



**ORIOR**

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2019

# Inhalt

<b>Vorwort des CEO</b>	<b>2</b>
<b>Wir stellen uns vor</b>	<b>4</b>
<b>Nachhaltigkeit bei ORIOR</b>	<b>8</b>
Die ORIOR Verantwortung – einstehen für die Zukunft	
Fokussierung auf das Wesentliche	
ORIOR und die Sustainable Development Goals	
Management-Struktur, Verantwortlichkeiten, Verankerung	
<b>Produktverantwortung</b>	<b>14</b>
Nachhaltige Rohstoffe und Tierwohl	
Sichere und gesunde Nahrungsmittel	
<b>Umweltverantwortung</b>	<b>30</b>
Food Waste und Verpackung	
Klima und Energie	
Wasser	
<b>Soziale Verantwortung</b>	<b>46</b>
Entwicklung der Mitarbeitenden	
Arbeitssicherheit und Gesundheit	
Wirtschaftliche Auswirkungen	
<b>Anhang</b>	<b>62</b>
Über diesen Bericht	
GRI-Inhaltsindex	

## Vorwort des CEO



Daniel Lutz, CEO ORIOR Gruppe

### Liebe Leserin, lieber Leser

GRI 102-14

GRI 102-48

Es freut uns sehr, Ihnen den zweiten Nachhaltigkeitsbericht der ORIOR Gruppe präsentieren zu dürfen. Darin zeigen wir auf, wie sich unsere Schweizer Kompetenzzentren über das Jahr 2019 in Sachen Nachhaltigkeit weiterentwickelt haben, welche Erfolge wir erzielen konnten, und auf welche Herausforderungen wir gestossen sind. Ich freue mich und bin stolz über die vielen kleineren und grösseren Entwicklungen, die wir im Berichtsjahr, gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden und Partnern, umsetzen konnten.

Für alle ORIOR Kompetenzzentren sind der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen und die soziale Verantwortung seit vielen Jahren zentrale Themen – nicht umsonst ist «die ORIOR Verantwortung» auch in unserer Geschäftsstrategie mit einem eigenen strategischen Eckpfeiler verankert. Mit der Verabschiedung unserer ersten Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2019 mit Zielen bis 2025 hat das Thema noch stärker an Fahrt aufgenommen. Wir haben das gemeinsame Verständnis unserer Nachhaltigkeitsprioritäten gestärkt und viele neue Massnahmen für eine gesteigerte Umwelt- und Sozialverträglichkeit in die Wege geleitet.

Unser noch kraftvolleres Engagement für die Nachhaltigkeit gründet insbesondere auf der tieferen Verankerung im Unternehmen. Schliesslich möchten wir unser übergreifendes Ziel, eine stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder zu erzielen, ganzheitlich leben. Dazu gehört auch, dass wir auf neue globale Herausforderungen antworten und die Anliegen unserer Kunden, Konsumentinnen und Konsumenten, Partner und Investoren ernst nehmen.

Als Food and Beverage Gruppe können, wollen und müssen wir einen Beitrag für die Zukunft leisten. Die internationale Gemeinschaft hat sich mit der Agenda 2030 auf global gültige Nachhaltigkeitsziele, die Sustainable Development Goals (SDG), geeinigt. Im diesjährigen Bericht stellen wir auch unseren Beitrag zu diesen globalen Zielen dar. Das Thema Ernährung betrifft uns alle. Wir sehen es als unsere Pflicht und Aufgabe für die kommenden Jahre, mitzugestalten, wie wir langfristig die neuen Ansprüche der Konsumentinnen und Konsumenten mit einer global nachhaltigen Lebensmittelversorgung in Einklang bringen können. Darauf geht auch unsere Nachhaltigkeitsstrategie mit den neun Handlungsfeldern in den Bereichen Produktverantwortung, Umweltverantwortung und soziale Verantwortung ein. Wie Sie im Bericht lesen können, konnten wir einige Erfolge verbuchen.

So konnten wir zum Beispiel unsere Lebensmittelabfälle von 2018 auf 2019 um über 10% reduzieren und nachhaltigere Verpackungskonzepte umsetzen. Auch unsere Energieeffizienz konnten wir um über 2% steigern. Wir sind aber auch auf Herausforderungen gestossen. So mussten wir zum Beispiel feststellen, dass die Nachfrage für nachhaltigere Produkt- oder Verpackungsalternativen teilweise noch nicht so ausgeprägt ist. Zudem war und bleibt die Datenerhebung für das Nachhaltigkeitsmonitoring eine Herausforderung. Für die Berichterstellung 2019 haben wir diese nochmals stark optimiert. Weil unsere Nachhaltigkeitsziele sich auf das Vergleichsjahr 2018 beziehen, haben wir uns entschieden, die Kennzahlen für 2018 nochmals auf dieser verbesserten Datenbasis zusammenzutragen, um für die kommenden Jahre eine solide Vergleichsbasis zu schaffen. Daher weichen gewisse im vorliegenden Bericht kommunizierte Daten von letztjährig kommunizierten Zahlen ab.

Es gibt noch viel zu tun – und mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie kam eine zusätzliche Herausforderung auf uns zu. Zum Zeitpunkt der Verfassung dieses Berichts war die Pandemie in vollem Gange, und wir haben unsere Management- und Produktionsprozesse relevant anpassen müssen. Von uns allen fordert die Situation grosse Flexibilität und eine hohe Aufmerksamkeit. Als Lebensmittelunternehmen haben wir auch während der akuten Phase weiter produziert, um die Schweiz mit Nahrungsmitteln zu versorgen. Dazu arbeiten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unter Bedingungen, die ganz und gar nicht alltäglich sind. Für diesen Einsatz gebührt ihnen ein grosser Dank. Die Auswirkungen dieser Krise werden uns noch länger beschäftigen und wir sind bestrebt, sie vor allem zum Anstoss von positiven Entwicklungen zu nutzen – inklusive für Nachhaltigkeitsthemen. Wir sind dabei zu skizzieren und zu verstehen, wie unser «New Normal» nach Corona aussehen wird, und die Nachhaltigkeit wird auch in dieser neuen Realität einen zentralen Platz einnehmen.

Wir freuen uns darauf, auch im Jahr 2020 mit viel Elan an unseren Themen weiterzuarbeiten und neue Fortschritte und Erfolge im Bereich Nachhaltigkeit zu erzielen. Denn wir glauben, dass sich daraus viele neue Chancen für uns, unsere Kunden und Investoren sowie für unsere Gesellschaft und Umwelt ergeben werden.



