

Ernährungs- bedürfnisse und hochwertige Ernährung



Nestlé

Good Food, Good Life

Bericht zur Gemeinsamen
Wertschöpfung 2008



Inhalt

Geleitwort des Präsidenten: Gemeinsame Wertschöpfung	2
Geleitwort des Delegierten des Verwaltungsrats: Gemeinsame Wertschöpfung und Ernährung	3
Die weltweite Ernährungssituation	4
Über diesen Bericht	11

Wissenschaftsbasierte Lösungen für Ernährungsbedürfnisse	14
Die Qualität von Nahrungsmitteln und Ernährung	22
Adipositasprävention und Gewichtsmanagement	30
Ernährung für Verbraucher mit besonderen Bedürfnissen	38
Ernährungsbewusstsein und Ernährungsaufklärung	48
Bessere Ernährung in Entwicklungsländern	60

Künftige Ausrichtung und Herausforderungen	70
Unabhängige Prüfungsergebnisse	71

Weitere Informationen zur Gemeinsamen Wertschöpfung, einschliesslich Informationen zum Umweltmanagement und zur Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, sind im *Geschäftsbericht 2008* sowie auf unserer Homepage zusammengefasst: www.nestle.com/csv

Anlagen

Geschäftsbericht 2008
Bericht zur Corporate Governance 2008
Finanzielle Berichterstattung 2008



Das vorliegende Dokument ist eine Übersetzung. Im Zweifelsfall oder bei unterschiedlicher Auslegung ist der englische Wortlaut massgebend

Bei den kursiv gedruckten Marken handelt es sich um eingetragene Warenzeichen von Gesellschaften der Nestlé-Gruppe

Unternehmensprofil

Vevey

Hauptsitz des Unternehmens,
Schweiz

**109,9
Milliarden**

Gesamtumsatz 2008, in CHF

**10,4
Milliarden**

Umsatz Nestlé Nutrition 2008,
in CHF

456

Anzahl Fabriken weltweit

1866

Gründungsjahr
des Unternehmens

**18,0
Milliarden**

Reingewinn 2008, in CHF

283 000

Anzahl Mitarbeiter weltweit

84

Anzahl Länder, in denen
Nestlé Fabriken hat

Fabriken nach Kontinenten, 2008

- Europa 165
- Nord- und Südamerika 168
(Nordamerika 92,
Mittel- und Südamerika 76)
- Asien, Ozeanien und Afrika 123
(Asien 79, Ozeanien 18, Afrika 26)

Quelle: Nestlé



Mitarbeiter nach geographischen Zonen, 2008

- Europa 33,3%
- Nord- und Südamerika 38,7%
- Asien, Ozeanien und Afrika 28,0%

Quelle: Nestlé



Produktbereiche: Umsatz und Wachstum, 2008

Produktbereiche	Umsatz (in Mrd. CHF)	Organisches Wachstum
Lösliche und flüssige Getränke	18,885	12,8%
Nestlé Waters	9,589	-1,6%
Milchprodukte (inkl. Speiseeis)	20,561	9,2%
Nestlé Nutrition	10,375	7,7%

Quelle: Nestlé

Produktbereiche	Umsatz (in Mrd. CHF)	Organisches Wachstum
Fertiggerichte und Produkte für die Küche	18,117	6,1%
Süßwaren	12,370	8,0%
Produkte für Heimtiere	12,467	12,1%
Pharmazeutische Produkte	7,544	8,8%

Leistungsüberblick 2008

Leistungsindikatoren

Nestlé hat die folgenden Leistungsindikatoren entwickelt, um eine gezielte Messung und Darstellung der Gemeinsamen Wertschöpfung in den Bereichen Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden zu ermöglichen.

	2007	2008
Gesamtumsatz der Gruppe (in Mio. CHF)	107 552	109 908
Reingewinn (in Mio. CHF)	10 649	18 039
Umsatz Nestlé Nutrition (in Mio. CHF)	8 434	10 375
Popularly Positioned Products ¹ : Europa (Umsatzvolumen in Mio. CHF) ²	212	782
Popularly Positioned Products ¹ : Nord- und Südamerika (Umsatzvolumen in Mio. CHF) ²	3 517	1 910
Popularly Positioned Products ¹ : Asien, Ozeanien und Afrika (Umsatzvolumen in Mio. CHF) ²	1 722	2 707
Zahl der infolge ernährungs- oder gesundheitsspezifischer Überlegungen überarbeiteten Produkte ³	6 445	6 254
Erhöhung des Anteils der nährstoffreichen Ingredienzien oder der wichtigen Nährstoffen (Anzahl Produkte) ³	2 603	3 068
Reduktion von Natrium, Zucker, Transfettsäuren, Fett oder künstlichen Farbstoffen (Anzahl Produkte) ³	3 842	3 186
Reduktion von Transfettsäuren (in Tonnen) (Dezember 2003–Februar 2007)	34 200	n/a ³
Reduktion von Zucker (in Tonnen) (Januar 2003–Dezember 2006; und Dezember 2007)	204 000	290 000
Reduktion von Salz (in Tonnen) (April 2005–Dezember 2006; und Dezember 2007)	5 000	6 800
Produkte, welche die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation erfüllen oder übertreffen (% des Umsatzes) ⁴	n/a	67
Produkte mit dem <i>Nestlé Ernährungskompass</i> (% des Umsatzes; GRI ⁵ -Referenz PR3) ⁶	95	98
Produkte (% des Umsatzes) in der EU mit GDA-Kennzeichnung (79% weltweit; GRI ⁵ Referenz PR3) ⁷	45	88
Vermarktung von Säuglingsanfangsnahrung (Zahl der internen Prüfungen; GRI ⁵ Referenz PR7)	9	16
Vermarktung von Säuglingsanfangsnahrung (Zahl der externen Prüfungen; GRI ⁵ Referenz PR 7)	1	2

¹ Produkte für einkommensschwächere Haushalte (PPP)

² Definitionen für PPP-Umsätze wurden 2008 für die verschiedenen Zonen vereinheitlicht; Eine umfassende Erläuterung finden Sie unter www.nestle.com/csv/inaction/ppp

³ Basis: Berichte von rund 75% der weltweiten Produktentwicklungsteams;

Reduktion von Transfettsäuren grösstenteils 2007 erreicht, Verbesserungen der Nährstoffdichte mehrheitlich 2008 umgesetzt

⁴ Umfang der Überprüfung 2008: 50% des gesamten Umsatzvolumens im Bereich Nahrungsmittel und Getränke;

Siehe www.research.nestle.com-Science+in+Action/NestleNutritionalProfiling für alle Angaben zu den NF-Kriterien

⁵ Global Reporting Initiative

⁶ Ausgenommen: normale Kaffee-, Tee- oder Wasserprodukte, Produkte für gewerbliche Anwender, Geschenkschokolade oder Heimtiernahrung

⁷ Basis: nur Angaben für die Europäische Union. Weltweit: 79% des Umsatzes;

Ausgenommen in beiden Fällen: normale Kaffee-, Tee- oder Wasserprodukte, Produkte für gewerbliche Anwender, Geschenkschokolade oder Heimtiernahrung

Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die Leistungsindikatoren auf das am 31.12.2008 endende Berichtsjahr

 Eine vollständige Liste der aktualisierten Indikatoren für andere Bereiche unseres Geschäfts entnehmen Sie bitte dem Geschäftsbericht oder unserer Homepage www.nestle.com/csv

Höhepunkte 2008

Wissenschaftsbasierte
Lösungen für Ernährungs-
bedürfnisse

1,98 Milliarden

Globale Investitionen in Nestlé
Research, in CHF

5000

Nestlé-Mitarbeiter in den 26 For-
schungszentren in aller Welt für
Nahrungsmittel und Getränke

21 Millionen

Investitionen in F&E-Zentren in China,
in CHF

Adipositasprävention und
Gewichtsmanagement

36 Millionen

Portionen zusätzlicher Gemüseverzehr
in den USA seit 2007 durch die *Lean
Cuisine* «Twice the Veggies»-Initiative

1,36 Millionen

Gewichtsverlust bei Jenny Craig-
Kunden im Jahr 2008, in Kilogramm

2,5 Millionen

Personen wurden mit dem Adipositas-
Präventionsprogramm EPODE erreicht

Ernährungsbewusstsein und
Ernährungsaufklärung

9,1 Millionen

Menschen, die durch
Aufklärungsprogramme von
Nestlé erreicht wurden

79353

Mitarbeiter, die in den ersten
18 Monaten an NO-Trainings
teilnahmen

Bessere Ernährung
in Entwicklungsländern

5 Millionen

Tonnen Milch wurden 2007 in
den Milchdistrikten in 29 Ländern
angekauft

30 Millionen

Wert der Mikrokredite, die Nestlé
für Bauern ermöglicht hat, in CHF

11 Millionen

Voraussichtliche Anzahl der Gering-
verdiener, die bis Ende 2011 angerei-
cherte preiswerte Milchprodukte von
Nestlé verwenden werden

Die Qualität von Nahrungs-
mitteln und Ernährung

5 Milliarden

Verkaufswert der Produkte mit
Branded Active Benefits, in CHF

19 Milliarden

Mit Jod angereicherte *Maggi*-Bouillon-
würfel werden jedes Jahr in Zentral-
und Westafrika verkauft

Ernährung für Verbraucher mit
besonderen Bedürfnissen

10,4 Milliarden

Umsatz von Nestlé Nutrition, in CHF

8%

Leistungssteigerung bei Sportlern
durch das Branded Active Benefit
C2Max

Geleitwort des Präsidenten: Gemeinsame Wertschöpfung

Gemeinsame Wertschöpfung ist ein Grundprinzip unserer Geschäftsstrategie und entscheidend für unseren Geschäftserfolg. Gemeinsame Wertschöpfung bedeutet für uns, Mehrwert für unsere Aktionäre und die Gesellschaft als Ganzes zu schaffen. Nur so können wir als Unternehmen langfristig Erfolg haben. Wenn wir keinen Mehrwert für unsere Aktionäre schaffen, erfüllen wir nicht die Erwartungen von Hunderttausenden von Investoren – allen voran die von Rentensparern und Pensionsfonds. Sie verlassen sich darauf, dass Nestlé eine zuverlässige Rendite erwirtschaftet, welche die Grundlage ihrer ökonomischen und sozialen Absicherung darstellt. Der Gesellschaft bieten wir Mehrwert, indem wir die Bedürfnisse der Konsumenten und der Öffentlichkeit erfüllen, wodurch wiederum anhaltende Nachfrage nach unseren Produkten entsteht.

Dieses Bestreben, der Gesellschaft durch unsere Tätigkeit zu dienen, ist meines Erachtens teilweise ein Grund für die ausgeprägte Treue und Motivation sowie die niedrige Fluktuationsrate unserer 283 000 Mitarbeiter. Damit hat es entscheidenden Anteil an unserem Geschäftserfolg.

Allerdings reicht es nicht aus, die Vorschriften einzuhalten und nachhaltig zu wirtschaften. Neben den geltenden Gesetzen muss ein Unternehmen auch den höchsten Standards unternehmerischen Handelns verpflichtet sein. Verhaltenskodizes wie der Global Compact der Vereinten Nationen sind für uns elementar und nicht verhandelbar. Darüber hinaus muss ein Unternehmen ökologisch nachhaltig handeln. Es muss die Bedürfnisse der Gegenwart so ressourcenschonend erfüllen, dass die Ressourcen auch noch künftigen Generationen zur Verfügung stehen. Neben all dem gilt jedoch: Um als Unternehmen langfristig Erfolg zu haben, müssen wir mehr als nur Vorschriften einhalten und nachhaltig wirtschaften, sondern auch Mehrwert für die Gesellschaft generieren.

Oberste Priorität hat dabei der Mehrwert für unsere Konsumenten – wobei der Nährwert ihrer Produkte Nestlé zum weltweit führenden Konzern für Nutrition, Gesundheit und Wellness gemacht hat. Dieses Ziel verfolgen wir, seit Henri Nestlé 1867 das erste Milch- und Zerealienprodukt entwickelte, das Säuglingen sowie älteren und gebrechlichen Menschen das Überleben ermöglichte.

Neben dem Mehrwert für unsere Konsumenten schaffen wir auch dort Mehrwert, wo es im Sinne nachhaltigen Wirtschaftens sinnvoll erscheint: für die Bauern, für unsere Mitarbeiter, für die Kleinbetriebe und die

Ein

gemeinsames Ziel

2007 begrüsst Nestlé Präsident Peter Brabeck Mitarbeiter in der neuen Fabrik von Nestlé in Feira de Santana in Bahia im Nordosten Brasiliens.



Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. Diese langfristige Ausrichtung unterscheidet uns von vielen Unternehmen und stellt vor allem in den Entwicklungsländern einen klaren Wettbewerbsvorteil dar.

In diesem Sinne suchen wir permanent nach neuen Wegen, um der Gesellschaft zu dienen. Unsere «Popularly Positioned Products» für Menschen an der Basis der Gesellschaftspyramide sind ein Beispiel dafür.

Der vorliegende Bericht soll Ihnen einen Einblick in unser Engagement zugunsten einer Gemeinsamen Wertschöpfung geben. Sollte er Fragen offen lassen, so beantworte ich Ihnen diese gerne.

Peter Brabeck-Letmathe
Präsident der Nestlé AG

Geleitwort des Delegierten des Verwaltungsrats: Gemeinsame Wert- schöpfung und Ernährung

Eine der Schlüsselaufgaben eines CEO besteht darin, dafür zu sorgen, dass sein Unternehmen getreu den eigenen Unternehmensgrundsätzen geführt wird. Daher muss ich unter anderem sicherstellen, dass Nestlé nach den eigenen Unternehmensgrundsätzen handelt. Dies ist die Grundlage dafür, dass unsere 283 000 Mitarbeiter auf ein und dieselbe Strategie ausgerichtet sind, dass sie dieselben Ziele verfolgen und dieselbe prinzipienorientierte Leistungskultur teilen.

Nestlé ist der Auffassung, dass ein Unternehmen nach strengsten Geschäftsgrundsätzen und unter Berücksichtigung höchster Standards der ökologischen Nachhaltigkeit geführt werden muss, um geschäftlich erfolgreich zu sein. Diese Grundwerte sind in den Nestlé-Unternehmensgrundsätzen und weiteren spezifischen Verhaltenskodizes festgeschrieben.

Doch der Ansatz von Nestlé geht über Nachhaltigkeit hinaus und ist auch auf die Schaffung von Mehrwert für die Gesellschaft und unsere Aktionäre ausgerichtet. Kurz: auf Gemeinsame Wertschöpfung. Die vorrangigen Handlungsfelder im Rahmen der Gemeinsamen Wertschöpfung von Nestlé sind Ernährung, Wasser und ländliche Entwicklung. Sie sind ebenso entscheidend für unseren Geschäftserfolg wie für die Erfüllung dringender gesellschaftlicher Bedürfnisse. Der wichtigste Bereich, in dem Nestlé Mehrwert für die Gesellschaft und für die Aktionäre schafft, ist die Ernährung.

Seitdem Nestlé vor über 140 Jahren in der Schweiz gegründet wurde, erzielt das Unternehmen anhaltendes Wachstum und Profit, indem es Menschen in aller Welt nahrhafte Lebensmittel bietet und damit zur Gesundheit der Konsumenten beiträgt. Nestlé ist heute weltweit der grösste Konzern für Nutrition, Gesundheit und Wellness und grösser als ihre nächsten beiden Mitbewerber aus der Nahrungsmittel- und Getränkebranche zusammen. Jeden Tag kaufen rund eine Milliarde Menschen unsere Produkte. Nestlé ist weltweit ein Begriff. Dennoch machen die Produkte von Nestlé nur etwas mehr als 2% aller weltweit verkauften abgepackten Nahrungsmittel und Getränke aus.

Ich freue mich, Ihnen am Ende meines ersten Jahres als Delegierter des Verwaltungsrats unseren ersten *Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung* zum Thema Ernährung vorlegen zu dürfen. Er dokumentiert die Anstrengungen und Initiativen, mit denen Nestlé die Ernährungsbedürfnisse unterschiedlichster Menschen in aller Welt erfüllen und ihnen eine hochwertige Ernährung ermöglichen will. Der Bericht möchte vermitteln, dass Nestlé ebenso von

Augenschein vor Ort

Paul Bulcke beim
Besuch eines
Händlers in
Ghana 2008.



ihren Unternehmensgrundsätzen wie von ernährungswissenschaftlichen Erwägungen geleitet wird. Nestlé besitzt die grösste private Forschungs- und Entwicklungseinrichtung der Welt und verdankt dieser einen Grossteil ihres Wachstums.

Wir wollen den Konsumenten eine gesündere, nährreichere Ernährung ermöglichen, wobei unsere Nahrungsmittel von nahezu sämtlichen Schichten innerhalb der Geldwirtschaft konsumiert werden. Wir dürfen jedoch nicht vergessen, dass nach wie vor grosse Teile der Weltbevölkerung ausserhalb der Geldwirtschaft leben und von uns nicht erreicht werden. Für eine Verbesserung der Ernährungssituation von Menschen an der Basis der Gesellschaftspyramide ist wirtschaftliche Entwicklung unabdingbar – vor allem in den ländlichen Gebieten. Nestlé trägt seit vielen Jahrzehnten massgeblich zur wirtschaftlichen Entwicklung bei – sowohl durch die Zusammenarbeit mit den Bauern wie durch unsere 456 Fabriken in ländlichen Gebieten, von denen sich rund die Hälfte in Entwicklungsländern befindet. Das Unternehmen ist seit den 20er Jahren des vergangenen Jahrhunderts in Entwicklungsländern tätig. Durch kostenlose technische Unterstützung, Mikrokredite und den Ausbau der ländlichen Infrastruktur verhalf Nestlé zunächst kleinen Milchbetrieben zu höherer Produktivität und mehr Einkommen. Heute arbeitet Nestlé direkt mit rund 600 000 Bauern auf der ganzen Welt zusammen, und Millionen von Bauern hat das Unternehmen dadurch einen Weg aus der Armut eröffnet. Die wirtschaftlichen Erfolge von Nestlé und der Bauern, die das Unternehmen mit Milch, Kaffee und Kakao beliefern, gehen Hand in Hand.

Der vorliegende Bericht soll Sie dazu anregen, uns wissen zu lassen, wie wir den Menschen in der Welt noch gezielter zu einer besseren Ernährung, zu mehr Gesundheit und Wohlbefinden verhelfen und gleichzeitig unser Geschäft und die Erträge für unsere Aktionäre optimieren können.

Paul Bulcke
Delegierter des Verwaltungsrats der Nestlé AG

Die weltweite Ernährungssituation

Dr. Kraisd Tontisirin und Dr. Pattanee Winichagoon

Das globale Umfeld, in dem Nestlé tätig ist, hat Einfluss auf unsere Initiativen in den Bereichen Ernährung, Gesundheit und Wellness. Bei der Entwicklung unserer Strategien zur Lösung von Ernährungsbedürfnissen ziehen wir daher Experten aus den verschiedensten Bereichen zu Rate. Im Folgenden erörtern Dr. Tontisirin und Dr. Pattanee Winichagoon die wichtigsten globalen Ernährungsfragen unserer Zeit.

Ein komplexes globales Szenario

Eine gute und ausreichende Ernährung bzw. sogenannte «Ernährungssicherheit» liegt vor, wenn Menschen Zugang zu ausreichend nährstoffreicher und sicherer Nahrung haben und diese so verwerten können, dass ihr Bedarf an Makro- und Mikronährstoffen gedeckt wird. Ernährungssicherheit bezeichnet den Zustand der Versorgungssicherheit und umfasst damit neben der Verfügbarkeit und Verteilung von Nahrungsmitteln auch Lebensmittelhygiene, sanitäre Umweltbedingungen, sauberes Trinkwasser sowie ein Minimum an Gesundheitsschutz und -förderung (z.B. die Versorgung von Mutter und Kind sowie Impfschutz).

In den letzten Dekaden hat die Ernährungswissenschaft die Bedeutung der Ernährung für Gesundheit und das allgemeine Wohlbefinden deutlich herausgestellt. Eine gesunde Ernährung bietet Schutz vor viralen und bakteriellen Infektionen, fördert die kognitive Entwicklung und das Lernvermögen, steigert die körperliche Leistungsfähigkeit und verbessert die Arbeitsleistung. Überernährung führt zu Übergewicht und Fettleibigkeit sowie ernährungsbedingten chronischen Krankheiten (wie erhöhten Blutfettwerten, Hypertonie, Diabetes, kardiovaskulären Erkrankungen und Krebs). Lange wurde der Begriff der Fehlernährung fälschlicherweise nur für Mangelernährung verwendet sowie für Krankheiten, die mit Unterernährung und Armut einhergehen. Die jüngste globale Epidemie der Überernährung betrifft jedoch weite Teile der Bevölkerung in den Industrie- und Entwicklungsländern – und zwar in allen sozioökonomischen Schichten. Das Ernährungsszenario des 21. Jahrhunderts ist damit komplexer als das vergangener Jahrzehnte. Viele Länder stehen heute vor den Herausforderungen einer doppelten Fehlernährungslast, da Unter- und Überernährung in ein und derselben Bevölkerungsgruppe, mitunter sogar in derselben Gemeinschaft, demselben Haushalt oder bei derselben Person gleichzeitig vorliegen kann.

Trotz Fortschritten sind die Herausforderungen gross

Die Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation (FAO) der Vereinten Nationen und die Weltgesundheitsorganisation (WHO) organisierten 1992 die International Conference of Nutrition (ICN), um die Mitgliedsstaaten und die internationale Gemeinschaft auf Ziele und Strategien zur Vorbeugung und Bekämpfung von Fehlernährung zu verpflichten. Das Ergebnis dieser und weiterer globaler Initiativen war ein Rückgang der Unterernährung und der unzureichenden Versorgung mit Mikronährstoffen bei Kindern sowie ein teilweiser Rückgang der Mangelernährung von werdenden Müttern in den letzten zwei Jahrzehnten. Nach jüngsten Schätzungen der FAO sind jedoch nach wie vor 840 Millionen Menschen von Nahrungsmittelunsicherheit betroffen – gemessen am Brennwert der verfügbaren Nahrung und den Möglichkeiten der Bevölkerung, ihre Bedürfnisse zu decken. Infolge von Mangelernährung während der Schwangerschaft kommen jährlich rund 20 Millionen Babys mit einem niedrigen Geburtsgewicht (Low Birth Weight, LBW) von <2500g auf die Welt. Das LBW ist ein wichtiger Risikofaktor für postnatale Unterernährung und damit für eine schwache körperliche und kognitive Entwicklung sowie ernährungsbedingte chronische Krankheiten im späteren Leben. Unterentwicklung und Untergewicht sind in den Entwicklungsländern noch immer verbreitet. Betroffen sind rund 178 Millionen Säuglinge und 140 Millionen Kleinkinder unter 5 Jahren. Jedes Jahr sterben rund fünf Millionen Säuglinge und Kinder unter fünf Jahren an den direkten oder indirekten Folgen von Mangelernährung. In Ländern mit anhaltenden Entwicklungsschwierigkeiten wie in Afrika und Teilen Asiens und Lateinamerikas wird die Situation zusätzlich durch Nahrungsmittelkrisen verschärft.

Zwei Milliarden Menschen weltweit leiden unter Mikronährstoffmangel, vor allem in den Entwicklungsländern. Für die öffentliche Gesundheit relevant sind vor allem Vitamin A-, Eisen- und Jodmangel. Sie schränken die Körperfunktionen ein und verursachen Morbidität und Mortalität. Auch der Mangel an Zink, Folat und Vitamin D sorgt seit mehreren Jahren in einigen Ländern für Besorgnis. Diese Probleme verschärfen gesundheitliche und wirtschaftliche Schwierigkeiten. Der Mangel an Vitamin A und Zink zum Beispiel ist weltweit schätzungsweise für 9% aller Lebensjahre mit Behinderung (Disability-Adjusted Life-Years, DALYs) von Kindern verantwortlich. Eisen- und Jodmangel haben hingegen nur einen Anteil von 0,2% daran, ihre Auswirkungen

«Nahrungsmittel- und Ernährungsunsicherheit betrifft all jene, die keinen ausreichenden physischen oder finanziellen Zugang zu Nahrung haben. Von der doppelten Last der Fehlernährung spricht man bei gleichzeitiger Unter- und Überernährung in ein und derselben Bevölkerungsgruppe, demselben Haushalt oder bei derselben Person – z.B. bei Menschen mit Adipositas und Anämie.»



Dr. Kraissid Tontisirin,
Professor im Ruhestand, Mahidol
University, Thailand

📺 Das vollständige Interview
finden Sie als Video unter
www.nestle.com/csv/stories

auf kognitive Fähigkeiten und Lernvermögen sind allerdings hinreichend bekannt. Eisenmangel trägt als Hauptursache für Anämien signifikant zur Müttersterblichkeit in den geringer entwickelten Ländern bei, allen voran in Südasien und Afrika. Damit fordert Mikronährstoffmangel in vielen Entwicklungsländern nach wie vor einen hohen Preis im Hinblick auf Gesundheit und Lebensqualität.

Das andere Extrem sind die weltweit 1,6 Milliarden Erwachsenen mit Übergewicht, darunter 400 Millionen mit Adipositas. Mehr als 70% dieser übergewichtigen oder adipösen Personen stammen aus den mittleren oder unteren Gesellschafts- und Einkommensschichten. Alarmierend ist der rapide Anstieg der Adipositas bei Kindern, mit derzeit 20 Millionen betroffenen Kindern unter 5 Jahren. Schätzungen zufolge wird es 2015 2,3 Milliarden Menschen mit Übergewicht und 700 Millionen Menschen mit Adipositas geben. 60% aller Todesfälle werden mit Diabetes, Hypertonie, kardiovaskulären Erkrankungen und Krebs in Verbindung gebracht werden. 80% dieser Todesfälle werden wiederum die Entwicklungsländer betreffen. Und epidemiologische Untersuchungen haben ergeben, dass ein geringes Geburtsgewicht ein wesentlicher langfristiger Risikofaktor für Adipositas und ernährungsbedingte chronische Krankheiten ist.

Die heutigen Nahrungsmittel- und Ernährungsprobleme gehen also Hand in Hand mit dem gleichzeitigen Auftreten von Unter- und Überernährung. Besonders häufig ist dieses Phänomen in Entwicklungsländern mit hohem Wirtschaftswachstum. Unter- und Überernährung können jedoch nicht vollkommen unabhängig voneinander betrachtet werden, da beide teilweise auf Mangelernährung während der Schwangerschaft zurückzuführen sind. Ernährung ist das Bindeglied zwischen Nahrungsmitteln und Gesundheit. Sie unterliegt sozioökonomischen, kulturellen und politischen Gegebenheiten und damit auch der Globalisierung. Mangelernährung muss bereichsübergreifend bekämpft werden (Landwirtschaft, Gesundheit, Bildung, Entwicklung, Handel, Finanzen), innerhalb der Gemeinschaften, auf allen Verwaltungsebenen sowie auf politischer Ebene.

Ernährung, demographischer Wandel und sozioökonomische Herausforderungen

Bedingt durch eine bessere Familienplanung und Gesundheitsvorsorge hat sich das demographische Profil einzelner Entwicklungsländer seit den 1980ern deutlich gewandelt, nicht anders als zuvor in den Industrieländern auch. Infolge sinkender Säuglings- und Kleinkindersterblichkeit und einer längeren Lebenserwartung steigt der Anteil älterer Menschen rapide an, vor allem in den neu industrialisierten Ländern. Die Ernährungs- und Gesundheitsbedürfnisse verändern sich dementsprechend. Daher müssen Mittel umgeschichtet werden – von den Programmen für Mütter und Kleinkinder hin zur Ernährung älterer Personen –, um einen gesunden Lebenswandel zu fördern und vorzeitiger Behinderung und Tod vorzubeugen.



1



2

3



6

1

Herausforderung der Fehlernährung

Armut ist eine wesentliche Ursache von Nahrungsmittel- und Ernährungsunsicherheit und trägt in Entwicklungsländern zu Fehlernährung bei.

2

Höhere Lebenserwartung

Die höhere Lebenserwartung vor allem in den neu industrialisierten Ländern erfordert ein zunehmendes Augenmerk auf die Ernährung und Versorgung älterer Menschen.

3

Überernährung

Der jüngste rapide Anstieg von Adipositas und ernährungsbedingten chronischen Krankheiten wie Hypertonie, Diabetes und kardiovaskulärer Erkrankung betrifft die Entwicklungs- wie die Industrieländer und sämtliche sozioökonomischen Schichten.

Das Ernährungsszenario des 21. Jahrhunderts ist komplexer als das vergangener Jahrzehnte. Viele Länder stehen heute vor den Herausforderungen der doppelten Last der Fehlernährung, d.h. dem gleichzeitigen Vorliegen von Unter- und Überernährung in ein und derselben Bevölkerungsgruppe, mitunter sogar in derselben Gemeinschaft, demselben Haushalt oder bei derselben Person.

