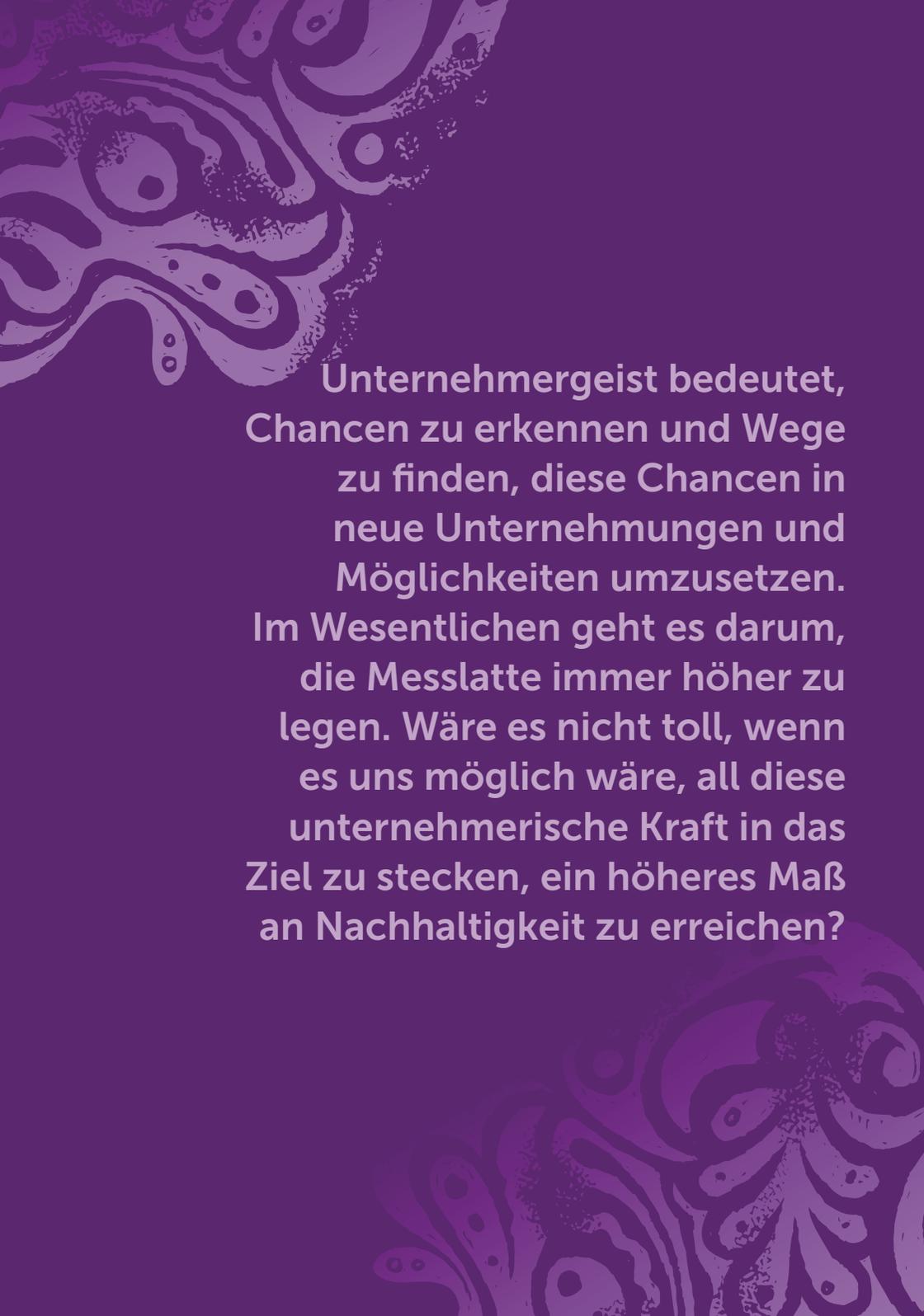




Nature's
Pride

DIE WELT
gesünder und nachhaltiger machen
GEMEINSAM



Unternehmergeist bedeutet, Chancen zu erkennen und Wege zu finden, diese Chancen in neue Unternehmungen und Möglichkeiten umzusetzen. Im Wesentlichen geht es darum, die Messlatte immer höher zu legen. Wäre es nicht toll, wenn es uns möglich wäre, all diese unternehmerische Kraft in das Ziel zu stecken, ein höheres Maß an Nachhaltigkeit zu erreichen?

Eine Möglichkeit, nachhaltiger zu sein, besteht natürlich darin, unsere Aktivitäten zurückzuschrauben. Das würde aber auch bedeuten, dass weniger Menschen sehr ansprechendes und gesundes Obst und Gemüse essen könnten. In Anbetracht wachsender Bevölkerungszahlen und zunehmender Fettleibigkeit ist dies keine Denkweise, die ein Unternehmer einschlagen sollte. Schon gar nicht entspricht diese Denkweise der Haltung von Nature's Pride.

Wir betrachten es als unsere Herausforderung und unternehmerische Verantwortung, unsere ganze Energie darauf zu verwenden, die Messlatte höher zu legen und neue Standards zum Schutz unseres Planeten zu setzen. Nur so können wir gute Lebensbedingungen für die heutigen und zukünftigen Generationen sicherstellen sowie gewährleisten, dass sie ansprechende und gesunde Lebensmittel genießen können.

In diesem Jahresbericht finden Sie eine Zusammenfassung unserer nachhaltigen Geschäftsaktivitäten im Jahr 2019. Wir würden uns freuen, wenn Sie sich unseren Bemühungen anschließen und uns Feedback geben würden, wenn Sie der Ansicht sind, dass wir die Messlatte noch höher legen können.

