare, Food, Drinks, Wrigley Gum and Confections sowie Symbioscience einige der bekanntesten und meistgefragten Marken der Welt, darunter Mars, M&M's,

Snickers, Pedigree, Whiskas, Uncle Ben's Reis, Wrigley's Extra, Orbit und Airwaves. Damit ist das Familienunternehmen Mars auch für die Zukunft gut aufgestellt.

Werteorientiert in die Zukunft

Zu den Erfahrungen aus fast 100 Jahren Unternehmensgeschichte gehört, dass unser Wachstum und unser Erfolg im Wesentlichen auf unserer Bereitschaft zum ständigen Wandel und auf unserer Werteorientierung beruhen. Beides trägt dazu bei, dass wir nicht nur unser eigenes Wohlergehen vor Augen haben, sondern die Welt ganzheitlich betrachten. Und es verdeutlicht uns immer wieder, dass jede unserer Entscheidungen und Handlungen Auswirkungen auf

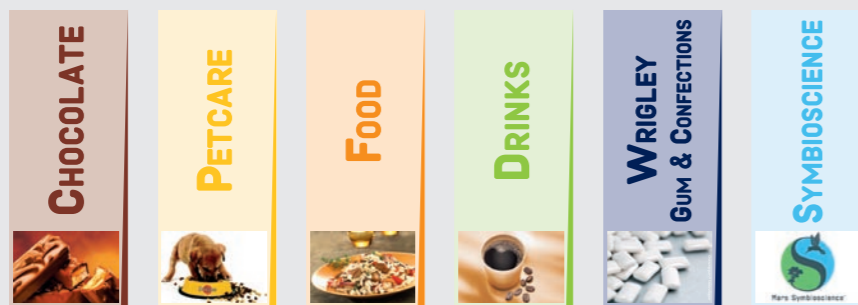
1911

In diesem Jahr legte Frank C. Mars in Tacoma/Washington den Grundstein für sein Unternehmen. Das erste Produkt waren Karamellbonbons. Heute gehört Mars, Incorporated zu den größten Herstellern von Süßwaren und Tiernahrung weltweit. Das Familienunternehmen mit Sitz in McLean im US-Bundesstaat Virginia ist mittlerweile an 300 Standorten und mit insgesamt 130 Fabriken in 75 Ländern vertreten.

Handlungsspielraum durch Wachstum

Das gilt auch für Deutschland, wo wir seit 1960 tätig sind. An unseren vier Standorten in Verden, Viersen, Minden und Mogendorf erwirtschafteten 1.800 Mitarbeiter 1,3 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2008. Bei der seit 2008 zur Mars-Familie zählenden Geschäftseinheit Wrigley Gum and Confections in Unterhaching bei München sind mehr als 400 Mitarbeiter beschäftigt. Hier belief sich der Umsatz im vergangenen Jahr auf mehr als 300 Millionen Euro. Unsere Leistungsfähigkeit setzen wir dazu ein, sämtliche Beschaffungs-, Produktions- und Distributionsprozesse in Einklang mit unserer gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung zu bringen. Das sind unsere oberste Prämisse und unser Antrieb. ■

MARS



Menschen und Ressourcen hat – in unserer direkten Umgebung und weltweit.

Unseren 70.000 Mitarbeitern, die wir an 300 Standorten und 130 Fabriken in 75 Ländern rund um den Globus beschäftigen, ist Mars ein verlässlicher Arbeitgeber. Auch das Wohlergehen der Menschen in unserem lokalen Umfeld ist uns wichtig. Zudem arbeiten wir mit unseren Lieferanten und Geschäftspartnern weltweit so zusammen, dass eine ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltige Wertschöpfung entsteht. Als familiengeführtes Unternehmen können wir es uns leisten, wirtschaftliche Abhängigkeiten zu vermeiden. Seit einem Jahrhundert gehen wir weitblickend mit Risiken um und investieren in nachhaltige Lösungen und Projekte.

STARKE MARKEN

Seit dem Zusammenschluss mit Wrigley ist Mars in sechs umsatzstarken Geschäftsfeldern aktiv. Zu den bekanntesten Marken zählen:

- CHOCOLATE: Balisto, Mars, Snickers, Twix, M&M's, Milky Way, Bounty, Celebrations
- PETCARE: Whiskas, Pedigree, Cesar, Sheba, Chappi, Kitekat, Frolic und Trill
- WRIGLEY GUM AND CONFECTIONS: Wrigley's Spearmint, Wrigley's Extra, Orbit, Airwaves, 5 GUM und Hubba Bubba
- FOOD: Uncle Ben's und Eibly
- DRINKS: Klix und Flavia
- SYMBIOSCIENCE: Seramis

Menschen bewegen

Unser Nachhaltigkeitsansatz stellt die Menschen in den Mittelpunkt unseres Handelns. Die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter ist uns genauso wichtig wie das Wohlergehen der Gesellschaften, in denen wir uns betätigen. Deshalb engagiert sich Mars in den Regionen, in denen wir produzieren und aus denen die Rohstoffe für unsere Produkte stammen. Die Lebensbedingungen der Bauern auf den Kakaoplantagen haben wir genauso im Blick wie die sich ändernden Ernährungsgewohnheiten und Lebensstile der Verbraucher. Zugleich bieten wir als Familienunternehmen allen Mitarbeitern – vom Praktikanten über den Auszubildenden bis zur Führungskraft – einen klaren Rahmen, in dem sie ihr Wissen erweitern und beruflich wie persönlich ihr Bestes geben können.