Eine wesentliche Ursache von Nahrungsmittel- und Ernährungsunsicherheit ist Armut; sie trägt zu Fehlernährung und Unterentwicklung bei. Sowohl in traditionellen wie in finanziell besser gestellten Bevölkerungsgruppen herrscht ausserdem Unkenntnis in Ernährungsfragen, wissen Mütter nicht hinreichend über die Versorgung von Säuglingen und Kleinkindern Bescheid. Darüber hinaus ist die Prävalenz von häufigen Infektionen und neuen Infektionskrankheiten wie Durchfallerkrankungen, Atemwegsinfekten und Parasitenbefall in Ländern mit niedrigem Entwicklungsstandard nach wie vor hoch. Viele Menschen in Ländern Afrikas und Teilen Asiens leiden an neuen Infektionskrankheiten, HIV/AIDS, (HIV-assoziiertes) Tuberkulose und Malaria. In zahlreichen armen Entwicklungsländern beeinträchtigen zudem innere Unruhen die Entwicklung und Lebensqualität der Bevölkerung und verschlechtern die Nahrungsmittel- und Ernährungssituation.

Dank der jüngsten Fortschritte bei Technologie, Transport und Kommunikation lassen sich verschiedenste Teile der Welt in kürzester Zeit miteinander verbinden. Die sogenannte «Globalisierung» hat sichtbare Folgen für das Nahrungsmittelsystem, von der Produktion über die Lagerung und Verarbeitung bis hin zur Verteilung. Die wachsende Zahl der Supermärkte erhöht die Verfügbarkeit von Nahrung. Qualität und Sicherheit müssen jedoch weiterhin sichergestellt und überwacht werden. Lebensmittelmarketing und -werbung beeinflussen stark die Wahl und Verfügbarkeit von Produkten und verändern langfristig die Ernährungskultur vieler traditioneller Gesellschaften. Weltweit wächst der Konsum von immer fett- und zuckerhaltigeren Nahrungsmitteln. In vielen Entwicklungsländern erfolgt die Urbanisierung deutlich schneller als zuvor in der westlichen Welt. Die Menschen im urbanen Raum pflegen zudem einen bewegungsärmeren Lebensstil, gleich ob privat, im Beruf oder in der Freizeit. Die daraus resultierende Veränderung der Ernährungs- und Bewegungsgewohnheiten wird immer offensichtlicher und führt zu Überernährung und ernährungsbedingten chronischen Krankheiten.

Ende 2007 und im ersten Halbjahr 2008 kam es zu einem Anstieg der Kosten für die Nahrungsmittelproduktion.

Zuvor hatten sich die Düngemittelpreise verdreifacht und die Transportkosten infolge gestiegener Treibstoffpreise verdoppelt. Die nahrungsmittelproduzierenden Länder reagierten darauf mit kurzfristigen Eingriffen in ihre Handelspolitik (Reisexportsperrern, Mindestexportpreise, höhere Mindesteinkaufspreise, höhere Subventionen für landwirtschaftliche Ausgangsprodukte, niedrigere Importzölle auf Grundnahrungsmittel, Verkauf der Reisreserven zu subventionierten Preisen und Freigabe von öffentlichen Reserven). Diese Interventionen haben möglicherweise zu einer Verzerrung der Markt- und Nahrungsmittelpreise beigetragen. Es ist anzunehmen, dass höhere Nahrungsmittelpreise das Einkaufs- und Ernährungsverhalten der Haushalte verändern. Risikohaushalte kaufen in dieser Situation weniger Nahrungsmittel tierischer Herkunft, Obst und Gemüse, sie lassen Mahlzeiten aus, verändern die Garmethoden und machen Zugeständnisse an die Qualität der speziellen Ernährung für Kinder. Eine wahrscheinliche Folge ist der Anstieg von Unterernährung und Mikronährstoffmangel bei Kindern, Frauen und in anderen gefährdeten Gruppen.

Anfang 2008 kam es angesichts der geringeren Nahrungsmittelproduktion und gesunkenen Getreidevorräte zu einer Nahrungsmittelkrise. Diese war auf Klimaveränderungen zurückzuführen, aber auch auf eine gestiegene Nachfrage nach Biokraftstoff (aus Mais, Zucker, Palmöl), welche wiederum aus den gestiegenen Benzinpreisen resultierte. Das Ergebnis war ein deutlicher Anstieg der Nahrungsmittelpreise. In Ländern mit hohem Wirtschaftswachstum konnte die Nahrungsmittelproduktion nicht mit der gestiegenen Nachfrage nach Getreide mithalten, was zu schrumpfenden Vorräten und einer wachsenden Preisvolatilität führte. 2005 sank die weltweite Getreideproduktion um 3,6% und 2006 infolge von Dürren in Ländern, die bis dahin Selbstversorger waren, um ganze 6,9%. 2007/2008 schossen dann die Lebensmittelpreise in die Höhe. Dieser Anstieg fiel zu über 60% in die erste Jahreshälfte 2008. Die Getreidevorräte sanken zu dieser Zeit auf ihren niedrigsten Stand. Der Preisanstieg betraf sowohl Grundnahrungsmittel (Getreide und Hülsenfrüchte) wie Nichtgrundnahrungsmittel (Öl, Gemüse, Fleisch, Milchprodukte, usw.). Geht man davon aus, dass arme Bevölkerungsgruppen über die Hälfte ihres Einkommens für Lebensmittel ausgeben, führt ein Anstieg der Lebensmittelpreise um 25% zu einem Rückgang der Kaufkraft um schätzungsweise 10%.

Fortschritt in Wissenschaft und Technik

Die wissenschaftlichen und technologischen Entwicklungen der vergangenen Jahrzehnte haben die Nahrungsmittel und die Ernährungswissenschaften verändert. Der agrarwissenschaftliche Fortschritt hat zu quantitativen und qualitativen Effizienzsteigerungen und damit zu höheren Erträgen geführt. Die grüne Revolution steigerte die Erträge an Grundnahrungsmitteln, die natürliche Anreicherung, den Gehalt und die Verfügbarkeit von Mikronährstoffen. Die jüngsten Entwicklungen setzen auf traditionelle

Zuchtverfahren und Gen-Mapping, die Identifikation von Sorten mit besonders hohem Mikronährstoffgehalt (beim Reis z.B. Eisen und Zink) mit Hilfe von Gen-Banken und Gen-Technik, um «goldenen Reis» mit einem erhöhten Karotingehalt zu züchten. Spezielle Tests stellen sicher, dass die Bioverfügbarkeit der Mikronährstoffe in diesen angereicherten Produkten tatsächlich gewährleistet ist. Der Einsatz von gentechnisch veränderten Organismen ist zwar mancherorts umstritten, doch damit gelang es, den Bedarf an Insektiziden und Pestiziden erfolgreich zu reduzieren und die Pflanzen besser an karge Böden und Wasserarmut anzupassen.

Verschiedenste Verarbeitungs- und Konservierungsverfahren kommen zur Anwendung, um die nutritionelle Qualität von Nahrungsmitteln zu verbessern. Zudem werden weltweit im Zuge einer weniger anspruchsvollen, verhaltensorientierten Strategie Nahrungsmittel mit wichtigen Mikronährstoffen angereichert. Auch die Anreicherung mit bestimmten Fett- und Aminosäuren ist mittlerweile im Nahrungsmittelgeschäft weit verbreitet und wird als Mehrwert vermarktet. Dank Fortschritten in der Tierhaltung, einem vermehrten Eigenanbau und qualitativen Verbesserungen bei den pflanzlichen Proteinen (wie der Aminosäuresammensetzung) und den sensorischen Faktoren (wie Geschmack und Textur) wächst die Zahl der Proteinquellen unter den Nahrungsmitteln. Darüber hinaus werden Fettsatzstoffe und Kohlenhydrate (unverarbeitete Grundstoffe, kalorienarme Kohlenhydrate, Fett- und Zuckeraustauschstoffe) für kommerzielle Nahrungsmittel entwickelt, die Übergewicht, Adipositas und anderen ernährungsbedingten chronischen Krankheiten vorbeugen sollen. Auch der Nutzen von neuen Prä- und Probiotika, welche die Darmgesundheit fördern sollen, ist erwiesen (Reduzierung von Durchfall, Verbesserung des Immunsystems).

Neu- und Weiterentwicklungen bei den Instrumenten und Technologien zur Nahrungsmittelprüfung haben zudem die Möglichkeiten der Nahrungsmittelanalyse (Nährstoffgehalt, funktionelle Ingredienzien) verbessert. Gleichzeitig haben sie zur Entwicklung neuer WHO-Standards für eine vereinfachte ernährungsphysiologische Beurteilung und neuer Monitoring-Instrumente beigetragen. Auch Test-Kits zur Überwachung und Prüfung der Nahrungsmittelsicherheit und -qualität vor Ort sind daraus hervorgegangen. Diese Instrumente sind entscheidend für die Beurteilung von aktueller Situation und möglicher Trends. Unter Umständen können sie auch als einfachere Hilfsmittel bei der Bewertung von Strategien und Programmen zur Bekämpfung der Fehlernährung dienen.

Weltweite Ernährung und öffentliches Bewusstsein

Das öffentliche Bewusstsein für die Problematik der Unterernährung ist gross. Grund dafür ist:

- die hohe mediale Reichweite der globalen Kampagnen der letzten zwei, drei Jahrzehnte;
- die Dokumentation erfolgreicher, gross angelegter Kampagnen;

Ernährungsziele lassen sich nur durch einen breitgefächerten Ansatz und die Stärkung von Eigeninitiative erreichen, also sowohl durch Aufklärung im Bereich der Ernährung wie durch weitergehende Maßnahmen. Von erfolgreichen Ländern lässt sich lernen, dass die Ein- und Durchführung von Programmen zur besseren Ernährung eines ganzheitlichen Ansatzes bedarf und dass ihr Erfolg erst nach angemessener Zeit beurteilt werden kann.

- die jüngste mediale Berichterstattung über die Nahrungsmittelkrise.

In vielen Schwellenländern ist es parallel zum Rückgang der Unterernährung zu einem rapiden Anstieg von Adipositas und ernährungsbedingten Krankheiten gekommen. Die Bedeutung von Ernährung und körperlicher Betätigung für die Prävention und Kontrolle dieser Probleme ist erwiesen. Dennoch besteht eine Herausforderung darin, wissenschaftliche Erkenntnisse ins öffentliche Bewusstsein zu tragen und Präventions- und Kontrollmassnahmen zu implementieren. Konkrete Kampagnen und wirksame öffentliche Programme (Best-Practice-Modelle für Ernährung und körperliche Betätigung) werden dringend benötigt. Ein vermehrtes Bewusstsein für diese Thematik ist wichtig – aber mehr noch das Bewusstsein für die anhaltende Unterernährung einzelner Bevölkerungsteile und die Herausforderungen im Zusammenhang mit der aktuellen Nahrungsmittelkrise. Prävention und Kontrolle der doppelten Last der Fehlernährung müssen deshalb strategisch geplant werden, um beide Herausforderungen zu bewältigen.

Strategien und Programme zur Bekämpfung der doppelten Last der Fehlernährung

Trotz der Bedeutung einer guten Ernährung für das Humankapital und die nationale Entwicklung schrecken viele Länder davor zurück, bessere Ernährung auf politischer Ebene zu fördern. Ernährungsziele lassen sich nur durch einen breitgefächerten Ansatz und die Stärkung von Eigeninitiative erreichen, d.h. sowohl durch Ernährungsprogramme sowie weitergehende Massnahmen. Von erfolgreichen Ländern lässt sich lernen, dass die Ein- und Durchführung von Programmen zur besseren Ernährung einen ganzheitlichen Ansatz erfordert und dass ihr Erfolg erst nach einer gewissen Zeit beurteilt werden kann. Wichtige Massnahmen zur Prävention und Kontrolle von Fehlernährung sind:

- eine effizientere Nahrungsmittelproduktion und die Bereitstellung sicherer, nährstoffreicher Lebensmittel für Konsumenten und Handel;
- Vertrieb, Marketing und Bereitstellung angereicherter Nahrungsmittel für arme Bevölkerungsschichten, die vermehrt unter Fehlernährung leiden;

- Nahrungsmittel und Nahrungsergänzungsmittel (mit Schwerpunkt auf Brennwert, Proteine, Vitamine und Mineralstoffe) für Hochrisikogruppen oder Menschen in Not;
- Gewährleistung von Nahrungsmittelqualität und -sicherheit durch Lebensmittelrecht und -kontrolle;
- Ernährungs- und Verhaltensschulung durch öffentliche Aufklärung und Information;
- Unterstützung und Schutz gefährdeter Gruppen (inkl. eines «Sicherheitsnetzes» für benachteiligte Gruppen);
- grundlegende Gesundheitsleistungen für Mutter und Kind (Schwangerenfürsorge, Überwachung und Förderung der Entwicklung von Kindern, Impfschutz) und medizinische Grundversorgung;
- verbesserte Trinkwasserversorgung, sanitäre Einrichtungen und Hygiene;
- Programme zur Bewegungsförderung, z.B. in Schulen, am Arbeitsplatz und in Institutionen.

Strategische Umsetzung

Integrierte, auf Partizipation ausgerichtete Programme für die Öffentlichkeit sind für die Einbindung aller Gruppen unentbehrlich. Grossangelegte auf Partizipation setzende Programme wurden auf lokaler Ebene erfolgreich umgesetzt, u.a. in Thailand, Indonesien, Vietnam und China. Voraussetzung dafür ist ein Engagement der Regierungen für ein gesundes Nahrungsmittelangebot und die Verbesserung der Ernährung, einschliesslich der Berücksichtigung der Ernährung als Entwicklungsziel. Trotz der eingeschränkten Infrastruktur der meisten Entwicklungsländer lassen sich die erforderlichen Ressourcen in der Regel wirksam an die lokalen Bedingungen anpassen und institutionalisieren. Für eine möglichst grosse Reichweite erfordert die Prävention von Fehlernährung Leistungen auf Gemeinschaftsebene, eine Mobilisierung der breiten Bevölkerung und gemeinschaftliche Massnahmen. Ausschlaggebend für den Erfolg sind eine grundlegende soziale Sicherung, gemeinschaftliche Mitverantwortung und Beteiligung, eine adäquate Reichweite in der Bevölkerung, gezielte Interventionen und ein Aufbau von Know-how auf allen Ebenen.

Eine höhere landwirtschaftliche Produktivität und weniger Hunger lassen sich nur mit nachhaltiger Landwirtschaft und ländlicher Entwicklung erreichen. Schlüsselmassnahmen sind unter anderem der Ausbau und Erhalt der natürlichen Ressourcen, die Verbesserung der ländlichen Infrastruktur sowie bessere Möglichkeiten der Wissensgenerierung und -verbreitung. «Sicherheitsnetze» müssen Bedürftigen den Zugang zu Nahrung sichern. Eigenanbau, Möglichkeiten zur Einkommensgenerierung und Sicherheitsnetze können die Verfügbarkeit von Nahrung für die Armen steigern und Bedürftigen einen direkten Zugang zu adäquater Nahrung ermöglichen. Nahrungsmittel- und Ernährungsaufklärung muss auch bewährte Verfahren in den Bereichen Landwirtschaft, Nahrungsmittelbereitstellung und Ernährung umfassen und kann beispielsweise

1

Nachhaltige Landwirtschaft

Eine höhere landwirtschaftliche Produktivität erfordert den Erhalt der natürlichen Ressourcen, den Ausbau der ländlichen Infrastruktur und bessere Möglichkeiten der Wissensgenerierung und -verbreitung.



2

Kraftstoff oder Nahrungsmittel?

Die gestiegene Nachfrage nach Bio-Kraftstoff aus Mais, Zucker und Palmöl trug Anfang 2008 zu einem Rückgang der Nahrungsmittelproduktion und einem drastischen Anstieg der Nahrungsmittelpreise bei.



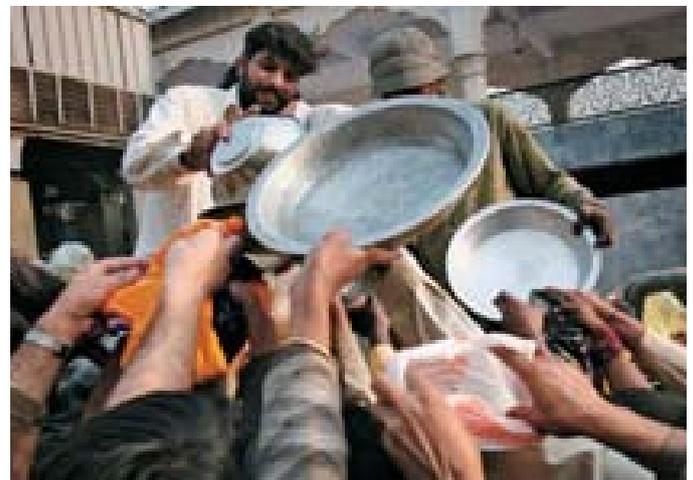
1, 2

3

Versorgungsunsicherheit bei Grundnahrungsmitteln

In Ländern mit einem hohem Wirtschaftswachstum blieb die Getreideproduktion hinter der gestiegenen Nachfrage zurück. Schrumpfende Vorräte und eine wachsende Preisvolatilität waren die Folge.

3



über Hilfsprogramme in den Bereichen Landwirtschaft, Gesundheit und Ausbildung oder andere Entwicklungsinitiativen umgesetzt werden. Auch Ansätze im Rahmen der Nahrungsmittelkette können die sichere Bereitstellung nährstoffreicher Nahrungsmittel für Konsumenten und den Handel gewährleisten, da sie Interventionsmöglichkeiten an verschiedenen Punkten und auf verschiedenen Führungsebenen bietet.

Ein wirksames Nahrungsmittelkontrollsystem erfordert angemessene Gesetze und Vorschriften, eine Kontrollinstanz sowie die Einrichtung von Kontroll- und Labordiensten, um die Nahrungsmittel am Markt zu überwachen und im Krisenfall epidemiologische Daten zu erfassen. Risikobasierte Ansätze und solche, die das Recht auf Nahrung fördern, können eine angemessene Quantität und Qualität für alle sicherstellen.

Nahrungsmittelbasierte Strategien und Massnahmen zur Prävention und Kontrolle der doppelten Last der Fehlernährung umfassen die Gewährleistung von Nahrungsmittelsicherheit, Bereitstellung sicherer und nahrhafter Nahrungsmittel sowie Aufklärung und Information. Mikronährstoffmangel kann durch gezielte Nährstoffinterventionen wie über Nahrungsergänzungsmittel, Verpflegungsprogramme und Nahrungsmittelanreicherung bekämpft werden.

Da zwischen Infektionskrankheiten und Mangelernährung oft ein enger Zusammenhang besteht, sind ein Basis-Gesundheitssystem sowie grundlegende medizinische bzw. Gesundheitsdienstleistungen notwendige Elemente eines erfolgversprechenden Ernährungsprogrammes. Die Zielsetzung und Überwachung eines solchen Programms können anhand von Ernährungsindikatoren erfolgen. Weitere wichtige öffentliche Massnahmen gegen ernährungsbedingte Erkrankungen umfassen Gesundheits-/Ernährungsaufklärung, Impfschutz, Trinkwasserversorgung, Händewaschen und sanitäre Einrichtungen, ggf. Entwurmung, insektizidbehandelte Mückennetze (in Malariagebieten) sowie Behandlung von Malaria und anderen häufigen Krankheiten. Wichtig sind aber auch die Begrenzung des Tabakkonsums, die Förderung von körperlicher Betätigung und die Einrichtung von Pflegediensten für Haushalte und Gemeinschaften.

Allianzen und Partnerschaften im öffentlichen und privaten Sektor

Das Ziel öffentlicher und privater Partnerschaften muss Nahrungsmittel- und Ernährungssicherheit für alle sein – d.h. die Menschen müssen physisch und wirtschaftlich Zugang zu nährstoffreicher und sicherer Nahrung haben, und dies in allen Lebensphasen, um eine lebenslang zufriedenstellende Ernährung als zentrale Grundlage für Wohlbefinden zu erhalten.

Öffentliche und private Partnerschaften können mit einem Dialog beginnen, um Vertrauen aufzubauen und ein Verantwortungsbewusstsein für ein breites und gesundes

Nahrungsmittelangebot zu schaffen. Solche Partnerschaften können eine gute Grundlage für ernährungsbezogene Aufklärungs- und Kommunikationsprogramme sein, die den Verbrauchern glaubwürdige und durch Tatsachen gestützte Informationen zu Ernährungsfragen vermitteln, als Grundlage für bewusste Kauf- und Konsumententscheidungen und ein aktives, gesundes Leben. Zur Verbesserung der Ernährung gefährdeter Bevölkerungsgruppen, die unter der doppelten Last der Fehlernährung leiden, sind zahlreiche Projekte und Aktivitäten denkbar. Hierzu zählen die Anreicherung von Lebensmitteln mit Vitamin A, Eisen und anderen essentiellen Mikronährstoffen, die Förderung von Schulspeisung und körperlicher Bewegung im schulischen Umfeld, Gemeinschaftsprojekte in Landwirtschaft und Nahrungsmittelproduktion sowie die Einbindung der arbeitsfähigen Bevölkerung in die Einkommensgenerierung sowie der Erhalt der Umwelt. Schulungs- und Ausbildungsmassnahmen könnten den Ausbau der Fähigkeiten auf den verschiedenen Ebenen der Projekt- und Programmentwicklung und -implementierung unterstützen. «Learning by doing» würde so zu einer entscheidenden Komponente dieser Partnerschaften und zu einer Grundlage für nachhaltige Entwicklung.

Über diesen Bericht

Schwerpunkte

Nestlé verpflichtet sich zu einer offenen Berichterstattung über Leistungen und Fortschritte. Die Berichterstattung soll weiterentwickelt werden und die Themen behandeln, die für Nestlé und ihre Anspruchsgruppen von hoher Relevanz sind. Seit unserem ersten *Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung* im Jahr 2005 haben wir unsere Berichterstattung weiterentwickelt und unser Verständnis der relevanten Faktoren vertieft. Hieraus haben wir drei langfristige Prioritäten mit besonderer Relevanz abgeleitet:

- Ernährung: Entwicklung und Produktion nahrhafter, besser schmeckender und erschwinglicher Nahrungsmittel und Getränke für alle Einkommensschichten;
- Wasser: Erhaltung der Ressource für unsere Aktivitäten; Sicherung und Verbesserung des Zugangs für die Bevölkerung vor allem in wasserarmen Gebieten;
- Ländliche Entwicklung: Investitionen vor Ort in den aufstrebenden Märkten, mit dem Ziel verstärkter Marktpräsenz und verbesserter Lebensstandards für die ländlichen Gemeinschaften.

Unsere Berichterstattung

Wir planen, alle zwei Jahre einen umfassenden *Bericht zur Gemeinsamen Wertschöpfung* vorzulegen. Dazwischen werden wir – beginnend 2008 mit diesem Bericht – ausführlich auf einen dieser drei Schwerpunkte eingehen. Der vorliegende Bericht behandelt das erste dieser Themen: die Ernährung. Er beschreibt den Ansatz von Nestlé, Produkte mit einem höheren nutritionellen Nutzen anzubieten, die sowohl das Wohlbefinden der Konsumenten als auch den Umsatz von Nestlé steigern. Weitere Informationen zu unserer Leistung im Bereich der Gemeinsamen Wertschöpfung 2008, einschliesslich Umweltmanagement, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, sind im *Geschäftsbericht 2008* sowie auf unserer Homepage zusammengefasst: www.nestle.com/csv.

📺 Einen kurzen Film über die Umsetzung des Konzepts der Gemeinsamen Wertschöpfung finden Sie unter www.nestle.com/csv/stories

Inhalt

Der Bericht beginnt mit der Rolle der Wissenschaft.

Anschliessend befassen wir uns mit dem Beitrag unserer Produkte zu einer höherwertigen Ernährung und zum Gewichtsmanagement sowie

mit den spezifischen Ernährungsbedürfnissen einzelner Konsumentengruppen. Wir beschreiben, wie wir das Bewusstsein für Ernährung fördern und über Ernährung und den Nutzen der Produkte von Nestlé aufklären. Schliesslich berichten wir über unseren Beitrag zur Befriedigung des Bedürfnisses nach erschwinglicher, nährstoffreicher Nahrung und den Nutzen unserer Geschäftstätigkeit für die ländliche Entwicklung.

Umfang

Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die Angaben in diesem Bericht auf den Geschäftsbereich Nahrungsmittel und Getränke von Nestlé in dem am 31.12.2008 abgelaufenen Kalenderjahr. Der Inhalt des Berichts wurde von Bureau Veritas geprüft (s. Prüfvermerk auf Seite 71). Im Rahmen der ständigen Weiterentwicklung unserer Strategie der Gemeinsamen Wertschöpfung werden wir die Möglichkeit prüfen, die Berichterstattung auf weitere Bereiche auszudehnen.

📄 Eine vollständige Liste der aktualisierten Leistungsindikatoren für andere Bereiche unseres Geschäfts finden Sie im *Geschäftsbericht* oder unter www.nestle.com/csv

Besondere Herausforderungen

Schlüsselthemen, wichtige Fragestellungen und Herausforderungen für die Lebensmittelbranche sind auf Wunsch externer Anspruchsgruppen in diesem Bericht hervorgehoben.

UN Global Compact und Millenniumsentwicklungsziele

Die zehn Grundsätze des Global Compact der Vereinten Nationen (UNGC) zu den Menschen- und Arbeitsrechten, zum Umweltschutz und zur Korruption sind fester Bestandteil der Nestlé-Unternehmensgrundsätze. Wir unterstützen zudem die Millenniumsentwicklungsziele der Vereinten Nationen. Der Bericht enthält Beispiele für Massnahmen, die zum Erreichen dieser Ziele beitragen, insbesondere im Abschnitt über die Einhaltung des Kodex der WHO (Seite 44) sowie im Kapitel Bessere Ernährung in Entwicklungsländern (Seite 60). Der Abschnitt Ausbau des Ernährungswissens am Arbeitsplatz (Seite 54) enthält Beispiele im Zusammenhang mit den Arbeitnehmerrechten.

Von den Millenniumsentwicklungszielen steht Ziel Nr. 1 (Verringerung extremer Armut) im Vordergrund, der Abschnitt Bessere Ernährung in Entwicklungsländern (Seite 60) enthält entsprechende Beispiele. Informationen im Zusammenhang mit den Zielen für die Gesundheit von Müttern und zur Kindersterblichkeit enthält der Abschnitt Ernährung für Verbraucher mit besonderen Bedürfnissen (Seite 38).

Eine umfassende Darstellung unserer Fortschritte bei der Umsetzung des Global Compact und der UN Millenniumsziele enthält der *Nestlé Geschäftsbericht 2008*.



Wissenschaftsbasierte Lösungen für Ernährungsbedürfnisse

(Seiten 14–21)

Nestlé ist dank der weltgrössten privaten Forschungseinrichtung der Nahrungsmittelindustrie der weltweit führende Anbieter ernährungswissenschaftlicher Lösungen. 2008 investierte Nestlé ca. CHF 1,98 Milliarden in ihre 26 Forschungs-, Technologie- und Entwicklungszentren für Nahrungsmittel und Getränke und ihr umfassendes externes Kooperationsnetzwerk. Wir bauen insbesondere unsere Präsenz in China durch Investitionen in unser bestehendes F&E-Zentrum in Shanghai und ein neues F&E-Zentrum in Peking aus. Nach der vollständigen Inbetriebnahme des im Oktober 2008 eröffneten neuen Zentrums wird Nestlé Research in China über 100 Wissenschaftler und Techniker beschäftigen, die traditionelle chinesische Zutaten und deren potentiellen Gesundheitsnutzen für die Produkte von Nestlé erforschen.

Weitere Informationen über unser verstärktes Engagement für wissenschaftliche Innovationen und Produktentwicklungen in China finden Sie auf den Seiten 18 und 21.



Die Qualität von Nahrungsmitteln und Ernährung

(Seiten 22–29)

Nestlé möchte mit ihren Produkten dazu beitragen, die Ernährung und Gesundheit der Menschen massgeblich zu verbessern. Wir reduzieren den Zucker-, Salz- und Fettgehalt unserer Produkte, bei vollem Geschmack, Nährwert und uneingeschränkter Sicherheit. Zwischen Januar 2003 und Dezember 2007 haben wir den Zuckergehalt unserer Produkte um 290 000 Tonnen reduziert. Wir sind weltweit führend bei der Anreicherung von Nahrungsmitteln mit gesundheitsfördernden Mikronährstoffen wie Eisen, Vitaminen und Mineralstoffen. Um den weit verbreiteten Mikronährstoffmangel in Entwicklungsländern zu bekämpfen, bieten wir unser Sortiment an *Nido*-Milchprodukten in erschwinglichen Packungsgrössen an, die mit den jeweils wichtigsten fehlenden Mikronährstoffen angereichert sind. Binnen drei Jahren werden wir damit geschätzte 11 Millionen Konsumenten in aller Welt erreichen.

Weitere Informationen über die Innovation und Renovation von Rezepturen finden Sie auf Seite 28.