**Daniel Lutz**  
CEO ORIOR Gruppe

## Wir stellen uns vor

### Das Unternehmensprofil

#### Steckbrief von ORIOR

GRI 102-7

	 Standorte	 Mitarbeitende	 Produkte und Dienstleistungen	 Finanzen (in CHF)
<b>ORIOR Gruppe</b>	9 Kompetenzzentren mit 17 Standorten	2 295 Ø FTE	Convenience-Produkte, veredelte Fleisch-Spezialitäten (Refinement), Food Services, Reisegastronomie, Beverages (Bio)	Nettoerlös 596.4 Mio. EBIDTA 61.0 Mio. Reingewinn 31.5 Mio. Gesamtkapital 404.3 Mio.
<b>Davon Schweiz</b>	7 Kompetenzzentren mit 10 Standorten	1 124 Ø FTE	Convenience-Produkte, veredelte Fleisch-Spezialitäten (Refinement), Food Services, Beverages (Bio)	72.1 % des Nettoerlöses

GRI 102-2  
 GRI 102-3  
 GRI 102-4  
 GRI 102-6  
 GRI 102-45

ORIOR ist eine international tätige Schweizer Food and Beverage Gruppe mit Hauptsitz in Zürich, die auf Frisch-Convenience, Fleischveredelung, biologische Gemüse- und Fruchtsäfte sowie To-Go-Genussinseln (Reisegastronomie) spezialisiert ist. 1992 gegründet, hält ORIOR heute führende Positionen in wachsenden Nischenmärkten im In- und Ausland. Mit Rapelli, Biotta, Ticinella, Albert Spiess, Möfag, Fredag, Pastinella, Le Patron, Gesa, Culinor, Vaco's Kitchen und Casualfood verfügt ORIOR über ein Portfolio von etablierten Unternehmen und bekannten Marken mit Betriebsstätten in der Schweiz, in Belgien und in Deutschland. ORIOR Spezialitäten werden an den Detailhandel, den Fachhandel, an Flughäfen und Bahnhöfen und über unterschiedliche Food Service-Kanäle wie Gastronomie, Kantinen, Heime oder Kitas verkauft. 72.1 % des Umsatzes erwirtschaftet die Gruppe im Heimmarkt Schweiz, der zweitgrösste Markt umfasst die Benelux-Staaten, wo auch das Kompetenzzentrum Culinor Food Group zu Hause ist. Der drittgrösste Markt ist Deutschland, wo das Kompetenzzentrum Casualfood seinen Sitz hat. Darüber hinaus sind Frankreich sowie weitere europäische Länder wichtige Absatzmärkte. Kleine Mengen an High-Premium-Produkten werden in die ganze Welt exportiert, wobei dieser Anteil gesamthaft weniger als 1 % des Gesamtumsatzes ausmacht.

Erklärtes Ziel von ORIOR ist die stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder. Die Nähe zum Kunden, enge Partnerschaften, eine schlanke und agile Gruppenstruktur sowie das intradisziplinäre ORIOR Champion-Modell bilden die Grundlage für die Gestaltung des Marktes an vorderster Front mithilfe innovativer Produkte, Konzepte und Services.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht deckt die Schweizer Kompetenzzentren ab. Eine Nachhaltigkeitsberichterstattung für die Standorte mit Sitz im Ausland wird ab 2021 aufgebaut.

#### Corporate Governance und Vergütung

GRI 102-5

ORIOR ist eine Aktiengesellschaft und seit 2010 an der SIX Swiss Exchange kotiert. Eigentümer sind somit die Aktionärinnen und Aktionäre, wovon per Ende Berichtsjahr 3 788 (77.54% des Aktienkapitals) im Aktienregister eingetragen waren. Vier Aktionäre hielten per Ende 2019 mehr als 3% der Aktien der ORIOR AG (Details siehe Geschäftsbericht 2019, Seite 14).

Der Verwaltungsrat der ORIOR Gruppe besteht aus sechs unabhängigen Mitgliedern. Geführt wird die Gruppe von der Konzernleitung, welcher der Group CEO, der Group CFO und der Leiter ORIOR Europe und Culinor Food Group angehören. Unterstützt wird die Konzernleitung durch die Erweiterte Konzernleitung, in welcher die CEOs von drei Tochtergesellschaften sowie die Leiterin Corporate Communications & Investor Relations Einsitz halten. Die Vergütung des Verwaltungsrats besteht aus einer fixen Vergütung, wobei bis zu 10% in Aktien ausbezahlt werden können. Die Vergütung der Konzernleitung setzt sich aus einem fixen und einem variablen Vergütungsanteil zusammen, wobei der fixe Anteil mindestens 50% der Gesamtvergütung ausmacht. Bis 30% der variablen Vergütung an die Konzernleitungsmitglieder kann in Aktien erfolgen.

Der Verwaltungsrat trägt die übergeordnete Verantwortung; die exekutive Verantwortung liegt bei der Konzernleitung. Dies gilt auch für sämtliche Themen der Nachhaltigkeit. Die Verantwortungsaufteilung innerhalb der Nachhaltigkeitsthemen unterscheidet sich somit nicht von den anderen Geschäftsthemen. Für die Erreichung von Nachhaltigkeitszielen gibt es noch keine umfassend definierten Anreiz- oder Honorierungssysteme. Jedoch fließen praktisch alle Nachhaltigkeitskennzahlen direkt oder indirekt über die bestehenden Messgrößen zur Beurteilung der persönlichen Zielerreichung in die variable Vergütung der Konzernleitungsmitglieder sowie der Schlüsselmitarbeitenden ein.

### ORIOR 2020 und unsere Werte

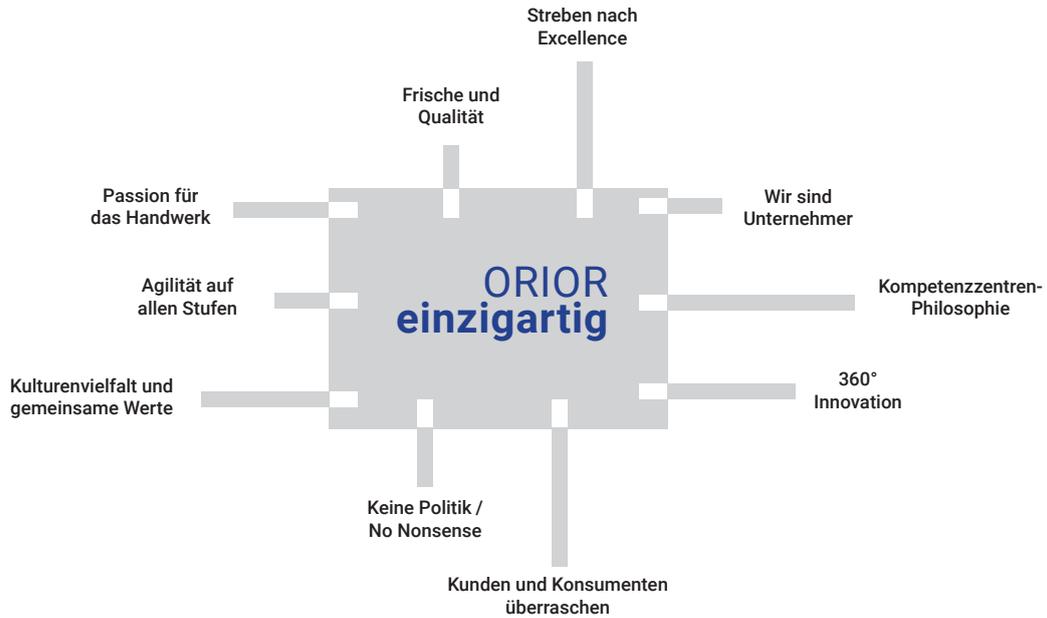
2019 und 2020 befinden wir uns in der letzten Phase der Umsetzung unserer ORIOR Strategie 2020. Die übergeordneten Ziele, die wir uns als stabile, innovative Lebensmittelgruppe mit Marktführungsposition in bestehenden und neuen Nischen gesetzt haben, konnten wir mehrheitlich schon erreichen oder übertreffen. Unser Geschäftsbericht gibt darüber im Detail Auskunft.