Qualifikation als Schlüssel zum Erfolg

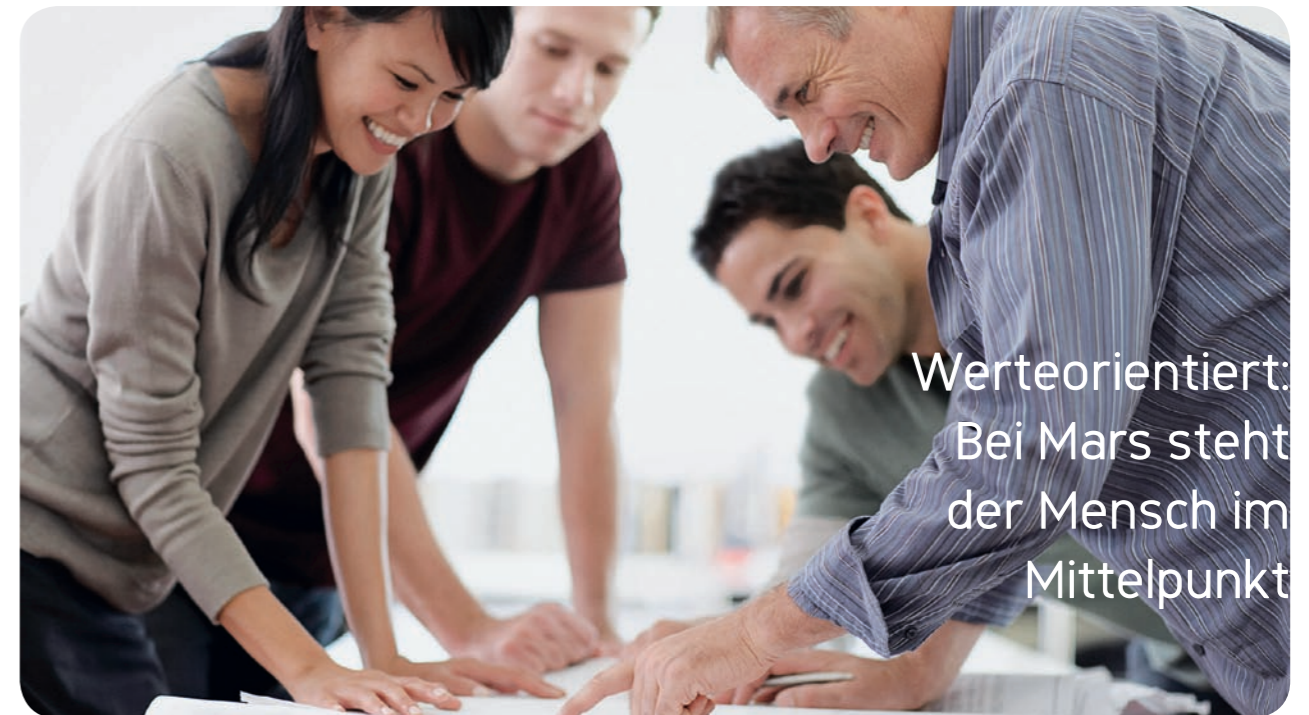
Bei Mars stehen die Mitarbeiter und deren persönliche Entwicklung im Mittelpunkt. Die Möglichkeit, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln, steigert das Selbstvertrauen und ermutigt zu besonderen Leistungen. Daher ist das Aufzeigen von Perspektiven ein integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Im Rahmen der jährlichen Mitarbeitergespräche werden Entwicklungs-

möglichkeiten, -inhalte und -ziele erörtert und in einem individuell abgestimmten Plan festgehalten. Vorgesetzte werden durch den Line Manager Excellence Award zu außerordentlichen Leistungen angespornt. Und mit der „Mars University“ haben wir eine globale Trainingsplattform für Beschäftigte an allen Standorten geschaffen. Auch unsere Praktikanten profitieren von unserem Qualifikationsanspruch. Als „Fair Company“ wollen wir zu einer umfassenden Ausbildung beitragen und stellen deshalb ausschließlich eingeschriebene Studenten ein. Sie führen bei Mars eigenständig Projekte durch, werden während ihres gesamten Praktikums durch erfahrene Mitarbeiter intensiv fachlich und persönlich betreut und erhalten eine überdurchschnittliche Vergütung.