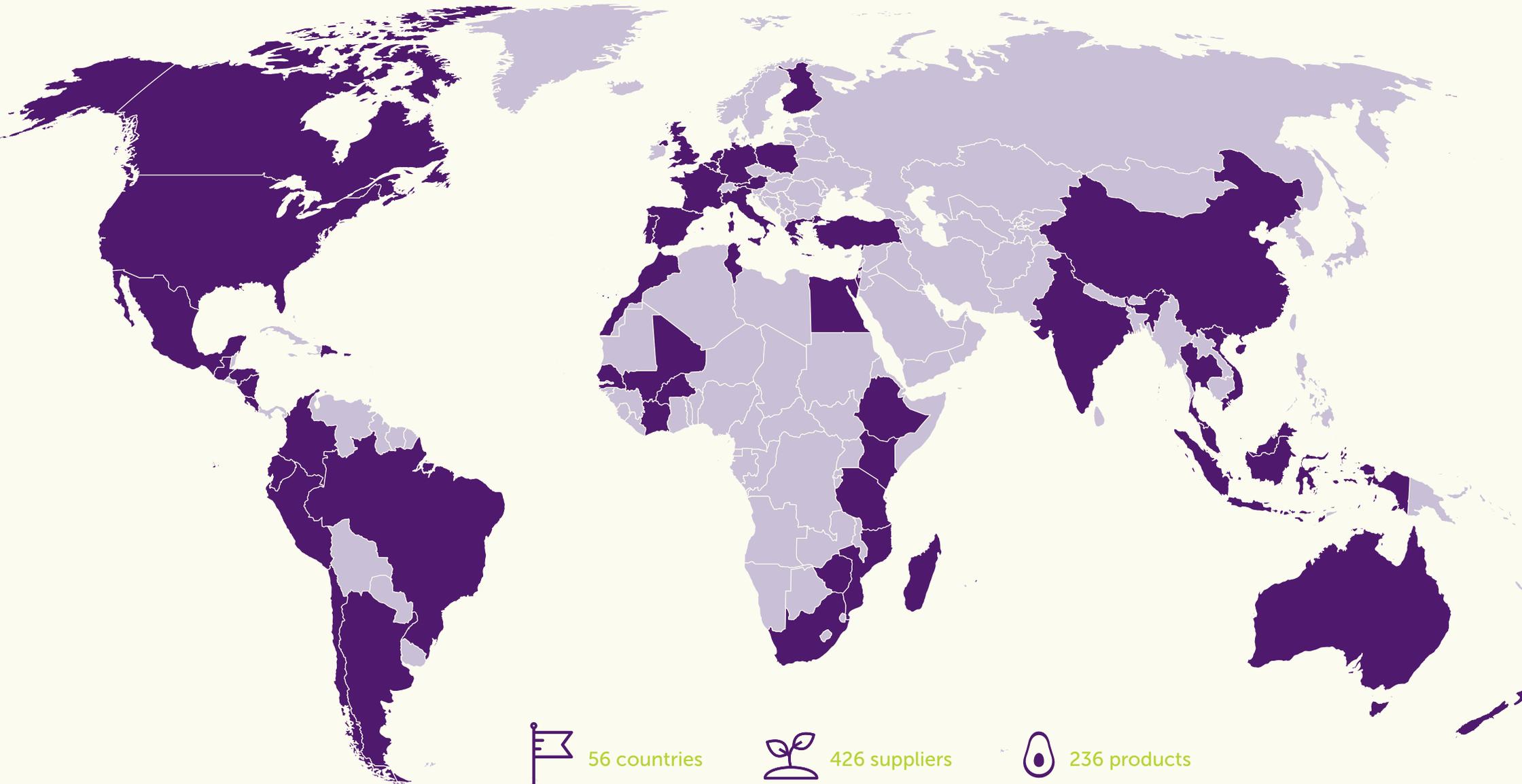
Fred van Heyningen
CEO Nature's Pride

Unsere MISSION

„Unser Ziel ist, mit geschmackvollen Produkten, Qualität, hohem Service, Innovationen und unserem Beitrag für eine bessere Welt den Standard in der Wertschöpfungskette zu setzen.“

Nature's
Pride

ENGAGIERTE PARTNER WELTWEIT





SUSTAINABLE BUSINESS PLAN 2023



Wir beteiligen uns an den Zielen für nachhaltige Entwicklung der UN.

Vision

DIE WELT GESÜNDER UND NACHHALTIGER GESTALTEN



GUTER HANDEL



LEBENSSTANDARD ERHÖHEN



100 % soziale Kontrolle und Topthemen, die über Social Compliance hinausgehen

Gute Gesundheit und positiver Lebensraum



LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG BEKÄMPFEN



Reduzierung von Lebensmittelverlust

100 % Valorisierung des Lebensmittelverlusts innerhalb der Lebensmittelkette



AUSWIRKUNG AUF DIE UMWELT VERRINGERN



100 % recycelbare oder wiederverwendbare Verpackung

Reduzierung der CO₂-Emissionen um 1/3

Verantwortungsbewusste Wassernutzung in unseren Anbaugeländen



GUTE GESCHÄFTE

Wirtschaftlicher Erfolg und Nachhaltigkeit sind für uns untrennbar miteinander verbunden. Wir sind davon überzeugt, dass gute Geschäfte den nachhaltigsten Beitrag zu einer besseren Welt darstellen.

Dazu gehören langfristige Partnerschaften, Respekt für Mensch und Umwelt, Wissensaustausch sowie Investitionen und gemeinsames Wachstum. Wir helfen unseren Kunden durch ständige Innovationen, wirtschaftliche Erfolge zu verbuchen. Dieser wirtschaftliche Erfolg ermöglicht uns, gemeinsam an der kontinuierlichen Verbesserung unserer Wertschöpfungskette zu arbeiten. Umgekehrt profitieren aber auch unsere Geschäfte von Nachhaltigkeit.



Höhepunkte 2019

ZUSAMMENFASSUNG UNSERER FORTSCHRITTE



100 % soziale Kontrolle und Tophemen, die über Social Compliance hinausgehen

- 89 % sozial geprüft oder aus Ländern mit geringem Risiko. Ziel sind 100 % sozial geprüfte Produkte

89%



Gute Gesundheit und positiver Lebensraum

- 150.000 Euro für Projekte gespendet
- neue Strategie Nature's Pride Foundation
- Jasper Wegman und Marjan de Bock sind neue Mitglieder des Vorstands und des Beirats



Reduzierung von Lebensmittelverlust

- Zusammenarbeit mit den Erzeugern zur Verbesserung der Bodenqualität und des Pflanzenschutzes
- Start eines Pilotprojekts in Deutschland und Dänemark mit Apeel Sciences rund um die Haltbarkeit von Avocados



100 % Valorisierung des Lebensmittelverlusts innerhalb der Lebensmittelkette

- um 12 Mio. mehr unverkaufte Avocados für den menschlichen Verzehr bewahrt als im Jahr 2018



100 % Recycling- oder Mehrwegverpackungen

- Nachhaltiges Verpackungskonzept
- Entsorgungswegweiser für Verbraucher
- Gesamteinsparung Kunststoffverpackung 162.289 kg oder 17 Lastwagen Kunststoff
- Abschaffung der schwarzen Kunststoffschalen



CO₂-Ausstoß um 1/3 reduzieren

- CO₂-Ausstoß durch Anstieg des Handelsvolumens insgesamt um 6,4 % gestiegen
- Durchschnittlicher CO₂-Ausstoß pro Produkt im Vergleich zu unserem Ausgangswert (2017) um nahezu 4,7 % gesunken



Verantwortungsbewusste Wassernutzung in unseren Anbaugebieten

- Veröffentlichung der Water Policy
- Partnerschaft mit GlobalG.A.P. im Rahmen des Pilotprojekts SPRING
- 25 Felder in Peru und Chile wurden SPRING Wasser-Audit unterzogen



SOCIAL COMPLIANCE

Unser Ziel

100 % soziale Kontrolle und Topthemen, die über Social Compliance hinausgehen



Wir ergreifen Maßnahmen, um die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung zu erreichen.