Adipositasprävention und Gewichtsmanagement

(Seiten 30–37)

Unsere Ansätze zur Adipositasprävention und zum Gewichtsmanagement sind vielseitig. In den USA haben wir beispielsweise die führende Marke *Stouffer's Lean Cuisine* entwickelt. Die auf kontrollierten Portionen und einem begrenzten Kaloriengehalt basierenden Tiefkühlgerichte und Snacks von *Lean Cuisine* bieten den Amerikanern Extraportionen Gemüse und Vollkorn. Nestlé Waters bietet eine praktische und sicher verpackte kalorienfreie oder kalorienarme Alternative zu kalorienreichen Getränken. Das Gewichtsmanagementprogramm Jenny Craig erleichtert Interessenten in Nordamerika und Australien mit Beratung und kalorienreduzierten Portionsgerichten das Abnehmen.

Weitere Informationen über die bedeutende Auswirkung von *Lean Cuisine* auf die Ernährung von US-Bürgern finden Sie auf den Seiten 32–34.



Ernährung für Verbraucher mit besonderen Bedürfnissen

(Seiten 38–47)

Nestlé ist ein führender Anbieter von Ernährungslösungen für Konsumenten mit besonderen Ernährungsbedürfnissen und ist mit Nestlé Nutrition in über 100 Ländern präsent. Der Geschäftsbereich produziert nährstoffreiche Säuglingsnahrung und Zerealien für Kleinkinder, die Wachstum und Entwicklung fördern. Nestlé unterstützt das Stillen als den bestmöglichen Start für Säuglinge. Für Mütter, die nicht stillen, entwickelt Nestlé hochwertige Säuglingsanfangsnahrung als Ersatz für häufig verwendete Muttermilchersatzprodukte wie Kuhmilch oder Speisestärke mit Wasser. Nestlé Nutrition produziert auch Leistungsernährung für Sportler und Produkte für Menschen mit bestimmten Krankheiten. HealthCare Nutrition produziert Nahrung für Menschen in Krankenhäusern sowie in Pflegeheimen, von denen bis zu 50% unter Mangelernährung leiden.

Weitere Informationen über das Know-how von Nestlé im Bereich essentieller Ernährungslösungen für ältere Menschen und Kranke finden Sie auf Seite 40.



Ernährungsbewusstsein und Ernährungsaufklärung

(Seiten 48–59)

Nestlé will die Konsumenten befähigen, intelligente Ernährungs- und Lebensstilentscheidungen zu treffen. Mit ihrer grossen Bandbreite an öffentlichen Aufklärungs- und Interventionsprogrammen hat Nestlé geschätzten 9,1 Millionen Konsumenten in aller Welt geholfen, besser zu verstehen, welche Bedeutung der Ernährung, einem gesunden Essverhalten und körperlicher Betätigung zukommt. Ein Grossteil dieser Programme richtet sich an Schulen, da eine frühe Ernährungsaufklärung eine wichtige Rolle für die gesunde Entwicklung von Kindern spielt.

Weitere Informationen über Programme zur Ernährungsaufklärung, die Nestlé weltweit durchführt, sponsert oder unterstützt, finden Sie auf Seite 52.



Bessere Ernährung in Entwicklungsländern

(Seiten 60–69)

Nestlé ist weltweit bei der Anreicherung von Lebensmitteln mit Mikronährstoffen führend. Daneben verfolgt das Unternehmen die Geschäftsstrategie, über «Popularly Positioned Products» – Produkte im Niedrigpreissegment für breite Käufer-schichten – gezielt an Fusse der Einkommenspyramide anzusetzen. Diese Produkte bieten im Regelfall einen höheren Nährwert zu niedrigeren Preisen und können über Haus-zu-Haus-Vertriebssysteme vermarktet werden. Nestlé leistet durch ihr umfassendes Engagement zugunsten der ländlichen Entwicklung einen wesentlichen Beitrag zur Ernährung sowohl der Bauern, Mitarbeiter und Lieferanten innerhalb der Wertschöpfungskette von Nestlé sowie der Konsumenten, denen das Unternehmen besseren Zugang zu nahrhaften Lebensmitteln bietet.

Weitere Informationen über die Auswirkung unserer angereicherten Milchprodukte auf die Gesundheit von einkommensschwachen Konsumenten in Entwicklungsländern finden Sie auf Seite 62.



- 14 **Wissenschaftsbasierte Lösungen für Ernährungsbedürfnisse**
- 22 Die Qualität von Nahrungsmitteln und Ernährung
- 30 Adipositasprävention und Gewichtsmanagement
- 38 Ernährung für Verbraucher mit besonderen Bedürfnissen
- 48 Ernährungsbewusstsein und Ernährungsaufklärung
- 60 Bessere Ernährung in Entwicklungsländern

In der Forschung führend
Das Nestlé Forschungszentrum in Lausanne ist Teil des weltgrößten privaten Forschungsnetzwerks im Ernährungsbereich. Siehe Seite 16.

Wissenschaftsbasierte Lösungen für Ernährungsbedürfnisse

Ernährungsbedürfnis →

Hochwertige Nahrungsmittel und Getränke mit Gesundheitsnutzen und ernährungsphysiologischem Mehrwert.

Die Lösung von Nestlé →

Einsatz umfassender Forschungs- und Entwicklungsressourcen, die sich mit der Steigerung des Nährwerts von Nahrungsmitteln und Getränken, der Rolle der Ernährung für Gesundheit und Wohlbefinden und einem dynamischen Programm für die Einführung neuer und überarbeiteter Produkte befassen.

Gemeinsame Wertschöpfung

Hochwertige Produkte mit hohem Nährwert und erwiesenem Nutzen für Gesundheit und Wohlbefinden für die Konsumenten, höhere Marktanteile für Nestlé und höhere Erträge für unsere Anteilseigner.





In Forschung und Entwicklung führend

1,98 Milliarden

Globale Investitionen in Nestlé Research, in CHF

Wissenschaftliche Wurzeln

Die Geschichte von Nestlé begann vor 142 Jahren mit einer wissenschaftlichen Innovation: dem «Kindermehl», das entwickelt wurde, um einem Kind das Leben zu retten. Heute entwickelt Nestlé Nahrungsmittel und Getränke mit Ernährungs-, Gesundheits- und Wellness-Nutzen für alle Konsumenten – für Säuglinge wie für Senioren, für Menschen in körperlicher Höchstform wie für solche, die krank oder schwach sind.

Grundlage für das Wachstum von Nestlé durch immer neue Gesundheits-, Ernährungs- und Wellness-Lösungen für die Konsumenten ist die mit ca. 5000 Mitarbeitern* weltweit grösste private F&E-Einrichtung der Nahrungsmittelindustrie. Wir sind zudem der grösste Herausgeber von ernährungswissenschaftlichen Informationen für die Wissenschaftler und pflegen die Zusammenarbeit mit externen Partnern, um bestmöglich in F&E und Wissenschaft verankert zu sein.

2008 haben wir CHF 1,98 Milliarden in Nestlé Research investiert – doppelt so viel wie vor zehn Jahren und mehr als jedes andere Unternehmen der Branche.

Unser globales F&E-Netzwerk

Das globale Nestlé Research-Netzwerk besteht aus 26 Forschungs-, Technologie- und Entwicklungszentren*. Seine Grösse und Reichweite sind einzigartig.

Das Nestlé Forschungszentrum (NRC), eine der weltweit grössten Forschungseinrichtungen für Nahrungsmittel, Ernährung, Gesundheit, Lebensmittelqualität und -sicherheit, betreibt Grundlagenforschung, die über unsere Produkttechnologiezentren (PTC) und

*Nahrungsmittel und Getränke

F&E-Zentren in Produktinnovationen und Prozesse einfließt. Die PTC liefern dabei das Know-how für bestimmte Produktkategorien, während die F&E-Zentren eng mit dem NRC und den PTC zusammenarbeiten, um regionale Anforderungen zu erfüllen und lokale Anwendungsgruppen mit Informationen zu versorgen.

Dieses globale Netzwerk wird zusätzlich durch «Open Innovation» bereichert, die durch Investitionen in Forschungseinrichtungen und Zuliefererunternehmen die Forschungsprozesse in den einzelnen Phasen der F&E-Pipeline, von der Grundlagenforschung bis zur Produktanwendung, beschleunigt.

280 Anwendungsgruppen innerhalb der Märkte gewährleisten zudem die Anpassung der Ergebnisse des Nestlé-Forschungsprogramms an die jeweiligen lokalen Konsumentenbedürfnisse und -präferenzen.

☎ Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestle.com/nestleresearch

Ausrichtung unseres Know-hows

Unsere fünf globalen Expertennetzwerke – mit Fokus auf Qualität und

Sicherheit, Ernährung, Geschmackspräferenzen, Ernährungswissenschaften, Rohstoffe und Zutaten – gewährleisten, dass die Ergebnisse von Nestlé Research bereichsübergreifend interpretiert und verglichen sowie zügig in Produktinnovationen umgesetzt werden können.

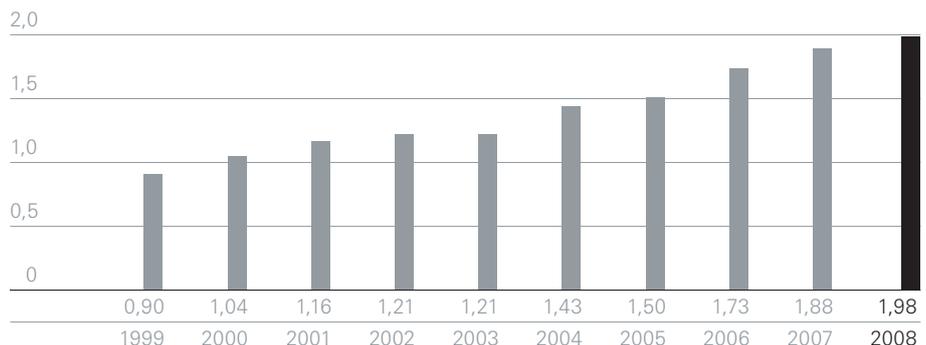
Unser Geschäftstechnologiezentrum (BTC) in der Schweiz unterstützt Nestlé Research zusätzlich durch die bereichsübergreifende Ausrichtung unserer Geschäftssysteme. Integrierte Geschäftssysteme ermöglichen Echtzeit-Vergleiche, die klare Abgrenzung von Verantwortlichkeiten, eine effektive Entscheidungsfindung, die Verbreitung von Best Practices in allen Geschäftsbereichen sowie bei Bedarf die Verwendung gemeinsamer Definitionen und Instrumente in den lokalen Märkten.

Gesunde Ernährung muss erste Wahl werden

Voraussetzung für eine Gemeinsame Wertschöpfung ist, dass wir unsere Aktivitäten auf die Konsumenten ausrichten. Wir verkaufen täglich über eine Milliarde Nahrungsmittel- und Getränkeprodukte, die an die sich wandelnden Präferenzen der Konsumenten hinsichtlich Gesundheit und Ernährung, Lebensstil und Geschmack angepasst werden müssen. Viele Faktoren beeinflussen heutzutage das Konsumentenverhalten, von Einstellungen und Gewohnheiten bis hin zu demographischen und sozioökonomischen Faktoren. Nestlé investiert deshalb

Investitionen in Nestlé Research im Zeitraum 1999 bis 2008

in Milliarden CHF



«Eine der vorrangigen Aufgaben des NRC ist es, Ernährungsbedürfnisse und Nahrungsmittel der Zukunft zu antizipieren. Nahrungsmittel entwickeln sich weiter und werden zunehmend auf individuelle Bedürfnisse zugeschnitten. Nestlé Research befasst sich damit, heute wie in Zukunft die Bedürfnisse von Konsumenten jeden Alters zu erfüllen.»



Professor Peter van Bladeren,
Leiter Nestlé Science und
Research

📺 Das vollständige Interview
finden Sie als Video unter
www.nestle.com/csv/stories

1

Forschungskultur

Ein Forschungsschwerpunkt von Nestlé Research sind Probiotika. Dank ihrer über 25-jährigen Erfahrung in der Erforschung von Probiotika entwickeln die Wissenschaftler von Nestlé immer neue und innovative Anwendungen.

2

Wissen fördern

Nestlé Research schafft mit ihrem integrierten, ganzheitlichen Ansatz die Verbindung zwischen Ernährung, Stoffwechsel und Gesundheit. Klinische Studien am Menschen helfen den Wissenschaftlern, Themen wie Gewichtsmanagement, Energieregulierung und Leistung besser zu verstehen.

3

Detailorientiert

Mit Elektronenmikroskop und digitalen Aufnahmetechniken rücken die Wissenschaftler von Nestlé der Mikrostruktur von Nahrungsmitteln zu Leibe, um ihre sensorischen Qualitäten und ihren Nährwert zu steigern.



1

2



3





742 Millionen

zugesprochene Investitionen in neue Unternehmen der Nahrungsmittelbranche, in CHF

in ein globales Programm zum Verbraucherverständnis, um die Konsumenten besser zu verstehen und neue Erkenntnisse für sinnvolle, verbraucherorientierte Lösungen zu liefern.

Gesunde Ernährung muss Vergnügen bereiten, um von Dauer zu sein. Die Kombination von Geschmack und ernährungsphysiologischem Wert in ein und demselben Produkt ist jedoch nicht immer leicht. Nestlé investiert deshalb in die permanente Neu- und Weiterentwicklung ihrer Produkte, um deren Qualität und Nährwert zu verbessern. Ein wichtiges Instrument ist dabei unser konzerneigenes Testprogramm 60/40+ für die Evaluierung von Produkten. Dieses Programm soll gewährleisten, dass:

- jedes Produkt im Blindtest mindestens 60% der Konsumenten von seinem überlegenen Geschmack überzeugt und
- einen zusätzlichen konkreten Ernährungsnutzen bietet, gemessen an den Empfehlungen weltweit anerkannter Gesundheitsautoritäten, der Rolle des Produktes in der Ernährung sowie Vorgaben der lokalen Gesundheitspolitik.

Weitere Informationen zur Bestimmung des «Ernährungsplus» finden Sie im Abschnitt «Nährwertprofile» auf Seite 26.

Das Programm 60/40+ wird auf alle unsere Nahrungsmittel- und Getränkearten angewendet, mit besonderem Augenmerk auf neue und die umsatzstärksten Produkte. Alleine 2008, im vierten Jahr des Programmes, wurden auf diese Weise Produkte mit einem Verkaufswert von CHF 13,6 Milliarden überprüft. Damit ist 60/40+ das umfangreichste Programm zur Produktoptimierung

der gesamten Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie.

Lokales Verständnis

Unsere Produktionsbetriebe liegen marktnah. Diese starke lokale Präsenz verschafft uns eine optimale Ausgangsposition, um relevante Ernährungsbedürfnisse zu erfüllen und die Rezepturen unserer Produkte an die lokalen Geschmackspräferenzen anzupassen.

Über 98% aller in China verkauften Nestlé-Produkte werden auch in China hergestellt. Wir haben unser langfristiges Engagement vor Ort durch die Zusammenarbeit mit zahlreichen akademischen Institutionen ausgebaut und RMB 100 Millionen (CHF 21 Millionen) in zwei F&E-Zentren investiert: unseren bestehenden Standort in Shanghai und einen im Oktober 2008 eröffneten Standort in Peking. Damit ist Nestlé das erste westliche Nahrungsmittel- und Getränkeunternehmen, das in China ein vollständiges F&E-Zentrum einrichtet, das sowohl Grundlagenforschung wie Produktentwicklung betreibt. Mit dem neuen Standort wird die Anzahl der Mitarbeiter von Nestlé Research in China auf über 100 steigen. Die dort gewonnenen Erkenntnisse über traditionelle chinesische Zutaten könnten auch unseren Produkten für die westliche Welt zugute kommen.

Eine Kultur der «Open Innovation»

Die meisten der erfolgreichen Innovationen von Nestlé entstammen dem unternehmenseigenen Forschungsnetzwerk, oftmals angeleitet durch bereichsübergreifende Erkenntnisse innerhalb des Konzerns. Die Verwendung von Probiotika in

Säuglingsnahrung wurde beispielsweise auf Milchprodukte für Kinder im Wachstum und Erwachsene übertragen. Ebenso führte unsere Forschung im Bereich der Nutrigenomik (Folgen der molekularen Wechselwirkung von Ernährung und Genen für die Gesundheit) zur Entwicklung eines *Purina*-Produkts für Hunde mit Osteoarthritis.

In den letzten Jahren haben wir uns von einem technologieorientierten Konsumgüterhersteller zum weltweit führenden Unternehmen für Ernährung, Gesundheit und Wellness weiterentwickelt. Kein Unternehmen kann jedoch angesichts der immer schnelleren und umfangreicheren wissenschaftlichen Entwicklungen alleine sämtliche wissenschaftlichen Bereiche überwachen, die für es relevant sind, bzw. eine kritische Masse an internem wissenschaftlichem Know-how entwickeln. Um grössere und bessere Innovationen hervorbringen und zügiger umsetzen zu können, haben wir uns daher mit anderen zusammengeschlossen.

Ende 2006 startete Nestlé das Modell der «Open Innovation», dessen Ziel es ist, den Forschungsprozess durch Einbindung wichtiger Innovationsquellen zu beschleunigen. Hierzu zählen Universitäten und Hochschulen, unabhängige Forschungszentren, Jungunternehmen, Biotechnologieunternehmen und Lieferanten.

Unternehmensfonds

Über den Wachstumsfonds «Nestlé Growth Fund» haben wir CHF 742 Millionen in vielversprechende neue Unternehmen in den Bereichen Gesundheit, Wellness und Ernährung investiert. Wir unterstützen damit das Wachstum, die Wertschöpfung und hoffentlich auch die Entwicklung wegweisender Produkte oder Prozesse seitens neuer oder junger Unternehmen, in der Hoffnung, auf diese Weise unsere Wettbewerbsposition zu stärken und unsere eigenen internen ernährungswissenschaftlichen Forschungs- und Entwicklungskapazitäten zu ergänzen.

Geschmackstest

Konsumenten beim «60/40+»-Produkttest im Nestlé Forschungszentrum.

Nestlé Forschungs- und Entwicklungszentren für Nahrungsmittel und Getränke**Nord- und Südamerika**■ **Produkttechnologiezentren**

Marysville, Ohio, Vereinigte Staaten;
St. Joseph, Missouri, Vereinigte Staaten;
St. Louis, Missouri, Vereinigte Staaten

● **Forschungs- und Entwicklungszentren**

Fremont, Michigan, Vereinigte Staaten*;
Minneapolis, Minnesota, Vereinigte Staaten;
Queretaro, Mexiko;
Solon, Ohio, Vereinigte Staaten

*Fremont hat seit Januar 2009 den Status eines PTC

Europa und Naher Osten▲ **Nestlé Forschungszentrum**

Lausanne, Schweiz

■ **Produkttechnologiezentren**

Beauvais, Frankreich;
Konolfingen, Schweiz;
Lisieux, Frankreich;
Orbe, Schweiz;
Singen, Deutschland;
Vittel, Frankreich;
York, Grossbritannien

● **Forschungs- und Entwicklungszentren**

Amiens, Frankreich;
Orbe, Schweiz;
Rzeszow, Polen;
Sansepolcro, Italien;
Sderot, Israel;
Tours, Frankreich;
Welwyn, Grossbritannien

Asien und Ozeanien● **Forschungs- und Entwicklungszentren**

Peking, China;
Rutherglen, Australien;
Shanghai, China;
Singapur, Singapur

☞ Eine vollständige Liste aller F&E-Einrichtungen von Nestlé sowie deren Spezialisierung finden Sie unter www.nestle.com/nestleresearch





Von der Forschung zum Produkt

Innovation – der Weg von der Erfindung zum Geschäft oder Produkt – bedingt die Zusammenarbeit von Nestlé Research mit einer Reihe weiterer Funktionen wie Marketing und Produktion, Lieferkette und Vertrieb. Wichtig ist auch, dass Regulatory Affairs die Einhaltung sämtlicher Gesundheits- und Sicherheitsanforderungen prüft und dass selbst kulturelle und religiöse Erfordernisse berücksichtigt werden. Erst dann kann die Entwicklung beginnen. Hauptaufgabe der Wissenschaftler von Nestlé ist dabei die ernährungswissenschaftliche Umsetzung, die darin besteht, neue wissenschaftliche Erkenntnisse aus dem Labor auf der einen sowie die Präferenzen, Bedürfnisse und Wünsche der Konsumenten auf der anderen Seite in Forschungsprogramme einfließen zu lassen, die den künftigen Konsumentennutzen sicherstellen.

Eine der Herausforderungen in den Bereichen Ernährung, Nahrungsmittel und Life Sciences besteht darin, die aktiven Ingredienzien innerhalb komplexer Nahrungsmaterialien zu identifizieren und zu ermitteln, wie diese für einen bestimmten Gesundheitsnutzen eingesetzt werden können. Ein Standardverfahren gibt es nicht. Jedes Produkt ist ein ausgewogenes Ergebnis dessen, was die Forschung ermöglicht und was der Markt will. Im Bereich der kulinarischen Produkte fördern die regional und individuell verschiedenen sensorischen Wünsche der Konsumenten Innovationen, während im Bereich der Säuglingsnahrung und der Gesundheitsernährung wissenschaftsbasierte Lösungen für allgemeingültigere physiologische und metabolische Anforderungen entstehen.

Externe Kooperationen

Nestlé unterhält Kooperationsabkommen mit rund 300 externen Partnern wie Universitäten und Forschungszentren und kann auf diese Weise länger die Risiken im Rahmen einer erfolgreichen Projektentwicklung und umsetzung teilen. Das Nestlé Forschungszentrum unterhält unter anderem Partnerschaften mit dem Broad Institute des MIT und Harvard, dem Imperial College London und der Universität Descartes, Paris. Ferner fördert es Jahr für Jahr promovierte Forscher, Doktoranden, Trainees und Praktikanten.

Nestlé finanziert drei Lehrstühle für Ernährungswissenschaften, zwei an der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Lausanne für das weltweit führende Forschungsprogramm zum Einfluss der Ernährung auf die Entwicklung des Gehirns sowie einen dritten am nationalen Institut für Genommedizin in Mexiko, welcher im Bereich der Nutrigenomik den Einfluss der Gene auf unsere Ernährungsbedürfnisse und die Prädisposition für ernährungsbedingte Krankheiten wie Adipositas und Diabetes erforscht.

Das internationale Ernährungssymposium von Nestlé

Seit 2004 findet im Nestlé Forschungszentrum in Lausanne das jährliche internationale Ernährungssymposium von Nestlé (NINS) statt. Über 650 internationale Experten, darunter Nobelpreisträger, diskutieren Fragen der Ernährung und Gesundheit und suchen neue Wege in der Forschung. Das fünfte Symposium im Oktober 2008 befasste sich mit den Themen «Ernährung und Leistung», von der frühen Leistungsförderung über

Phasen der Höchstleistung bis zum gesunden Altern. Erstmals fand ausserdem im Oktober 2008 ein internationales Ernährungssymposium in Peking statt, das sich mit den Herausforderungen der Ernährung im modernen China befasste.

 Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestle.com/nestleresearch

Der Nestlé-Ernährungsrat: Ratgeber für unsere Ernährungsstrategie

Der Nestlé-Ernährungsrat (NNC) wurde 1978 gegründet und besteht aus weltweit anerkannten, unabhängigen, externen Ernährungswissenschaftlern. Er befasst sich mit aktuellen und aufkommenden Ernährungsfragen, berät die Geschäftsleitung hinsichtlich der Auswirkung dieser Fragen auf die Unternehmenspolitik und die langfristige Ernährungsstrategie und liefert wichtige Anregungen für künftige Innovationen. In den letzten zehn Jahren hat sich der Rat mit Themen wie Diabetes mellitus und Fettleibigkeit bei Kindern befasst und die Grundsätze von Nestlé zur Verringerung des Transfettsäuren-, Salz- und Zuckergehalts von Nahrungsmitteln sowie deren Anreicherung mit Eisen und Nährstoffen mitgestaltet.

«Unsere Forschung in Peking wird entscheidenden Anteil am globalen F&E-Programm von Nestlé im Bereich der Nahrungsmittel- und Ernährungswissenschaften haben. Die heutige Eröffnung ist ein wichtiger Meilenstein nicht nur für die F&E von Nestlé, sondern auch für die Konsumenten in China und in aller Welt.»



Werner J. Bauer,
Generaldirektor, Chief Technology
Officer, Leiter Innovation, Technik,
Forschung und Entwicklung,
Nestlé, bei der Eröffnung des
Nestlé Forschungszentrums
in Peking im Oktober 2008

Die vollständige Rede finden
Sie als Video unter
www.nestle.com/csv/stories

1

Ein zweiter Standort

Zhang Jinjing, stellv. Direktor der Abteilung für Nahrungsmittelsicherheit der chinesischen Gesundheitsbehörde (2. v. r.) und Lin Fusheng, Leiter des Pekinger Distrikts Haidian (3. v. l.), zusammen mit Paul Bulcke (4. v. l.) und anderen Würdenträgern bei der Eröffnung des neuen F&E-Zentrums in Peking, dem zweiten Forschungsstandort von Nestlé in China.

2

Aufbau von lokalem Know-how

Das neue F&E-Zentrum im Hightech-Umweltschutzpark in Peking dient als Technologiezentrum für Produktentwicklung und Nahrungsmittelsicherheit und -qualität in der Region.

3

Eine strahlende Zukunft

Eine Wissenschaftlerin in der Pilotanlage des F&E-Zentrums in Peking. 2009 werden in China über 100 Mitarbeiter von Nestlé Research helfen, die steigende Nachfrage des Landes nach hochwertigen Nahrungsmitteln zu befriedigen.



1, 2

3





- 14 Wissenschaftsbasierte Lösungen für Ernährungsbedürfnisse
- 22 **Die Qualität von Nahrungsmitteln und Ernährung**
- 30 Adipositasprävention und Gewichtsmanagement
- 38 Ernährung für Verbraucher mit besonderen Bedürfnissen
- 48 Ernährungsbewusstsein und Ernährungsaufklärung
- 60 Bessere Ernährung in Entwicklungsländern

Den Goldstandard im Blick
Köche im PTC Singen, Deutschland, kreieren eine Brokkolisuppe als «Goldstandard» für die Entwicklung eines neuen Produktes von Maggi.

Die Qualität von Nahrungsmitteln und Ernährung

Ernährungsbedürfnis →

Nahrungsmittel, die aktiv zum Erhalt der Gesundheit, zu einer ausgewogenen Ernährung und einem gesunden Lebensstil beitragen.

Die Lösung von Nestlé →

Überarbeitung der Rezepturen und Anreicherung der Produkte mit Nährstoffen zur Verbesserung der Nährwertprofile in allen Produktkategorien. Unterstützung einer abwechslungsreichen, ausgewogenen und massvollen Ernährung.

Gemeinsame Wertschöpfung

Die Konsumenten profitieren von Produkten, die den Erwartungen gesundheitsbewusster Verbraucher entsprechen und mit Vitaminen, Mineralstoffen und anderen Nährstoffen angereichert sind. Gleichzeitig fördert der von Nestlé Research entwickelte und klinisch erwiesene Ernährungsnutzen zur Verbesserung von Gesundheit und Wohlbefinden Umsatz und das Wachstum von Nestlé und schafft nachhaltigen Mehrwert für unsere Aktionäre.





Bekämpfung von Mikronährstoffmangel

19 Milliarden

Mit Jod angereicherte Maggi-Bouillonwürfel werden jedes Jahr in Zentral- und Westafrika verkauft

Deckung des Bedarfs an Mikronährstoffen

Die Verbreitung

von Mikronährstoffmangel

So überraschend es sein mag: Die Unterversorgung mit Mikronährstoffen ist nicht nur in den Entwicklungsländern, sondern auch in den Industrienationen weit verbreitet. Sie tritt in allen Altersgruppen auf und gefährdet besonders Kleinkinder und Frauen im gebärfähigen Alter. Die drei weltweit häufigsten Formen von Unterversorgung mit Mikronährstoffen sind: der Mangel an Eisen (2 Milliarden Menschen), Jod (1,9 Milliarden Menschen) und Vitamin A (250 Millionen Vorschulkinder). Auch Zink-, Kalzium- und Vitamin-D-Mangel tragen massgeblich zur globalen Krankheitslast bei, Umfang und Folgen sind jedoch schwieriger zu erfassen.

Gesundheitsfolgen häufiger Mikronährstoffdefizite

Eisen	Anämie/Störung der kognitiven und physischen Funktionen und Ausdauer/erhöhte Infektanfälligkeit/erhöhtes Mortalitätsrisiko für Mutter und Kind
Vitamin A	Schwere Sehstörungen bzw. Blindheit bei Kindern/erhöhtes Risiko für schwere Krankheit und Tod, vor allem durch Durchfall und Masern
Jod	Schilddrüsendys- und unterfunktion, Kropfbildung/irreversible Störungen der neurologischen Entwicklung und Funktion/reduzierte Fertilität/erhöhte perinatale Sterblichkeit und Säuglingssterblichkeit
Zink	Dermatitis/Wachstumsstörungen bei Kindern/Diarrhoe/psychische Störungen/wiederkehrende Infekte
Kalzium	Verringerte Mineralisierung der Knochen sowie Knochendichte/erhöhtes Osteoporoserisiko
Vitamin D	Erhöhtes Rachitisrisiko bei Kindern/erhöhtes Risiko für Osteomalazie (Knochenerweichung) bei Erwachsenen

Mikronährstoffmangel schadet der Gesundheit, wobei die Folgen nicht immer klinisch evident sind (siehe Tabelle). Er bewirkt jedoch geschätzte 7% der globalen Krankheitsfälle. Laut WHO sind jährlich rund 800 000 Todesfälle (1,5% der jährlichen Gesamttodesfälle) auf Eisenmangel zurückzuführen, ebenso viele auf einen Mangel an Vitamin A. Schon eine geringe Unterversorgung hat schwerwiegende Folgen für die öffentliche Gesundheit, die Produktivität und die Wirtschaftsentwicklung.