Das Engagement von Mars wird auch durch die Außenwelt anerkannt. Bereits zweimal – 2006 und 2007 – wurden wir unter die Top-Arbeitgeber in Deutschland gewählt. Wrigley wurde 2008 durch das Great Place to Work Institute als einer der besten deutschen Arbeitgeber ausgezeichnet. Die Mars-Gruppe bietet hervorragende Entwicklungsmöglichkeiten, legt Wert auf eine ausgewogene Work-Life-Balance und fördert das Gesundheitsbewusstsein der Mitarbeiter.

CLEVER NASCHEN AUF TÜRKISCH

Mit „Akıllıca tatlı yemenin sırları“ (clever naschen) hat Mars Chocolate 2009 sein bestehendes Engagement Clever Naschen um eine Aufklärungsinitiative für türkischstämmige Familien erweitert. Denn der Anteil übergewichtiger Kinder und Jugendlicher aus dieser Bevölkerungsgruppe ist in Deutschland im Vergleich zu Gleichaltrigen sehr hoch. Gemeinsam mit der Türkisch Deutschen Gesundheitsstiftung (TDG) hat Mars Materialien zum verantwortungsvollen Umgang mit Süßwaren im Rahmen eines aktiven Lebensstils entwickelt, die die kulturellen Hintergründe und besonderen Bedürfnisse der Zielgruppe berücksichtigen. Ein Bestandteil der Aufklärungskampagne ist eine türkische Ausgabe des Freizeitratgebers „Action Kids“. Hier finden türkische Eltern viele nützliche Tipps zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit Süßigkeiten und konkrete Vorschläge, wie sich Bewegung in den Familienalltag integrieren lässt.



Werteorientiert:
Bei Mars steht
der Mensch im
Mittelpunkt

Lokales Engagement

Mars nimmt seine gesellschaftliche Verantwortung seit jeher sehr ernst. Deshalb bringen wir uns in den Regionen ein, an denen wir Standorte haben. In Viersen, Verden und Minden unterstützen wir unter anderem die Tafel-Projekte, die Lebensmittel an sozial Benachteiligte verteilen. Viele unserer Mitarbeiter engagieren sich dafür in ihrer Freizeit. Ein Höhepunkt ist der von Mars-Mitarbeitern ausgerichtete Weihnachtsmarkt für die Viersener Tafel. Am Standort von Mars Petcare und Mars Drinks in Verden unterstützen unsere Mitarbeiter die Arbeit des Bürgertreffs am Hoppenkamp, einem sozialen Brennpunkt der Stadt.

Als Hersteller von Schokoladenwaren achten wir nicht nur darauf, dass unsere Produkte von höchster Qualität sind. Wir stellen uns auch unserer Verantwortung für eine ausgewogene Ernährung. Seit vielen Jahren beschäftigen wir uns damit, wie wir zu einem gesunden Lebensstil beitragen können. Wir klären über den verantwortungsvollen Umgang mit Süßwaren auf, informieren umfassend über unsere Produkte und arbeiten

darán, diese kontinuierlich zu verbessern. Unser Ziel ist, dass Menschen Schokolade unbeschwert genießen können. Dank unserer umfassenden Nährwertkennzeichnung finden Verbraucher auf der Verpackung alle relevanten Nährwertangaben des jeweiligen Produktes. Außerdem nennen wir freiwillig den Kaloriengehalt auf der Verpackungsvorderseite und setzen ihn ins Verhältnis zu dem Kalorientagesbedarf eines durchschnittlichen Erwachsenen – dem sogenannten Guideline Daily Amount, kurz GDA. Darüber hinaus haben wir uns weltweit freiwillig verpflichtet, keine Werbemaßnahmen an Kinder unter zwölf Jahren zu richten.

Einsatz für eine ausgewogene Ernährung

Um das Ernährungsbewusstsein in der Bevölkerung zu steigern, engagieren wir uns zudem seit 2004 gemeinsam mit anderen Unternehmen, Verbänden, Initiativen und Vertretern aus der Politik in der Plattform für Ernährung und Bewegung. Zusätzlich haben wir 2007 die Elternplattform www.clever-naschen.de ins Leben gerufen. Hier können sich Verbraucher informieren, wie sie ihre Kinder zu einem verantwort-



>> tungsvollen Umgang mit Süßwaren und einem aktiven, ausgewogenen Lebensstil motivieren können. Pädagogen, Psychologen, Ernährungsexperten und Mediziner haben dazu ihr Fachwissen zur Verfügung gestellt und geben Tipps für den Alltag. Eine besondere Zielgruppe unseres Engagements sind Familien mit türkischer Zuwanderungsgeschichte. Hier arbeiten wir eng mit der Türkisch Deutschen Gesundheitsstiftung zusammen und haben bereits unsere Internetplattform um ein Angebot auf Türkisch erweitert.