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH





SOCIAL COMPLIANCE | Unsere Aktivitäten

Supplier Information Management (SIM)

Im Jahr 2019 haben wir unsere Nutzung des SIM-Portals weiter entwickelt und verbessert. Wir haben die Arbeitsabläufe optimiert, neue Elemente zur Rückverfolgung hinzugefügt und unsere Lieferkette in eine Produktkette umgewandelt. Dadurch können wir unsere Lieferanten effizienter bei der Erlangung von Sozialzertifizierungen und/oder bei der Durchführung von Verbesserungen unterstützen. Zudem wurde die Transparenz erhöht, wodurch wir bessere Einblicke in die kontinuierliche Verbesserung der Arbeitsbedingungen auf den Betrieben und in den Packhäusern unserer Lieferanten erhalten.

Kleinbauern

Je näher wir dem Ziel 100 % Social Compliance kommen, desto mehr Herausforderungen begegnen wir. So auch die überwachte Sozialzertifizierung von Kleinbauern. Dieses Jahr haben wir im Rahmen der Sustainability Initiative Fruit and Vegetable ([SIFAV](#)) gemeinsam an einer pragmatischen Lösung gearbeitet, um die Arbeitsbedingungen bei den Kleinbauern zu bewerten und so die Kleinbauern stärker einzubeziehen. Diese Maßnahme wird im Jahr 2020 fortgesetzt.

Aktualisierung unserer Sozialpolitik

Im Zuge unserer Bestrebungen in Richtung 100 % sozial verträgliche Produkten haben wir auch unserer Sozialpolitik ein klareres und integratives Gesicht gegeben. Neben der Stepping Stone-Richtlinie für neue Lieferanten haben wir auch finanzielle Unterstützung für jene Lieferanten eingeführt, die aus finanziellen Gründen Schwierigkeiten bei der Umsetzung einer Sozialzertifizierung haben. Gleichzeitig veröffentlichen wir einen Fragebogen zur Selbstbewertung, der es uns ermöglichen wird, die Transparenz in unserer Lieferkette zu erhöhen.

Über Compliance hinaus

Wir erstellen für jeden Lieferanten und jedes Produkt Dashboards, die unseren kaufmännischen Teams einen schnelleren und transparenteren Überblick über die sozialen Herausforderungen auf Ebene der Lieferanten, der Betriebe, der Packhäuser oder der Produkte geben, die noch sozial zertifiziert werden müssen, sowie den Status pro Liefer-/Produktkette anzeigen.

SOCIAL COMPLIANCE

Auswirkungen

Ende 2019 waren 89 % der von uns gekauften Produkte sozial geprüft oder stammten aus Ländern mit geringem Risiko. Das nächste Ziel sind 100 % sozial geprüfte Produkte.





Unser Ziel

Nature's Pride Foundation:
Gesunder Lebensstil und ein
positiver Lebensraum



Wir ergreifen Maßnahmen, um die
UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung
zu erreichen.

3 GOOD HEALTH
AND WELL-BEING





Jasper Wegman

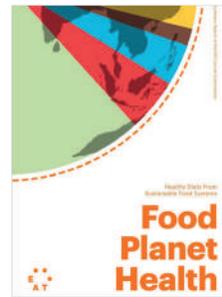


Marjan de Bock



STIFTUNG | Unsere Aktivitäten

Im Jahr 2019 haben wir mehrere wichtige institutionelle Aktualisierungen durchgeführt. Mit dem Eintritt von Jasper Wegman und Marjan de Bock in den Vorstand bzw. den Beirat der Stiftung erhielt diese Zugang zu dem umfangreichen Wissen und der fundierten Erfahrung der beiden. Zudem wurde die Satzung der Stiftung aktualisiert, um den sich ändernden Zeiten besser zu entsprechen.



Es ist wichtig, was wir essen. Zu Beginn des Jahres wurde der Bericht „Food. Planet. Health“ der Eat-Lancet-Kommission veröffentlicht. Diese Publikation zeigte klar und deutlich den untrennbaren Zusammenhang zwischen einem gesunden Lebensstil und einem florierenden Lebensraum. In Bezug auf Bewusstsein für den Klimawandel konnten wir im Jahr 2019 eine Trendwende beobachten, und der Zusammenhang zwischen gesunder Ernährung und einem gesunden Planeten wurde zu einer globalen Priorität.

In diesem Zusammenhang hat die Stiftung ihre Strategie für den Zeitraum 2019-2023 ausgearbeitet. In den kommenden Jahren wird die Stiftung insbesondere Projekte fördern, die den Gemeinden zu einer gesünderen Ernährung und Lebensweise verhelfen und die Auswirkungen der Nahrungsmittelproduktion auf die Umwelt mindern. Dabei wird die Stiftung nahe an ihrem Ursprung und ihren Kernkompetenzen bleiben; das bedeutet, aktive Synergien mit Nature's Pride und der Fokus auf Länder mit bereits bestehenden Netzwerken.

Die Stiftung unterstützt Projekte zugunsten des allgemeinen Wohlergehens in den Gemeinden. Wir sind davon überzeugt, dass wir dieses Ziel durch die Nutzung des weltweiten Netzwerks von Nature's Pride mit engagierten Züchtern, Kunden und anderen Partnern erreichen können. Durch die Nutzung dieser bereits bestehenden Netzwerke können wir die Wirkung unserer Maßnahmen maximieren.



Reichweite der Stiftung im Jahr 2019

Die Stiftung hat 150.000 Euro gespendet, unter anderem für die folgenden Projekte





PARTNER
DOT Fruits



ZWECK

Verbesserung der Lebensbedingungen
von Mitarbeitern und deren Familien



AUSWIRKUNG

300 Mitarbeitern von DOT Fruits und
deren Familien



FINANZIERT VON
Nature's Pride



NATURE'S PRIDE | Projekt

Dominikanische Republik

Wohlergehen der Mitarbeiter verbessern



Im Jahr 2019 führte unser Mangoerzeuger in der Dominikanischen Republik erneut das erfolgreiche Programm durch, bei dem Mitarbeiter Punkte sammeln und diese gegen Sozialleistungen einlösen können.

In diesem Jahr standen eine bessere Gesundheit und verbesserte Lebensbedingungen im Mittelpunkt des Programms. Die Punkte, die die Mitarbeiter des Mangoerzeugers zusätzlich zu ihrem gewöhnlichen Gehalt verdienen, können gegen nahrhafte Lebensmittel und Baumaterialien eingelöst werden.