Wichtige Ansätze zur Bekämpfung von Mikronährstoffmangel sind:

- ausgewogene Ernährung, die eine adäquate Versorgung mit allen Nährstoffen sicherstellt; leider nicht überall machbar, da dies einen universellen Zugang zu adäquater Nahrung und geeignete Ernährungsgewohnheiten voraussetzt;
- pharmakologische Ergänzungsmittel in Form einer kurzfristigen, punktuellen Gabe von Vitamintabletten, Injektionen, usw.;
- Nahrungsmittelanreicherung: langfristige Lösung zur Versorgung grosser Teile der Bevölkerung mit Nährstoffen ohne tiefgreifende Veränderung der Ernährungsmuster.

Anreicherung von Nahrungsmitteln zur Bekämpfung lokaler Nährstoffdefizite

Wir erhöhen den Ernährungsnutzen unseres Produktportfolios, indem wir Inhaltsstoffe reduzieren, die im Übermass konsumiert schaden können, und Produkte mit Bestandteilen und Nährstoffen anreichern, die einen Gesundheitsnutzen bieten. Dies erfolgt aber nur bei Nahrungsmitteln, welche die entsprechenden Verbraucher

regelmässig zu sich nehmen und nur dann, wenn ihre Anreicherung ernährungsphysiologisch insgesamt sinnvoll ist. Die Ermittlung geeigneter Träger und der erforderlichen Anreicherung erfolgt oft in Zusammenarbeit mit den lokalen Gesundheitsbehörden.

Durch die Erforschung der Aufnahme und Verwertung wichtiger Mikronährstoffe im Körper (Bioverfügbarkeit) kann Nestlé den Nährstoffnutzen für die Zielkonsumenten optimieren und z.B. der Bevölkerung in den aufstrebenden Märkten mit Nährstoffen angereicherte, sichere und erschwingliche Milch anbieten. So entstand *Nido Essentia*, eine Entwicklung des Nestlé Forschungszentrums und unseres Produkttechnologie-zentrums in Konolfingen, Schweiz, bei der die lokalen Gesundheitsbehörden eingebunden waren. In Westafrika, vorrangig zunächst in Guinea, soll das Produkt bei einem Verkaufspreis von CHF 0,30 pro Packung 0,7mg Eisen und 10,4mg Vitamin C pro Portion liefern. Die hohe Bekanntheit der Marke steigert zudem die Verdienstchancen der vielen *Nido*-Verkäufer.

Weitere Informationen über die Anreicherung von Milchprodukten von Nestlé für einkommensschwache Konsumenten finden Sie auf Seite 62.

Herausforderung

Ernährungsdefizite aufdecken

Die Ernährungsdefizite der Konsumenten variieren von Land zu Land. Meist sind sich die Betroffenen der Unterversorgung mit wichtigen Vitaminen oder Mineralstoffen nicht bewusst. Erst wenn die tatsächlichen Ernährungsdefizite des Zielpublikums in den einkommensschwachen Märkten identifiziert sind, kann der passende Ernährungsnutzen die richtigen Menschen erreichen. Oft bedingt dies die Zusammenarbeit mit den Gesundheitsbehörden vor Ort. Anhand eines einfachen Fragenkatalogs ermitteln wir zudem, wie Konsumenten in den aufstrebenden Märkten ihre eigenen Ernährungsbedürfnisse einschätzen.

1–3

Reich an Elementen

Jodmangel beeinträchtigt die körperliche und geistige Entwicklung von Kindern in Entwicklungsländern mitunter erheblich. Mit Jod angereicherte Maggi-Bouillonwürfel beugen Jodmangel vor. 2008 verkaufte Nestlé über 100 000 Tonnen mit Jod angereicherter Brühe – dem weltweit wichtigsten mit Jod angereicherten Nahrungsmittel. Allein in Zentral- und Westafrika, wo Jodmangel stark verbreitet ist, verkaufte Nestlé 19 Milliarden Maggi-Bouillonwürfel.



1, 2

3





5 Milliarden

Verkaufswert der Produkte mit Branded Active Benefits, in CHF

Herausforderung

Sichere und wirksame Anreicherung

Die strengen Qualitätskontrollen im für uns so wichtigen Bereich der Nahrungsmittelsicherheit sind im Umgang mit den Vitaminen A und D von besonderer Bedeutung, da täglicher Bedarf und die maximal sichere Aufnahmemenge eng beieinander liegen. Substanzen, die unseren Produkten zugesetzt werden, müssen leicht absorbierbar sein und dürfen weder Geschmack, Geruch noch Aussehen des Trägers beeinträchtigen.

Die Ausgewogenheit von Nährwert und Geschmack ist ein wissenschaftlicher Balanceakt. Besonders schwierig ist der Zusatz von Eisen. Als Katalysator für gewisse unerwünschte Reaktionen beeinträchtigt es oftmals den Geschmack. Der durch den Zusatz von Eisen erzielte Nährwert muss daher sorgfältig gegenüber möglichen Abstrichen beim Geschmack abgewogen werden und ist nur möglich, wenn die Nahrungsmittelsicherheit gewährleistet ist.

Das Nestlé Forschungszentrum hat gemeinsam mit Universitätskliniken untersucht, wie Zerealien für Kleinkinder mit Eisen versetzt werden können, um kindlichem Eisenmangel vorzubeugen. Das Ergebnis: Eisenfumarat, ein Eisen, das Geschmack und Farbe nur wenig beeinträchtigt, ist sicher und wird sehr gut aufgenommen. Zerealien für Kleinkinder von Nestlé werden daher heute, wo immer möglich, mit Eisenfumarat angereichert. Da Eisenfumarat Produkte mit Obst, z.B. Bananen, verfärbt, werden diese mit einem anderen Eisen versetzt.

Branded Active Benefits im Dienste der Gesundheit

Nestlé produziert eine Reihe von Produkten mit Branded Active Benefits (markenrechtlich geschützte Inhaltsstoffe mit Gesundheitsnutzen, BAB). Diese physiologisch wirksamen Nahrungsbestandteile werden unseren wichtigsten Nahrungsmittel- und Getränke-kategorien zugesetzt und bieten einen wissenschaftlich erwiesenen zusätzlichen Gesundheitsnutzen – neben dem guten Geschmack und dem natürlichen Nährstoffgehalt des Produkts an sich.

Nestlé hat bisher 15 eigenständige BAB entwickelt, die Hunderten von Produkten zugesetzt werden. BAB dienen der Verdauung, der Immunabwehr, der Gewichtskontrolle, der körperlichen und geistigen Entwicklung und unterstützen ein gesundes Altern. Beispiele für BAB sind *Calci-N* für gesunde Knochen und Zähne (*Nido*) und *Prebio-1* für eine gesunde Verdauung (in Milch und Produkten von HealthCare Nutrition).

BAB sind nicht nur ein Wettbewerbsvorteil, sie schaffen auch Mehrwert und tragen zur Gewinnsteigerung von Nestlé bei. 2008 erzielten Produkte mit BAB einen Umsatz von CHF 5 Milliarden, 21% mehr als im Vorjahr.

Eine ausgewogene Ernährung ermöglichen

Ausgewogene Ernährung und massvoller Konsum

Abhängig von Lebensphase, Lebensstil und Zeitpunkt des Konsums kann jedes Nahrungsmittel und Getränk seinen Nutzen haben. Nestlé tritt jedoch, im Einklang mit zahlreichen nationalen Ernährungsrichtlinien, für eine ausgewogene und massvolle Ernährung ein. Eine gesunde, ausgewogene Ernährung muss gleichermaßen

Mangel und Übermass vermeiden. Unsere Markenwerte und Aufklärungsinitiativen fördern zudem körperliche Betätigung (siehe Seite 52).

Nährwertprofile

Nestlé produziert und vertreibt weltweit eine breite Palette an Produkten, deren Nährwertprofil sorgfältig analysiert werden muss. Mangels eines universellen Systems zur Erstellung von Nährwertprofilen hat Nestlé ein eigenes entwickelt.

Jedes Nahrungsmittel und Getränk wird an bestimmten Kriterien gemessen, die regelmässig entsprechend den Gesundheitsempfehlungen der WHO und des Institute of Medicine (USA) aktualisiert werden. Sie basieren auf:

- der Bedeutung der Produktkategorie für eine gesunde, ausgewogene Ernährung;
- gesundheitsrelevanten Faktoren, wie dem Kalorien-, Salz- und Zuckergehalt, und positiven ernährungsphysiologischen Aspekten wie der Anreicherung mit Ballaststoffen;
- Höchst- oder Mindestwerten, wo die Aufnahme bestimmter Nährstoffe zu hoch (z.B. Fettgehalt in Keksen) oder zu niedrig (z.B. Kalzium) sein kann;
- individuellen Portionsempfehlungen, je nach Lebensphase, Lebensstil, Zubereitungsart und Verzehrsanlass.

Produkte, welche diesen Anforderungen genügen, erfüllen damit die Kriterien der Nestlé Nutritional Foundation und können daher ein fester Bestandteil einer gesunden, ausgewogenen Ernährung sein. Andere Produkte müssen bei häufigem Konsum ggf. gegen Alternativen abgewogen werden, z.B. bei häufigem Verzehr salziger Snacks sollte evtl. der weitere Verzehr von Salz begrenzt werden. Die Kriterien des Nestlé Nutritional Profiling System (Nährwertprofilsystems) gelten für alle unsere Produktkategorien. Ausgenommen sind Kategorien wie Säuglingsanfangsnahrung, für die spezifische strenge Vorschriften bestehen, Gesundheits- und Leistungsernährung sowie gemeinsame Entwicklungen aus Joint Ventures, für die andere Ansätze und Referenzwerte gelten.

1-3

Für Gesundheit und Wohlstand

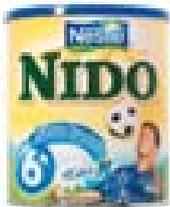
Verkäufer in Conakry im westafrikanischen Guinea verdienen ihren Lebensunterhalt mit *Nido Essentia* – Milch, die zur Bekämpfung lokaler Nährstoffdefizite mit Eisen und Vitamin C angereichert ist.

Optimiert

Die Branded Active Benefits (BAB) von Nestlé bieten gegenüber dem natürlichen Nährwert der Nahrungsmittel einen wissenschaftlich erwiesenen zusätzlichen Gesundheitsnutzen. Beispiele für BAB sind *Calci-N* für gesunde Knochen und Zähne und *Prebio-1* für eine gesunde Verdauung.



1



2, 3





Verbesserter Nährwert

6254

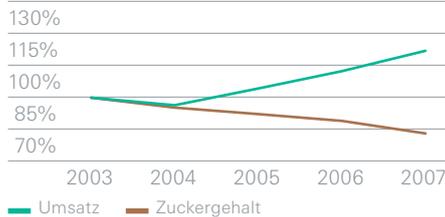
Zahl der aufgrund ernährungs- oder gesundheitsspezifischer Erwägungen überarbeiteten Produkte in 2008

Weitere Informationen zur Anwendung von Nährwertprofilen im Rahmen der Produktinnovation und -renovation finden Sie im Abschnitt über das «60/40+»-Programm unter «Gesunde Ernährung muss erste Wahl werden» auf Seite 16.

Innovation und Renovation unserer Rezepturen

Wir überprüfen regelmässig den Nährstoffgehalt unserer Produkte und optimieren ihn, wo dies möglich ist, indem wir die Rezepte entsprechend interner Richtlinien (siehe unten) überarbeiten.

Entwicklung von Umsatz und eingesetzter Zuckermenge (gegenüber 2003)



Unsere Richtlinien zur Anpassung des Nährstoffgehalts an die Erwartungen gesundheitsbewusster Konsumenten zeigen gute Ergebnisse. So haben wir zwischen 2003 und 2007 den Zuckergehalt unserer Produkte um 17% gesenkt – trotz eines Umsatzanstiegs um 22% im selben Zeitraum.

Vollkorngetreide

Unser Ansatz bei der Renovation und Innovation von Rezepturen passt primär auf eine Reduktion von Inhaltsstoffen, die den Erwartungen gesundheitsbewusste Konsumenten widersprechen, und auf eine Anreicherung mit vorteilhaften Mikronährstoffen. Gleichzeitig sieht unser Ansatz vor, dass Inhaltsstoffe zugesetzt werden, die sich positiv auf die Gesundheit auswirken. Eine ballaststoffreiche Ernährung trägt beispielsweise zum Erhalt eines gesunden Körpergewichts und zur Reduzierung des Risikos für Herzleiden, Diabetes mellitus und Krebs bei. Sämtliche Frühstückszerealien von Nestlé sind daher mit Vollkorngetreide hergestellt. *Shredded Wheat* besteht ausschliesslich aus Vollkornweizen, der wiederum reich an Vitaminen, Mineralstoffen und Phytonährstoffen ist.

Herausforderung

Wie weit können wir gehen?

Wir reduzieren systematisch den Gehalt unserer Produkte an Salz, Zucker und Transfettsäuren. Da diese Stoffe jedoch von Natur aus in den Rohstoffen für unsere Produkte vorkommen, ist es technisch unmöglich, sie vollständig zu entfernen. Zudem dürfen unsere Eingriffe zu ihrer weitestgehenden

Entfernung weder die Sicherheit des Produkts noch das von den Konsumenten bevorzugte Geschmacksprofil beeinträchtigen. In einigen Bereichen haben wir die Werte fast an die Grenzen des Machbaren gesenkt, ohne Folgen für den Geschmack – so z.B. den Salzgehalt von Brühwürfeln. Ein weiterer Rückgang des Salzgehalts dürfte keinen zusätzlichen Ernährungsnutzen bieten. Hingegen könnten Abstriche beim Geschmack die Verbraucher verleiten, ihrerseits Salz zuzufügen. Ähnlich verhält es sich beim Fett. Ein gewisser Gehalt an Fett ist für den Geschmack wie für den Stoffwechsel und die Aufnahme der Vitamine A, D, E und K unentbehrlich.

Ausser-Haus-Verpflegung: Restaurants, Kantinen, Institutionen

Unsere Vision, Weltmarktführer für Nutrition-, Gesundheits- und Wellness-Lösungen zu werden, gilt auch für den Markt der Ausser-Haus-Verpflegung mit einem Wert von CHF 750 Milliarden und einem erheblichen Potential für rentables Wachstum. Nestlé Professional, unsere globale Geschäftseinheit für Ausser-Haus-Verpflegung, ist der weltweit führende Anbieter für die Restaurantbranche und bietet u.a.:

- Produkte mit einem spezifischen Ernährungsnutzen;
- Branded Active Benefits (BAB) und gezielte Anreicherung für spezifische Zielgruppen;
- Produktverpackungen mit dem *Nestlé Ernährungscompass*;
- umfassende Ernährungsdienste (NutriServices) via Call Center und Ernährungsschulungen für unsere Kunden;
- das vierteljährlich lokal aufgelegte Magazin *NutriPro* für die Märkte und die Branche;
- die Schulungszentren von Nestlé Professional für Köche und Restaurantbetreiber.

Unser Ziel ist es, den Jahresumsatz von CHF 6 Milliarden in diesem Bereich binnen zehn Jahren zu verdoppeln.

Fortschritt gemessen an den Reduktionszielen von Nestlé (bis Ende 2007)

	Ziel	Fortschritt
Transfettsäuren	Reduktion auf <1% der Gesamtenergie (~3% des Gesamtfettgehalts)	34200 Tonnen eingespart zwischen Dezember 2003 und Februar 2007
Salz	Reduktion um 25% binnen fünf Jahren (wenn >100 mg/100 kcal)	6800 Tonnen eingespart zwischen April 2005 und Dezember 2007
Zucker	Reduktion um 5% binnen fünf Jahren	290000 Tonnen eingespart zwischen Januar 2003 und Dezember 2007
Gesättigte Fettsäuren	Reduktion des Gesamtfettgehalts um 3% bzw. der gesättigten Fettsäuren um 1% binnen drei Jahren (wird bestätigt)	Neue Richtlinie wird Anfang 2009 eingeführt

1-3

Nudeln mit weniger Fettgehalt

Die Köche im F&E-Zentrum von Nestlé in Singapur haben salz- und fettreduzierte Instantnudeln entwickelt, die zwei sich widersprechende Konsumentenwünsche erfüllen: den Wunsch nach einer gesunden Ernährung und nach dem leckeren Brataroma, das die Konsumenten lieben. *Tastylite Maggi*-Nudeln werden bei der Herstellung luftgetrocknet und mit einem natürlichen Brataromakonzentrat versetzt. Ein Teil des enthaltenen Salzes wird durch andere Inhaltsstoffe ersetzt.

Salzarm

Der Salzgehalt der Frankfurter Würstchen von *Herta* wurde entsprechend den im Jahr 2006 veröffentlichten Salz-Reduzierungszielen für 2010 der britischen Food Standards Agency (FSA) von 2g auf 1,8g je 100g reduziert.



Volles Korn

Cereal Partners Worldwide, ein 50:50-Joint-Venture mit General Mills Inc., hat seine Produkte seit 2003 weltweit mit 2,2 Milliarden zusätzlichen Portionen Vollkorn angereichert.



1

2, 3





- 14 Wissenschaftsbasierte Lösungen für Ernährungsbedürfnisse
- 22 Die Qualität von Nahrungsmitteln und Ernährung
- 30 **Adipositasprävention und Gewichtsmanagement**
- 38 Ernährung für Verbraucher mit besonderen Bedürfnissen
- 48 Ernährungsbewusstsein und Ernährungsaufklärung
- 60 Bessere Ernährung in Entwicklungsländern

Bunt ist gesund
Eine Ernährungsspezialistin und eine Schülerin bei einem Koch-Workshop in Béziers, Frankreich. Nestlé unterstützt EPODE in ihrem erfolgreichen Ansatz einer spielerischen Ernährungsaufklärung. Siehe Seite 36.

Adipositasprävention und Gewichtsmanagement

Ernährungsbedürfnis →

Nahrungsmittelprodukte und Dienstleistungen, die aktiv zu einem sicheren, gesunden Gewichtsmanagement und Gewichtsverlust beitragen.

Die Lösung von Nestlé →

Jenny Craig – unser Geschäftsbereich für ein massgeschneidertes Gewichtsmanagement. Ferner unterstützen wir Programme zur Adipositas-Prävention mit insbesondere an Kinder gerichteten Initiativen im schulischen Umfeld.

Gemeinsame Wertschöpfung

Kalorienreduzierte Produkte, Portionsgerichte und ein breites Spektrum an Anti-Adipositas-Initiativen für die Konsumenten sorgen für eine positive Entwicklung des Absatzmarktes, Markenloyalität und profitables Wachstum für Nestlé und ihre Aktionäre.





Gewichtsmanagement und Gewichtsverlust

Richtig portionieren

Nestlé ist sich bewusst, wie wichtig es ist, die Konsumenten über die Bedeutung angemessener Portionsgrößen für eine ausgewogene Ernährung auszuklären. Dies entspricht den gesundheitsbehördlichen Richtlinien, die eine moderate Einnahme bestimmter Nahrungsmittel und Inhaltsstoffe empfehlen und gleichzeitig einen abwechslungsreichen und ausreichenden Konsum anderer Nahrungsmitteln und Inhaltsstoffe vorsehen. Ernährungsempfehlungen aus aller Welt und umfassende Studien zum Konsumverhalten helfen Nestlé, im Rahmen der Produktinnovation, -renovation und -kommunikation angemessene Portionsgrößen zu bestimmen.

Die Rolle von Wasser für das Gewichtsmanagement

In den USA betrug die durchschnittliche Energieaufnahme aus kalorienhaltigen Getränken im Jahr 2002 6,5% der durchschnittlichen Kalorienaufnahme. Mediziner und Forscher richten daher vermehrt ihr Augenmerk auf abgefülltes Wasser als gesündere, aber ebenso praktische Alternative. Nestlé Waters untersucht deshalb den möglichen Zusammenhang zwischen Wasserkonsum und Gewichtsmanagement in eigenen und externen Studien, z.B. in zwei Untersuchungen, die von Professor Barry Popkin von der School of Public Health der University of North Carolina geleitet wurden.

Die erste, eine Auswertung der Datenbank der US National Health and Nutrition Examination Survey III, ergab, dass sich Menschen mit einem höheren Wasserkonsum gesünder ernähren:

Kampf gegen Adipositas in den USA

36 Millionen

Portionen zusätzlicher Gemüseverzehr in den USA seit 2007 durch die *Lean Cuisine* «Twice the Veggies»-Initiative

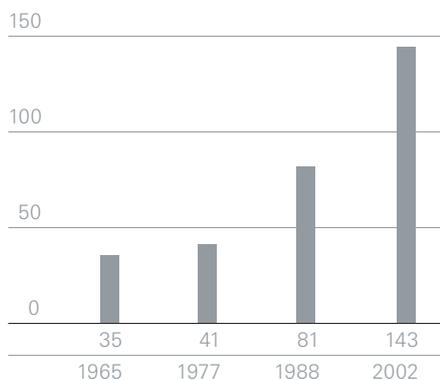
Sie nehmen weniger Kalorien zu sich, weniger Softdrinks sowie weniger Süssigkeiten und salzige Snacks. Eine weitere Studie an 311 Personen, die ein Jahr lang unterschiedliche Diäten einhielten zeigte, dass ein höherer Wasserkonsum gegenüber dem Konsum an kalorienhaltigen Getränken positiv mit einem Gewichtsverlust assoziiert ist.

Beide Studien kamen zu dem Schluss, dass der höhere Konsum von Wasser eine effiziente Alternative zu kalorienhaltigen Getränken darstellen sowie einer übermässigen Kalorienaufnahme und damit einer Hauptursache von Adipositas vorbeugen kann.

Alternative Getränkewahl

Weltweit war in den vergangenen 25 Jahren ein deutlicher Anstieg des Konsums von kalorienhaltigen Süssungsmitteln zu verzeichnen, vor allem durch kohlenensäurehaltige Limonaden. In den USA hat die durchschnittliche tägliche Kalorienaufnahme aus Getränken in den Jahren von 1965 bis 2002 um

Kalorienaufnahme pro Tag/erwachsener Person in den USA aus kalorienhaltigen Getränken, 1965–2002



Quelle: Duffey KJ and Popkin BM (2007). Shifts in patterns and consumption of beverages between 1965 and 2002. *Obesity* (Silver Spring) Nov;15(11):2739-47

222 Kalorien zugenommen, von denen knapp die Hälfte (108 kcal) aus kohlenensäurehaltigen Getränken mit Süssungsmitteln stammen. In vielen anderen Ländern verhält es sich ähnlich.

Wasser ist im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung erwiesenermassen das Getränk erster Wahl für die gesunde Deckung unseres Flüssigkeitsbedarfs. Um unserem Wunsch nach Abwechslung bei unserer Ernährung und unserer Flüssigkeitsaufnahme nachzukommen, arbeitet Nestlé Waters an der Entwicklung von Marken, welche die Geschmackspräferenzen sowie die funktionalen und ernährungsphysiologischen Bedürfnisse der Konsumenten erfüllen und gleichzeitig die Kalorienaufnahme strikt begrenzen.

Wer ein Getränk mit Geschmack sucht, findet bei Nestlé aromatisiertes Wasser mit geringem Kaloriengehalt als attraktive, gesunde Alternative zu gesüssten, kalorienreichen Getränken. Nestlé Waters arbeitet permanent an einer weiteren Reduktion des Zuckergehalts ihrer Getränke – für einen guten Kompromiss zwischen Kaloriengehalt und Geschmack.

Lean Cuisine:

eine gesündere Alternative

Nestlé hat schon früh das Potential der Nachfrage nach schmackhaften kalorienreduzierten Mahlzeiten erkannt und darum 1981 in den USA die Marke *Lean Cuisine* eingeführt, um den Konsumenten eine gesündere Alternative zu den Tiefkühl-Fertiggerichten der Marke *Stouffer's* anzubieten. *Lean Cuisine* überzeugt durch Geschmack und Nährwertgehalt gleichermaßen und ist heute mit über 100 sorgfältig zubereiteten tiefgekühlten Zwischen- und Hauptgerichten sowie Pizzen eine der grössten Marken von Nestlé auf dem US-Markt – und die zweitgrösste kalorienreduzierte Marke überhaupt. Auch in Kanada, Mexiko und Australien ist die Marke erhältlich.

Das Wort «Lean» im Markennamen *Lean Cuisine* wird von den US-Aufsichtsbehörden als werbende Aussage zum Nährstoffgehalt gewertet, daher dürfen alle Produkte maximal 10 g Fett,

«Nestlé Waters engagiert sich für ein besseres Verständnis der Bedeutung von Wasser für die Deckung unseres Flüssigkeitsbedarfs und eine gute Gesundheit.»



Florence Constant,
Leiterin, Nutrition Development,
Nestlé Waters

Ein klarer Vorteil
Das natürliche Mineralwasser *Contrex* hilft gesundheits- und kalorienbewussten Konsumenten, bei einer an Milchprodukten armen Ernährung ihren Bedarf an Kalzium zu decken.



1 Frische Ideen
Koch Mark Morton (links) und Lebensmitteltechniker Mike Laur unterhalten sich in der Versuchsküche des F&E-Zentrums von Nestlé in Solon, USA, über die Notwendigkeit frischer Zutaten für die neuen Produkte von *Lean Cuisine*.



2 Der Praxistest
Mitarbeiter von Nestlé in Solon probieren die neuesten Kreationen von *Lean Cuisine*.



3 Kalorienbewusst
Eine gesundheitsbewusste Konsumentin bei ihrem wöchentlichen Einkauf – und beim Griff zu *Lean Cuisine*.

1, 2

3





Leben verändern durch Gewichtskontrolle

1,36 Millionen

Gewichtsverlust bei Jenny Craig-Kunden im Jahr 2008, in Kilogramm

4,5 g gesättigte Fettsäuren und 95 mg Cholesterin pro 100 g und RACC (Recommended Amount Customarily Consumed – empfohlene übliche Referenzportion) enthalten. *Lean Cuisine*-Produkte haben zwischen 150 und 410 Kalorien.

Kampagnen, Initiativen, Partnerschaften

America On the Move: *Lean Cuisine* sponsert das Healthcare Professional Toolkit der America On the Move (AOM) Foundation, einer gemeinnützigen Organisation, die sich landesweit für Gesundheit und Wohlbefinden der Menschen einsetzt. Das Toolkit enthält Materialien – von Broschüren bis hin zu Schrittzählern –, mit denen Ärzte und Pflegepersonal ihre Patienten aufklären und sie motivieren können, 2000 Schritte mehr am Tag zu gehen und 100 Kalorien weniger zu essen. Beworben wird die Partnerschaft bei Veranstaltungen wie der Jahrestagung der American Dietetic Association (ADA) und durch Vorträge des international bekannten AOM-Gründers Dr. James Hill.

Produce for Better Health: *Lean Cuisine* erfüllt den Konsumentenwunsch nach einer schmackhaften Ernährung mit mehr Gemüse: Viele Produkte der neuen Linie «Twice the Veggies» *Spa* enthalten in einem einzigen Hauptgericht eine doppelte Ration Gemüse. *Lean Cuisine* ist ausserdem Partner der Initiative «Fruits & Veggies – More Matters» der Produce for Better Health (PBH) Foundation, als Ausdruck von Nestlé's Einsatz für eine gesündere Ernährung mit mehr Obst und Gemüse. Die Botschaft der Kampagne, die durch Händler, Zulieferer, Ausbilder

und medizinisches Fachpersonal verbreitet wird, spiegelt sich auch im *Nestlé Ernährungscompass* wider. 36 Millionen Portionen Gemüse sind in Amerika 2007 zusätzlich auf den Tisch gekommen, weil wir die Zusammensetzung von *Lean Cuisine*-Produkten verändert haben.

Best Life Diet: *Lean Cuisine* begleitet auch Bob Greene, Sportphysiologe, Personal Trainer und Urheber der *Best Life Diet*, bei seiner Mission, Frauen bei der gesundheitsfördernden, dauerhaften Umstellung ihrer Lebensgewohnheiten zu unterstützen. Ausgehend von der Erkenntnis, das Essen einerseits eine der grössten Freuden im Leben und andererseits durchaus mit dem Ziel der Gewichtsabnahme vereinbar ist, umfasst das dreistufige Programm Bewegung ohne physische Überlastung, eine Abkehr von emotional motiviertem Essen und eine gesunde Portionierung ohne Kalorienzählen. Von *Lean Cuisine* tragen 85 Produkte das Gütesiegel Best Life, das es den Konsumenten besonders leicht macht, sich etwas Gutes zu tun – «Do Something Good for Yourself».