Auch im Kaugummi-Segment haben wir die Gesundheit von Jugendlichen und Erwachsenen im Blick. Mit der 1989 ins Leben gerufenen Wissenschaftsinitiative „Wrigley Oral Healthcare Programs“ leistet Wrigley in 47 Ländern weltweit einen wichtigen Beitrag zur Kariesprophylaxe in Forschung und Praxis. In Deutschland reichen die Projekte vom wissenschaftlich renommierten, jährlich verliehenen Wrigley Prophylaxe Preis über Kooperationen und Projekte mit den Krankenkassen bis zu Lehr- und Lernprogrammen für Studenten der Zahnmedizin. Durch ein weiteres Projekt trägt Wrigley dazu bei, die Innovationskultur in Deutschland zu stärken. Seit 2005 unterstützt Wrigley als bundesweiter Partner die Initiative „Jugend denkt Zukunft“, die Kre-

ativität, Teamgeist, Entdeckungsfreude und interdisziplinäres Handeln bei Schülerinnen und Schülern aller Schulformen fördert. Bereits mehr als 12.000 Jugendliche der Klassen neun bis zwölf haben im Rahmen von fünftägigen Innovationsspielen Konzepte und Ideen für die Welt von morgen entwickelt. Mit seinem Engagement möchte Wrigley ein Stück der Innovationskraft, die einen wesentlichen Teil des Unternehmenserfolgs ausmacht, an die Gesellschaft weitergeben.

Besseres Miteinander von Mensch und Tier

Um die Beziehung zwischen Mensch und Tier und eine verantwortungsvolle Heimtierhaltung dreht sich das Engagement bei Mars Petcare. Wir sind überzeugt, dass Tiere ein wichtiger und unverzichtbarer Teil unserer Gesellschaft sind. Um ein breitenwirksames Signal zu setzen, beteiligen wir uns am 2005 ins Leben gerufenen Deutschen Tierschutzpreis, den wir gemeinsam mit dem Deutschen Tierschutzbund und der Zeitschrift Funk Uhr vergeben. Darüber hinaus fördert Mars bereits seit über 25 Jahren Initiativen und Vereine in Deutschland, die zum Beispiel Hundebesuchsdienste von Ehrenamtlichen oder die Ausbildung von Begleithunden für Behinderte organisieren. Auch das Institut für soziales Lernen mit Tieren wird von uns unterstützt. Es



70.000

**Mitarbeiter beschäftigt Mars weltweit.
In Deutschland sind es 1.800 bei Mars
und mehr als 400 bei Wrigley. Für alle ist
nachhaltiges Handeln selbstverständlich.**

arbeitet seit 1994 mit Haus- und Nutztieren in pädagogischen, sozialen und pflegerischen Einrichtungen, um das Selbstvertrauen und die Beziehungsfähigkeit von Kindern und Erwachsenen zu stärken.

Mit unseren Marken Pedigree und Whiskas unterstützen wir seit vielen Jahren die Arbeit des Deutschen Tierschutzbundes, der mit mehr als 800.000 Mitgliedern und 700 angeschlossenen Tierheimen größten Tierschutzdachorganisation im Land. Unter anderem liefern wir Futterspenden, stellen Tierhilfswagen für die tägliche Arbeit zur Verfügung und wirken an bundesweiten Kampagnen zur Vermittlung von Hunden in ein liebevolles Zuhause mit.

Einsatz für faire Arbeitsbedingungen weltweit

Weltweit setzen wir mit unserem Vendor-Assurance-Programm Akzente. Es verpflichtet unsere Geschäftspartner zu höchsten Qualitätsstandards. Lieferanten in den Ursprungsländern unserer Roh- und Verpackungstoffe werden zusätzlich nach den Standards des Code of Conduct auditiert, der die Einhaltung hoher sozialer, ethischer und ökologischer Kriterien vorschreibt. Konkret bedeutet das: Mars arbeitet weltweit nur mit Unternehmen zusammen, die weder Kinder- noch Zwangsarbeit zulassen, ihre Mitarbeiter fair bezahlen, die ortsüblichen Arbeitszeitregeln einhalten, für ein sicheres Arbeitsumfeld sorgen und die negativen Auswirkungen ihrer Produktion auf die Umwelt minimieren. Damit leistet Mars einen wichtigen Beitrag, insbesondere faire Arbeitsbedingungen in den Ursprungsländern unserer Rohstoffe wie Reis, Erdnüsse, Kokosnüsse, Palm-