Unser Erzeuger DOT Fruits führte vor der Saison eine Ausgangsanalyse durch und erfasste, wie sich die Gesundheit seiner Mitarbeiter im Laufe der Saison entwickelte. Die Aufzeichnungen zeigen einen Rückgang von Anämie – dem Mangel an roten Blutkörperchen –, die unter anderem durch einen Eisenmangel in der Ernährung verursacht wird. Viele Mitarbeiter verstärkten zudem ihre Häuser mit Zementmauern und besseren Dächern, um diese besser vor Stürmen und starken Regenfällen zu schützen, die auf der Dominikanischen Insel zu bestimmten Zeiten des Jahres häufig auftreten.





PARTNER

Ivoire Agreage, LONO,
Koppert Biological Systems



ZWECK

Weniger Ausfälle, höheres Einkommen



AUSWIRKUNG

3 780 Personen



FINANZIERT VON
Nature's Pride



NATURE'S PRIDE | Projekt

Elfenbeinküste

Zwei (Frucht-)Fliegen mit einer Klappe



Fruchtfliegen sind für Mangoerzeuger an der Elfenbeinküste ein großes Problem. Die Fruchtfliegen befallen die Früchte, wodurch ein großer Teil der Ernte verloren geht. Seit dem Vorjahr arbeiten Nature's Pride und sein Erzeuger Ivoire Agreage gemeinsam an einer nachhaltigen Bekämpfung der Fruchtfliegen sowie an besseren Bodenbedingungen. Das Ziel ist eine Verbesserung der Qualität, die wiederum ein höheres Einkommen für die Landwirte und die Mitarbeiter von Ivoire Agreage ermöglicht.

Dabei wird ein zweigleisiger Ansatz verfolgt: einerseits kommt ein biologisches Spray der niederländischen Firma Koppert zur Abwehr der Fruchtfliegen zum Einsatz, und andererseits wurden mit Unterstützung der ivorischen NGO LONO – Experte für Biotechnologie und Kompostierung – Komposter bei den Erzeugern installiert. Früher ließen die Erzeuger aussortierte, faulende Früchte unter den Mangobäumen zurück, wodurch Fruchtfliegen angelockt wurden. Jetzt kompostieren sie diese verfaulten Früchte mit anderen landwirtschaftlichen Abfällen, wie Hühnermist, in einem Komposter mit dem Namen KubeKo. Der KubeKo wird mit Solarenergie betrieben. Der Kompost wird zur Düngung des Bodens verwendet. So schlägt das Projekt buchstäblich zwei Fliegen mit einer Klappe: Die Fliegen werden abgewehrt und der Boden wird verbessert, was der Qualität der Früchte zugutekommt. Bessere Früchte bedeuten ein höheres Einkommen für die Erzeuger und Mitarbeiter.





PARTNER

Kuychi – Niños del Arco iris



ZWECK

Gute Bildung und medizinische Versorgung für peruanische Kinder



AUSWIRKUNG

4200 Personen



FINANZIERT VON
Nature's Pride

 **STIFTUNG** | Projekt

Peru

Kuychi: Peruanische Kinder starten gut ins Leben

In einem abgelegenen Gebiet in den peruanischen Anden gibt es einen magischen Ort: eine Schule und ein medizinisches Zentrum namens Niños del Arco Iris – Kuychi. Dieser Ort war in den letzten 18 Jahren eine „Heimat“ für Tausende von Menschen. 200 Kinder gehen hier zur Schule und 4 000 Menschen erhalten medizinische Versorgung und Unterstützung.

Der Ort, an dem man geboren wird, beeinflusst in hohem Maße die Chancen auf ein gutes Leben. Es macht einen großen Unterschied, ob man im ländlichen Peru oder in Westeuropa geboren wird. Kuychi gibt den Kindern in diesem abgelegenen Gebiet in Peru eine Chance auf einen guten Start ins Leben, indem es ihnen und ihren Familien integrierte Unterstützung in den Bereichen Bildung, Gesundheit und Ernährung bietet.





PARTNER

Roy Agri Maroc, Fondation Sanady



ZWECK

Eine nachhaltige Lernumgebung mit mehr Kultur und Wissenschaft



AUSWIRKUNG

4 000 Kinder



FINANZIERT VON
Nature's Pride

 **STIFTUNG** | Projekt

Marokko

Interaktiver Unterricht fördert die Neugier marokkanischer Kinder

Die Region Kenitra im Nordwesten Marokkos, in der Nature's Pride Heidelbeeren kauft, ist eine arme Gegend. Die Schulen verfügen nicht über genügend Mittel, andere Fächer als einfaches Lesen, Schreiben und Rechnen zu unterrichten. Dieses von der Nature's Pride Foundation gemeinsam mit Roy Agri Maroc und der lokalen NGO Sanady durchgeführte Programm zielt darauf ab, den Schülern ein umfassenderes und vielseitigeres Unterrichtsangebot zu bieten, das zu einem besseren Verständnis der Welt um sie herum beitragen soll.

Ein weiteres wichtiges Element des Programms ist die Schaffung nachhaltiger Lernumgebungen in den Schulen. Die beteiligten Schulen ergreifen Maßnahmen, um das international anerkannte „Eco-Label“ zu erhalten. Zu diesem Zweck verbessern sie Faktoren wie die Abfallentsorgung sowie das Wasser- und Energiemanagement und untersuchen die Situation rund um Ernährung und Biodiversität in den Schulen und ihrer Umgebung.





PARTNER

Agrícola Cerro Prieto, Agrícola Don Ricardo, Horizonte Corporativo



ZWECK

Gesunde Ernährung, Wissen rund um Natur und Nachhaltigkeit



AUSWIRKUNG

600 Kinder, 20 Lehrkräfte, zahlreiche Eltern



FINANZIERT VON
Nature's Pride

STIFTUNG | Projekt

Peru

Peruanische Kinder ernten gesundes Mittagessen

Zur Verbesserung der Ernährung der Kinder haben unsere peruanischen Erzeuger Agrícola Cerro Prieto und Agrícola Don Ricardo an vier öffentlichen Schulen Gemüsegärten angelegt: Cerro Prieto in der Nähe von Chiclayo, nördlich von Lima, und Don Ricardo in Ica, südlich von Lima.