Lean Cuisine und Gesundheitswesen

Lean Cuisine-Produkte sind zwar reguläre Nahrungsmittel, doch viele medizinische Fachkräfte schätzen ihren Beitrag zu einer ausgewogenen Ernährung mit kontrollierten Portionen. Die Cleveland Clinic in Ohio ist führend in Fragen der klinischen Betreuung und Ernährung. Im vergangenen Jahr haben die Diätberater dort 248000 Portionen *Lean Cuisine* für ihre Patienten bestellt. Die Führungsrolle von Nestlé wird auch durch den Erfolg von Produkten wie

Lean Cuisine gestärkt, welche die Standards für die Ernährung von Patienten wie in der Cleveland Clinic erfüllen.

☎ Unser Film zeigt Ihnen, wie *Lean Cuisine*-Produkte entwickelt werden, um die Ernährung, die Gesundheit und das Wohlbefinden der amerikanischen Konsumenten zu verbessern, unter www.nestle.com/csv/stories

Massgeschneidertes Gewichtmanagement: Jenny Craig

Gewichtskontrolle ist eine vielschichtige Herausforderung, die eine vielschichtige Lösung erfordert – wie Jenny Craig, der Geschäftsbereich für massgeschneidertes Gewichtmanagement, den Nestlé Nutrition im Jahr 2006 übernommen hat. Das Ziel von Jenny Craig ist es, Leben zu verändern, indem parallel drei Wege zu wirkungsvoller Gewichtsabnahme beschritten werden:

- Ernährung: Förderung eines gesunden Essverhaltens; kalorien- und portionskontrollierte Nahrungsmittelprodukte;
- Körper: Individuell zusammengestelltes Bewegungsprogramm;
- Geist: Ganzheitlich gesunde Lebensführung mit Hilfe der persönlichen Beratung und Motivationshilfe von 3500 Experten in rund 700 Zentren und an der Telefon-Hotline Jenny Direct sowie der Informationsangebote im Internet.

Im Bereich Ernährung werden die Empfehlungen führender Fachinstitutionen berücksichtigt, so die *Dietary Guidelines for Americans* von 2005 und die *Dietary Reference Intakes* des Institute of Medicine von 2002.

Untersuchungen an der University of California, San Diego, haben ergeben, dass allein durch Jenny Craig in sechs Monaten eine erfolgreiche Gewichtsreduktion um 8% ermöglicht wurde, die auch nach einem Jahr noch Bestand hatte. Dieser Wert liegt über dem Wert von 7%, der externen Studien zufolge in Kombination mit moderater sportlicher Aktivität das Risiko für Typ-2-Diabetes um 58% senkt.

☎ Mehr dazu erfahren Sie unter www.jennycraig.com

«Meine beiden bevorzugten Instrumente sind Schrittzähler zur Messung der körperlichen Aktivität und portionierte Gerichte zur Vermeidung einer Überportionierung. Ich kann daher *America On The Move* und *Lean Cuisine* nur gutheissen. Die Forschung zeigt: Je mehr Sie auf dem Teller haben, um so mehr essen Sie. Bei *Lean Cuisine* essen Sie Ihre Portion und das war's. So einfach ist das.»



Dr. James O. Hill,
Professor für Pädiatrie und Leiter
des Centre for Human Nutrition,
University of Colorado, USA

📺 Das vollständige Interview
finden Sie als Video unter
www.nestle.com/csv/stories

1, 2

Am Ball

Junge Teilnehmer
beim «Milo In2Cricket»
Workshop in Sydney,
Australien.

3

Ein perfektes Team

Adam Gilchrist (links),
Cricketspieler und
Botschafter für «Milo
In2Cricket», ist über-
zeugt: *Milo* ist die per-
fekte Ergänzung des
Programms. «Es unter-
stützt eine gesunde
und ausgewogene
Ernährung und fördert
einen gesunden
Lebensstil sowie so-
ziale Fähigkeiten wie
Teamwork, Vertrauen
und Selbstbewusst-
sein», sagt er.

📺 Das vollständige
Interview mit Adam
Gilchrist finden Sie
als Video unter
[www.nestle.com/
csv/stories](http://www.nestle.com/csv/stories)



1, 2

3





Die Bedeutung körperlicher Aktivität

Gesundheit und Wohlbefinden sind untrennbar mit einer körperlich aktiven Lebensführung verknüpft, einem Bereich, auf den Nestlé als Nahrungsmittelkonzern nur begrenzten Einfluss hat. Mit bestimmten Marken gelingt uns das trotzdem: von den Bewegungsprogrammen von Jenny Craig bis hin zum Schokoladen-Malzgetränk *Milo*, dem «sports drink of future champions». *Milo* ist mit *Actigen-E* angereichert, einer Vitamin- und Mineralstoffkombination, welche die Energieausbeute aus Nahrungsmitteln optimiert. Das Produkt kommt in zahlreichen Kampagnen von Ghana bis Malaysia vor, die Schüler zu mehr Bewegung animieren sollen. *Milo* ist ausserdem eine feste Grösse in der Sportwelt Australiens, wo es als Partner nationaler Verbände auftritt, um Kinder zu Cricket und Wintersport zu motivieren.

Aktuelle Forschung

Am NRC wird derzeit die Physiologie und Psychologie von Hunger und Sättigung erforscht. Die Ergebnisse fliessen in das DiOGenes-Projekt ein (Diet, Obesity and Genes – Ernährung, Adipositas und Gene). Gegenstand dieser fünfjährigen europaweiten Studie, an der 34 Partner aus der Industrie und dem akademischen Bereich mitarbeiten, sind die Wechselwirkungen zwischen Ernährung und erblicher Veranlagung bei Gewichtsveränderungen.

Unterstützung von Programmen zur Vorbeugung von Adipositas

Fettleibigkeit hat in den letzten 20 Jahren insbesondere bei Kindern dramatisch zugenommen. Da das Problem vielfältige Ursachen hat, ist auch ein

Initiativen für die Öffentlichkeit

2,5 Millionen

Menschen, die in 167 Städten in Frankreich durch EPODE, in 30 Pilot-Städten in Spanien durch «THAO Salud Infantil» und in 8 Städten in Belgien durch «Viasano» erreicht wurden

breit gefasster Lösungsansatz erforderlich, der alle Beteiligten mit einbezieht, in der Öffentlichkeit ebenso wie in Schulen. Nestlé hat viele Erziehungs- und Interventionsprogramme selbst entwickelt oder gesponsert, die oft über Schulen durchgeführt wurden.

☞ Mehr über diese Programme erfahren Sie im Internet unter www.nestle.com/csv/education

Nestlé Frankreich unterstützt schon seit 1992 ein langfristiges Programm («Fleurbaix Laventie Ville Santé») zur Ernährungserziehung in zwei Dörfern in Nordfrankreich. Die Kinder dort wissen mehr über gesunde Ernährung, und die Adipositas im Kindesalter hat dort nicht signifikant zugenommen, während sie sich in «Vergleichsdörfern» verdoppelt hat.

Im Jahr 2004 wurde aufbauend hierauf das an die Öffentlichkeit gerichtete Programm EPODE («Ensemble, Prévenons l'Obésité Des Enfants» – Gemeinsam gegen Übergewicht bei Kindern) aufgelegt, das Nestlé Frankreich bis heute fördert. Mit Hilfe von Postern, Infomaterial, Newslettern, Workshops und Speiseplänen werden die Kinder angehalten, sich viel zu bewegen, zusammen zu Fuss zur Schule zu gehen und sich gesund zu ernähren. Das EPODE-Programm ist bereits auf 167 Städte in Frankreich ausgedehnt worden, weitere 30 in Spanien (dortiger Name: «THAO Salud Infantil», unterstützt von Nestlé Spanien) und 8 in Belgien (dort «Viasano») haben es übernommen. Es erreicht insgesamt 2,5 Millionen Menschen in Europa. Auch in anderen europäischen Ländern, beispielsweise Griechenland, sowie in Australien und Kanada ist das Programm im Gespräch.

Europäisches EPODE-Netzwerk

Mit Unterstützung der Europäischen Kommission hat Nestlé EUR 525 000 für das pan-europäische EPODE-Netzwerk (EEN) bereitgestellt, ein Projekt mit Laufzeit von 2007 bis 2010, das die Implementierung von EPODE-ähnlichen Öffentlichkeitsprogrammen in ganz Europa fördern soll. Mit Leitlinien für politische Beteiligung, wissenschaftlichen Auswertungen, öffentlich-privaten Partnerschaften, Networking und Sozialmarketing sowie durch Weitergabe von Best Practices wird das EEN zu den EU-Zielen beitragen, gesündere Lebensweisen und Ernährung sowie körperliche Aktivität zu fördern und der Fettleibigkeit und anderen chronischen Krankheiten vorzubeugen.

Herausforderung

Projekte mit vielen Anspruchsgruppen

Nestlé setzt sich in Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Gesundheitsinstitutionen weltweit gegen Adipositas ein. Die Unterstützung oder Partnerschaft weiterer Institutionen – Regierungen, Schulen, Nichtregierungsorganisationen oder lokale Behörden – bei der Einbeziehung der Öffentlichkeit ist hierbei von unschätzbarem Wert. Alle Beteiligten spielen dabei wichtige und zum Teil sehr unterschiedliche Rollen. Um Interessenkonflikte angemessen zu bewältigen sind grösste Transparenz, klare Regeln und Good Governance unerlässlich. Nur so können die beteiligten Anspruchsgruppen die Rollen, Aufgaben und Kompetenzen der jeweils anderen vollständig respektieren.

«Partnerschaft ist ein Kernelement von EPODE. Hier in Béziers verlassen wir uns für den Programmerfolg sehr stark auf die Lehrer. Ebenso wichtig ist die Unterstützung durch Ärzte, Krankenschwestern und natürlich der Kinder selber. Bisher haben wir nicht direkt mit nationalen Partnern wie Nestlé gearbeitet, aber wir werden dies gerne tun, sofern die für uns wichtigen Bedingungen des Programmes eingehalten werden.»



Monique Valaize,
Stellvertretende Bürgermeisterin
und zuständig für Fragen der
Gesundheit, Béziers, Frankreich

Ein Interview über
EPODE in Béziers finden Sie
als Video unter
www.nestle.com/csv/stories

1–3

Eine gesunde Investition

Nestlé Frankreich unterstützt das Programm EPODE – «Gemeinsam gegen Übergewicht bei Kindern» – mit EUR 250 000 jährlich. Der integrierte praktische Ansatz von EPODE zur Förderung einer gesunden Ernährung wird in vielen französischen Städten umgesetzt. Zusätzlich hat Nestlé Spanien in 2008 EUR 126 000 in das dortige EPODE-Äquivalent THAO investiert. Die Nestlé AG stellt ihrerseits EUR 525 000 für das dreijährige Projekt eines europaweiten EPODE-Netzwerks bereit.



1, 2

3





- 14 Wissenschaftsbasierte Lösungen für Ernährungsbedürfnisse
- 22 Die Qualität von Nahrungsmitteln und Ernährung
- 30 Adipositasprävention und Gewichtsmanagement
- 38 **Ernährung für Verbraucher mit besonderen Bedürfnissen**
- 48 Ernährungsbewusstsein und Ernährungsaufklärung
- 60 Bessere Ernährung in Entwicklungsländern

Altersgerechte Ernährung

Ernährungsspezialistin Zakia El-Yaagoubi informiert Bewohner des Pflegeheims Estamounets in Couiza, Frankreich, über die Produktreihe *Davigel*.
Siehe Seite 42.

Ernährung für Verbraucher mit besonderen Bedürfnissen

Ernährungsbedürfnis →

Je nach Lebensphase und Lebensstil stellen Menschen unterschiedliche Anforderungen an die Ernährung: von Säuglingen und Kindern über ältere Menschen, Kranke und Genesende bis hin zu Sportlern.

Die Lösung von Nestlé →

Das Geschäft und die F&E-Kapazitäten von Nestlé – die grössten weltweit – sind ganz auf besondere Ernährungsbedürfnisse ausgerichtet. So entstehen massgeschneiderte, wissenschaftlich fundierte Produkte und Dienstleistungen mit funktionalem Nutzen, die den Konsumenten helfen, gesünder und länger zu leben.

Gemeinsame Wertschöpfung

Nestlé erfüllt die vielfältigen Ernährungsbedürfnisse unterschiedlichster Konsumentengruppen und ist so in einer herausragenden Ausgangsposition für rentables Wachstum in den Bereichen Säuglings-, Gesundheits- und Leistungsernährung sowie Gewichtsmanagement.





Bei Nutrition, Gesundheit und Wellness
führend

10,4 Milliarden

Umsatz von Nestlé Nutrition, in CHF

Nestlé Nutrition

Nestlé Nutrition ist eine globale, integrierte Geschäftseinheit, die mit angewandter Wissenschaft und Technologie wirkungsvolle, klinisch geprüfte Produkte für besondere Ernährungsbedürfnisse entwickelt. Auch hier ist zwar der Geschmack wichtig, doch der Kernpunkt ist ein funktionaler Zusatznutzen, der individuelle Ernährungsbedürfnisse abdeckt, zur Lösung eines Gesundheitsproblems beiträgt und zu einem erfüllteren, gesünderen und längeren Leben verhilft.

Menschen in unterschiedlichen Lebensphasen und -situationen haben unterschiedliche Ernährungsbedürfnisse: beispielsweise Säuglinge und Kinder, ältere Menschen, Kranke oder Genesende, Leistungssportler und Menschen, die gezielt Gesundheitsvorsorge betreiben oder auf ihr Gewicht achten. Nestlé Nutrition verbessert die Lebensqualität dieser Konsumenten durch innovative, wissenschaftlich fundierte Produkte und Dienstleistungen, die ihren besonderen Bedürfnissen entsprechen.

Nestlé Nutrition beschäftigt über 20000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und umfasst die folgenden vier Geschäftsbereiche:

- **Säuglingsernährung:** Säuglingsanfangsnahrung und Babynahrung, die das Wachstum und die gesunde Entwicklung von Säuglingen und Kleinkindern unterstützen (siehe Seite 42);
- **Gesundheitsernährung:** Produkte für ältere Menschen, Menschen mit bestimmten Krankheiten oder in der Rekonvaleszenz (siehe Seite 40);
- **Leistungsernährung:** Produkte für Sportler und hochaktive Menschen, die körperliche und geistige

Spitzenleistungen erbringen wollen (siehe Seite 42);

- **Gewichtsmanagement:** Massgeschneiderte Gewichtsmanagementprogramme, die Konsumenten beim dauerhaften Abnehmen helfen (siehe Seite 34).

Erfüllung spezifischer Ernährungsbedürfnisse

HealthCare Nutrition, der weltweit zweitgrösste Anbieter von Gesundheitsnahrung, will die Rolle der Ernährung in der Gesundheitsversorgung durch ein Angebot von spezifischen Ernährungslösungen stärken, welche über einen nachgewiesenen gesundheitlichen Nutzen verfügen und die Lebensqualität von Patienten und Konsumenten mit bestimmten Gesundheitsproblemen verbessern.

Risiko von Mangelernährung bei älteren Menschen

Dank des drastischen Rückgangs der Infektionskrankheiten in den letzten 50 Jahren leben immer mehr Menschen immer länger. Im Jahr 2050 werden rund 30% der Bevölkerung in den Industriestaaten über 65 Jahre alt sein. Gleichzeitig sind chronische Erkrankungen auf dem Vormarsch und erhöhen das Risiko für Mangelernährung. Bis zu 50% der Bewohner von Pflegeeinrichtungen und bis zu 70% der älteren Patienten in Krankenhäusern sind mangelernährt. Mangelernährung verursacht heute grössere Kosten als Adipositas.

Infolge von körperlicher Schwäche und Muskelschwund steigt die Abhängigkeit des Patienten, er stürzt häufiger und erleidet Knochenbrüche. Annähernd die Hälfte aller älteren Patienten mit Schenkelhalsbruch sind mangelernährt. Gleichzeitig ist bei schwer

mangelernährten Patienten das Infektionsrisiko mehr als dreifach erhöht.

Nestlé Nutrition bietet eine Hilfestellung bei der Erkennung von bestehender oder drohender Mangelernährung bei älteren Menschen. Das klinisch fundierte Screening- und Untersuchungsinstrument Mini-Nutritional Assessment (MNA) ist einfach anzuwenden, dauert weniger als vier Minuten und wird von nationalen und internationalen Organisationen empfohlen. Nestlé Nutrition bietet zudem orale Nahrungsergänzungsmittel wie *Resource* an, die für den besonderen Nährstoffbedarf von älteren Patienten entwickelt wurden.

➤ Mehr dazu erfahren Sie unter www.mna-elderly.com

Magen-Darm-Erkrankungen bei Kindern

Verletzungen, grosse Operationen und Krankheiten wie Mukoviszidose, Morbus Crohn oder Pankreatitis können Entzündungen, Verdauungsinsuffizienz, Reflux oder Erbrechen nach sich ziehen. Dadurch steigt das Risiko von Mangelernährung und Gewichtsverlust. Zahlreiche Magen-Darm-Patienten benötigen Spezialnahrung, die leicht durch eine Sonde verabreicht werden kann.

Neben den Varianten für Erwachsene gibt es auch *Peptamen Junior*-Rezepturen für Kinder von 1 bis 10 Jahren. Das Produkt auf Molkebasis ist leicht zu resorbieren und reduziert die Gefahr von Reflux und Erbrechen. Eine weitere Lösung von Nestlé, *Modulen IBD*, wird bei Morbus Crohn verabreicht, um Wachstum und Heilung zu fördern und die Entzündung zu lindern.

Boost Kid Essentials ist eine neue Trinknahrung zur vollständigen Nährstoffversorgung in kinderfreundlicher Verpackung – mit einem innovativen Trinkhalm mit *Lactobacillus reuteri Protectis*, der die Immunabwehr stärkt. Mit dem Strohhalm macht das Trinken Spass, und er reduziert nachweislich die Zahl der Krankheitstage und die Schwere akuter Diarrhö. *Boost Kid Essentials* ist ausserdem eine gute Quelle essentieller Vitamine und

«Wir beobachten ältere Menschen vor allem auf die ersten Einschränkungen von Mobilität, Alltagsbewältigung und kognitiven Fähigkeiten. Diese ersten Anzeichen geben uns Aufschluss über die Sturzgefahr und erlauben uns, mit massgeschneiderten Interventionen möglichen Komplikationen vorzubeugen. Der Einsatz von Ergänzungsnahrung ist eine dieser Interventionen.»



Professor Reto Kressig,
Leiter der Abteilung für
Akutgeriatrie am Universitätsspital
Basel, Schweiz

📺 Das vollständige Interview
finden Sie als Video unter
www.nestle.com/csv/stories

1

Vorrang für Vorbeugung

Eine Patientin füllt im Rahmen eines Evaluierungsprogramms zur Früherkennung von drohender Mangelernährung das «Mini-Nutritional Assessment (MNA)»-Formular aus.

2

Gezielte Versorgung

Koch Hervé Pintonnello bereitet mit Eiweiss und Kalzium angereicherte Produkte von Davigel für Bewohner des Pflegeheims Estamounets, in Couiza, Frankreich, zu.

3

Wissenschaftlich fundierte Gesundheitsernährung

Überzeugende Forschung wie hier im PTC von Nestlé in Konolfingen, Schweiz, untermauert die medizinischen Ansprüche unserer Produkte zur Gesundheitsernährung und trägt uns das Vertrauen der Konsumenten ein.



1, 2

3





Mineralstoffe, darunter Vitamin C, E und Selen, sowie hochwertiger Eiweisse und Antioxidantien.

Hilfe für Patienten im Kampf gegen den Krebs

Weltweit erkranken jährlich mehr als 10 Millionen Menschen an Krebs, und 2020 werden es den Erwartungen zufolge 15 Millionen sein. Die Krankheit und ihre Behandlung beanspruchen die Nährstoffspeicher des Körpers stark, und infolge der Nebenwirkungen der Therapie – Übelkeit, Appetitverlust, Diarrhö, veränderter Geruchs- und Geschmackssinn – isst der Patient oft weniger und nimmt Nährstoffe schlechter auf. Bei bis zu 80% aller Krebspatienten tritt klinische Mangelernährung auf. Hierdurch besteht das Risiko einer schlechteren Therapiewirkung, von mehr Nebenwirkungen und einer verminderten Lebensqualität.

Nestlé Nutrition bietet Ernährungslösungen an, die Krebspatienten während der Therapie unterstützen. Protein- und energiereiche Ergänzungsnahrungen zur oralen Einnahme wie *Resource 2.0*, *Clinutren HPHC* und *Boost High Protein* erhalten die Energiespeicher und Muskelmasse des Körpers aufrecht, stärken das Immunsystem und minimieren den Gewichtsverlust. Zudem ist Trinknahrung mit Fruchtgeschmack wie *Clinutren Fruit* oder *Boost Breeze* für einige Patienten ansprechender als Milchshake-ähnliche Produkte.

Erfüllung spezifischer Ernährungsbedürfnisse: Sport und körperliche Aktivität

Leistungs- und Wettkampfsportlern ab. Leistungsernährung ist ein kleinerer Spezialbereich unseres Geschäfts. Sie deckt die besonderen Bedürfnisse von Leistungs- und Wettkampfsportlern ab.

Wissenschaftlich fundierte Sportlernahrung

8%

Leistungssteigerung bei Sportlern durch das Branded Active Benefit *C2Max*

Das Sortiment umfasst Energieriegel, Sportdrinks, Gels und Protein-Nahrungsergänzung. Eine der führenden Produktfamilien, *PowerBar*, wird seit 2007 mit einem neuen Konzept vermarktet: Das innovative, dreistufige *PowerBar*-Performance-System liefert in jeder Phase die benötigten Nährstoffe:

- **Energise:** alles für die Energieaufnahme vor dem Sport;
- **Refuel:** Kohlenhydrate und Elektrolyte für den Energienachschub während des Sports;
- **Rebuild:** mit Kohlenhydraten, Proteinen und Flüssigkeit für die Muskelregeneration, Auffüllung der Glykogenspeicher und Rehydratation nach dem Sport.

«Refuel»-Produkte sind besonders darauf ausgelegt, Leistungssportler bei extremen Ausdauerwettkämpfen wie einem Ironman-Triathlon zu unterstützen. Der *PowerBar*-Performance-Riegel enthält eine spezielle Kombination von Kohlenhydraten aus Glukose und Fruktose im BAB *C2Max*, die nachweislich die Leistungsfähigkeit um 8% steigert.

Erfüllung des Bedarfs an Muttermilchersatzprodukten Unser Engagement für das Stillen

Kurz nachdem er das Unternehmen gegründet hatte, erklärte Henri Nestlé in seiner *Abhandlung über die Ernährung von Kindern*, dass Muttermilch die naturgegebene Säuglingsnahrung sei und jede Mutter, die dazu in der Lage sei, ihr Kind selbst stillen sollte. Nestlé ist grundsätzlich dafür, dass die Mutter so lange wie möglich ausschliesslich stillt und dann dazu übergeht, zusätzlich sichere und geeignete Beikostprodukte zuzufüttern.

«Beim ersten Triathlon ist man einfach nur glücklich, auch wenn man nicht unter die ersten 100 kommt. Aber wenn man an der Spitze mitlaufen will, muss man das ebenso von der wissenschaftlichen Seite sehen wie von der sportlichen.»



Faris Al-Sultan, Fünfmaliger Gewinner eines Ironman und ehemaliger Ironman-Weltmeister

1

Mit Diabetes leben

Sondalis Diabetes ist eine vollständige Flüssignahrung für die enterale Ernährung von Patienten, die unter Hyperglykämie leiden.

2

PowerBar Team Elite

PowerBar sponsort Sportler, die einen positiven Einfluss auf ihre Sportart haben, sowie 1000 Sportveranstaltungen pro Jahr.

Energie-Nachschub

Der PowerBar-Performance-Riegel enthält das BAB C2Max, eine spezielle Kombination von Kohlenhydraten aus Glukose und Fruktose, die nachweislich die Leistungsfähigkeit um 8% steigert.



3

Vorrang für das Stillen

Muttermilch ist die beste Ernährung für Säuglinge, und jede Mutter, die dazu in der Lage ist, sollte ihr Kind stillen.



1

2



3





Wir informieren Konsumenten und Fachkräfte des Gesundheitswesens auf der Verpackung und Etikettierung unserer Säuglingsnahrung über den Nutzen und die Überlegenheit des Stillens, und wir verbreiten Informationsmaterial, welches das Stillen befürwortet.

Bedeutung

von Säuglingsnahrungsprodukten

Auch heute noch verwenden Millionen Frauen in der Welt Muttermilchersatzprodukte, die gefährlich für ihre Kinder sind, insbesondere Kuh-Vollmilch, Speisestärke-Wasser-Mischungen, Reis- oder Zuckerwasser. Nestlé verfolgt das Ziel, dass sie stattdessen das einzige Produkt verwenden, das UNO und WHO als sicheren, nährstoffreichen Ersatz anerkennen: Säuglingsanfangsnahrung.

Nestlé hat umfassende Managementsysteme eingerichtet, um sicherzustellen, dass unsere Säuglingsnahrung verantwortungsvoll vermarktet und verkauft wird, wie es der *Kodex der WHO für die Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten* vorsieht.

Unsere Richtlinien zur Vermarktung von Säuglingsnahrung stellen sicher, dass wir in allen Ländern mindestens den gesetzlichen Standard einhalten. Darüber hinaus sind wir das erste Unternehmen, das zum Schutz von Babys in Regionen mit mangelhafter Hygiene und erhöhter Säuglingssterblichkeit freiwillig den gesamten WHO-Kodex in allen Entwicklungsländern anwendet, auch wenn er dort nicht national implementiert ist.

Zerealien für Kleinkinder und Babynahrung von Nestlé (siehe Seite 46) werden in keinem Land als Muttermilchersatz vermarktet oder

gekennzeichnet. Nestlé ist das einzige Unternehmen, das den Kodex freiwillig und unilateral in Entwicklungsländern sowohl auf Anfangs- als auch auf Folgenahrung anwendet und Kinderzerealien sowie Babynahrung erst für Kinder ab 6 Monaten vermarktet.

Herausforderung

Einhaltung des WHO-Kodex sicherstellen

Als Hersteller von Säuglingsnahrung nimmt Nestlé ihre Verantwortung sehr ernst, sich beim Marketing an den Kodex zu halten. Wir verbreiten das offizielle Kodex-Dokument sehr aktiv und haben eine Reihe interner Mechanismen eingerichtet, mit denen die Einhaltung systematisch überwacht wird. Hierzu zählen:

- detaillierte Anleitungen zur Umsetzung des Kodex;
- umfassende Schulung, Aufklärung und Prüfung der Mitarbeiter;
- interne Ombudsstellen, bei denen Mitarbeiter vertraulich und anonym mögliche Verletzungen des Kodex melden können;
- ein Programm regelmässiger unabhängiger Prüfungen durch externe Revisoren;
- interne Audits in bis zu 20 Ländern pro Jahr.

📄 **Die Ergebnisse der letzten Audits finden Sie unter www.babymilk.nestle.com**

Wenn Aktionsgruppen Verstösse gegen den WHO-Kodex melden, nehmen wir das sehr ernst. Wir betreiben einen hohen Aufwand, um sicherzustellen, dass unser Marketing im Einklang mit dem Kodex handelt. Wenn uns Beschwerden angetragen werden, die konkret genug sind, um sie überprüfen zu können, klären wir sie vollständig auf. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen zeigen, dass tatsächliche Verstösse selten sind und zum Zeitpunkt der Beschwerdeführung meist schon lange ausgeräumt wurden. Überall auf der Welt haben Persönlichkeiten aus dem Bereich von Kirchenorganisationen, Ethisches-Investment-Analysten, Regierungen

und Meinungsbildner unser Verhalten begutachtet und positive Bewertungen abgegeben. Differenzen scheinen bei den Auffassungen über die Reichweite des Kodex zu bestehen – einige Aktionsgruppen legen diese sehr weit aus, während wir der Ansicht sind, dass sich der Kodex, wie sein Name besagt, auf Muttermilchersatzprodukte bezieht.

📄 **Die Ergebnisse im Überblick sind unter www.babymilk.nestle.com nachzulesen**

Förderung der Darmflora bei Säuglingen

Muttermilch ist eine Quelle von Probiotika und insbesondere Bifidobakterien. Diese «guten» Bakterien werden beim Stillen auf das Kind übertragen, «schulen» sein Immunsystem und verringern so sein Infektions- und Allergierisiko. Bei Kindern, die nicht gestillt werden, fördert ein Probiotikazusatz in der Säuglingsnahrung die Entwicklung der gesundheitsförderlichen Bakterien in der Darmflora. Nestlé war einer der ersten Anbieter, der seine Säuglingsnahrung mit Probiotika anreicherte, um die Vorzüge von Muttermilch so weit wie möglich zu übernehmen.