#### Strategische Eckpfeiler der ORIOR Strategie 2020

Innovations-Haus	Marken stärken und ausbauen	Agilität und Kosteneffizienz	Die ORIOR Verantwortung	Wir sind ORIOR
 <p>ORIOR hat den Anspruch, Innovation entlang der gesamten Wertschöpfungskette und über das Produkt hinaus – auch in Konzepten, Services und Prozessen – voranzutreiben.</p>	 <p>Die Differenzierung und Weiterentwicklung der Kernmarken wird gestärkt, um deren Bekanntheit und Beliebtheit zu erhöhen und dadurch Wachstum zu erzielen.</p>	 <p>Kompetenzzentren-übergreifend werden die Stärke und Grösse der Gruppe eingesetzt, um Effizienz und Know-how weiter zu erhöhen und Abläufe kontinuierlich zu verbessern.</p>	 <p>Nachhaltigkeit ist für uns die Grundlage für Excellence in Food. Wir übernehmen Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette und berücksichtigen die Interessen unserer Bezugsgruppen.</p>	 <p>«Wir sind ORIOR» basiert auf unternehmerischen Grundwerten: partizipativer Führungsstil, offene und direkte Kommunikation, respektvolles Handeln und Verantwortung auf allen Stufen.</p>

Nebst dem strategischen Eckpfeiler «Die ORIOR Verantwortung», über den die nachfolgenden Kapitel dieses Berichts Auskunft geben, ist ein weiterer wichtiger Eckpfeiler der Strategie hervorzuheben: «Wir sind ORIOR». Er illustriert unsere Grundwerte, die die Arbeit all unserer Mitarbeitenden vereinen. Diese Werte vorzuleben, sie weiterzugeben und zu fördern, ist unser Anspruch an alle Mitarbeitenden.

**Unsere Grundwerte: «Wir sind ORIOR»**



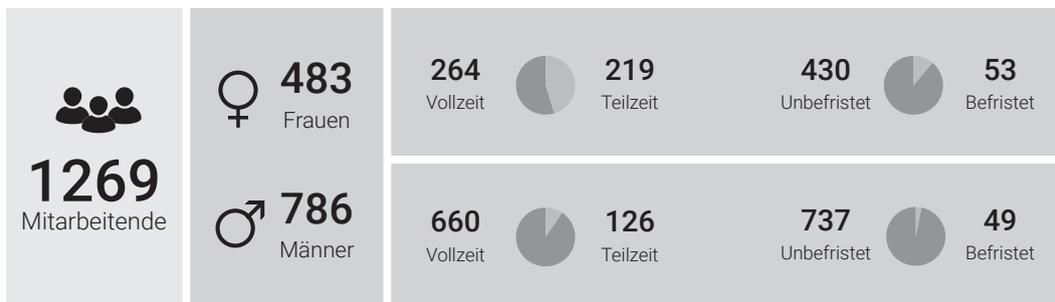
Seit 2017 verfügt die ORIOR Gruppe zudem über einen Verhaltenskodex, welcher sich an unsere Mitarbeitenden und die wichtigsten Geschäftspartner/innen richtet. Er basiert auf unternehmerischen Grundwerten wie partizipativer Führungsstil, offene und direkte Kommunikation, ethisches und respektvolles Handeln sowie Förderung und Verantwortung auf allen Stufen. Viele der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen, die im vorliegenden Bericht erläutert werden, finden sich darin wieder, so zum Beispiel die wichtigsten Eckpunkte unserer Personalpolitik, unser Qualitätsanspruch, die Gewährleistung von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz oder unser Umgang mit der Umwelt. Darüber hinaus verpflichten wir uns zu einer integren Geschäftsführung, die einen ehrlichen Umgang mit Geschäftspartnern voraussetzt und Praktiken wie Bestechung oder Korruption klar verurteilt.

**Mitarbeitende**

In der Schweiz beschäftigt ORIOR 1 269 Mitarbeitende.

**Mitarbeitende ORIOR Schweiz per Ende 2019**

GRI 102-8  
GRI 102-7



## Unsere Wertschöpfungskette

GRI 102-9

Nebst unseren Mitarbeitenden sind auch unsere Partner in vor- und nachgelagerten Stufen zentral für unseren Erfolg und für die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Denn als Schweizer Food and Beverage Gruppe decken wir nur einen Teilbereich der Ernährungswertschöpfungskette ab.

Wir kaufen Rohstoffe und Halbfertigprodukte von unseren Lieferanten ein, die wir dann in den Betrieben zu unseren Produkten verfeinern. Zu einem sehr kleinen Teil beschaffen wir auch fertige Handelsware, die wir über unsere Kanäle weitervertrieben. Unsere Kunden sind Detailhändler, Fachhändler sowie der Food Service-Bereich. Konsumiert werden unsere Produkte zuhause, unterwegs, im Restaurant oder in einer Verpflegungsstätte (Kantinen, Schulen/Kitas, Heime etc.).

Aufgrund der engen Beziehungen und vielen gegenseitigen Abhängigkeiten ist die enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern essenziell. Wir werden diese Zusammenarbeit in Zukunft auch mit Blick auf die Nachhaltigkeit weiterentwickeln und stärken.

### Wertschöpfungskette ORIOR Refinement und ORIOR Convenience



 Voll integrierte Wertschöpfungsschritte

 Teils ausgelagerte Wertschöpfungsschritte

 Nicht integrierte Wertschöpfungsschritte

# Nachhaltigkeit bei ORIOR

## Die ORIOR Verantwortung – einstehen für die Zukunft

Die ORIOR Verantwortung bildet für uns die Grundlage für Excellence in Food und ist als strategischer Eckpfeiler in unserer Geschäftsstrategie ORIOR 2020 verankert. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie gliedert sich in die drei Bereiche «Produktverantwortung», «Umweltverantwortung» und «Soziale Verantwortung», in welchen wir je drei zentrale Handlungsfelder bearbeiten. In jedem Handlungsfeld verfolgen wir ein Hauptziel – diese Ziele sind in der folgenden Grafik dargestellt. Sie werden bei Bedarf ergänzt durch zusätzliche Teil- oder Unterziele, die im jeweiligen Kapitel erläutert werden.

Durch die Verfolgung dieser strategischen Ausrichtung möchten wir unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt, den Mitarbeitenden, den Konsumenten, aber auch gegenüber den zukünftigen Generationen wahrnehmen. Die ORIOR Verantwortung sichert auch unsere eigene Zukunft als Lebensmittelproduzentin, da wir damit aktuelle und zukünftige Herausforderungen meistern, Geschäftsrisiken reduzieren und die Erwartungen unserer Stakeholder ansprechen und erfüllen können.

### ORIOR Nachhaltigkeitsstrategie 2025

Bis zum Jahr 2025 wollen wir den Anteil der Rohstoffeinkäufe mit anerkannten Bio- und/oder Nachhaltigkeits-Zertifizierungen im Vergleich zum Jahr 2018 um 15% steigern.

Bis 2025 wollen wir den Anteil an gesunden Produkten wesentlich erhöhen und wo immer möglich und sinnvoll auf die Zugabe künstlicher Zusatzstoffe verzichten.

Bis 2025 wollen wir für den Schweizer Markt nur noch Fleisch verarbeiten, das aus der Schweiz stammt oder dessen Aufzucht mindestens der Schweizer Tierschutzgesetzgebung entspricht.

Wir wollen unsere Mitarbeitenden gezielt schulen und individuelle Weiterentwicklungsmöglichkeiten bedeutend ausweiten.