Neben finanziellen Mitteln haben die Erzeuger auch Zeit und Wissen in die Projekte investiert. Experten der Erzeuger haben Beratung rund um geeignete Obst- und Gemüsesorten und das Anlegen von Tröpfchenbewässerung geboten. Freiwillige Helfer der Erzeuger haben gemeinsam mit den Kindern, deren Eltern und Lehrkräften vernachlässigte Landstücke der Schulen in Gemüsegärten verwandelt. In diesen Gemüsegärten wachsen heute Spinat, Blumenkohl, Brokkoli, Zuckerschoten, Kräuter, Mango, Avocado, Bananen und Passionsfrüchte.





REDUZIERUNG VON LEBENSMITTELVERLUST

Unser Ziel

Reduzierung der Lebensmittelverlust
in unseren Wertschöpfungsketten



Wir ergreifen Maßnahmen, um die
UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung
zu erreichen.

12 RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION





REDUZIERUNG VON LEBENSMITTELVERLUST | Unsere Aktivitäten

Gute landwirtschaftliche Praktiken und eine bessere Bodenqualität tragen dazu bei, die Lebensmittelabfälle an der Quelle zu bekämpfen. Ein Agrarexperte von Nature's Pride arbeitet aktiv mit unseren Erzeugern zusammen, unter anderem an mehr biologischem Pflanzenschutz und gesunden Böden. Je besser die Qualität am Anfang der Wertschöpfungskette ist, desto weniger Abfall gibt es in der gesamten Kette, einschließlich der Aktivitäten in unseren Anlagen.

Unsere strategische Partnerschaft mit Apeel Sciences zielt auf eine Reduzierung der Lebensmittelabfälle durch die Verlängerung der Haltbarkeit unserer Früchte ab. Seit 2019 wird die pflanzliche Technologie von Apeel in einem Pilotprojekt mit Einzelhändlern in Dänemark und Deutschland auf unsere Avocados angewendet. Die Avocados werden mit einer Beschichtung besprüht, die die Atmung verlangsamt und den Wasserverlust senkt. Das Ergebnis ist ein hochwertigeres Produkt mit einer längeren Haltbarkeit. Diese verlängerte Haltbarkeit unserer frischen Früchte wirkt sich erheblich auf den Lebensmittelverlust in unseren Wertschöpfungsketten aus.



Wir verwenden außerdem ein neues Tool zur Planung von Angebot und Nachfrage für Mango und Avocado, mit dem wir jede Woche das Angebot und die Nachfrage 13 Wochen im Voraus prognostizieren können. Dies ermöglicht uns, bei Überbeständen rechtzeitig zu handeln, beispielsweise durch die Einleitung von Werbeaktionen oder das Tätigen von Sofortkäufen bei Engpässen auf dem Markt. Dies führt zu einem optimalen Lagerbestand bei minimaler Alterung der Produkte, was wiederum den Lebensmittelverlust senkt und zu weniger unnötigen und umweltbelastenden Produkttransporten führt.

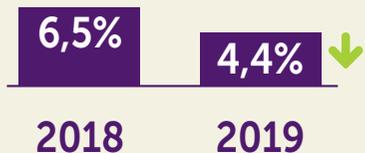


REDUZIERUNG VON LEBENSMITTELVERLUST

Auswirkungen

Bewahrung von Lebensmitteln für den menschlichen Verzehr

Im Jahr 2019 ist im Vergleich zum Vorjahr eine deutliche Verbesserung auf dem Weg zu unserem Ziel, mehr Lebensmittel für den menschlichen Verzehr zu bewahren, zu erkennen. Abfälle, die nicht für den menschlichen Verzehr bewahrt werden konnten, sanken von 6,5 % auf 4,4 % des Beschaffungsvolumens.



Lebensmittelverlust – nicht für den menschlichen Verzehr





REDUZIERUNG VON LEBENSMITTELVERLUST | Beispiel

Der Apeel-Effekt

„Apeel“ verspricht, die Lebensmittelabfälle im europäischen Einzelhandel um über 50 % zu reduzieren. Hinsichtlich der Reduzierung der Lebensmittelabfälle auf Verbraucherebene könnte der Effekt sogar noch höher sein.

In den USA wurde auf Einzelhandelsebene eine von Dritten geprüfte Ökobilanz (LCA) für Avocados mit Apeel durchgeführt, die auch die Produktion und Anwendung beinhaltet. Diese Untersuchung zeigte, dass durch die Verwendung der Apeel-Beschichtung in der Wertschöpfungskette erhebliche Einsparungen bei der Gesamtenergie, dem Wasserverbrauch, der Landnutzung usw., die mit dem Anbau dieser Produkte verbunden sind, erzielt werden können. Ausgehend von der Position von Nature's Pride können so potenziell Millionen von Produkten vor dem Verlust gerettet werden. Mit der Bewahrung der Früchte für den menschlichen Verzehr erwarten wir eine deutliche Senkung des gesamten Wasserverbrauchs, der Landnutzung und der CO₂-Bilanz, die mit dem Anbau und der Lieferung qualitativ hochwertiger und gesunder Früchte an die Verbraucher auf dem europäischen Markt verbunden sind.



Momentaufnahme aus dem Experiment: Unterschied zwischen einem Produkt mit und einem Produkt ohne Apeel-Beschichtung – 2019.



VALORISIERUNG VON LEBENSMITTELVERLUST

Unser Ziel

100 % valorisierter Lebensmittelverlust innerhalb der Lebensmittelkette



Wir ergreifen Maßnahmen, um die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung zu erreichen.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION





VALORISIERUNG VON LEBENSMITTELVERLUST | Unsere Aktivitäten

Wir haben die Lebensmittelabfallströme innerhalb unserer Anlagen analysiert, um die beste Valorisierung innerhalb der zulässigen Standards der Lebensmittelsicherheit und anderer Vorschriften zu finden.

Im Jahr 2019 wurde der Großteil der beschädigten Avocados zu Guacamole verarbeitet. Durch diese Lösung können die Nährstoffe und der Geschmack für den menschlichen Verzehr erhalten bleiben.

Im vergangenen Jahr haben wir unsere Sortier- und Lagerungsprozesse geändert, wodurch wir Avocados, die nicht den Spezifikationen unserer Kunden entsprechen, jetzt konsequent sammeln und verkaufen können. Diese Produkte sind nach wie vor uneingeschränkt für den menschlichen Verzehr geeignet und gehen jetzt an Guacamole-Fabriken oder werden konsequent an die Lebensmitteltafel gespendet. Darüber hinaus haben wir Schritte unternommen, um diesen Erfolg auf unsere Mangos zu übertragen. Auch andere Ansätze zur Valorisierung wurden untersucht.

Wir wollen diese Bestrebungen im Jahr 2020 ausweiten und diese andere Art der Valorisierung auf andere Produktgruppen ausdehnen.