Herausforderung

Allergie gegen Kuhmilchproteine

Muttermilch enthält nicht nur alle Nährstoffe, die das Baby braucht, sondern auch biologisch wirksame Substanzen, die eine allergene Sensibilisierung verhindern und die Tolerierung körperfremder Eiweisse bewirken. Wenn ein Baby jedoch nicht gestillt werden kann, ist Kuhmilch in der Anfangsnahrung oft das erste «fremde» Eiweiss, das es kennen lernt. Die Kuhmilcheiweissallergie ist jedoch die häufigste Lebensmittelallergie bei Neugeborenen. Bei Stillkindern ist es relativ einfach, Kuhmilch zu vermeiden, doch bei nicht gestillten Kindern werden geeignete Ersatzprodukte benötigt, um eine Kuhmilchallergie zu verhindern oder zu beherrschen. Grundsätzlich gibt es zwei hypoallergene Strategien:

- Allergieprävention: Zahlreiche Untersuchungen unabhängiger

1

Auf dem Laufenden

Mitarbeiter von Nestlé Indonesien bei einer Informationsveranstaltung über den Kodex der WHO am Geschäftssitz in Jakarta.



2, 3

Kodex-Compliance

Prüfer von Bureau Veritas unterhalten sich mit dem Nestlé-Ombudsmann für den WHO-Kodex in Indonesien und prüfen Säuglingsnahrungsprodukte von Nestlé im Geschäft.



1, 2

3





Experten belegen, dass bei nicht gestillten Säuglingen, die in den ersten Monaten partiell hydrolysierte Nahrung (pHF) erhalten, das Allergierisiko sinkt, weil die Proteine in der Nahrung in kleinere Eiweiße (Peptide) zerlegt sind und deshalb weniger allergieauslösende Kraft besitzen. Für partiell hydrolysierte Produkte wie *NAN H.A. 1* und *NAN H.A. 2* von Nestlé ist klinisch bewiesen, dass sie das Allergierisiko bei besonders gefährdeten Babys um bis zu 50% verringern und allergiebedingte Hautprobleme bei Babys unter zwei Jahren in ähnlichem Masse reduzieren;

- **Allergietherapie:** Für das Management einer Kuhmilch- oder sonstigen Proteinunverträglichkeit bei nicht gestillten Kindern ist eine Nahrung erforderlich, welche die Proteinsensibilisierung vollständig vermeidet. Extensiv hydrolysierte Säuglingsnahrung (eHF) ist praktisch allergenfrei, da die enthaltenen Proteine in kleinste, nicht mehr allergene Fragmente zerlegt sind. Es gibt diese Produkte zwar schon seit Jahrzehnten, doch früher waren sie teuer herzustellen und schmeckten bitter. Die Spezialisten von Nestlé haben beide Probleme bewältigt: Ernährungslösungen für Kinder mit Nahrungsmittelunverträglichkeit und -überempfindlichkeit wie *Alfaré* und *Althéra* sind kosteneffizient und begünstigen durch ihren verbesserten Geschmack auch die langfristige Verwendung.

Säuglingsnahrung nach Kaiserschnitt

Der Anteil der Kaiserschnittentbindungen nimmt weltweit zu – 30% beträgt er bereits in Westeuropa und den USA, 70% bis 80% in einigen Regionen Lateinamerikas und Asiens. Säuglingen, die per Kaiserschnitt geboren werden (in der Regel unter sterilen Bedingungen), fehlt die Darmflora, die sich während der natürlichen Geburt angesiedelt hätte, so dass die Kinder anfälliger für Allergien und Darminfektionen sind.

Nestlé bringt als einziges Unternehmen derzeit Anfangsnahrungen auf den Markt, die dies berücksichtigen. Nestlé *NAN 1* und *NAN H.A.1* enthalten das BAB *Protect Start Excel*, das mit seiner probiotischen *Bifidus BL*-Kultur schützende Bifidobakterien im Darm ansiedelt. Davon profitieren alle Babys, besonders aber per Kaiserschnitt entbundene Kinder mit reduzierter Darmflora. Im Laufe des Jahres 2009 wird die weltweite Markteinführung abgeschlossen sein.

Erfüllung besonderer Bedürfnisse: Ergänzungsnahrung für Säuglinge

Ab dem Alter von etwa 6 Monaten kann der Energie- und Nährstoffbedarf des Babys das Angebot der Muttermilch übersteigen. Das Kind kann nun allmählich auch nicht-flüssige Beikost schlucken, die sein Wachstum, seine Gehirnentwicklung und sein Immunsystem fördert.

Die «Feeding Infants and Toddlers»-Studie

Die Forschung hat gezeigt, dass Kinder, die von Anfang an – sogar schon im Mutterleib und beim Stillen – regelmäßig unterschiedliche Geschmacksrichtungen und Nahrungsmittel kennengelernt haben, sich später tendenziell besser ernähren. Nestlé Nutrition führte 2008 die FITS-Studie (Feeding Infants and Toddlers Study) mit Kindern von bis zu vier Jahren durch, die auf einer gleichnamigen Studie basierte, in der Gerber 2002 die Essgewohnheiten und Nährstoffversorgung von 3000 US-amerikanischen Kindern

von 4–24 Monaten untersucht hatte. Die Studie stellte nicht nur fest, dass die Ernährung der Kinder zu wenig gesunde Fette und Ballaststoffe und zu viel Salz enthielt, sondern auch dass:

- knapp 25% der 19–24 Monate alten Kinder kein Obst oder Gemüse assen;
- das von 15–18 Monate alten Kindern am meisten verzehrte Gemüse Pommes Frites waren;
- 46% aller 7–8 Monate alten Babys Desserts, Süßigkeiten oder gezuckerte Getränke bekamen.

Gerber kommuniziert diese Ergebnisse an Eltern und Kinderärzte und festigt so ihre Führungsposition im Bereich der Säuglings- und Kleinkindnahrung in den USA, während sie weiter an der Entwicklung massgeschneiderter Ernährungslösungen arbeitet.

Starte gesund, bleibe gesund

Aufbauend auf unserer Erkenntnis, dass jedes Entwicklungsstadium eines Kindes mit einem spezifischen Nährstoff- und Kalorienbedarf einhergeht, haben wir einen integrierten Ernährungsplan entwickelt. Mit unserer Säuglings- und Ergänzungsnahrung, die dem neuesten Stand der Ernährungsphysiologie entspricht, lernen die Kinder von Anfang an Geschmacksvielfalt kennen. Diese gesunden Ernährungsgewohnheiten bilden potentiell eine gute Grundlage für Gesundheit und Wohlbefinden im späteren Leben.

📺 **Sehen Sie sich in einem kurzen Film an, wie Gerber-Babynahrung mit Eltern und Ernährungsspezialisten zusammenarbeitet, um neue Produkte zu entwickeln, die aus besten natürlichen Zutaten aus der Region hergestellt werden, unter www.nestle.com/csv/stories**

1, 2

Ein

Wachstumsmarkt

Junge Konsumenten testen die neuesten Produkte von Gerber. Gerbers Initiative «Start Healthy, Stay Healthy» nutzt Erkenntnisse der Forschung, um Eltern zu helfen, ihre Kinder zu gesunden Ernährungsgewohnheiten zu erziehen.



1, 2

3

Kunststück aus Kunststoff

Die umweltfreundlichen Behälter des Nestlé *NaturNes*-Sortiments liegen gut in der Hand, sind robust und mikrowelleneignend und haben einen wiederver-schliessbaren Deckel.



3



☺ Lesen Sie, wie wir die Verpackung von *NaturNes* für den Kunden und für die Umwelt neu gestaltet haben, unter www.nestle.com/csv/stories

Ernährungsbewusstsein und Ernährungsaufklärung

Ernährungsbedürfnis →

Schärfung des Bewusstseins für gute Ernährung und Vertiefung der Kenntnisse der Konsumenten, damit sie fundierte Entscheidungen treffen können, sowie der Mitarbeiter von Nestlé, damit sie selbst als Botschafter für gesunde Lebensführung auftreten können.

Die Lösung von Nestlé →

Nestlé betreibt hierzu eine Reihe von Initiativen – von deutlicher Kennzeichnung der Nährwerte auf den Verpackungen über die Beteiligung an Aufklärungs- und Interventionsprogrammen sowie die Bereitstellung umfassender ernährungsphysiologischer Informationen auf unserer Internetpräsenz bis hin zu betrieblichen Programmen für Wellness und Kooperationen mit staatlichen Stellen und anderen Partnern, um gesündere Ernährung und Lebensführung zu fördern.

Gemeinsame Wertschöpfung

Indem wir den Konsumenten Ernährungsinformationen an die Hand geben, versetzen wir sie in die Lage, eigenständig gesündere Entscheidungen zu treffen und sich die Bedeutung von Nährstoffen, gesundem Essen und Bewegung selbst bewusst zu machen. Die Mitarbeiter profitieren von besserer Ernährung, mehr Gelegenheit zu körperlicher Betätigung und grösserem Wissen zum Thema Ernährung. Das steigert die Produktivität und die Arbeitsmoral, verbessert unser Ansehen in Wissenschaft, Gesundheitswesen und Politik und schafft Chancen für rentables Wachstum.





Klare, praktische Ernährungsinformationen

98%

Anteil der Produkte von Nestlé mit *Nestlé Ernährungskompass*

Ausbau des Ernährungswissens bei Konsumenten und in der Gesellschaft

Wir sind uns unserer Verpflichtung einer verantwortungsvollen Kommunikation mit den Konsumenten und besonders mit Kindern voll bewusst. Sämtliche Unternehmen von Nestlé sind zur Einhaltung nicht nur der geltenden Gesetze, sondern auch der konzerneigenen Kommunikationsrichtlinien verpflichtet.

Unserer Verantwortung entsprechend verpflichten wir uns zur klaren, konsumentenfreundlichen Kennzeichnung der Produkte (siehe unten). Wir beteiligen uns zudem an lokalen, regionalen und nationalen Programmen zur Ernährungsaufklärung (Seite 52) und unterstützen unsere Mitarbeiter darin, gesünder zu leben und als unsere Botschafter für Gesundheit und Wellness aufzutreten (Seite 54). Unser gemeinsam mit Gesundheitsbehörden, Regierungen und anderen Einrichtungen betriebener Einsatz für eine gesündere Gesellschaft stärkt darüber hinaus unser Ansehen als weltweit führendes Unternehmen für Ernährung, Gesundheit und Wellness (Seite 57). Auch auf unserer Internetpräsenz bieten wir eine Fülle von Informationen rund um die Ernährung an.

Nestlé Ernährungskompass

Die Verpackung ist das ideale Medium für klare, praxisorientierte Ernährungsinformationen, denn sie erreicht den Konsumenten beim Einkauf, bei der Zubereitung und beim Verzehr.

Während über das Thema Lebensmittelkennzeichnung noch diskutiert wird, haben wir den *Nestlé Ernährungskompass* auf der Verpackung eingeführt, einen Infobereich mit leicht

verständlichen, nützlichen Ernährungsinformationen, mit deren Hilfe die Konsumenten bewusste, fundierte Entscheidungen über ihre Ernährung treffen können.

Der *Nestlé Ernährungskompass* hat vier Komponenten:

- eine standardisierte Nährwerttabelle mit Angaben pro 100g, pro Portion und in Prozent des Richtwerts für die Tageszufuhr (siehe unten);
- Erläuterungen zu Zutaten oder Nährstoffen des Produkts, beispielsweise zum Fett-, Zucker-, Ballaststoff- oder Kalziumgehalt;
- Tipps zum ggf. massvollen Genuss des Produkts und zu seiner Rolle in einer ausgewogenen Ernährung;
- Kontaktangaben und Links zur Kundenbetreuung, zu Websites und anderen Informationsquellen.

Im Dezember 2008 machten die mit dem *Nestlé Ernährungskompass* versehenen Produkte 98% unseres weltweiten Gesamtumsatzes aus. Dieses Niveau wollen wir trotz der hohen Zahl neuer Markteinführungen halten und idealerweise auf 100% steigern.

Herausforderung

Messung des Erfolgs des *Nestlé Ernährungskompasses*

Zu ermitteln, wie erfolgreich wir unser Versprechen eingelöst haben, klare, praktische Ernährungsinformationen auf die Verpackungen zu bringen, ist eine grosse Aufgabe – nicht zuletzt deshalb, weil unser weltweites Produktsortiment sich ständig verändert und erweitert. Eine Fortschrittsmessung bei einer globalen Initiative wie dem *Nestlé Ernährungskompass* ist sehr zeit- und ressourcenaufwendig. Studien sind darüber hinaus teuer. Wenn

Nestlé sie selbst durchführen würde, könnte ihnen mangelnde Objektivität vorgeworfen werden, und eine branchenübergreifende Gruppe wird eine solche Untersuchung eher nicht durchführen wollen. Im Juni 2007 beauftragte Nestlé eine unabhängige Unternehmensberatung, in elf Ländern das Verbraucherverständnis des *Nestlé Ernährungskompasses* mittels persönlicher Interviews und Online-Befragungen zu untersuchen. Annähernd die Hälfte der Befragten (45%) kannten den *Nestlé Ernährungskompass*, das waren (dort, wo dies mit abgefragt wurde) mehr als bei normalen Nährwerttabellen auf Packungen.

Richtwert für die Tageszufuhr

In Zusammenarbeit mit verschiedenen Anspruchsgruppen arbeiten die Ernährungswissenschaftler von Nestlé stetig daran, den *Ernährungskompass* relevant und aktuell zu halten. In Europa wird beispielsweise eine umfassende Tabelle zum Richtwert für die Tageszufuhr (Guideline Daily Amount, GDA) für die 8 wichtigsten Nährstoffe aufgenommen (siehe unten). Das entspricht den Grundsätzen von Nestlé und ist essentiell, wenn eine gesundheits- oder nährwertbezogene Aussage gemacht wird (wenn dies nicht der Fall ist, können bei begrenztem Platz auch nur die 4 wichtigsten angegeben werden).

Wichtige Nährstoffe

Die wichtigsten 4	Brennwert, Kohlenhydrate, Eiweiss, Fett
Die wichtigsten 8	Brennwert, Kohlenhydrate, Eiweiss, Fett, Zucker, gesättigte Fettsäuren, Natrium, Ballaststoffe

Entwickelt wurden die Empfehlungen vom europäischen Verband der Lebensmittelindustrie (CIAA) im Rahmen seiner freiwilligen Massnahmen zur Kennzeichnung von Lebensmitteln, um den Konsumenten zu informieren, wie viel Kohlenhydrate und andere Nährstoffe eine Portion enthält (bezogen auf den durchschnittlichen Richtwert für die Tageszufuhr im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung).

1

Klare Worte

Eine Mitarbeiterin von Nestlé spricht mit einer Abgeordneten über den *Nestlé Ernährungscompass* auf dem Kongress der amerikanischen Gesellschaft der Ernährungswissenschaftler in Chicago, USA, im Oktober 2008.



1



2

2

Ansprechpartner

Das Nestlé Ernährungsstudio in Deutschland betreibt eine Internetplattform mit Ernährungsinformationen sowie eine Verbraucher-Hotline.

3

Auf dem richtigen Weg

Der *Nestlé Ernährungscompass* befindet sich heute weltweit auf nahezu allen unseren Produktverpackungen.

3





Weltweite Ernährungsprogramme

9,1 Millionen

Menschen, die durch Aufklärungsprogramme von Nestlé erreicht werden

Die GDA-Tabelle, die auf 88% unserer Produkte in Europa angegeben ist (Stand: Ende 2008), wird auf der Packungsvorderseite durch Kurzanlagen zum Brennwert und Anteil am empfohlenen Richtwert für die Tageszufuhr an Kalorien pro Portion ergänzt; ein Pfeil weist auf den umfassenderen, «handlungsorientierten» *Nestlé Ernährungs-kompass* auf der Rückseite hin.

Förderung von Schulungsprogrammen

Als Initiator, Träger oder Partner ist Nestlé an zahlreichen öffentlichen Aufklärungsprogrammen auf der ganzen Welt beteiligt, um das Bewusstsein der Konsumenten für die Bedeutung von Ernährung und Bewegung für die Gesundheit zu schärfen. Frühzeitige Ernährungsmassnahmen können die Gesundheit und die Lernkapazitäten von Kindern verbessern, darum richten sich unsere Programme vorwiegend an Schulen. Nachstehend folgen einige Beispiele.

📄 Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestle.com/csv/education

Europa: Die Nestlé France Fondation d'Entreprise wurde im September 2008 gegründet, um in französischen Familien Essgewohnheiten zu fördern, die langfristig Gesundheit und Wohlbefinden nutzen. Die von einem interdisziplinären Stiftungsrat geführte Stiftung wird Forschungsstipendien für die Untersuchung biologischer, gesellschaftlicher und humanistischer Aspekte der Ernährung vergeben und Initiativen in vier Kategorien (Gesundheit, Bewegung, Genuss, Aufklärung) mit dem «Gold Nest»-Preis auszeichnen.

📄 Mehr dazu lesen Sie unter www.fondation.nestle.fr

Asien: Mit *Bear Brand*-Milchpulver als Partner vermittelt die Kampagne «Laki sa Gatas» (Mit Milch gross werden) auf den Philippinen Ernährungswissen an Schulkinder, Mütter und Lehrer. Regierungs- und Ernährungsbehörden unterstützen die Kampagne, Patin ist die bekannte Gouverneurin und Schauspielerin Vilma Santos. Über 1 Million Schulkinder zwischen 6 und 8 Jahren aus rund 2300 Schulen im ganzen Land wurden bereits erreicht – Ansporn genug für andere Geschäftsbereiche von Nestlé, dem Beispiel mit lokalen Marken zu folgen.

Ozeanien: Damit Lehrer ihren Schülern besser den Nutzen einer ausgewogenen Lebensführung vermitteln und das Rüstzeug geben können, Champions im Sport und im Leben zu werden, hat Nestlé in Zusammenarbeit mit dem Australian Institute of Sport (AIS) und dem New Zealand Millennium Institute of Sport & Health das Angebot «Get the AIS into the classroom» mit kostenlosen Materialien für Kinder im Alter von 10 bis 13 Jahren entwickelt.

Lateinamerika: «Crece Bien» (Gut aufwachsen) ist ein innovatives Unterrichtsinstrument mit theoretischen und praktischen Elementen, das Schulkinder in einer der ärmsten Gegenden Perus über Ernährung und Hygiene aufklärt und gesunde Essgewohnheiten fördert. Es soll zur Bekämpfung der Mangelernährung bei kleinen Kindern und zur körperlichen und geistigen Entwicklung der 3- bis 8-Jährigen beitragen. Teilnehmende Lehrer zeigten sich begeistert, auch über die Beteiligung der Eltern. Die Einbeziehung einheimischer Spezialisten für Ernährung und Kinderentwicklung sowie von Lehrern

«Seit dem «Healthy Thai Kids Programm» sind unsere Schüler nicht mehr dieselben. Es hat ihnen Spass gemacht, aber auch ihr Verhalten verändert. Heute sind sie gesünder, nehmen nährhaftere Lebensmittel zu sich, bewegen sich mehr und lernen besser.»



Siriwan Chantanasonon,
Stellvertretende Schulleiterin,
Assumption Convent School,
Bangkok, Thailand

📄 Das vollständige Interview finden Sie als Video unter www.nestle.com/csv/stories

1-3

**Gutes Wachstum,
gute Kindheit**

Bereits über 5000 Kinder haben zusammen mit ihren Eltern und Lehrern im Rahmen des Nestlé-Programms «Crecer Bien» (Gut aufwachsen) anhand von Puzzeln, Spielen und Übungen mehr über Ernährung gelernt. Insgesamt wurden 25000 Personen durch das Programm erreicht.



1

2



3





«Nutrir» Programm in Brasilien

116 000

Stunden pro Jahr freiwilliger Einsatz von Nestlé Mitarbeitern

und Psychologen war ebenfalls ein wichtiger Faktor für den Erfolg von «Crece Bien».

Lateinamerika: In Brasilien haben bereits bis zu 1 180 000 Kinder zwischen 5 und 14 Jahren von unserem Programm «Nutrir» profitiert, das entwickelt wurde, um Fehlernährung und Fettleibigkeit bei Kindern und Jugendlichen in einkommensschwachen Familien vorzubeugen und sie unmittelbar in ihrem Umfeld zu erreichen. Mit 1400 Nestlé-Mitarbeitern, die ehrenamtlich 116 000 Stunden im Jahr Ernährungsunterricht geben, stützt sich «Nutrir» auf drei Pfeiler – Freiwilligeneinsatz, Partnerschaften mit Universitäten, und Lokalregierungen – und umfasst zwei Kernprojekte: eins zur Qualifikation für Gastronomieberufe und eins zur Bekämpfung der Adipositas. Das Konzept ist mit einem virtuellen «Nutrir»-Programm inzwischen auch auf Mexiko und Kolumbien ausgeweitet worden.

Werbung und Marketing mit Verantwortung

Unsere Grundsätze für die Verbraucherkommunikation – ein fester Bestandteil der Nestlé-Unternehmensgrundsätze seit deren erster Veröffentlichung im Jahr 1999 – wurden mittlerweile dreimal überarbeitet und erweitert und sind ein verbindlicher Referenzrahmen für alle Marketing-Mitarbeiter und Werbeagenturen. Zusätzlich hat Nestlé Leitlinien entwickelt, welche die Einhaltung dieser Grundsätze in der gesamten Verbraucherkommunikation sicherstellen. Nestlé beteiligt sich auch an Brancheninitiativen wie einem europaweiten Programm, das die Einhaltung des branchenweiten

Verhaltenskodex für die Marketingkommunikation bei Nahrungsmitteln und Getränken überwacht.

Objektive Überwachung ist ein fester Bestandteil der brancheninternen Selbstverpflichtungen und Initiativen. Die EASA (Europäische Allianz der Werbeselbstkontrolle) hat ein Monitoring von Werbung für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke initiiert, das sich auf den ICC-Kodex und -Referenzrahmen sowie nationale Selbstregulierungskriterien stützt. Nestlé bestand die Prüfung zu 100%; alle 84 untersuchten Werbungen innerhalb des Studienrahmens entsprachen den geltenden Kodizes. Innerhalb der gesamten Nahrungsmittel- und Getränkebranche wurden diese Kodizes zu 96% eingehalten. Seit 2005 überwacht die ESEA ausserdem Werbung von Nahrungsmittelunternehmen.

➔ Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestle.com/csv/marketing

Vor Kindern für gesündere Produkte werben

Verständlicherweise steht an Kindergerichtete Werbung unter aufmerksamer politischer Beobachtung. Die Lebensmittel- und Getränkeindustrie macht signifikante Fortschritte bei der globalen Ausweitung und Vertiefung ihrer Selbstregulierungsprozesse. So verabschiedete sie den Referenzrahmen der Internationalen Handelskammer für verantwortungsvolle Werbung für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke in der aktuellen Fassung von Oktober 2006, die alle Marketing-Kommunikationsformen einschliesslich digitaler Medien einbezieht.

Verantwortung in der Werbung vor und Kommunikation mit Kindern ist seit jeher fester Bestandteil der Nestlé

Kommunikationsgrundsätze, die vorschreiben, zu Mässigung, gesunden Ernährungsgewohnheiten und körperlicher Betätigung anzuregen, ohne die Autorität der Eltern zu untergraben oder unrealistische Erwartungen hinsichtlich Beliebtheit oder Erfolg zu wecken. Angesichts wachsender Besorgnis wegen Kinderfettleibigkeit ergänzte Nestlé diese Grundsätze im Juli 2007 um zwei weitere wichtige Bestimmungen, die bis Ende 2008 in allen Ländern umgesetzt sein sollten:

- Wir verzichten auf jegliche Werbung oder Marketingaktivität, die sich an Kinder unter 6 Jahren richtet;
- Vor Kindern zwischen 6 und 12 Jahren werden nur Produkte beworben, die eine gesunde und ausgewogene Ernährung unterstützen und deren Gehalt an Zucker, Salz und Fett klar begrenzt ist.

Selbstverpflichtungen und Initiativen

Nestlé hat sich bisher fünf nationalen und regionalen, freiwilligen, unabhängig überwachten Initiativen zu verantwortungsvoller Lebensmittelwerbung angeschlossen. Als Unterzeichnerin der «EU Pledge» und der «Thai Pledge» sowie der Children's Food and Beverage Advertising Initiatives in Kanada, den USA und Australien beteiligt sich Nestlé aktiv an branchenweiten Bemühungen, gesunde Ernährung und Lebensführung zu unterstützen und zu fördern. Nestlé USA trat im Juli 2008 dem «US Pledge» bei, die Selbstverpflichtungen in Europa, Thailand und Australien traten im Januar 2009 in Kraft.

➔ Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestle.com/csv/pledges

Ausbau des Ernährungswissens am Arbeitsplatz

Als aktive Teilnehmerin an der Initiative «Working Towards Wellness» des Weltwirtschaftsforums (als Teil der Globalen Strategie der WHO für Ernährung, Bewegung und Gesundheit) ist es eines der wichtigsten Arbeitsprinzipien von Nestlé, sich um die eigenen Mitarbeiter gut zu kümmern. Die Gesundheit der Mitarbeiter ist der Schlüssel zu einer

gesunden Bilanz, während nicht-infektiöse Epidemien wie Herz-Kreislauf-Krankheiten, Diabetes mellitus und Adipositas, die vor allem auf ungesunde Ernährung, Bewegungsmangel und Rauchen zurückzuführen sind, die Produktivität senken und Kosten erzeugen. Der Arbeitsplatz, an dem so viele Menschen zusammenkommen und viel Zeit verbringen, kann ein sinnvoller Ort für Präventionsstrategien sein. Es gibt keine Wundermittel; die Menschen müssen Eigenverantwortung übernehmen, aber mit den richtigen Instrumenten und Anreizen können Arbeitgeber positiven Einfluss nehmen.

Betriebliche Wellness-Programme

Nestlé hat schon seit Jahrzehnten den Wellness-Aspekt in das Arbeitsleben integriert, so dass unsere 283 000 Mitarbeiter immer bessere Botschafter ihres Unternehmens werden. In den Personalrestaurants gibt es ernährungsphysiologisch wertvolle Speisen und Getränke, wir bauen das Ernährungswissen der Mitarbeiter in Schulungen, Konferenzen und Kochvorführungen aus und halten sie an, sich körperlich zu betätigen.

Über 40 Standorte haben Wellness-Programme aufgelegt, darunter das «Wellness4Me»-Programm am Hauptsitz in Vevey, Schweiz. Dessen Ziele sind:

- aktive Lebensführung: immer mehr Sport- und Freizeitclubs können kostenlos oder ermässigt genutzt werden. Das neue Wellnes Centre um als Drehscheibe für Ernährung und Wohlbefinden wurde eröffnet;
- gesunde Ernährung: alle Angebote im Personalrestaurant sind kalorienbewusst. Kalorienarme und nährstoffreiche Optionen stehen immer zur Wahl; ein Drittel aller Mitarbeiter, die das Restaurant nutzen, entscheiden sich für das «Plaisir de l'équilibre»-Angebot (weniger als 500 Kalorien). 450 000 Früchte und 1,4 Millionen Flaschen Wasser werden jährlich gratis abgegeben;
- medizinische Prävention: die Mitarbeiter können Grippeimpfungen, Reisegesundheitsberatung

1, 2

Erste Klasse

Zusammen mit dem Australian Institute of Sport hat Nestlé Lehrmaterial entwickelt, das Kindern helfen soll, in der Schule wie beim Sport ihr Potential voll auszuschöpfen.

3

Ein gesundes Bild

Das Ernährungserziehungsprogramm «Nutrir» von Nestlé in Brasilien kämpft mit Materialien für den Unterricht und der Schulung von Ernährungsspezialisten, Lehrern und Schulköchen gegen Mangelernährung und Übergewicht bei Kindern.



1, 2

3





Ernährungsschulungen für Mitarbeiter

79353

Mitarbeiter, die in den ersten 18 Monaten an NQ-Trainings teilnahmen

sowie Programme für Gewichtsmanagement und Raucherentwöhnung nutzen. Die seit 1993 bestehende Initiative «Corps à Cœur» (der Körper liegt am Herzen), bei der alle drei Jahre der Cholesterin- und Blutzuckerspiegel sowie der Body-Mass-Index (BMI) von 1000 Mitarbeitern gemessen werden, dokumentiert, wie die Belegschaft von Nestlé mit der Zeit immer gesünder wird.

Fortbildung in Ernährungskompetenz

Gesunde Ernährung gehört zum Alltagsgeschäft jedes Nestlé-Mitarbeiters, und eine Kultur des lebenslangen Lernens ist ein wesentliches Merkmal eines Nutrition-, Gesundheits- und Wellness-Unternehmens. In diesem Sinne haben wir 2007 ein Ernährungsfortbildungsprogramm für Mitarbeiter eingeführt und es 2008 global lanciert.

Das weltweite «NQ-Ernährungstraining»-Programm (NQ, Nutrition Quotient) soll das Wissen der Mitarbeiter vertiefen und sie darin bestärken, dieses Wissen im Berufs- und Privatleben anzuwenden. Das NQ-Toolkit umfasst Handbücher und Präsentationen für Schulungsleiter, Materialien für Teilnehmer (praktische Übungen, interaktive Module auf CD, einen Film und einen Online-Wissenstest) und Aufklärungsmaterialien, die an die lokale Sprache, Kultur und gesundheitliche Situation angepasst sind.