öl und Kakao zu etablieren. Deutlich wird dies auch am Mars-Programm iMPACT – Mars Partnership for African Cocoa Communities of Tomorrow. Es hat die Verbesserung der ökologischen, ökonomischen und sozialen Situation der Kakaobauern in Ghana und an der Elfenbeinküste zum Ziel. Ausgehend von den Bedürfnissen der gesamten Kommune suchen wir nach ganzheitlichen und zukunftsgerichteten Lösungen. Dazu arbeiten wir eng mit Organisationen wie Africare, der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) und der Rainforest Alliance sowie anderen Unternehmen zusammen. Bereits an vielen Orten wurden Kakaobauern in neuen und effizienteren Anbaumethoden geschult und gemeinsam haben sie Aktionspläne entwickelt. ■

TIERISCHE HELFER

Wie wichtig Tiere für kranke und alte Menschen sowie Menschen mit Behinderungen sind, zeigen zwei Vereine, mit denen Mars Petcare seit Jahren zusammenarbeitet. Sie erhalten von Mars Futtermittel für ihre Tiere und zusätzliche Spendengelder für ihre Arbeit sowie Kommunikationsmaßnahmen. Außerdem organisieren Petcare-Mitarbeiter seit 2005 die internationale Benefiz-Radsport-Veranstaltung Mars Ride for Help. Der Verein „Hunde für Handicaps“ bildet für behinderte Menschen Begleithunde aus und bezieht die künftigen Halter dabei aktiv mit ein. Außerdem berät der Verein in Fragen der Hundehaltung und organisiert Hundesport als sinnvollen Ausgleich für Mensch und Tier. Einen anderen Ansatz verfolgt der Verein „Tiere helfen Menschen“. Bundesweit mehr als 1.000 Ehrenamtliche besuchen mit ihren Tieren regelmäßig Senioren- und Kinderheime, Kliniken, Schulen und Kindergärten sowie Einzelpersonen. Mars unterstützt in diesem Zusammenhang Weiterbildungsmaßnahmen, Seminare, Workshops und Vorträge für die Helfer.

Gelebter Umweltschutz weltweit

Zu unserem täglichen Geschäft gehören der Einkauf und die Verarbeitung von Kakao, Kokos- und Erdnüssen, Palmöl, Fleisch, Fisch und anderen Rohstoffen. Um diese natürlichen Ressourcen so effizient und schonend wie möglich zu nutzen und den Ausstoß schädlicher Treibhausgase entlang der gesamten Produktions- und Lieferkette zu reduzieren, optimiert Mars ständig seine Geschäftsprozesse. Innerhalb des Unternehmens arbeiten wir weltweit daran, den Energie- und Wasserverbrauch in der Produktion zu senken und durch optimierte Verpackungen das Abfallaufkommen zu reduzieren. Konkret hat sich Mars das Ziel gesetzt, bis 2040 alle seine Waren CO₂-neutral herzustellen. Dies wird durch eine Vielzahl von Maßnahmen, von der

Steigerung der Energieeffizienz bis zu einer Optimierung des Energiemixes, erreicht. Außerdem engagieren wir uns für eine nachhaltige Landwirtschaft in den Herkunftsländern der Rohstoffe, um Umwelt und Artenvielfalt vor Ort zu schützen.

Weniger Energieverbrauch, Wasser und Abfall

In Deutschland hat Mars entscheidende Weichen gestellt, um diese Ziele zu erreichen. Unser Fokus liegt dabei auf Einsparungen in den Bereichen Energie, Wasser und Abfall. Ein internes Managementsystem auf der Basis von ISO 14000 ff gewährleistet, dass höchste Umweltstandards an den Mars-Standorten eingehalten und weiterentwickelt werden. So konnten wir in



2040

Mars hat sich das Ziel gesetzt, bis 2040 alle seine Waren CO₂-neutral zu produzieren. Wichtige Bausteine dafür sind die Steigerung der Energieeffizienz und der Umstieg auf erneuerbare Energien.

den vergangenen zehn Jahren beachtliche Fortschritte erzielen. An den Produktionsstandorten von Mars in Verden, Viersen und Minden greifen wir beispielsweise auf Restenergie aus der Produktion zurück, um Büros und Hallen zu heizen. Moderne Technologien ermöglichen dabei die effektive Rückführung und Nutzung von Wärme. In Viersen leiten zudem sogenannte Solar-tubes Tageslicht an die Arbeitsplätze der Mitarbeiter. Durch Maßnahmen wie diese hat Mars beispielsweise in Viersen seit 1999 den Gasverbrauch um ein Fünftel und den Stromverbrauch um ein Drittel verringert. In Verden, dem Standort für die Produktion von Heimtiernahrung, haben eine Optimierung der Kesselanlage mit einem zusätzlichen Rauchgaskühler sowie weitere Maßnahmen den Erdgasverbrauch 2009 im Vergleich zu 2008 um mehr als acht Prozent reduziert. Mehr als drei Millionen Euro wurden in den letzten zwei Jahren von Mars Deutschland in den Petcare-Bereich investiert, um die Heimtierproduktion besonders energieeffizient zu machen.