Im Jahr 2019 haben wir auch untersucht, ob Lebensmittelverlust von geringerer Qualität anstatt in Biogasanlagen im Tierfuttersektor eingesetzt werden kann. Entsprechende Maßnahmen wurden gesetzt. Durch diesen Ansatz bleiben die Nährstoffe für die Nahrungskette erhalten.



VALORISIERUNG VON LEBENSMITTELVERLUST | Auswirkung

Im Jahr 2019 konnten über **70 %** der unverkauften Avocados für den menschlichen Verzehr bewahrt bleiben.



Im Jahr 2019 haben wir über **350 000** Avocados an die Lebensmitteltafel gespendet.





VALORISIERUNG VON LEBENSMITTELVERLUST

Beispiel

Gemeinsam mit unseren engagierten Mitarbeitern haben wir unsere Prozesse verbessert, um Produkte mit kurzer Haltbarkeit für die Verwendung in unserer Betriebskantine auszusortieren.

Für diese Initiative haben wir eng mit unserem hervorragenden Chefkoch und allen Köchen zusammengearbeitet. Das Ergebnis waren noch schmackhaftere Gerichte, gepaart mit dem Kampf gegen den Lebensmittelverlust innerhalb unseres Unternehmens. Unsere Kolleginnen auf dem Foto haben diese Initiative gestartet.

Wir sind stolz auf ihr Engagement und ihre harte Arbeit!





NACHHALTIGE VERPACKUNG

Unser Ziel

100 % recycelbare oder
wiederverwendbare
Verpackung



Wir ergreifen Maßnahmen, um die
UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung
zu erreichen.

12 RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION





NACHHALTIGE VERPACKUNG | Unsere Aktivitäten

Die nachhaltige Verpackung unserer Produkte ist uns ein großes Anliegen. Wir möchten weitgehend auf Kunststoff verzichten und verwenden möglichst wenig Verpackungsmaterial. Dennoch sollten wir nicht vergessen, dass Verpackung eine wichtige Funktion zum Schutz von Produkten und zur Verlängerung von deren Haltbarkeit erfüllt.

Als Ausgangspunkt haben wir Ende 2018 gemeinsam mit dem [LCA Centre](#) eine Richtlinie zu nachhaltiger Verpackung entwickelt. Diese Richtlinie erklärt, welche Faktoren bei der Entscheidung für ein bestimmtes Verpackungsmaterial eine Rolle spielen und enthält auch eine Liste von erwünschten und unerwünschten Materialien.

Im Jahr 2019 sind wir bei zahlreichen Produkten von Kunststoffschalen auf Kartonschalen umgestiegen und wir haben für unsere Schachteln die Einlageblätter aus Kunststoff durch Papierblätter ersetzt. Außerdem haben wir schwarzes Verpackungsmaterial aus kohlenstofffaserverstärktem Kunststoff aus dem Verkehr gezogen, weil kohlenstofffaserverstärkter Kunststoff von den niederländischen Müllsortieranlagen derzeit nicht anerkannt wird. Diese schwarze Verpackung wird daher häufig für das Recycling mit geringem Wert verwendet oder verbrannt.

Darüber hinaus haben wir unsere Verpackungsmaterialien unter Berücksichtigung unserer Richtlinie zu nachhaltiger Verpackung analysiert. Die Ergebnisse dieser Analyse zeigen, dass in Bezug auf die schrittweise Abschaffung von Kunststoff, den Übergang von Verpackungen aus Multimaterial zu Verpackungen aus Monomaterial, die Optimierung der Recyclingfähigkeit und den Verzicht auf nicht (gut) recycelbare Materialien noch Verbesserungspotenzial besteht. Auf der Grundlage dieser Ergebnisse haben wir einen Plan für 2020 rund um eine nachhaltigere Verpackung erstellt.

Uns bei Nature's Pride ist es wichtig, dass unser Verpackungsmaterial korrekt entsorgt wird und dass die Materialien nach dem Recycling wiederverwendet werden können. Da jedes Land und jede Gemeinde eine eigene Sortier- und Recyclingmethode verfolgen und auch Logos unterschiedlich verwendet werden, ist es schwierig, diese Ziele auf der Verpackung zu kommunizieren. Daher haben wir für unsere zehn wichtigsten Kundenländer die wichtigsten Websites rund um die Sortierung und das Recycling von Verbraucherabfällen ausgewählt. Auf unseren Verpackungen werden wir auf diesen Entsorgungsleitfaden hinweisen.





NACHHALTIGE VERPACKUNG | Auswirkung

Abschaffung der bestehenden Schalen und Einlegeblätter aus Kunststoff

2017–2019



56 374 925
Gesamteinsparung
Kunststoff-
verpackungen

562 100 kg
eingespart

19 %
NACHHALTIGERE
PRIMÄRVERPACKUNG

30%
NACHHALTIGERE SEKUNDÄR
VERPACKUNG



INSGESAMT **61**
Lastwagen
Kunststoff

2019



5 683 332
Gesamtein-
sparung Kunst-
stoffschalen

51 150 kg
eingespart

2,5 %
NACHHALTIGERE
PRIMÄR-
VERPACKUNG



7 360 174
Gesamteinsparung
Einlegeblätter aus
Kunststoff

111 139 kg
eingespart

19 %
NACHHALTIGERE
SEKUNDÄR-
VERPACKUNG



INSGESAMT **17**
Lastwagen
Kunststoff

Zudem haben wir
gemeinsam mit
unseren
Lieferanten;

4,6 Mio.
schwarze Kunst-
stoffschalen
aus dem Verkehr
gezogen

4 %
NACHHALTIGERE
(PRIMÄR-)
VERPACKUNG



NACHHALTIGE VERPACKUNG | Beispiel

Die Wichtigkeit einer engen Zusammenarbeit innerhalb der Lieferkette!

Eine enge Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette hin zu nachhaltigeren Verpackungen ist ausgesprochen wichtig. Durch die enge Zusammenarbeit mit Yukon, unserem südafrikanischen Lieferanten für unser Babygemüse, stellten wir fest, dass Yukon Verpackungsmaterialien verwendete, die für ihre lokalen Kunden am nachhaltigsten waren.

Nehmen wir zum Beispiel schwarzen kohlenstofffaserverstärkten Kunststoff: ein Verpackungsmaterial, das einen hohen Anteil an recycelten Materialien aufweist und in Südafrika sehr gut wiederverwertbar ist. Leider gilt das (noch) nicht für Europa. Zudem ist ihr Produkt leicht verderblich, sodass sich die Wahl der Verpackung erheblich auf die Haltbarkeit des Produkts auswirkt. Gemeinsam haben wir nachhaltigere Verpackungsmaterialien untersucht, die vor Ort erhältlich und in Europa gut wiederverwertbar sind. Vorerst haben wir den schwarzen kohlenstofffaserverstärkten Kunststoff durch eine Schale aus transparentem Kunststoff ersetzt. Wir führen derzeit umfangreiche Haltbarkeitstests mit FSC-zertifizierten Kartonschalen durch, um den Einsatz von Kunststoffverpackungen weiter zu reduzieren.