NQ Trainings (Juli 2007–Dezember 2008)

Europa und Russland	28%
Nord- und Südamerika	43%
Asien, Afrika und Ozeanien	24%
Hauptsitz und Nestlé Research-Standorte	5%

Verteilung der NQ-Trainingsteilnehmer nach Regionen

Trotz der zeitlichen Belastung und dem natürlich unterschiedlich starken Interesse haben in den ersten 18 Monaten bereits fast 80000 Mitarbeiter an einer NQ-Schulung teilgenommen. Wie viel Ernährungswissen sie dabei erworben haben, kann anhand der Testergebnisse vor und nach der Schulung gemessen werden, doch die tatsächliche Anwendung des vertieften Wissens gilt es noch zu untersuchen. Die teilweise erhobenen Rückmeldungen deuten jedoch darauf hin, dass Inhalt und Format des NQ-Trainings praxisorientiert und umsetzbar sind.

➔ Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestle.com/csv/NQ

Herausforderung

Erfolgsmessung

Die Zahl der gegen Grippe geimpften Mitarbeiter, die Krankenstände und die Mitarbeiterfluktuation geben zwar Anhaltspunkte, aber eine systematische Evaluierung unternehmensweiter Programme gestaltet sich schwierig. In einigen Ländern können die Daten zudem aus Kosten- oder Datenschutzgründen überhaupt nicht erhoben werden. Die hohen Anforderungen an Vertraulichkeit und Diskretion machen eine Evaluierung schwierig, und die Einstellungen zum Datenschutz sind regional unterschiedlich. Allerdings gilt generell der Grundsatz, dass keine Daten einzelner Personen betrachtet oder herausgefiltert werden. Aus diesen Gründen ist eine aussagekräftige Erfolgskontrolle unserer betrieblichen Wellness-Programme – ob gegen spezifische Krankheiten oder allgemein für gesundheitsförderndes Verhalten und Lebensführung – eine

Herausforderung, die zunächst weitere Forschungsarbeit erfordert.

➔ Einen Filmbeitrag über das NQ-Programm bei Nestlé Japan sehen Sie unter www.nestle.com/csv/stories

Dialog mit Wissenschaft und Medizin

Seit über 60 Jahren beteiligt sich Nestlé Nutrition an der ernährungswissenschaftlichen Fortbildung von medizinischem und wissenschaftlichem Fachpersonal. Etwa 3600 Arztbesucher stellen Ärzten, Pflegepersonal und Ernährungsspezialisten Informationen, Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung, mit denen sie ihre Patienten unterstützen können.

Im Mittelpunkt dieser Informationsweitergabe, Aufklärung und Weiterbildung steht das Nestlé Ernährungsinstitut (NNI), ein interdisziplinäres Kommunikationsnetzwerk, das Wissenschaft für eine bessere Ernährung («Science for Better Nutrition») fördert. Es bietet medizinischem Fachpersonal aktuelle Erkenntnisse und Hilfsmittel in Ernährungsfragen und fördert Forschung auf den Gebieten Kinder-, klinische und Leistungsernährung.

Das NNI ist ausserdem der weltweit grösste Verlag für Ernährungswissenschaften. Zu seinen 3000 Publikationen zählen die *Annales Nestlé* und *The Nest* für pädiatrisches Fachpersonal sowie *Clinical Nutrition Highlights*, eine Fachzeitschrift für klinische Ernährungswissenschaftler. Weitere Materialien sind in Druckform, auf CD oder DVD erhältlich. Die Internetpräsenz des Instituts bietet neben einer medizinisch-wissenschaftlichen Online-Bibliothek auch Unterrichtsmaterialien, Workshops und einen Veranstaltungskalender. Mehr als 40000 registrierte Mitglieder nutzen die Seite mit zunehmend personalisierten Informationsangeboten wie Blogs, Chats, Mitglieder-Newslettern und VIP-Bereichen.

➔ Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestlenutrition-institute.org

In den letzten 25 Jahren hat das NNI in mehr als 100 internationalen Workshops und Symposien weltweit

führende Wissenschaftler und Klinikärzte zusammengebracht und über 500 jungen Kinderärzten, medizinischen Fachkräften und Wissenschaftlern Stipendien gewährt, um sich nach der Universität in sorgfältig ausgewählten Partnerinstitutionen auf Gesundheit und Ernährung von Mutter und Kind oder auf ein klinisches Fach zu spezialisieren.

Seit 2005 hat sich das NNI zu einem globalen Netz von über 20 regionalen Zentren mit eigenen medizinischen und wissenschaftlichen Beratern entwickelt. Ausserdem hat das NNI ein dichtes Netzwerk von 500 Meinungsbildnern aufgebaut, die in den verschiedenen Beratungsgremien des Instituts arbeiten.

Dialog mit Gesundheitswesen und Politik

Angesichts der besorgniserregenden Zunahme nicht-infektiöser Krankheiten sind Regierungen und Behörden gefordert, Präventions- und Bekämpfungsstrategien gegen Übergewicht und für bessere Ernährung und mehr Bewegung zu verfolgen. Hierzu zählen die Empfehlungen an die Privatwirtschaft seitens WHO und EU-Kommission (siehe unten) sowie diverse Plattformen nationaler Regierungen (Seite 58).

Internationale Organisationen

Als Mitglied des europäischen Dachverbands der Lebensmittelindustrie CIAA befürwortete Nestlé schon früh die Globale Strategie der WHO für Ernährung, Bewegung und Gesundheit. Peter Brabeck-Letmathe, Präsident von Nestlé, nahm am ersten CEO-Roundtable der WHO zu diesem Thema teil, und auch an der WHO-Industry Working Group und an der Förderung weiterer Fortschritte hat sich Nestlé aktiv beteiligt. Im Mai 2008 gingen Paul Bulcke und hochrangige Vertreter von sieben weiteren internationalen Lebensmittel- und Getränkekonzernen vor dem Generaldirektor der WHO eine globale Selbstverpflichtung zu Massnahmen in fünf Bereichen ein: Zusammensetzung und Verfügbarkeit von Produkten; Ernährungsinformationen für Verbraucher;

1

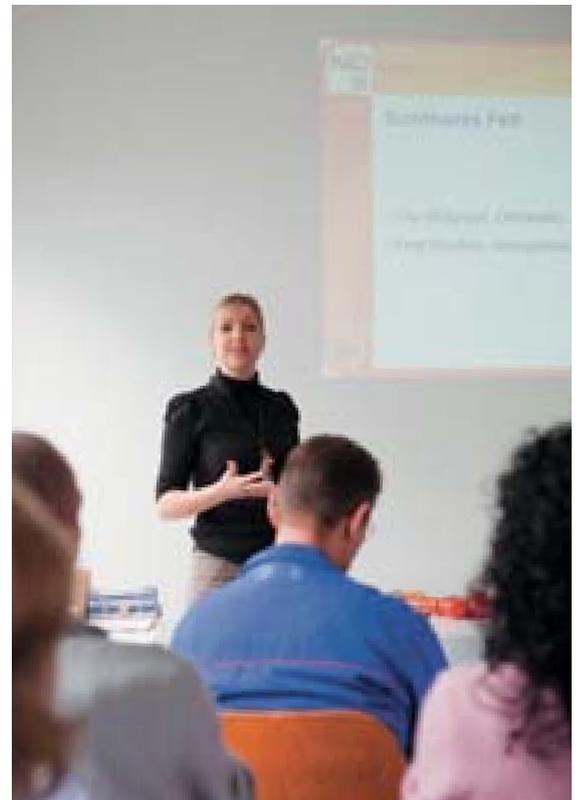
Geistige Nahrung

Die NQ-Schulungen bieten allen Mitarbeitern Gelegenheit, mehr über Ernährung zu lernen, angefangen von E-Learning-Modulen bis hin zu Meetings vor Ort wie hier in der Fabrik von Nestlé in Rorschach, Schweiz.

2, 3

Was wir essen

Das im Januar 2009 eröffnete WellNes Centre in Vevey, Schweiz, bildet den neuen Rahmen für unsere eigene Ernährung, Gesundheit und Wellness.



1

2, 3





Mehr als 500

Stipendien für Postdoktoranden in den letzten 25 Jahren

Werbung und Marketing gegenüber Kindern; Förderung der körperlichen Aktivität und gesunder Lebensgewohnheiten sowie Partnerschaften. Diese Selbstverpflichtung bildet die Grundlage für die weitere Umsetzung der Globalen Strategie der WHO.

In den meisten EU-Mitgliedsstaaten haben mehr als die Hälfte aller Erwachsenen Übergewicht, ebenso wie schätzungsweise insgesamt 22 Millionen Kinder. Die ökonomischen Kosten adipositasbedingter Krankheiten sind ebenfalls erheblich – Schätzungen der WHO zufolge machen sie in der EU je nach Land 2% bis 8% der Gesundheitskosten aus.

Da die Ursachen vielfältig sind, gibt es auch keine einfache Lösung. Deshalb wurde im Mai 2005 die EU-Aktionsplattform für Ernährung, körperliche Bewegung und Gesundheit ins Leben gerufen, um Landwirtschaft, Lebensmittelhersteller, Einzelhandel, Gastronomie, Werbung, Nichtregierungsorganisationen, Gesundheitsberufe und Behörden zusammenzubringen und gemeinsam auf europäischer Ebene die Adipositas und die damit verbundenen gesundheitlichen Probleme zu bekämpfen. Zu den zahlreichen Tätigkeitsfeldern der Plattform zählen die Kennzeichnung von Lebensmitteln, Werbung und Marketing, die Anpassung von Rezepturen und Portionsgrößen sowie die Förderung gesunder Lebensgewohnheiten.

Nestlé gehört einem der Gründungsmitglieder der EU-Plattform an, dem europäischen Verband der Lebensmittelindustrie CIAA, und ist Mitglied des Europäischen Markenverbands AIM (Association des Industries des Marques), der 1800 Markenartikelhersteller in 22 Ländern

repräsentiert. Durch die AIM hoffen wir die Gesundheit der Menschen in Europa zu verbessern, indem ausgewogene Ernährung und gesündere Lebensgewohnheiten gefördert werden.

➦ Mehr dazu erfahren Sie unter <http://ec.europa.eu>

Nach monatelangen intensiven Diskussionen innerhalb der Branche wurde im April 2008 die AIM-Charta über Marken für Gesundheit und Wohlbefinden ins Leben gerufen. Nestlé gehörte zur Gruppe der 54 ersten Unterzeichner dieser Charta. Die hieraus hervorgehenden Initiativen bauen auf dem Vertrauen der Konsumenten in unsere Marken auf, um Gesundheit und Wohlbefinden zu fördern. Sie reichen von Innovationen und gezielten Produktentwicklungen über Beratungsangebote bis hin zu Aufklärungs- und Schulungsprogrammen.

➦ Mehr dazu erfahren Sie unter www.ciaa.be und www.aim.be

Nationale Ernährungsplattformen

Auch auf nationaler Ebene beschäftigt sich die Politik verstärkt mit der Rolle der Ernährung im Kampf gegen nicht-infektiöse Krankheiten und mit der Zunahme der Adipositas. Nestlé unterstützt eine Reihe umfassender Ernährungsplattformen und -programme – hier einige Beispiele dazu:

Malaysia: Der II. Nationale Malaysische Aktionsplan für Ernährung (NPANM II) ist ein Zehnjahres-Rahmenplan mit Laufzeit bis 2015, der ernährungsbezogene Massnahmen im ganzen Land integriert. Ziel des Plans ist es, die Ernährung der Menschen in Malaysia zu verbessern und gegen die steigende Verbreitung ernährungsbedingter,

nicht-infektiöser Krankheiten wie Fettleibigkeit und Diabetes anzugehen. Nestlé unterstützt den NPANM II, indem bei geeigneten Produkten der Gehalt an häufig fehlenden Nährstoffen erhöht und der an gesundheitlich sensitiven Inhaltsstoffen gesenkt wurde. Zudem werden Aufklärungsmaterialien für Konsumenten bereitgestellt und Schulungen für Mitarbeiter und Schüler angeboten.

➦ Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestle.com/csv/malaysia

Singapur: Im Rahmen ihres Engagements für die Volksgesundheit in Südostasien unterstützt Nestlé Singapur die «Love your heart»-Kampagne der Singapore Heart Foundation, ihres strategischen Partners. Dessen Logo zeichnet umgekehrt die *Omega Plus*-Produkte von Nestlé als bevorzugte Milch für ein gesundes Herz und gesunde Knochen aus. Darüber hinaus fördert Nestlé in Zusammenarbeit mit dem staatlichen Health Promotion Board die «Healthy Eating, Healthy Living»-Initiative, indem sie das «Healthier Choice»-Symbol auf den entsprechenden Produkten verwendet, eine Partnerschaft zur Förderung gesunder Ernährung in NTUC FairPrice-Supermärkten unterhält und eine Reihe von Vorträgen, Kochpräsentationen und Produktpromotionen durchführt.

➦ Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestle.com/csv/singapore

Brasilien: Seit mehr als 50 Jahren existiert das staatliche brasilianische Schulspeisungssystem «Programa Nacional de Alimentação Escolar», das im Jahr 2008 von 34,5 Millionen Kindern in Anspruch genommen wurde. Über ihr Ernährungserziehungsprogramm «Nutrir», das einerseits Mangelernährung, andererseits Übergewicht bei Kindern aus einkommensschwachen Familien verhindern soll, unterstützt Nestlé Brasilien das System mit Materialien für den Unterricht und durch Schulung von Ernährungsspezialisten, Lehrern und Schulköchen.

➦ Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestle.com/csv/nutrir

«Ziel war es, 2008 einen noch grösseren Teil der Gemeinschaft zu erreichen. Wir wollten mehr Aktivitäten, die den Menschen gut tun. Also suchten wir Förderer in der Geschäftswelt. Dank der massiven Unterstützung durch Nestlé Malaysia wurde der Nutrition Month Malaysia 2008 ein voller Erfolg.»



Dr. Tee E. Siong,
Vorsitzender der Gesellschaft für Ernährung von Malaysia

📺 Das vollständige Interview finden Sie als Video unter www.nestle.com/csv/stories

1

Gemeinsame Ziele

Laut Herrn Lam vom Health Promotion Board in Singapur ist «die Zusammenarbeit mit Nestlé eine langfristige Partnerschaft. Unsere Anstrengungen gehen Hand in Hand: Nestlé unterstützt die Konsumenten bei gesünderen Ernährungsentscheidungen, wir engagieren uns für eine gesündere Ernährung.»

2, 3

Jung und aktiv

Milo ist eines der zahlreichen Produkte von Nestlé mit dem «Healthier Choice»-Symbol und «das Getränk künftiger Champions» in Singapur und vielen anderen Ländern.



1, 2

3



Bessere Ernährung in Entwicklungsländern

Ernährungsbedürfnis →

Zugang zu erschwinglichen Nahrungsmitteln mit hohem Nährwert, insbesondere in Schwellenländern.

Die Lösung von Nestlé →

Initiativen, um Nahrungsmittel mit hohem Nährwert für Konsumenten mit niedrigem Einkommen in aller Welt bezahlbar und verfügbar zu machen; Förderung nachhaltiger Landwirtschaft und ländlicher Entwicklung durch technische Zusammenarbeit, Ausbildung und Mikrokredite; Finanzierung von Forschungsprojekten zur Verbesserung der Ernährungssituation der ärmsten Teile der Weltbevölkerung durch die Nestlé-Stiftung.

Gemeinsame Wertschöpfung

Konsumenten mit niedrigem Einkommen können sich nahrhafte Lebensmittel und Getränke leisten. Ausgebildete und motivierte Bauern können eigenständig ihre Erträge und damit auch ihr Einkommen steigern, und die lokale Gemeinschaft wird durch Beschäftigungschancen und wirtschaftliche Entwicklung gestärkt. Nestlé sichert sich den Zugang zu hochwertigen Rohstoffen, baut engere Beziehungen zu den Gemeinschaften auf, gewinnt neue Konsumenten und kann ihr Wachstum und ihre Rentabilität steigern sowie eine angemessene Rendite für die Anteilseigner erwirtschaften.





Erfüllung der Ernährungsbedürfnisse von einkommensschwachen Konsumenten

«Popularly Positioned Products»

Um immer mehr Produkte mit hohem Nährwert auch für geringverdienende Konsumenten zugänglich zu machen, haben wir das Angebot an «Popularly Positioned Products» (PPPs, preisgünstige Produkte für breite Käuferschichten) erheblich ausgeweitet. Der Schlüssel hierzu liegt in der Anwendung modernster Nährstoff- und Lebensmitteltechnologien sowie in neuen Vertriebsmodellen. So können wir sichere, nährstoffreiche Produkte zu niedrigeren Kosten bereitstellen.

Um die Produkte dorthin zu bringen, wo die Konsumenten sind, liefert unser Direktvertrieb («Direct Store Delivery», DSD) in mehreren asiatischen und lateinamerikanischen Ländern die PPPs direkt an kleine Händler aus. Partner vor Ort bringen die Waren dann mit Lieferwagen oder Motorrädern in die ländlichen Gebiete. In anderen Ländern erhöhen wir unsere Marktdurchdringung und die Produktverfügbarkeit mit Hilfe von lokalen Zwischenhändlern, die die Waren entweder an örtliche «Tante-Emma-Läden» weiterverkaufen oder direkt an die Konsumenten, zum Beispiel auf Wochenmärkten, in Gemeindezentren oder anderen «sozialen Treffpunkten». Weitere lokale Verkaufskanäle, die bisweilen mit Mikrokrediten unterstützt werden, sind 1700 mobile *Nescafé*-«Bars» in Thailand, 3000 Kaffeewagen in Westafrika und 6000 Haus-zu-Haus-Verkäufer in Brasilien.

Die Zahl der Länder, die ihre PPP-Aktivitäten überprüfen lassen, stieg 2008 von 37 auf 70. In diesen Ländern laufen derzeit mehr als 300 Initiativen,

Bezahlbare Nahrung mit hohem Nährwert

300

PPP-Initiativen weltweit

die insgesamt ein organisches Wachstum von 27% erreichten.

PPP-Umsatz weltweit 2008

	Millionen CHF
Europa	782
Nord- und Südamerika	1910
Asien, Ozeanien und Afrika	2707

Die Definitionen für Umsätze mit PPP-Produkten wurden 2008 für die verschiedenen Regionen vereinheitlicht. Eine ausführliche Erläuterung finden Sie unter www.nestle.com/csv/inaction/ppp.

Gemeinsame Wertschöpfung für die Gesellschaft

Die Gemeinsame Wertschöpfung mit PPPs beschränkt sich nicht auf den Zugang zu erschwinglichen und nahrhaften Produkten, sondern erstreckt sich auch auf andere Gesellschaftsbereiche. Wir arbeiten mit Produktions- und Vertriebsnetzwerken vor Ort und schaffen so unmittelbar und mittelbar Beschäftigungschancen für Fabrikarbeiter, Zulieferer, Zwischenhändler und Verkäufer. Das stärkt die lokale Wirtschaft und schafft durch Schulung und Einarbeitung neue Qualifikationen. Wir kaufen auch vor Ort ein und verschaffen so den Zulieferern ein regelmässiges Einkommen aus einem verlässlichen Markt, ergänzt durch kostenlose technische Beratung durch Netzwerke wie die Nestlé-Milchdistrikte (siehe Seite 64).

Bessere Nährstoffversorgung durch PPPs

Ein Grossteil der Konsumenten in den aufstrebenden Märkten leidet unter einem Mangel an wichtigen Mikronährstoffen wie Eisen, Zink, Jod und Vitamin A (Seite 24). Durch Anreicherung unserer PPPs mit kostengünstigen Nährstoffzusätzen können wir dazu beitragen, die gravierendsten Mängel zu erschwinglichen Preisen zu beheben.

In besonders vielen Fällen können einkommensschwächere Schichten es sich nicht leisten, Grundnahrungsmittel wie Getreide mit Fleisch, Fisch, Geflügel oder Eiern zu ergänzen, die viele Mikronährstoffe enthalten. Milch ist jedoch von Natur aus reich an Kalzium und eine gute Trägersubstanz für Nährstoffzusätze und damit eine bestens geeignete, langfristige Option für die Nährstoffversorgung grosser Bevölkerungsteile. Nestlé investiert darum CHF 30 Millionen jährlich in die Erforschung von ungekühlt haltbaren Produkten auf Milchbasis. Der Schwerpunkt dieser Arbeiten liegt im Nestlé-Forschungszentrum und in unserem Produkttechnologiezentrum in Konolfingen, in der Schweiz.

Nido: PPP-Anreicherung konkret

Eine Familie von Milchprodukten, die unter verschiedenen Marken verkauft wird (*Nido, Ninho, Nespray, Klim, Bear Brand, Ideal*) wurde speziell für den Energie-, Eiweiss- und Mikronährstoffbedarf von Kindern in der Wachstumsphase entwickelt – ein attraktives Produkt für viele Konsumenten. Damit sie ohne Abstriche beim Nährwert auch für einkommensschwache Konsumenten bezahlbar sind, werden die Milchprodukte in aufstrebenden Märkten in kleinen, kostengünstigen Verpackungsgrössen angeboten. Sie sind zudem mit Eisen, Zink, Vitamin A und anderen Mikronährstoffen angereichert, je nach

Markteinführung preisgünstiger, angereicherter Milchprodukte von Nestlé 2009



<i>Nido</i>	Argentinien, Bangladesch, Chile, Marokko, Pakistan, Südafrika
<i>Nespray</i>	Singapur
<i>Klim</i>	Kolumbien
<i>Gloria</i>	Algerien
<i>Sunshine</i>	Pazifische Inseln

1

Wirtschaftliche Entwicklung fördern

PPPs tragen oftmals zur Schaffung von Beschäftigungsmöglichkeiten für die lokale Bevölkerung bei, sei es als Arbeiter, Zulieferer oder Verkäufer. Hier kontrollieren Qualitätsprüfer in Malaysia *Nespray Cergas*, ein angereichertes Milchprodukt.



2

Eine optimale Lösung

Tausende von «Até Você»-Verkäufer in Brasilien verkaufen die angereicherte Nestlé-Milch *Ideal* von Haus zu Haus, steigern die Marktdurchdringung und generieren Einkommen.



1, 2



3

Aus dem Vollen

Eine Ladeninhaberin in Malaysia zeigt stolz ihr Angebot an PPPs von *Maggi*.

3





Ausbau von Kompetenzen

30 Millionen

Wert der Mikrokredite, die Nestlé für Bauern ermöglicht hat, in CHF

Bedürfnissen der Zielgruppen und der vor Ort ausgeprägtesten Mängel.

Ende 2006 waren diese preisgünstigen Milchprodukte in zehn Märkten erhältlich; aktuellen Schätzungen zufolge werden die angereicherten Produkte in drei Jahren 11 Millionen Menschen in 50 Ländern weltweit erreichen. Neue Märkte sind bereits identifiziert.

In Mexiko leidet ein Drittel aller Kinder an Anämie, und viele Kinder unter 5 Jahren bekommen nicht genug Zink. Allein im einkommensschwächeren Marktsegment könnte *Nido* dort mehr als 6 Millionen der insgesamt 14,3 Millionen Kinder im Alter von 1 bis 6 Jahren erreichen. Unseren Schätzungen zufolge werden bis 2010 mehr als 700 000 Konsumenten *Nido Rindes Diario* gekauft haben, dem Eisen, Zink und Vitamin A zugesetzt sind.

In vielen Regionen Brasiliens sind eisenmangelbedingte Anämien ebenfalls weit verbreitet, und auch in Indonesien stellen sie ein gravierendes Gesundheitsproblem dar – 8 Millionen oder 40% der Unter-Fünfjährigen sind dort betroffen. Seit *Ideal* mit Eisenzusatz 2005 in beiden Ländern auf den Markt kam, hat es in Brasilien 1,8 Millionen Konsumenten erreicht und in Indonesien 400 000.

Weitere angereicherte Milchprodukte sind *Nespray* (Malaysia, Sri Lanka), *Klim* (Karibik), *Nido Essencial* (Zentralamerika) und *Nido Essentia* (Zentral- und Westafrika). Auf den Philippinen sind ausserdem seit 1978 angereicherte *Bear Brand*-Produkte erhältlich, um Eisen-, Kalzium- und Vitamin-A-Defizite zu beheben. Im nordafrikanischen Maghreb (Marokko, Algerien, Tunesien, Mauretanien), wo die Versorgung mit Eisen, Vitamin A

und Jod in unterschiedlichen Ausmassen mangelhaft ist, können die Konsumenten demnächst ebenfalls von erschwinglichen, mit Nährstoffen angereicherten Milchprodukten profitieren.

☉ **Lesen Sie, wie Nestlé auf die Unterversorgung mit Mikronährstoffen in Entwicklungsländern reagiert, indem es angereicherte *Nido*-Milchprodukte in preisgünstigeren Formaten anbietet, unter www.nestle.com/csv/stories**

Ländliche Entwicklung

Die Beziehungen von Nestlé zu Bauern und ländlicher Industrie wirken sich erheblich auf die Einkommen und somit auf den Ernährungszustand einer grossen Anzahl von Menschen in ländlichen Gebieten aus.

Wir arbeiten aus Überzeugung unmittelbar mit Bauern zusammen; dies ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie, der die zuverlässige Versorgung mit hochwertigen und sicheren Rohstoffen gewährleistet. Dies gilt besonders für unsere beiden wichtigsten Rohstoffe, Milch und Kaffee, aber auch für andere Erzeugnisse. Unsere 771 Agronomen und 7784 Landwirtschaftsberater verfügen über Erfahrungen von acht Jahrzehnten und bieten 594 223 Bauern kostenlose technische Unterstützung und Beratung sowie Mikrokredite in einem Volumen von CHF 30 Millionen. Dieser systematische Ansatz, der jeweils an die Gegebenheiten vor Ort angepasst wird, trägt in Entwicklungsländern wesentlich zur Armutsbekämpfung und Verbesserung der Ernährungssituation bei und bildet für uns die Grundlage für anhaltenden geschäftlichen Erfolg.

Unsere landwirtschaftliche Versorgungskette

Rund zwei Drittel der landwirtschaftlichen Rohstoffe, die Nestlé jährlich kauft, stammen von Landwirten und Verarbeitungsbetrieben in aufstrebenden Märkten. 2008 waren dies CHF 22,5 Milliarden, CHF 1,6 Milliarden mehr als 2007.

Kurze Versorgungsketten, die auf lokaler Beschaffung und Produktion sowie lokalem Konsum basieren, bedeuten hochwertige Rohstoffe, geringe Vertriebskosten und Produkte zu vernünftigen Preisen, die zur Verbesserung der Ernährungslage beitragen. Fast alle Produktionsstätten von Nestlé befinden sich auf dem Land, in der Nähe von landwirtschaftlichen Lieferanten. Etwa die Hälfte liegt in Entwicklungsländern. Diese Fabriken wirken als Motoren der ländlichen Entwicklung. Rund 2,4 Millionen Menschen verdienen ihren Lebensunterhalt in unserer Versorgungskette.

Zur Durchsetzung unserer hohen sozialen und ökologischen Standards haben wir einen neuen Verhaltenskodex für unsere Lieferanten herausgegeben. Dieser gilt für alle Lieferanten von Nestlé; 120 000 von 165 000 Lieferanten insgesamt haben den neuen Kodex bisher erhalten und auf dieser Grundlage Lieferungen abgewickelt, was durch einen Vertragspassus der Akzeptanz gleichkommt. Die Einhaltung wird durch Selbstevaluierung der Lieferanten sowie externe Audits überwacht.

☉ **Den Nestlé-Lieferanten-Kodex finden Sie unter www.nestle.com/suppliers**

Die Milchdistrikte von Nestlé

Seit der Gründung des Unternehmens 1866 als kleiner Hersteller von Milchpulver und Getreideprodukten für Babys steht Milch bei Nestlé im Mittelpunkt. Auch heute noch ist sie, wie weiter oben dargestellt, unser mit Abstand wichtigster landwirtschaftlicher Rohstoff. Milch macht derzeit 11% des Nahrungsmittel- und Getränkegeschäfts von Nestlé aus.

Um sich eine stabile Versorgung mit hochwertiger Milch zu sichern und um Armut zu bekämpfen und die Ernährungslage zu verbessern, hat Nestlé das Schweizer Milchdistriktsystem aus dem 19. Jahrhundert auf die Milchwirtschaft in Entwicklungsländern weltweit übertragen.

Die wichtigsten Bausteine des Milchdistriktsystems sind:

- Einrichtung von Milchsammelstellen auf Distriktebene mit Bezahlssystem, Qualitäts- und Sicherheitskontrollen, elektronischen Waagen und Kühltanks;
- kostenlose Schulung und Beratung in Technik und Viehzucht für Bauern, um die Qualität und Quantität ihrer Milch zu erhöhen;
- Anhebung der Standards für Lebensmittelqualität und -sicherheit;
- tierärztliche Dienstleistungen von medizinischer Behandlung bis hin zur Besamung;
- Aufbau von Transportnetzen und Infrastruktur;
- sofortige Bezahlung der Bauern in bar;
- Bereitstellung von rund CHF 30 Millionen für Mikrokredite für Bauern, falls benötigt.