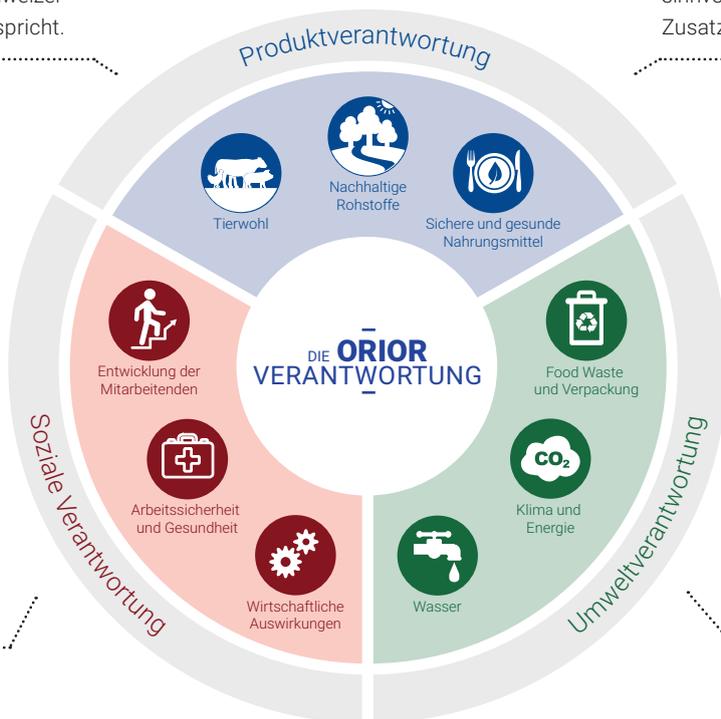
Bis zum Jahr 2025 wollen wir ein übergreifendes Management-System für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in der gesamten ORIOR Gruppe implementieren.

Bis 2025 wollen wir unser Food Waste pro produziertem Kilogramm im Vergleich zum Jahr 2018 um mindestens 25% reduzieren.

Bis zum Jahr 2025 wollen wir die Intensität der Treibhausgasemissionen im Vergleich zum Jahr 2018 um 10% reduzieren.

Wir setzen auf stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder. Wir bekennen uns zu unseren Produktionsstandorten und stärken diese, um bestehende Arbeitsplätze zu sichern und neue zu schaffen.

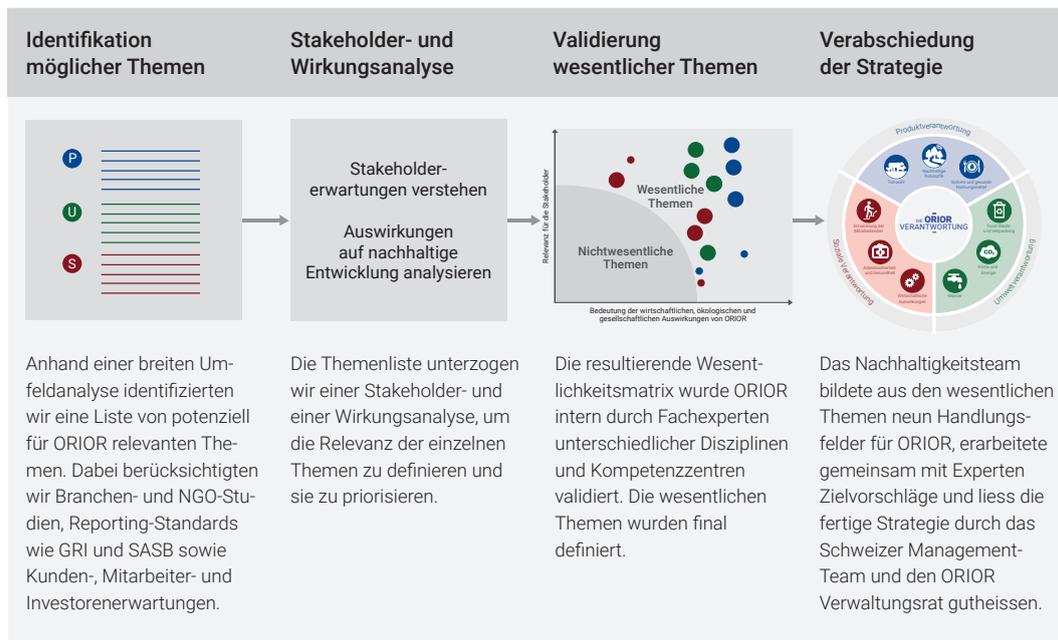
Bis zum Jahr 2025 wollen wir unsere Wasserintensität im Vergleich zum Jahr 2018 um 15% senken.



## Fokussierung auf das Wesentliche

GRI 102-46 Die vorgängig dargestellte ORIOR Verantwortung mit ihren neun Handlungsfeldern basiert auf einer Wesentlichkeitsanalyse, die wir 2018 durchgeführt haben. Dabei sind wir wie folgt vorgegangen (siehe Nachhaltigkeitsbericht 2018 für mehr Details):

### ORIOR Wesentlichkeitsprozess



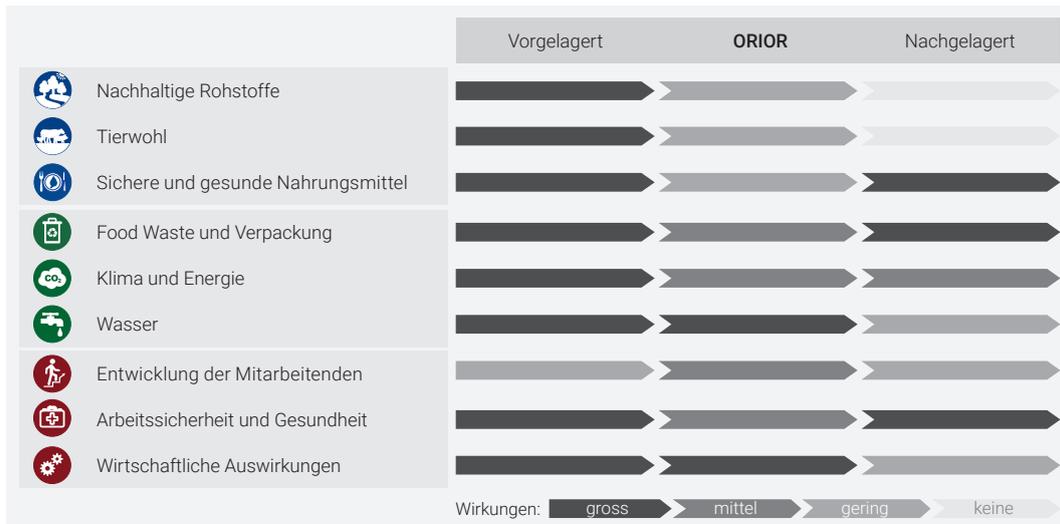
Die Nachhaltigkeitsstrategie 2025 ist unser erstes ORIOR Nachhaltigkeitsprogramm. Wir prüfen regelmässig unsere strategischen Schwerpunkte und nehmen, wo nötig, weitere relevante Themen auf oder weiten deren Bedeutung aus. In diesem Kontext haben wir, nach der Sammlung erster Umsetzungserfahrungen, das Handlungsfeld «Aus- und Weiterbildung» Anfang 2020 in «Entwicklung der Mitarbeitenden» umbenannt, um der Breite der ORIOR Bestrebungen in Personalfragen, wie zum Beispiel dem Talentmanagement, Rechnung zu tragen.