Auch mit Wasser geht Mars aus Umweltschutzgründen sparsam um. Alle Produktionsstätten kontrollieren Wasserverbrauch und -aufkommen. Dank gezielter Maßnahmen wurde die benötigte Frischwassermenge bei der Tiernahrungsproduktion in Minden seit 2003 um 50 Prozent gesenkt, der Schmutzwasserverbrauch sogar um 65 Prozent. In Viersen werden heute 73 Prozent weniger Stadtwater verbraucht als noch vor zehn Jahren. Auch beim Abfall hat sich Mars das Ziel

gesetzt, die Restabfallmenge weiter zu reduzieren. Am Standort Viersen wird sie sogar bis 2012 auf null Prozent sinken. Bereits jetzt liegt hier die Recyclingquote bei über 99 Prozent.

Im Bereich Verpackung setzt Mars Deutschland ebenfalls Akzente: Bis Ende 2010 werden wir die Verkaufsverpackungsmenge im Vergleich zu 2007 bei gleichbleibender Sicherheit und Qualität um zehn Prozent und damit 900 Tonnen reduzieren. Um die Schoko- und Keksriegel von Mars Chocolate zu verpacken, verwenden wir künftig weniger Folienmaterial. Bei den Kartons für den Handel können wir das Gewicht und damit die benötigte Papiermenge weiter senken. Und bei der Verpackung von Heimtiernahrung arbeiten wir daran, Weißblechdosen noch leichter zu machen. Auch im Bereich Wrigley Gum and Confections wird viel getan. Insgesamt 1.800 Tonnen Verpackungsmaterial wurden weltweit eingespart – unter anderem weil für Kaugummidosen 50 Prozent Kunststoff weniger verarbeitet werden. All diese Maßnahmen tragen dazu bei, dass wir Ressourcen so effizient wie möglich nutzen und das Abfallaufkommen erheblich reduzieren.

CO₂-Einsparung in der Logistik

Im Logistikbereich ist Mars Deutschland Impulsgeber: Dank des neu gebauten Logistikzentrums in Viersen konnten wir die Beladungszeiten der Lkws deutlich verkürzen. Darüber hinaus haben wir die Kühlung der Lastkraftwagen während der Beladung auf Strom umgestellt. Dadurch können wir bis zu 60.000 Liter Diesel



REIS LEICHT VERPACKT

Mars Food hat in den vergangenen Jahren eine Reihe innovativer Lösungen gefunden, um die Verpackung der Uncle-Ben's-Produkte zu reduzieren. Eine Neugestaltung der Reisverpackung hat beispielsweise eine Reduzierung des benötigten Kartonmaterials um 230 Tonnen pro Jahr gebracht.

>> und 264 Tonnen CO₂ pro Jahr einsparen. Dies entspricht der Menge Kohlendioxid, für deren Bindung 21.000 Bäume notwendig wären. Außerdem haben auf unsere Anregung hin Logistikexperten aus Industrie und Handel 2009 gemeinsame Ansätze für eine nachhaltige Konsumgüterdistribution in Deutschland entwickelt. So werden Transporte stärker gebündelt und Fahrzeugflotten gemeinschaftlich genutzt, um Treibstoff einzusparen und schädliche Emissionen zu verhindern. Mars kooperiert in diesem Zusammenhang mit Wettbewerbern und Handelspartnern. Ziel der gemeinsamen Warendistribution ist es, bis 2010 15 bis 25 Prozent CO₂ gegenüber 2008 einzusparen. Darüber hinaus setzen wir schon lange mit einer umweltfreundlichen Fahrzeugflotte deutschlandweit Maßstäbe: So werden unsere Produkte fast ausschließlich mit Euro-4- bzw. -5-zertifizierten Lastkraftwagen an ihre Zielorte gebracht. Der Anteil der Euro-5-Fahrzeuge beträgt dabei derzeit über 80 Prozent. Damit liegt Mars Deutschland weit über dem bundesweiten Durchschnitt von 25 Prozent. Zudem testet Mars zusammen mit seinen Logistik-Partnern neue umweltfreundliche Technologien, wie zum Beispiel einen Lkw mit Hybridantrieb für die City-Logistik in Berlin.

Nachhaltiger Kakao- und Kaffeeanbau

Um bereits einen ökologischen Anbau wichtiger Rohstoffe in deren Herkunftsländern zu fördern, ist

Mars vor allem in zwei Bereichen aktiv: Wir unterstützen unter anderem Lieferanten von Kakao, Erdnüssen, Kokosnüssen, Palmöl und Reis dahingehend, im Einklang mit der Natur qualitativ hochwertige Produkte herzustellen. Beispielsweise arbeiten wir im Geschäftsbereich Food intensiv daran, den Wasserverbrauch beim Reisanbau weiter zu reduzieren. Außerdem haben wir uns als Partner der „Business and Biodiversity Initiative“ des Bundesumweltministeriums dazu verpflichtet, die biologische Vielfalt zu erhalten – durch verstärktes Engagement und konkrete Aktivitäten in diesem Bereich.