Das Ergebnis dieses Systems sind drastische Einkommenszuwächse bei den Kleinbauern, die 2007 in den Milchdistrikten insgesamt 5 Millionen Tonnen Milch für Nestlé produziert haben.

Milchdistrikte in aller Welt

Nestlé hat ihre Erfahrung in der Einrichtung von Sammelstellen, Schulung der Bauern und Einführung besserer Technologien bisher in 29 Länder übertragen (Zone Europa: Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Schweiz, Spanien; Zone Nord- und Südamerika: Brasilien, Chile, Ecuador, Jamaika, Kanada, Kolumbien, Mexiko, Nicaragua, Panama, Trinidad, USA, Venezuela; Zone Asien, Ozeanien und Afrika: Ägypten, Australien, China, Indien, Indonesien, Marokko, Pakistan, Sri Lanka, Südafrika, Usbekistan, Zimbabwe), zuletzt nach Erguna in der Inneren Mongolei (China). In jedem Fall

1, 2

Partnerschaften mit Lieferanten

Durch die Unterstützung der Kaffeebauern in Costa Rica, Vietnam und anderen Anbauregionen sichern wir unsere Versorgung mit hochwertigem AAA-Kaffee für Nespresso.

3

Unterstützung und Beratung

Agronomin Mélanie Bayo lehrt nachhaltige Verfahren des Kakaoanbaus und gute landwirtschaftliche Praxis auf einer Modellplantage in Côte d'Ivoire.



1, 2

3





haben Nestlé und die Gemeinschaft vor Ort gleichermaßen profitiert.

Milchdistrikte konkret

Indien: Die Milchverarbeitungsfabrik von Nestlé in Moga, Nordindien, ist seit 1959 in Betrieb. Seitdem ist der Lieferantenstamm von 4600 Bauern mit 2000 Tonnen Milch angewachsen auf 100 000 Milchbauern aus 2600 Dörfern, die über 300 000 Tonnen Milch produzieren. Nestlé Agricultural Services veranstaltet dort Camps, auf denen die Bauern sich begegnen und neueste technische Fortschritte kennenlernen können. Ein Milchertragswettbewerb gehört zum ebenfalls von Nestlé organisierten Farmers' Open Day, und im Village Women Development Programm wurden schon 30 000 Milchbäuerinnen ausgebildet. Von der Fabrik in Moga gingen zudem weitere Projekte in den Gemeinschaften aus, beispielsweise der Aufbau der Trinkwasserversorgung für 85 Dorfschulen mit über 33 000 Schülern, Baumanpflanzungsprogramme oder die Finanzierung einer Tuberkuloseklinik.

Heute ist in Moga der Lebensstandard erheblich höher als in anderen Teilen der Region, und die gestiegene Kaufkraft der einheimischen Bauern hat auch den Markt für Nestlé-Produkte stark vergrössert und trägt so wieder zu unserem wirtschaftlichen Erfolg bei.

Indonesien: Die erste Nestlé-Fabrik in Waru, Ost-Java, erhielt ihre erste Lieferung von Milchkooperativen im Mai 1975. Heute bezieht Nestlé Indonesien täglich 480 Tonnen Frischmilch (141 Millionen Tonnen im Jahr) von 27 Kooperativen.

Pakistan: Nestlé gibt mehr als

USD 180 Millionen jährlich für Milchbeschaffung in Pakistan aus sowie weitere USD 3 Millionen für operative Beschaffungsabläufe, landwirtschaftliche und technische Unterstützung und Weiterbildung der Bauern. An Sammelstellen in 2000 Dörfern geben 135 000 Milchbauern jährlich knapp eine halbe Million Tonnen Milch für die beiden Verarbeitungsfabriken von Nestlé ab, wobei die Fabrik in Kabirwala die grösste der Nestlé-Gruppe ist. Im Rahmen einer Partnerschaft mit dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) wurden zudem 4000 Frauen als Landwirtschaftsberaterinnen ausgebildet.

China: Knapp 24 000 Bauern aus Heilongjiang in Nordost-China liefern ihre Frischmilch an 78 Sammelstellen, und Nestlé bezahlt annähernd USD 200 Millionen jährlich für die Lieferungen sowie Steuern, Dienstleistungen und Löhne, die vollständig in die lokale Wirtschaft fliessen.

Kolumbien: In Kolumbien ist Nestlé der drittgrösste Milchkäufer; unsere beiden Milchdistrikte haben einen Ertrag von 226 000 Tonnen jährlich. Wir bezahlen jeden Monat rund USD 5 Millionen an die 4000 einheimischen Milchbauern. Weitere 10 000 Einwohner der Region sind in der Milch-Versorgungskette als Melker, Landarbeiter, Fahrer oder Händler tätig.

📖 **Lesen Sie mehr über einzelne Projekte unter**
www.nestle.com/csv/stories

Programme mit mehreren Anspruchsgruppen

Obwohl wir mit fast 600 000 Bauern in direktem Kontakt stehen, können wir

nicht alle Probleme allein lösen. Deshalb wollen wir durch Zusammenarbeit mit anderen wichtigen Akteuren der ländlichen Entwicklung unseren Einfluss vergrössern (siehe unten).

Im Jahr 2002 gründete Nestlé zusammen mit Danone und Unilever die Initiative für nachhaltige Landwirtschaft (SAI). Ziel der heute 26 Mitglieder ist es, gute landwirtschaftliche Praktiken zu fördern und durch sechs Arbeitsgruppen (Getreide, Kaffee, Milch, Obst, Kartoffeln und Gemüse, Wasser und Landwirtschaft) in über 30 Ländern die Grundsätze der Nachhaltigkeit in der konventionellen Landwirtschaft zu verankern.

📖 **Mehr dazu erfahren Sie unter**
www.saiplatform.org

Wir beteiligen uns auch an öffentlich-privaten Partnerschaften wie der zwischen dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) und Nestlé Pakistan, in deren Rahmen 4000 Frauen als Landwirtschaftsberaterinnen ausgebildet wurden. Die Frauen leisten technische Unterstützung und Beratung in Fragen der Tiergesundheit, Zucht und Futterproduktion für Milchbäuerinnen im ländlichen Pakistan und helfen diesen so, die Qualität und den Wert ihrer Milch zu erhöhen, was wiederum die örtliche Wirtschaft stärkt.

Eine so enge Kooperation mit den Bauern eröffnet auch Möglichkeiten der Produktdifferenzierung, etwa bei den Premium-Erzeugnissen für Nespresso AAA-Kaffee oder dem ecuadorianischen Kakao und Ingwer für Mövenpick Classic-Speiseeis. Und sie kann themenbezogenen Marketingkampagnen zusätzliches Gewicht verleihen, wie im Fall der Unterstützung von Häagen-Dazs für Forschungsprojekte, die den Niedergang der Honigbiene untersuchen. Weitere Informationen hierzu finden Sie auch im *Geschäftsbericht*.

Nestlé ist auch Gründungsmitglied des 4C-Verbandes (Common Code for the Coffee Community), der sich für Nachhaltigkeit in der Kaffeewirtschaft einsetzt.

Reduzierung von Toxinen in Getreide und Hülsenfrüchten

Angesichts der Bedeutung dieser Erzeugnisse für unser Geschäft haben wir ein dreijähriges Projekt aufgelegt, um den Mykotoxingehalt in Getreidekörnern und Hülsenfrüchten (Bohnen, Erbsen, usw.) aus Côte d'Ivoire, Ghana und Nigeria, wo ca. 59% der Ware belastet ist, zu senken. Wir hoffen auf eine Verbesserung um 60%, die mit folgenden Mitteln erreicht werden soll: akkurate Datenerhebung; Entwicklung von Strategien zur Toxinreduktion zusammen mit nationalen Fachberatern; engerer Dialog zwischen Anspruchsgruppen durch elektronische Medien/Newsletter; Schulungen in Agrarmanagement und Aufbau von Know-how.

Nutzniesser sind vor allem 3000 Bauern, die sowohl Schulungen erhalten als auch höhere Preise für nicht belastete Ware erzielen können. Aber auch das Bewusstsein von Lebensmittelherstellern, Gross- und Einzelhändlern für die Schädlichkeit von Mykotoxinen im Essen wird geschärft. Zudem bekommen die rund 150 Millionen Einwohner der drei Länder, die bisher hoher Belastung mit dem natürlichen Mykotoxin Aflatoxin ausgesetzt waren, gesündere Nahrungsmittel. Das Programm soll auch nach Simbabwe, Kenia und in andere Länder mit bestehender Mykotoxinproblematik übertragen werden. So erhält Nestlé Erzeugnisse von höherer Qualität, die vor allem für das rasch wachsende Frühstückszerealiengeschäft in der Region benötigt werden, wo preisgünstige Marken wie *Golden Morn* (Nigeria), *Cerelac* (Côte d'Ivoire) und *Cerevita* (Ghana) sehr gefragt sind.

📞 Mehr dazu erfahren Sie unter www.nestle.com/csv/agriculture

📺 Sehen Sie einen kurzen Film über das von Nestlé gesponserte Projekt zur Verbesserung der Milchproduktion in Pakistan, unter www.nestle.com/csv/stories

📺 Erfahren Sie, wie unser Milchdistriktmodell um die Erguna-Fabrik in der Inneren Mongolei, China, die Entwicklung der Bauern gefördert hat, unter www.nestle.com/csv/stories

1

Eine gesunde Basis

Die heimische Grassorte «Brachiaria» bildet in unserem Milchdistrikt Caquetá in Kolumbien die Basis für eine zuverlässige Belieferung mit hochwertiger Milch.

2, 3

Enge Beziehungen

In Moga, Indien, und Erguna, Innere Mongolei, China bringen einheimische Milchbauern ihre Milch zur Sammelstelle, wo sie kontrolliert, gewogen und gelagert wird.



1, 2

3





Gewinnung neuer Erkenntnisse in Ernährungsforschung und Gesundheitsförderung

Die Nestlé-Stiftung für das Studium der Ernährungsprobleme der Welt

Die Nestlé-Stiftung für das Studium der Ernährungsprobleme der Welt wurde 1966 gegründet, zum hundertjährigen Jubiläum der Unternehmensgründung. Die Stiftung mit Sitz in Lausanne, Schweiz, ist finanziell und organisatorisch unabhängig von der Nestlé-Gruppe, aber auch sie sorgt seit nunmehr über 40 Jahren auf ihre Weise für Gemeinsame Wertschöpfung.

Fokussierte und gezielte Schulungen in den Bereichen Ernährung und Medizin bewirken Veränderungen im Lebensstil und Verhalten und dadurch mehr Gesundheit und Wohlbefinden selbst bei unverändertem Einkommen. Das Hauptziel der Stiftung ist es, Forschung zu Fragen der menschlichen Ernährung mit hoher Relevanz für die Volksgesundheit in ärmeren Ländern zu initiieren und zu fördern.

Die vier Themenschwerpunkte sind derzeit:

- Ernährung von Mutter und Kind, einschliesslich des Stillens und Zufütterns;
- Mangel und Ungleichgewicht von Makro- und Mikronährstoffen;
- Wechselwirkungen zwischen Infektionen und Ernährung;
- Ernährungserziehung und Gesundheitsförderung.

Auch andere Bereiche finden Beachtung, solange dabei Fragen der Mangelernährung in den Entwicklungsländern im Mittelpunkt stehen.

Aktivitäten der Stiftung finden in mehr als 30 einkommensschwachen Ländern in Asien, Afrika und auch

Lateinamerika statt. Derzeit laufen Forschungsprojekte in aller Welt, von A bis Z – bisweilen im wahrsten Sinne des Wortes, zum Beispiel wenn es um Mikronährstoffe geht. Nur ein ernährungsbasierter Ansatz in Kombination mit hygienischen und medizinischen Verbesserungen kann das Problem der Mangelernährung nachhaltig lösen.

Die Stiftung favorisiert in diesem Kontext die Verwendung von einheimischen Nahrungsmitteln. So untersucht ein Projekt in Uganda den Nutzen von Amaranth für die Ernährung von Schulkindern, ein anderes Projekt in Indonesien ist der Suche nach einheimischen Vitamin-C-Quellen gewidmet, um die Bioverfügbarkeit von Eisen zu verbessern. In einer weiteren Studie in China soll der Jodbedarf in der Schwangerschaft ermittelt werden – ein bisher vernachlässigtes Thema.

Wissen ist Macht: die enLINK-Initiative

Gemeinsame Wertschöpfung beginnt mit Wissensweitergabe, und ein Aufbau von Know-how ist undenkbar ohne Zugang zu Informationen. Darum fördert die Stiftung Ernährungskurse für Universitätsabsolventen in Senegal und Benin.

2003 rief sie ausserdem die enLINK-Initiative für mehr Wissenstransfer in Länder mit geringen Einkommen ins Leben. Die Online-Bibliothek auf www.enlink.org bietet Studierenden in Ländern mit niedrigen Einkommen kostenlosen Volltextzugang zu aktuellen Fachzeitschriften und Lehrbüchern aus Ernährungswissenschaft und Medizin. Die orangerote mobile enLINK-Bücherkiste als «dreidimensionales» Gegenstück zur digitalen Bücherei ist einzigartig auf der Welt. Sie enthält über 30 000 Seiten ernährungswissenschaftlicher und medizinischer Grundkenntnisse in Form von aktuellen Lehrbüchern, Broschüren und Leitlinien. Die Bücherkiste ist in einer grossen und einer kleinen Version erhältlich – beide randvoll mit praxisorientiertem Wissen. Dort, wo die enLINK-Onlinebibliothek und die Bücherkiste genutzt werden, sind sie oft die einzige verfügbare

Quelle für verlässliche, aktuelle ernährungswissenschaftliche Informationen. Ende 2008 war die Bücherkiste schon in mehr als zehn einkommensschwachen Ländern im Einsatz. So beginnt Gemeinsame Wertschöpfung buchstäblich mit der Weitergabe von Wissen.

📖 **Lesen Sie mehr über die Nestlé-Stiftung für das Studium der Ernährungsprobleme der Welt und enLINK unter www.nestlefoundation.org und www.enlink.org**

«Ich baue Mais, Erdnüsse und Sojabohnen an. Dank der Anbaupraktiken, die ich gelernt habe, kann ich höhere Erträge erzielen. Ich kann schlechten Mais aussortieren und guten mit meiner Familie essen. Er ist meiner Gesundheit zuträglich und erzielt einen erstklassigen Preis auf dem Markt.»



Morou Mohammed,
Bauer in der Nähe von Tamale
im Norden von Ghana

📺 Das vollständige Interview
finden Sie als Video unter
www.nestle.com/csv/stories

1–3

Gute Ernte

Mais aus Tamale, im Norden Ghanas, wird dort für Frühstückszerealien verwendet und von den Familien der Bauern gegessen. Die Bauern lernen von den Agronomen, wie sie die Qualität ihrer Ernte steigern können. Klutse Kudomor ist einer der Berater von Nestlé in Zentral- und Westafrika (Bild 3, 2. v. l.).



1, 2

3



Künftige Ausrichtung und Herausforderungen

Strategische Grundausrichtung von Nestlé

Die strategische Ausrichtung von Nestlé auf Nutrition, Gesundheit und Wellness ist inzwischen fest etabliert, und die progressive Expansion bei der Umsetzung dieser Strategie stützt sich auf unsere Einschätzung, dass Ernährungsbewusstsein und das Streben nach mehr Gesundheit und Wellness in Zukunft immer stärker die Entscheidungen der Konsumenten beeinflussen werden. Unser übergeordneter Referenzrahmen sind auch weiterhin die Nestlé-Unternehmensgrundsätze, die ständig weiterentwickelt und den Veränderungen in der Welt entsprechend angepasst werden, sowie unser Code of Business Conduct.

Fortsetzung der Expansion mit wissenschaftlich fundierten Lösungen

Als Unternehmen mit den weltweit grössten privaten Kapazitäten für Ernährungs- und Lebensmittelforschung, im Zuge der Expansion in Länder wie China, und angesichts der engen Verknüpfung zwischen Forschung und Produktlösungen wird Nestlé auch in Zukunft neue Formen von Nährwert- und Gesundheitsnutzen für das gesamte Produktsortiment schaffen. Hierzu tragen auch unsere offenen Forschungsstrukturen und Beziehungen zu rund 300 wissenschaftlichen Einrichtung in aller Welt bei. Auch das weiter oben beschriebene «60/40+»-Verfahren ist auf diesem Weg ein wichtiges Instrument, das in Zukunft noch mehr zur Anwendung kommen wird.

Konsumenteninteressen fördern – Ernährung, Gesundheit und Wellness

Es ist zu erwarten, dass Nestlé auch seine Dienstleistungsangebote für Konsumenten ausweiten wird, um auf innovative Weise Aufklärung und Beratung zu leisten und den Konsumenten so zu helfen, sich besser zu ernähren und so zu mehr Gesundheit und Wellness zu gelangen. Wir streben an, nicht nur der zunehmenden Nachfrage nach hochwertiger Ernährung nachzukommen, sondern wo immer möglich auch das Interesse der Konsumenten auf Ernährung, Gesundheit und Wellness zu lenken.

Die Basis der Einkommenspyramide

Nestlé verfolgt mit den Popularly Positioned Products eine zusätzliche strategische Ausrichtung auf den unteren Teil der Einkommenspyramide. Diese Produkte zeichnen sich durch höheren Nährwert und niedrigere Preise als vergleichbare

Produkte im Markt aus und sollen in Zukunft in noch grösserer Vielfalt angeboten werden. Mit der neuen Strategie haben wir eben erst begonnen, diesen sehr umfangreichen Markt zu erschliessen – für Wertschöpfung für unsere Aktionäre durch höheren Nährwert für Menschen mit niedrigen Einkommen besteht noch viel Potenzial.

Das Thema der Zukunft: Wasser- und Nahrungsmittelsicherheit

In den vergangenen 140 Jahren hat Nestlé bewaffnete Konflikte auf regionaler und globaler Ebene, schwere Wirtschaftskrisen und Umweltkatastrophen nicht nur überstanden, sondern sich immer wieder erfolgreich auf die sich verändernden Umstände eingestellt. Damit ist Nestlé zu dem weltweit führenden Unternehmen für Nutrition, Gesundheit und Wellness geworden, das es heute ist. Ebenso erfolgreich muss Nestlé die kommenden Herausforderungen bestehen, die sich auf dem Gebiet der Ernährung stellen.

Im Kampf gegen Mangelernährung waren in den letzten 40 Jahren riesige Fortschritte zu verzeichnen, vor allem dank der Grünen Revolution und der wirtschaftlichen Entwicklung, die die Armut zurückdrängten und die Kaufkraft für Nahrungsmittel erhöhten.

Doch Nestlé als Unternehmen ist auch besorgt über die jüngste Phase steigender Lebensmittelpreise. Und wir sind ernsthaft besorgt, dass diese «Lebensmittelkrise» sich zu einer längerfristigen Wasser- und Ernährungskrise entwickeln könnte, welche die Welt noch jahre- oder jahrzehntelang im Griff hält. Wenn der Mensch das zulässt, wird das ernsthafte Folgen für die Gesellschaft insbesondere in den Entwicklungsländern und auch für unser Geschäft haben.

Wir sind ernsthaft von Wasserknappheit bedroht, wie sie sich in verschiedenen Regionen der Welt schon heute zeigt. Wenn diese Bedrohung nicht abgewendet wird, führt sie zu chronischer Nahrungsknappheit und dramatischer Unsicherheit bei der Nährstoffversorgung. Dies alles geschieht als Folge des Klimawandels, mangelhafter Wasserwirtschaft und steigender Nachfrage nach Nahrungsmitteln aufgrund wachsender Bevölkerungen und wirtschaftlicher Entwicklungen.

Die Frage der gesicherten Versorgung mit Nahrung und Nährstoffen ist ein Schlüsselthema für Nestlé und wird die vereinten Anstrengungen sämtlicher Beteiligten und Betroffenen erfordern.

Nestlé blickt grundsätzlich zuversichtlich in die Zukunft, beabsichtigt aber auch, mit anderen Anspruchsgruppen zusammenzuarbeiten, um Veränderungen in der Politik und in der Praxis herbeizuführen, die das Auftreten der beschriebenen Krisen verhindern. Wir stehen bereit, mit allen zusammenzuarbeiten, die unsere Besorgnis teilen.

Unabhängige Prüfung: Vermerk über die vorläufigen Ergebnisse

Einleitung

Bureau Veritas UK wurde beauftragt, für die Anspruchsgruppen der Nestlé AG (Nestlé) eine externe Prüfung des *Berichts zur Gemeinsamen Wertschöpfung 2008: Ernährungsbedürfnisse und hochwertige Ernährung* (der «Ernährungsbericht») vorzunehmen. Für die Erstellung des Ernährungsberichts ist allein Nestlé verantwortlich. Unser übergeordnetes Ziel ist es, den Anspruchsgruppen angemessene Sicherheit hinsichtlich der Richtigkeit und Zuverlässigkeit der im Ernährungsbericht dargestellten Informationen zu bieten.

Prüfungsumfang und -verfahren

Der Umfang unseres Auftrags umfasste:

1. eine Überprüfung der entsprechenden Aktivitäten von Nestlé vom Januar 2008 bis zum Dezember 2008;
2. eine eingeschränkte Überprüfung der Informationen von externen Partnern im Zusammenhang mit der Beurteilung der Wesentlichkeit und der Einbindung der Anspruchsgruppen;
3. eine Überprüfung der Informationen über die Themen, Reaktionen, Performancedaten und Fallstudien von Nestlé sowie die Systeme zur Verwaltung und Verarbeitung dieser Informationen und Daten;
4. ein Pilot-Assessment der Umsetzung aller Grundsätze und Prozesse zur Gemeinsamen Wertschöpfung auf Marktebene.

Im Rahmen des oben beschriebenen Auftragsumfangs führte Bureau Veritas folgende Arbeiten durch:

- Interviews mit wichtigen Geschäftsleitungsvertretern am Hauptsitz von Nestlé;
- Überprüfung der Prozesse zur Auswahl und Zusammenstellung von relevanten Informationen, Berichtsinhalten und Performancedaten aus den globalen Konzernaktivitäten;
- Verifizierung von im Ernährungsbericht dargestellten Performancedaten und Sachverhalten;

- Besuch bei Nestlé Südafrika zwecks Überprüfung des Verständnisses und der Umsetzung von Programmen auf Marktebene und entsprechender Prozesse.

Vorläufige Ergebnisse

Auf der Grundlage unserer Überprüfung sind wir zu der Einschätzung gelangt, dass der Ernährungsbericht:

- zuverlässige, verständliche und übersichtlich dargestellte Informationen enthält;
- eine angemessene Übersicht über die relevanten Aktivitäten und Leistungen während der Berichtsperiode bietet;
- eine wesentliche Berichterstattung darstellt, da die behandelten Inhalte von dringlichster Bedeutung für das Thema Ernährung sind;
- eine Verbesserung gegenüber den bisherigen Berichten darstellt, indem auf wichtige Fragestellungen und Herausforderungen für Nestlé eingegangen wird;
- zusätzliche Informationen enthält, die dem Leser ermöglichen, das Vorgehen von Nestlé bei diesen Fragestellungen und Herausforderungen zu verstehen;
- die Vertreter von Wissenschaft und Gesundheitsinstitutionen als Hauptpublikum des Berichts berücksichtigt und ihnen den Standpunkt von Nestlé klar und verständlich präsentiert.

Pilot-Assessment der Umsetzung von Grundsätzen in den Märkten von Nestlé

Ein Pilot-Assessment der Umsetzung von Grundsätzen in den Märkten von Nestlé hat ergeben, dass die Positionierung von Nestlé als Nutrition-, Gesundheits- und Wellness-Unternehmen gut verstanden wird. Ferner hat diese Prüfung gezeigt, dass wichtige Programme und Grundsätze (z.B. 60/40+, Nestlé Nutrition Foundation [NF] und Popularly Positioned Products [PPPs]), auf die in diesem Bericht eingegangen wird, in den Märkten gemäss den von Hauptsitz ausgegebenen Richtlinien umgesetzt werden.

Die Prüfungsergebnisse sind in unserem vollständigen Prüfbericht unter www.nestle.com/csv enthalten.

Die wichtigsten Bereiche für Verbesserungen sind ebenfalls in unserem vollständigen Prüfbericht unter www.nestle.com/csv aufgeführt.

Einschränkungen

Nicht im Auftragsumfang für unsere Arbeiten enthalten waren Informationen:

- über Aktivitäten ausserhalb des vorgegebenen Berichtszeitraums;
- über Aussagen zu Verpflichtungen oder Absichtserklärungen für zukünftige Handlungen;
- über dargestellte Meinungen, Einschätzungen und/oder Bestrebungen.

Ferner erstreckt sich unsere Prüfung nicht auf Informationen, auf die in diesem Ernährungsbericht via Link verwiesen wird.

Unsere Überprüfung wurde ausgeführt, um hinlängliche, nicht aber absolute Sicherheit zu erlangen; der oben dargestellte Umfang bietet nach unserer Auffassung jedoch eine hinreichende Grundlage für unsere Ergebnisse.

Dieser unabhängige Vermerk über vorläufige Ergebnisse bietet jedoch keine Gewähr, dass sämtliche Fehler, Auslassungen oder Falschdarstellungen festgestellt wurden.

Auf sämtliche Überlegungen und Einschränkungen wird in unserem vollständigen Prüfbericht unter www.nestle.com/csv eingegangen.

Die Erklärung über unsere Unabhängigkeit, Unbefangenheit und Qualifikation als Prüfer ist im vollständigen Prüfbericht unter www.nestle.com/csv enthalten.

*Bureau Veritas UK Ltd.,
London, Februar 2009*



Vermerk zur Unabhängigkeit, Unbefangenheit und Qualifikation

Bureau Veritas ist ein unabhängiger Dienstleister, der sich auf Beratungsleistungen in den Bereichen Qualität, Gesundheit, Arbeitsschutz, Sozial- und Umweltmanagement und die Einhaltung der entsprechenden Normen spezialisiert hat und seit beinahe 180 Jahren unabhängige Prüfleistungen bei einem Jahresumsatz von EUR 2,1 Milliarden (Stand 2007) erbringt.

Bureau Veritas hat für seine gesamte Geschäftstätigkeit einen Verhaltenskodex eingeführt, mit dem sichergestellt werden soll, dass sämtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei ihren geschäftlichen Aktivitäten höchsten Anforderungen genügen. Insbesondere bemühen wir uns darum, Interessenskonflikte zu vermeiden. Nach unserer Auffassung ergeben sich aus unserem Prüfauftrag keine Interessenskonflikte.

Qualifikation: Unser Prüfungsteam, das bei der Nestlé AG die Arbeiten durchführte, hat umfangreiche Kenntnisse über die Überprüfung von Informationen, Systemen und Prozessen in den Bereichen Umweltschutz, Soziales, Gesundheit, Arbeitsschutz und Ethik und verfügt mit über 20 Jahren gemeinsamer Erfahrung auf diesem Gebiet über ein hervorragendes Verständnis der Best Practices im Zusammenhang mit Berichten über unternehmerische Verantwortung und deren Überprüfung.

© 2009, Nestlé AG, Public Affairs, Vevey (Schweiz)

Nestlé AG
Avenue Nestlé 55
1800 Vevey
Schweiz

creatingsharedvalue@nestle.com
www.nestle.com/csv

Redaktion

Nestlé AG, Public Affairs, mit Flag Communication Ltd.

Konzept und Ausführung

Nestec Ltd., SGDU, Corporate Identity & Design,
mit messi & schmidt

Illustrationen

richigrafik

Fotographie

Nana Kofi Acquah, Nicole Bachmann, Patrick Brown/Panos Pictures,
Markus Bühler-Rasom, Warren Clarke/Panos Pictures,
Stephane Danna/Agence France Presse, Tim Dirven/Panos Pictures,
Douglas Engle/Panos Pictures, Sam Faulkner/NB Pictures,
Jonathan Fong, David Gagnebin, Peter Garmusch, Tobias Gerber/laif,
Peter Ginter, Nicolas Goldberg/Panos Pictures, Josh Haner/laif,
Harmen Hoogland/Nestec, Kemal Jufri/Panos Pictures,
Geert van Kesteren/Magnum Photos, George Osodi/Panos Pictures,
Marc Latzel, Marta Nascimento/laif, Philippe Prêtre/APG Image,
Marta Ramoneda/laif, Sergio Santorio, Qilai Shen/Panos Pictures,
Jacob Silberberg/Panos Pictures

Druck

Entreprise d'arts graphiques Jean Genoud SA (Schweiz)

Papier

Dieser Bericht ist auf Consort Royal gedruckt, einem aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern und anderen kontrollierten Quellen stammenden Papier, zertifiziert von FSC (Forest Stewardship Council)



Mix

Produktgruppe aus vorbildlich bewirtschafteten
Wäldern und anderen kontrollierten Herkünften
www.fsc.org Zert.-Nr. SQS-COC-100125
© 1996 Forest Stewardship Council