### Wirkungsfokussiert

GRI 102-11 Wir wollen unsere strategischen Ambitionen danach ausrichten, wo wir die grössten Beiträge an eine nachhaltige Entwicklung leisten können. Unser Nachhaltigkeitsmanagement zielt darauf ab, negative Auswirkungen zu vermindern und positive zu stärken. Wenn wir Nachhaltigkeitsrisiken antizipieren, versuchen wir diese im Rahmen unseres Ansatzes vorsorglich anzugehen. Wir sehen unsere grösste Verantwortung in den nachfolgend aufgeführten Handlungsfeldern. Die Darstellung zeigt, auf welchen Stufen der Wertschöpfungskette die Auswirkungen hauptsächlich auftreten.

### Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette

GRI 102-47



10

### Stakeholderorientiert

GRI 102-40 Wir gehen auf die Erwartungen unserer Anspruchsgruppen ein, denn sie unterstützen uns dabei, ambitionöse Ziele zu setzen und diese auch zu erreichen. Sie sind unerlässlich für die Umsetzung der ORIOR Verantwortung. Im Rahmen unserer Strategieentwicklung haben wir mithilfe eines Stakeholder-Mappings unsere wichtigsten Anspruchsgruppen und deren Anliegen in Bezug auf Nachhaltigkeit identifiziert. Diese Analyse spiegelt sich auch in der vorgängig aufgeführten Wesentlichkeitsanalyse wider. Mit dem vorliegenden Bericht zeigen wir unsere Ziele und Fortschritte hinsichtlich unserer neun prioritären Handlungsfelder und der Stakeholderanliegen auf.

### Die wichtigsten ORIOR Stakeholder und ihre Anliegen



Mit unseren Mitarbeitenden, den Kunden, den Lieferanten sowie den Aktionärinnen und Aktionären stehen wir über persönliche Gespräche und Versammlungen kontinuierlich im Austausch. Von den Konsumentinnen und Konsumenten erhalten wir Rückmeldungen über digitale Medien oder indirekt über unsere Kunden. Auch mit weiteren Anspruchsgruppen wie Verbänden, den Behörden, NGOs, Gewerkschaften und Banken stehen wir im Austausch – zum Beispiel über persönliche Gespräche oder an Tagungen. Für 2021 planen wir, unser Stakeholder-Engagement zu intensivieren, und spezifische Austauschformate in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen ins Leben zu rufen.

## ORIOR und die Sustainable Development Goals (SDGs)

GRI 102-12

Seit 2015 existiert mit der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung ein internationales Rahmenwerk, das die Themen der Armutbekämpfung und der Nachhaltigkeit unter einen Hut bringt. 193 UNO-Mitglieder haben sich darin dem Erreichen von 17 globalen Entwicklungszielen – den Sustainable Development Goals (SDG) – bis 2030 verpflichtet. Diese bewegen sich innerhalb der sogenannten «fünf Ps»: **People, Planet, Prosperity, Peace, Partnership** – Menschen, Planet, Wohlstand, Frieden und Partnerschaften. Damit die SDGs erreicht werden können, braucht es auch ein starkes Engagement des Privatsektors. Daher verpflichtet sich ORIOR, ihren Beitrag zum Erreichen der Ziele zu leisten. Wir haben uns an den Empfehlungen des UN Global Compact<sup>1</sup> orientiert, um zu identifizieren, an welche SDGs wir den grössten Beitrag leisten können und sollen. Dabei möchten wir unsere positiven Auswirkungen verstärken und die negativen minimieren. Eine Analyse der potenziellen Risiken und Chancen sowie der Verbindung zu unseren Handlungsfeldern ergab folgende Übersicht von 13 SDGs, die für ORIOR im Vordergrund stehen:

### Die ORIOR Verantwortung und die SDGs



11

Prioritär ansprechen möchten wir dabei die folgenden drei SDGs und relevanten Unterziele:

	<p><b>2.4</b> Die Nachhaltigkeit der Systeme der Nahrungsmittelproduktion sicherstellen und resiliente landwirtschaftliche Methoden anwenden.</p>	<p>Die gesamte ORIOR Nachhaltigkeitsstrategie zielt darauf ab, unsere Nahrungsmittelproduktion zusammen mit unseren Wertschöpfungspartnern nachhaltiger zu gestalten. Zu einer resilienten Landwirtschaft wollen wir über unsere Einkaufsaktivitäten und über die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten beitragen.</p>
	<p><b>12.2</b> Die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen. <b>12.3</b> Die weltweite Nahrungsmittelverschwendung halbieren und Verluste in Produktions- und Lieferketten verringern.</p>	<p>Als Industrieunternehmen in der Lebensmittelbranche müssen nachhaltiger Konsum und Produktion für uns Kernthemen sein. Die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung natürlicher Ressourcen verfolgen wir über das Umweltmanagement unserer Betriebe. Zudem wollen wir mit unserem Abfallziel zur Verringerung der Lebensmittelverschwendung beitragen und wir sind mit 25% Reduktion bis 2025 auf dem Absenkpfad, den das SDG vorsieht (-50% bis 2030).</p>
	<p><b>8.3</b> Eine höhere wirtschaftliche Produktivität durch Modernisierung und Innovation erreichen. <b>8.8</b> Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen fördern.</p>	<p>Im SDG 8 vereinen sich die wirtschaftlichen und sozialen Aspekte, die wir als Arbeitgeberin und Industrieunternehmen verantworten. Wir sind fest davon überzeugt, dass wir durch Innovation nicht nur unsere Produktivität steigern, sondern auch nachhaltigere Produkte und Lösungen auf den Markt bringen können. Zudem verpflichten wir uns zur Einhaltung der Arbeitsrechte in unseren Betrieben und zur stetigen Verbesserung der Sicherheit am Arbeitsplatz.</p>

<sup>1</sup> UN Global Compact, Integrating the SDGs into corporate reporting: a practical guide, August 2018.

## Management-Struktur, Verantwortlichkeiten, Verankerung

GRI 102-18 Die Steuerung der Nachhaltigkeit wird auf Ebene der ORIOR Gruppe verantwortet, während die Umsetzung von Projekten und Massnahmen hauptsächlich auf Ebene der Kompetenzzentren stattfindet, begleitet durch das Nachhaltigkeitsmanagement der ORIOR Gruppe. Eine wichtige Rolle für diese Zusammenarbeit spielen dabei die kompetenzzentrenübergreifenden Champion-Gruppen. Diese vereinen Vertreterinnen und Vertreter des gleichen Fachbereichs zur Erarbeitung gemeinsamer Lösungen und für den Austausch von Expertise und Erfahrungen. Welche der Handlungsfelder durch welche Champion-Gruppen mitverantwortet und bearbeitet werden, wird in der nachfolgenden Grafik der Management-Struktur dargestellt.

Management-Struktur Nachhaltigkeit



Die Funktion der Corporate Sustainability Managerin stellt das Bindeglied der Aktivitäten in den Tochterfirmen zur Gruppen-Ebene dar. Sie unterstützt die Standorte bei strategischen und operativen Fragen in den neun Handlungsfeldern der Nachhaltigkeit. Wichtige Entscheidungen trägt sie in den Steuerungsausschuss Nachhaltigkeit, dessen Hauptaufgaben die Überwachung der Projekte und deren Fortschritte sowie das Einbeziehen der und das Rapportieren an die Konzernleitung und den Verwaltungsrat der ORIOR Gruppe sind.