Mars ist einer der größten Kakaoeinkäufer weltweit. Deshalb ist unser Engagement für einen nachhaltigen Kakaoanbau besonders intensiv, vielschichtig und hat bereits vor mehr als 30 Jahren begonnen. Die Gewinnung dieses für einen Süßwarenhersteller wichtigen Rohstoffes berührt alle Aspekte nachhaltigen Wirtschaftens, von den Anbaumethoden über die Erwerbssituation in den Entwicklungsländern bis hin zum nachhaltigen Handel. Um hier international weitere Akzente zu setzen und unserer Vorreiterrolle gerecht zu werden, haben wir uns dazu verpflichtet, für unsere Schokoladenprodukte ab 2020 nur noch nachhaltig angebauten und zertifizierten Kakao zu verwenden. Wir sind überzeugt, dass wir dadurch viel

KAKAO AUS NACHHALTIGEM ANBAU

Mars hat sich als erstes globales Süßwarenunternehmen dazu verpflichtet, ab dem Jahr 2020 ausschließlich Kakao aus nachhaltigem Anbau zu beziehen. Der jährliche Bedarf von Mars liegt bei etwa 300.000 Tonnen Kakao. Um unser Ziel zu erreichen, werden wir in den kommenden Jahren verstärkt Kakao beziehen, der durch die Rainforest Alliance und UTZ Certified zertifiziert worden ist. Damit unterstützen wir nicht nur einen umweltverträglichen Kakaoanbau und die Zukunftschancen der Menschen in den Anbaugebieten, sondern sichern auch unsere langfristige Kakaoversorgung. Unser Engagement in diesem Bereich ist nicht neu: Bereits vor mehr als 30 Jahren hat Mars erste Projekte in den Herkunftsländern der Kakaobohnen gestartet. Seitdem unterstützen wir Initiativen, die sich mit den ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten der Kakaoversorgungskette befassen, mit zweistelligen Millionenbeträgen – und sind selbst vor Ort aktiv. Beispielsweise bei der Schulung von Farmern. —



Gefährdete Fischarten
wie Großaugenthun-
fisch und Schwertfisch
werden von Mars
in Heimtierprodukten
nicht verwendet

bewegen können. Denn mit dem durch die Zertifizierung vermittelten Wissen können die Bauern nicht nur langfristig ihre Erwerbsquelle schützen, sondern auch ihre Produktivität verbessern und ihre Kakaofarmen profitabler bewirtschaften – und das im Einklang mit der Natur.

Den nachhaltigen Anbau von Kaffee und Tee fördert Mars Drinks seit 2006 mit seinem Programm „Brighter Tomorrow at Origin“. Ziel ist es, die Arbeits- und Lebensbedingungen der Bauern vor Ort sowie die Qualität der Produkte zu verbessern. Anteile vom Umsatz der Produkte mit dem „Brighter Tomorrow“-Siegel fließen in soziale und ökonomische Projekte der Anbaugebiete zurück. Darüber hinaus haben wir mit Klix und Flavia Kaffeeprodukte eingeführt, die das Siegel der Umweltschutzorganisation Rainforest Alliance tragen. Kaffee mit diesem Siegel wird auf Plantagen angebaut, die nach sozialen, ökologischen und ökonomischen Kriterien der Rainforest Alliance für nachhaltige Erzeugung zertifiziert sind. Der Schutz der sensiblen Ökosysteme, der Erhalt der Biodiversität, die nachhaltige Sicherung der gemeinsamen Lebensräume von Mensch, Tier und Pflanze sowie die Sicherung der Rechte und des Wohlergehens der Arbeiter, ihrer Familien und Dorfgemeinschaften stehen dabei im Vordergrund.

Sorgsamer Umgang mit Fleisch und Fisch

Im Segment Heimtierernährung verfolgt Mars das Ziel, bei der Fischverarbeitung ausschließlich Fänge aus nachhaltigen Quellen zu verwenden. Außerdem hat Mars seine Rezepturen frühzeitig auf Fische überprüft, die auf der Roten Liste der gefährdeten Tierarten der International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN) stehen. Einige Spezies, wie zum Beispiel der Großaugenthunfisch und der Schwertfisch, werden nicht mehr verarbeitet. Mars verwendet ausschließlich fleischliche Rohmaterialien, die von Tieren stammen, die für den menschlichen Verzehr freigegeben wurden, aber aufgrund unserer heutigen Essgewohnheiten für die menschliche Ernährung praktisch nicht mehr eingesetzt werden. So stellen wir sicher, dass wir der menschlichen Nahrungskette nicht wertvolle Ressourcen entziehen und außerdem vom Aussterben bedrohte Tierarten schützen. ■