REDUZIERUNG DER CO₂-EMISSIONEN

Unser Ziel

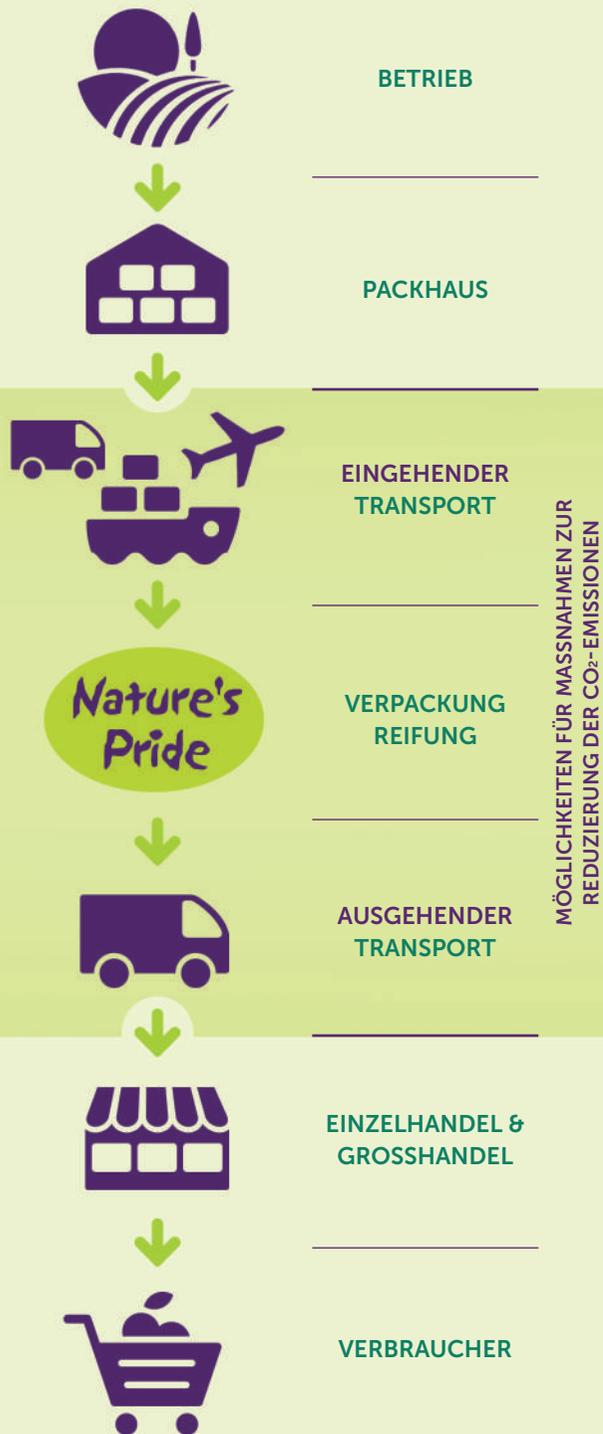
Reduzierung der CO₂-Emissionen um 1/3



Wir ergreifen Maßnahmen, um die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung zu erreichen.

13 CLIMATE ACTION





REDUZIERUNG DER CO₂-EMISSIONEN | Unsere Aktivitäten

Ende 2018 haben wir mit [Blonk Consultants](#) eine Grundlagenstudie rund um CO₂ durchgeführt, um herauszufinden, wo wir unsere CO₂-Emissionen am besten reduzieren konnten. Ausgehend von dieser Grundlagenstudie entwickelten wir einen Verbesserungsplan für die Bereiche Verkehr, Energie, Mobilität und Abfall. Nachhaltigere Verpackung und die Reduzierung von Lebensmittelverlusten tragen ebenfalls zur Senkung unserer CO₂-Bilanz bei.

Im Jahr 2019 haben wir begonnen, unsere Avocados mit Apeel zu versehen, um deren Haltbarkeit zu verlängern. Wir hoffen, diesen Ansatz in naher Zukunft auch für Produkte wie Spargel nutzen zu können, für die aufgrund der begrenzten Haltbarkeit der Lufttransport die einzige Option ist.

Wir verwenden ein neues Tool zur Planung von Angebot und Nachfrage für Mango und Avocado, das uns bei der Senkung von Lebensmittelverlust und der Vermeidung von unnötigen und umweltbelastenden Produkttransporten hilft.

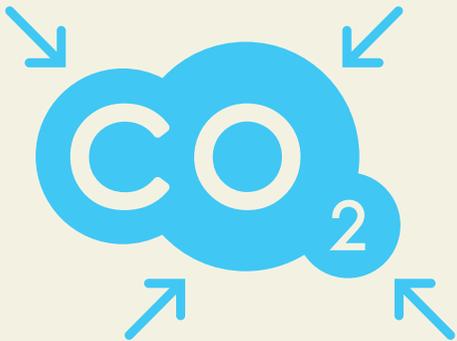
Innerhalb unseres Unternehmens haben wir die Zahl von Elektrofahrzeugen erhöht und die Installation von mehr Solarmodulen und LED-Leuchten veranlasst. Im Büro wurde durch die Beseitigung von Einwegbechern für Kaffee und Tee sowie Rührstäbchen aus Kunststoff der Müllberg reduziert. Jährlich werden wir $\pm 132\ 000$ Einwegbecher und $\pm 45\ 000$ Rührstäbchen aus Kunststoff einsparen. Wir haben auch Maßnahmen zur Reduzierung des Abfalls in unserer Kantine unternommen. So leisten wir alle einen Beitrag zur Reduzierung unserer CO₂-Emissionen!



REDUZIERUNG DES CO₂-AUSSTOßES | Auswirkung

Unser CO₂-Ausstoß ist durch den Anstieg unseres Handelsvolumens insgesamt um 6,4 % auf 239.492 Tonnen CO₂ gestiegen. Unser durchschnittlicher CO₂-Ausstoß pro Produkt verzeichnete im Vergleich zu unserem Ausgangswert (2017) einen leichten Rückgang von 4,7 % auf 2,03 kg CO₂ / kg verkauftes Produkt.

Ausschlaggebend hierfür ist eine Reduzierung der durchschnittlichen Transportentfernungen, was zu einem Rückgang der transportbezogenen Emissionen geführt hat. Weitere Gründe sind unsere Bemühungen um nachhaltigere Verpackungen, die Verwertung von Nahrungsmittelverlusten und weniger Abfall an unserem Standort.