Bei den Kompetenzzentren sind die Nachhaltigkeitsziele fester Bestandteil der jeweiligen Strategiedokumente (Strategieüberprüfung und 3-Jahresplanung), die jährlich anhand der gültigen Rahmenbedingungen reflektiert und der Konzernleitung sowie dem Verwaltungsrat zur Genehmigung vorgelegt werden. Der jeweilige CEO des Kompetenzzentrums ist für das Erreichen aller festgelegten Zielgrössen im Strategiedokument verantwortlich; seine variable Vergütung steht damit in direktem Zusammenhang.

Die wichtigsten Nachhaltigkeitskennzahlen werden in der monatlichen Finanzberichterstattung abgebildet und dementsprechend permanent kontrolliert. Alle weiteren Nachhaltigkeitskennzahlen werden in den Kompetenzzentren überwacht und fliessen einmal jährlich in die Konsolidierung ein, die vom Group Controlling und dem Nachhaltigkeitsmanagement der Gruppe gemeinsam durchgeführt wird.

Für alle wichtigen Kennzahlen (KPIs) bestehen bei ORIOR fest zugeteilte KPI-Verantwortliche. Dies gilt auch für Nachhaltigkeitskennzahlen. Fortschritte sind von den Verantwortlichen voranzutreiben, Abweichungen sowie Massnahmen werden durch sie monatlich im Finanzreporting erläutert.

Weitere Strukturentwicklungen sind geplant. So werden wir zum Beispiel ab 2020 die Kompetenzzentren stärker darin unterstützen, die Gesamtstrategie in Prioritäten für den jeweiligen Standort herunterzubrechen und Nachhaltigkeitsmassnahmen in die Jahresplanung und Budgetierungsprozesse aufzunehmen.

### Unsere Ambitionen im Bereich Produktverantwortung



# +15%

Bis zum Jahr 2025 wollen wir den Anteil der Rohstoffeinkäufe mit anerkannten Bio- und/oder Nachhaltigkeits-Zertifizierungen im Vergleich zum Jahr 2018 um 15% steigern.



# 100%

Bis zum Jahr 2025 wollen wir für den Schweizer Markt nur noch Fleisch verarbeiten, das aus der Schweiz stammt oder dessen Aufzucht mindestens der Schweizer Tierschutzgesetzgebung entspricht.



Bis zum Jahr 2025 wollen wir den Anteil an gesunden Produkten wesentlich erhöhen und wo immer möglich und sinnvoll auf die Zugabe künstlicher Zusatzstoffe verzichten.

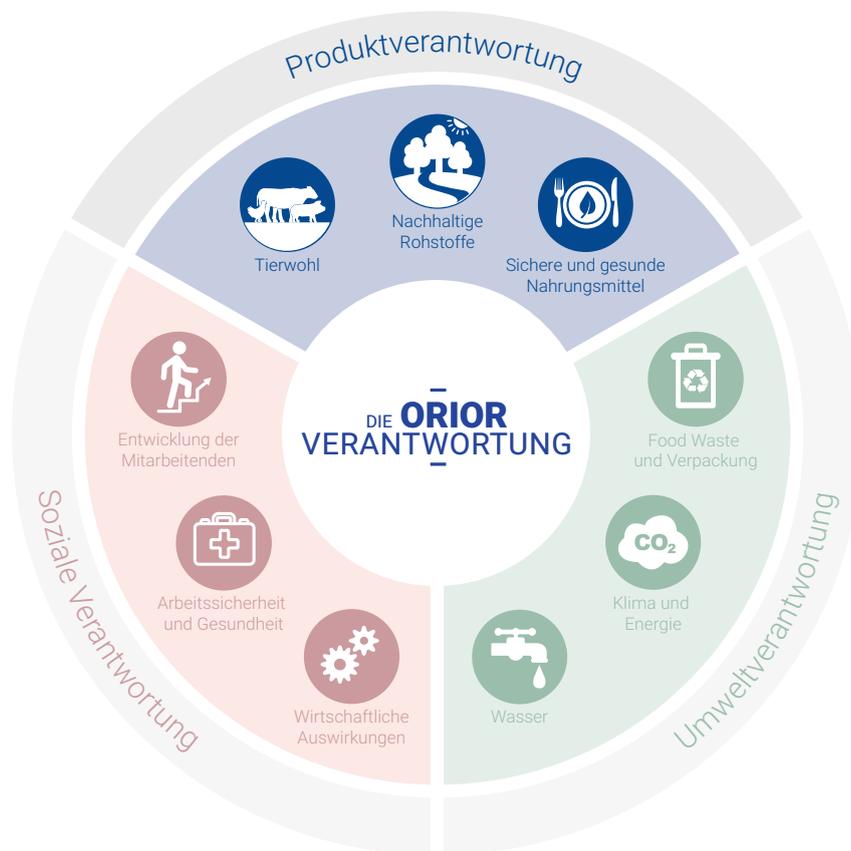


Feine Tofu-Spezialität aus dem Hause Fredag, hergestellt aus hochwertigen Schweizer Sojabohnen.

## Produktverantwortung

Excellence in Food basiert nicht nur auf unserer Handwerkskunst und damit verbunden auf unseren Rezepturen und Produktionsprozessen, sondern auch auf den verwendeten Rohstoffen.

Unter der Produktverantwortung haben sich im Wesentlichkeitsprozess drei für die Nachhaltigkeit zentrale Themen herauskristallisiert. Einerseits sind da die nachhaltigen Rohstoffe, über welche wir soziale und ökologische Wirkungen in vorgelagerten Stufen erzielen können. Gleichermassen wichtig ist für uns das Tierwohl, wo wir uns auf die Herkunft sowie Labels mit Tierwohl-Mehrwert konzentrieren. Nicht zuletzt haben wir den Anspruch, sichere, kulinarisch hochstehende und gesunde Produkte herzustellen. Denn diese stehen im Zentrum unserer Geschäftstätigkeit. Entsprechend wollen wir als Pioniere und Innovatoren hinsichtlich aller Aspekte eines exzellenten Produkts neue Massstäbe setzen.



## Nachhaltige Rohstoffe und Tierwohl



### Ambition 2025

Bis zum Jahr 2025 wollen wir den Anteil der Rohstoffeinkäufe mit anerkannten Bio- und/ oder Nachhaltigkeits-Zertifizierungen im Vergleich zum Jahr 2018 um 15% steigern.



Bis zum Jahr 2025 wollen wir für den Schweizer Markt nur noch Fleisch verarbeiten, das aus der Schweiz stammt oder dessen Aufzucht mindestens der Schweizer Tierschutzgesetzgebung entspricht.

### Status

Weitere Anstrengungen notwendig

### SDG-Beitrag



### Bedeutung für ORIOR und unser Ansatz

GRI 103-1

Die ORIOR Verantwortung kommt bei unseren Produkten und den dafür verwendeten Rohstoffen prominent zum Ausdruck. Wesentliche Nachhaltigkeitswirkungen treten in den uns vorgelagerten Wertschöpfungsstufen auf. Zum Beispiel resultieren ungefähr 11% der globalen Treibhausgasemissionen aus der Landwirtschaft<sup>1</sup>. Diese gehört auch zu den grössten Verbraucherinnen von Frischwasser und steht aufgrund von Pestizideinsatz und teilweise prekären Arbeitsbedingungen vor grossen Herausforderungen. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und setzen uns dafür ein, langfristig zu einer nachhaltigeren Lebensmittelproduktion beizutragen. Zentrale Faktoren sind hier der Herkunftsort unserer Rohstoffe und unter welchen Bedingungen diese angebaut und gewonnen wurden. Diese Frage wird in einer global vernetzten Marktwirtschaft zunehmend relevant und ist auch den Konsumentinnen und Konsumenten unserer Produkte ein immer wichtigeres Anliegen. Das Bewusstsein für nachhaltige Rohstoffe unterstützt gleichzeitig das Verständnis für ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis. Auch in diesem Sinne begrüssen wir das gegenwärtige Umdenken.