Nachhaltigkeit bei Mars – ein Ausblick

Ein altes afrikanisches Sprichwort besagt: Wenn du schnell reisen möchtest, dann reise allein. Wenn du aber weit reisen möchtest, dann reise gemeinsam. Darin liegt eine Wahrheit, die sich auch auf das Ziel von Mars übertragen lässt, nachhaltig zu wirtschaften. Als großes international agierendes Unternehmen können wir entscheidende und vor allem nachhaltige Erfolge bei der umweltfreundlichen und sozial verträglichen Produktion und Distribution unserer Waren nur gemeinsam mit anderen erreichen. Deshalb benötigen

wir Verbündete – im Unternehmen und außerhalb. Geschäftsführung und Mitarbeiter ziehen bei Mars an einem Strang, wenn es darum geht, unsere Nachhaltigkeitsstrategie zum Leben zu erwecken. Nachhaltigkeitsprogramme von Mitarbeitern für Mitarbeiter liefern Informationen und fördern das persönliche Engagement. Zusätzlich suchen wir in allen Bereichen und allen Regionen, in denen wir uns ökologisch, sozial und ökonomisch engagieren, das Gespräch und die Zusammenarbeit mit den Menschen vor Ort, mit

Nichtregierungsorganisationen, Lieferanten, anderen Unternehmen und staatlichen Behörden.

Auf diese Weise haben wir in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten bereits viel erreicht – in den Herkunftsländern unserer Rohstoffe sowie an unseren Produktionsstandorten. Es ist uns beispielsweise gelungen, gemeinsam mit den Kakaobauern in Ghana und an der Elfenbeinküste umweltverträgliche, effiziente und damit wirtschaftlich sinnvolle Anbaumethoden einzuführen. Wir haben weltweit unseren Energie- und Wasserverbrauch sowie unser Abfallaufkommen deutlich reduziert und unsere CO₂-Bilanz verbessert. Der Grund dafür sind immer effizientere Produktionsprozesse, der Einsatz modernster Umwelttechnologien und die Zusammenarbeit mit starken Partnern. Beispielsweise haben wir begonnen, mit Mitbewerbern und dem Handel bei der Warendistribution zu kooperieren, und sind langfristige Verträge mit der Rainforest Alliance und UTZ Certified eingegangen.

Auch in Zukunft wollen wir unser Engagement fortführen und weiter ausbauen. Als familiengeführtes Unternehmen mit fast 100-jähriger Tradition wissen wir um unsere Verantwortung für die nächste Generation. Und wir haben – dank unserer wirtschaftlichen Unabhängigkeit – die Möglichkeit, dafür zu sorgen, dass ein gemeinsamer Nutzen für alle entsteht, mit denen wir in Beziehung treten. Das gilt für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ebenso wie für unsere Kunden, unsere Geschäftspartner, die Gesellschaft als Ganzes und die Umwelt. Weitere Maßnahmen und Kooperationen in diesen Bereichen sind deshalb in den kommenden Jahren geplant. Wir haben uns erneut ehrgeizige Ziele gesetzt – und wir sind überzeugt, dass wir sie gemeinsam und zum Wohle aller Beteiligten erreichen. ■

UNSERE ZIELE IM ÜBERBLICK:

Weltweit:

- _ 100-prozentige Nutzung von zertifizierter Schokolade aus nachhaltigem Anbau bis 2020 für alle Mars-Schokoladenprodukte weltweit
- _ Erreichung einer CO₂-neutralen Produktion weltweit bis 2040 durch Steigerung der Energieeffizienz und Umstieg auf erneuerbare Energien
- _ Deckung des Fischbedarfs für die Heimtierproduktion aus nachhaltigen Quellen
- _ Konsequente Durchsetzung unseres Code of Conduct/Vendor-Assurance-Programms, um faire Arbeitsbedingungen weltweit zu fördern

Zusätzliche Ziele in Deutschland:

- _ Reduzierung des Verpackungsmaterials um 10 Prozent beziehungsweise 900 Tonnen bis 2010 (im Vergleich zu 2007)
- _ Ausweitung der Gemeinschaftsdistribution von Waren mit Mitbewerbern und Händlern zur weiteren Senkung der CO₂-Emissionen um 6.000 Tonnen bis 2017



IMPRESSUM

Herausgeber:

Mars Deutschland
Industriering 17
41751 Viersen
Deutschland

www.mars.de

Bildnachweis:

iStockphoto.com/characterdesign/kativ/Tammy616,
Mars, Plainpicture

Hinweis:

Die in der Broschüre genannten Marken sind
eingetragene Warenzeichen von Mars, Inc.
sowie der Tochtergesellschaften.

© Mars 2009