Durchschnittlicher CO₂-Ausstoß / kg Produkt reduziert um 4,7 %



Wichtige Rolle von
Nature's Pride im
**SuperEcoCombi-
Projekt!**



REDUZIERUNG DER CO₂-EMISSIONEN | Beispiel

Vor einigen Jahren haben unsere Kollegen Rogier Rook und Stefan Ruinard darauf hingewiesen, dass es besser ist, mit 2x40-Fuß großen Containern zu fahren als mit dem bereits bestehenden EcoCombi – und natürlich weit besser als das Fahren mit nur einem Container. Wir verkünden voller Stolz, dass dies zu einem wichtigen Pilotprojekt geführt hat. In diesem [Video](#) erfahren Sie mehr dazu. Wir hoffen, dass diese Fahrzeuge in den kommenden Jahren (ab Mitte 2020) auf die Straßen kommen. Das führt zu einer Erhöhung der Effizienz, einer Reduzierung der CO₂-Emissionen (um bis zu 27 %), einer Senkung des eingesetzten Personals und zu sicheren Straßen. Aufgrund von Gewichtsbeschränkungen wird das Ziel von Nature's Pride, mit dem SuperEcoCombi zu fahren, erst zu einem späteren Zeitpunkt erreicht werden.





VERANTWORTUNGSBEWUSSTE WASSERNUTZUNG

Unser Ziel

Verantwortungsbewusste Wassernutzung in unseren Anbaugebieten



Wir ergreifen Maßnahmen, um die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung zu erreichen.

6 CLEAN WATER AND SANITATION





VERANTWORTUNGSBEWUSSTE WASSERNUTZUNG | Unsere Aktivitäten

Wasser ist für Nature's Pride von strategischer Bedeutung, da frisches Obst und Gemüse hauptsächlich aus Wasser besteht. Seit 2017 haben wir unsere Bemühungen intensiviert, eine verantwortungsvolle Wassernutzung auf Betriebsebene und Ebene der Bezugsgebiete voranzutreiben. Im Jahr 2019 haben wir unsere Wasserstrategie verstärkt und auf allen drei Ebenen dieser Strategie Maßnahmen ergriffen.

Auf Ebene 1 – Beschaffung und Erzeuger – haben wir unsere Water Policy aktualisiert, Gespräche zum Thema Wasser mit Kunden und unseren Beschaffungsmitarbeitern organisiert und das SPRING Wasser-Audit mit strategischen Erzeugern in Peru und Chile durchgeführt.

Auf Ebene 2 – Engagement des Sektors – sind wir aktiv auf verschiedene Stakeholder zugegangen und haben unsere Arbeit im Rahmen der World Water Week und der EU-Wasserinnovationskonferenz vorgestellt.

Auf Ebene 3 – Maßnahmen in Bezugsgebieten – haben wir eine Partnerschaft mit dem WWF und IDH Sustainable Trade geschaffen, um den verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser in einem Hauptbezugsgebiet in Peru zu fördern. Auf unserer Website erfahren Sie mehr über all diese Aktivitäten.



VERANTWORTUNGSBEWUSSTE WASSERNUTZUNG | Auswirkung



**25 Felder
zertifiziert** nach
dem SPRING
Wasser-Audit in
Peru und Chile



Sitzungen rund
um Wasser für 40
Mitarbeiter aus
der Beschaffungs-
abteilung



Präsentationen
über unsere
Water Policy auf
Konferenzen
und für Kunden.
Einbindung von
Stakeholdern



Partnerschaften
mit strategischen
Partnern wie
GlobalG.A.P.,
WWF und IDH
Sustainable Trade



VERANTWORTUNGSBEWUSSTE WASSERNUTZUNG

Höhepunkte

Im Jahr 2019 sind GLOBALG.A.P. und Nature's Pride eine Partnerschaft eingegangen, um das neue Wasserprogramm **SPRING** (Nachhaltiges Programm für Bewässerung und Grundwassernutzung) in Peru und Chile zu testen.

Während eines Zeitraums von sechs Monaten wurden Zertifizierungsstellen und Erzeuger rund um die neue Norm geschult. Im August und September wurden 25 Felder mit verschiedenen Kulturen einem Audit unterzogen.

Alle Erzeuger haben das Audit bestanden und gehören somit zu den ersten in der Welt, die eine GLOBALG.A.P. **SPRING**-Zertifizierung erreichen. Diese Zertifizierung bestätigt, dass sie legale Wasserquellen nutzen und in ihrem Betrieb ein hervorragendes Wassermanagement verfolgen.



Ziele 2020



100 % soziale Kontrolle und wichtigste Themen, die über Social Compliance hinausgehen

- 95 % sozial geprüft oder aus Ländern mit geringem Risiko
- GRASP als Mindestanforderung für neue Erzeuger, Kleinbauern und Länder mit geringem Risiko
- Verbesserungen SIM Social Compliance Monitoring



Gute Gesundheit und positiver Lebensraum

- Fortsetzung der laufenden Projekte und Start von drei neuen Projekten gemäß der neuen Strategie



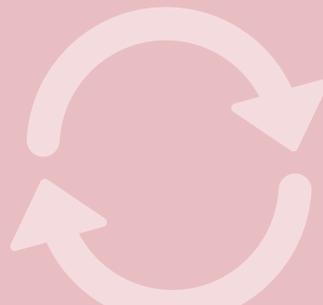
Reduzierung von Lebensmittelverlust

- Avocados mit verlängerter Haltbarkeit in größerem Maßstab auf den Markt bringen
- optimierte Planung von Angebot und Nachfrage für mehr Produkte



100 % valorisierter Lebensmittelverlust innerhalb der Lebensmittelkette

- > 80 % der nicht verwendbaren Avocados und > 25 % der nicht verwendbaren Mangos für den menschlichen Verzehr bewahren
- < 2,7 % des Beschaffungsvolumens als „Lebensmittelverlust von geringem Wert“



100 % recycelbare oder wiederverwendbare Verpackung

- 10 % nachhaltigere Verpackung
- Richtlinie zu nachhaltiger Verpackung mit aktuellsten Entwicklungen aktualisieren



Reduzierung der CO₂-Emissionen um 1/3

- weitere Reduzierung unserer CO₂-Emissionen um 5 %



Verantwortungsbewusste Wassernutzung in unseren Anbaugebieten

- Aufbau von Kapazitäten der Beschaffungsmitarbeiter: Kernkonzepte von Wasser verstehen, Risikoanalyse und folgende Schritte
- SPRING-Zertifizierung bei strategischen Erzeugern einführen
- Start von Projekten zur Unterstützung eines verantwortungsbewussten Wasser-managements in Hauptbezugsgebieten



Nature's
Pride

Sustainable Business | Jahresbericht 2019