Mit dem Einsatz nachhaltiger Rohstoffe leisten wir einen Beitrag an eine nachhaltige Entwicklung. Vor allem bei folgenden SDGs sehen wir uns in der Verantwortung: SDG 2 (u. a. Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion), SDG 6 (u. a. Wasserqualität und effiziente Wassernutzung), SDG 8 (u. a. Menschenwürdige Arbeit für alle), SDG 13 (Klimaschutz), SDG 14 (u. a. Verhinderung von Überfischung) und SDG 15 (u. a. Schutz der Ökosysteme).

Konkret ist es unser Ziel, bis 2025 unseren Anteil an nachhaltigen und biologischen Rohstoffeinkäufen um 15% zu steigern. Dabei konzentrieren wir uns vorerst auf die sechs für uns wichtigsten Rohstoffe: Gemüse, Hartweizen, Eier, Rindfleisch, Schweinefleisch und Geflügel. Auch das Tierwohl ist uns hierbei ein wichtiges Anliegen. Wir wollen, dass den Tieren, die das Fleisch für die ORIOR Produkte liefern, so wenig Schmerz und Leid wie möglich zugefügt wird. Aufgrund der hohen Tierwohlstandards in der Schweiz haben wir uns das Ziel gesetzt, bis 2025 für den Schweizer Markt nur noch Fleisch zu verarbeiten, das entweder aus der Schweiz stammt oder dessen Aufzucht mindestens der Schweizer Tierschutzgesetzgebung entspricht.

Die Handlungsfelder nachhaltige Rohstoffe und Tierwohl werden in diesem Kapitel gemeinsam behandelt, da das Management dieser beiden Themen über die Einkaufs- und Qualitätssteuerung sehr eng miteinander verbunden ist. Um unsere Ziele zu erreichen, arbeiten unterschiedliche Bereiche Hand in Hand zusammen: die Champion-Gruppe «Qualitätsmanagement» ist für die Festlegung der Richtlinie für nachhaltige Rohstoffe und deren Überprüfung verantwortlich. Die Mitglieder der Champion-Gruppe «Einkauf» setzen die Richtlinien um und sorgen dafür, dass die benötigten Rohstoffe immer in der gewünschten Qualität und mit den entsprechenden Zertifizierungen beschafft werden. Auch unsere Verkaufs- und Entwicklungsteams sind ausschlaggebend für die Erreichung unseres Ziels, da sie die Innovationen sowie das Angebot bzw. den Absatz an nachhaltigen Produkten durch ihre Tätigkeiten mitbeeinflussen können.

GRI 103-2

<sup>1</sup> World Resources International, siehe: <https://www.wri.org/blog/2019/07/5-questions-about-agricultural-emissions-answered>

## Aktivitäten 2019

### Nachhaltige Rohstoffe

Um Einfluss auf ein nachhaltigeres Lebensmittelsystem zu nehmen, möchten wir steuern, woher unsere Rohstoffe stammen und zu welchen sozialen und ökologischen Bedingungen diese angebaut bzw. gewonnen werden. Dies tun wir vor allem über Produkthanforderungen an Qualität, Zertifizierungen und Herkunft. Dazu hat die Champion-Gruppe «Qualitätsmanagement» die interne «Richtlinie für nachhaltige Rohstoffe» erarbeitet, die unsere zentralen Qualitätsansprüche definiert und für die wichtigsten Rohstoffkategorien die Mindestanforderungen festlegt. Zu den prioritären Rohstoffen, ausgewählt gemäss verschiedener Kriterien wie Menge, strategische Bedeutung, Preis etc., gehören bei ORIOR diese sechs Warengruppen: Rindfleisch, Schweinefleisch, Geflügel, Hartweizen, Gemüse und Voll-Ei. Dazu kommt eine Liste von Rohstoffen, die wir zwar in kleineren Mengen einkaufen, die jedoch

kritische Nachhaltigkeitswirkungen in ihrer Herstellung erzeugen. Dazu zählen zum Beispiel Soja, Palmöl oder Fische und Meeresfrüchte. Wir überprüfen in regelmäßigen Abständen, ob anhand der Bestellmengen oder Risiken in den Lieferketten weitere Rohstoffkategorien in diese Liste aufgenommen werden sollen.

Zur Erreichung unserer Ziele setzen wir auf anerkannte, glaubwürdige Standards, Labels und Zertifizierungen, die ökologische und soziale Anbaubedingungen der Rohstoffe überprüfen. Dabei unterscheiden wir zwischen drei Kategorien: Labels für biologische Rohstoffe, weiteren Nachhaltigkeitslabels und Gütesiegeln, die lediglich eine Auskunft über die Herkunft, nicht aber über die spezifischen Anbaubedingungen geben. Die folgende Übersicht zeigt auf, welche die für ORIOR wichtigsten Rohstoff- und Lebensmittellabels sind.

### Häufig verwendete Labels und Nachhaltigkeitsstandards

Bio-Labels <sup>1</sup>	Weitere Nachhaltigkeitslabels <sup>2</sup>	Herkunftslabels <sup>3</sup>
Bio Suisse (Knospe), Demeter, CH Bio-Verordnung, EU-Bio, Naturaplan (Coop), Migros Bio, Bio Weide-Beef (Migros), KAGFreiland, Bio Natur Plus (Manor), Bio Organic (Lidl), Bio Weiderind (Aldi), Natur Aktiv (Aldi), Natura Beef Bio, Nature Suisse Bio (Aldi), Naturland/ Bioland, Spar Natur Pur.	MSC, ASC, Friend of the Sea, IP-Suisse, TerraSuisse (Migros), Natura-Beef, Naturafarm (Coop), Claro, Fairmilk, Heumilch, Fairtrade/ Max Havelaar, Agri Natura, Nature Suisse (Aldi), Rainforest Alliance, RSPO IP/SG, BTS, RAUS, UTZ, V-Label.	Aus der Region. Für die Region. (Migros), Heidi (Migros), Miini Region (Coop), Pro Montagna (Coop), Suisse Garantie, Schweizer Bergprodukt, Schweizer Alpprodukt.



Die lokal beschafften Bio-Karotten werden geerntet und bei Biotta zu feinem Saft verarbeitet.

<sup>1</sup> Diese Labels erfüllen mindestens die Anforderungen von EU-Bio.

<sup>2</sup> Diese Labels erfüllen soziale, ökologische und/oder Tierwohl-Anforderungen, die gesetzliche Anforderungen übertreffen.

<sup>3</sup> Diese Labels garantieren die Herkunft.

**Tierwohl**

Das Tierwohl ist uns ein wichtiges Anliegen. Wir wollen, dass den Tieren, die das Fleisch für unsere Produkte liefern, so wenig Schmerz und Leid wie möglich zugefügt wird. Aufgrund der hohen Tierwohlstandards in der Schweiz haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis 2025 für den Schweizer Markt nur noch Fleisch zu verarbeiten, das entweder aus der Schweiz stammt oder dessen Aufzucht mindestens der Schweizer Tierschutzgesetzgebung entspricht. Zudem setzen wir auch hier auf glaubwürdige Zertifizierungen und Labels. Nebst Herkunftsnachweisen dienen den Konsumentinnen und Konsumenten auch anerkannte Labels mit Tierwohl-Mehrwert als Orientierungshilfe beim Kaufentscheid. ORIOR darf schon heute eine breite Palette von Produkten mit Labels wie «Knospe/Bio Suisse», «IP-Suisse», «Terra Suisse», «Naturaplan», «Naturafarm», «Migros-Bio» oder «Fairtrade» herstellen. Auch wichtig sind die staatlichen Tierwohlprogramme «RAUS» (Regelmässiger Auslauf im Freien) und «BTS» (Besonders Tier-

freundliche Stallhaltung). Wir distanzieren uns ausdrücklich von jeglicher Art von Stopfleberpraktiken und verarbeiten ausschliesslich ungestopfte Leber von Enten oder Gänsen.

Unser Sortiment an tierischen Produkten mit Tierwohl-Mehrwert bauen wir laufend aus. Gerade bei Produkten unserer eigenen Marken können wir jedes Jahr neue zertifizierte Produkte auf den Markt bringen. Herausfordernder ist die Lage im Auftragsgeschäft, wo die Anforderungen stark durch die Kunden geprägt sind, und im Food Service-Kanal, wo der Bedarf an zertifizierten Bio-Produkten noch bedeutend kleiner ist als im Detailhandel. Hier zeigt sich einmal mehr, wie wichtig die enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern und die Sensibilisierung aller Akteurinnen und Akteure für die Umsetzung einer nachhaltigen Lebensmittelversorgung ist.

**Unsere wichtigsten Rohstoffe**

Rohstoff	ORIOR Ansatz und KPIs	Beispiele aus den Kompetenzzentren
<b>Rindfleisch</b> 	Anteil Bio-Labels: 2.1 % Anteil andere Nachhaltigkeitslabels: 4.8 % Anteil Herkunftsetiketten: 40.0 %  Die Verfügbarkeit von Schweizer Bio-Rindfleisch ist nach wie vor begrenzt, womit auf ausländische Anbieter ausgewichen werden muss.	Albert Spiess kaufte 2019 für die Bündner Spezialitäten so viel Schweizer Bio-Fleisch ein, wie sie erhalten konnte, um ihr Bio-Sortiment auszubauen (Bio-Bündnersalsiz, Bio-Knebeli, Bio-Lasagne).  Fredag konnte den Einkauf von Rindfleisch mit Schweizer Herkunft 2019 um 7.7% steigern.
<b>Geflügel</b> 	Anteil Bio-Labels: 0.1 % Anteil andere Nachhaltigkeitslabels: 15.5 % Anteil Herkunftsetiketten: 15.5 %  Die Verfügbarkeit von Schweizer Geflügel ist nach wie vor begrenzt, womit auf ausländische Anbieter ausgewichen werden muss. Zudem fließen Poulet- und andere Geflügelprodukte oft in den Food Service-Kanal. In diesem Segment ist der Verkauf zertifizierter Produkte noch nicht so weit fortgeschritten wie im Retail-Bereich. Von den angebotenen Optionen fällt die Wahl aufgrund des Preispunktes in der Mehrheit der Fälle noch eher auf konventionelle Produkte ohne Nachhaltigkeitsnachweis. Doch auch in der Gastronomie findet seit einigen Jahren ein Umdenken statt und es werden nach und nach auch Konzepte lanciert, die ganz bewusst die Nachhaltigkeit unterstützen.	Fredag arbeitete 2019 am weiteren Ausbau der Zusammenarbeit mit Schweizer Poulet-anbietern, unter anderem um die ganzheitliche Verwertung des Poulets weiter voranzutreiben. Auch wurden erste Schritte in die Wege geleitet, damit in Zukunft das aus Brasilien beschaffte Geflügelfleisch aus Zuchten, die nach Schweizer Tierschutzstandards produzieren, bezogen werden kann.
<b>Schweinefleisch</b> 	Anteil Bio-Labels: 1.4 % Anteil andere Nachhaltigkeitslabels: 2.9 % Anteil Herkunftsetiketten: 13.7 %	Albert Spiess konnte den Einkauf von Bio-Schweinefleisch 2019 dank des 2018 neu eingeführten Bio-Salamis für die Migros fast verdoppeln.

Rohstoff	ORIOR Ansatz und KPIs	Beispiele aus den Kompetenzzentren
<b>Gemüse</b> 	<p>Gemüse setzen wir vor allem im Convenience-Segment ein. So wird das Gemüse zu Säften, schmackhaften Beilagen oder Füllungen verarbeitet. Rund 90% dieses Rohstoffs (in kg) beschaffen die Schweizer Kompetenzzentren aus der Schweiz, oft aus der näheren Region der Produktionsstandorte. Im Berichtsjahr konnten wir den Anteil Bio-Gemüse von 15.2% auf 17.4% steigern.</p>	<p>Die Bio-Pionierin Biotta beschafft 100% des Gemüses, das sie in ihren Säften einsetzt, aus regionalem biologischem Anbau – entweder nach Schweizer Bio-Verordnung oder Knospe-Vorgaben, zertifiziert durch die bio.inspecta AG.</p>
<b>Eier</b> 	<p>Das Wohl von Legehennen ist uns ein grosses Anliegen. Vor allem in der Pasta-Manufaktur Pastinella werden viele Eier verarbeitet. Langfristig möchten wir nur noch Freiland-Eier verarbeiten – entweder aus Schweizer Freilandhaltung oder aus KAT-zertifizierter EU-Freilandhaltung<sup>1</sup>. 2019 entsprachen 83.8% der beschafften Eier dieser Zielvorgabe.</p>	<p>Seit Juli 2019 verwendet Pastinella 100% KAT-zertifizierte Eier für die Eigenproduktion sowie für die Handelswaren aus Italien. Zudem wurden erste Abklärungen für die Umstellung auf Bio-Eier aus der Schweiz durchgeführt, die heute immer noch aus der EU beschafft werden.</p>
<b>Soja</b> 	<p>Soja ist einer der kritischen Rohstoffe, deren Nachhaltigkeit wir proaktiv verfolgen. 99.5% unseres verarbeiteten Sojas wird in der Schweiz angebaut und ist bio-zertifiziert. Verarbeitet wird dieser Rohstoff hauptsächlich zu unseren vegetarischen und veganen Tofu-Spezialitäten.</p>	<p>Fredag, die mit Abstand grösste Beschafferin von Soja unter den ORIOR Kompetenzzentren, konnte den Einkauf von Schweizer Bio-Soja dank enger Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten im Berichtsjahr um 12% steigern.</p>
<b>Palmöl</b> 	<p>Spätestens bis 2022 wollen wir vollständig auf Palmöl verzichten. An der Erreichung dieses Ziels arbeiteten wir auch 2019 weiter. Verschiedene Rezepturen wurden überarbeitet, sodass sie nun ohne Palmöl auskommen – zum Beispiel bei Fredag, Le Patron, Möfag und Rapelli. Damit konnten wir den Einkauf von Palmöl im Berichtsjahr um –61.4% reduzieren, womit dieser Rohstoff weniger als 0.005% unserer Rohstoffbeschaffung (kg) ausmacht. Das 2019 verwendete Palmöl war zu 100% bio-zertifiziert.</p>	<p>Möfag konnte bezüglich Palmöl 2019 erfreuliche Fortschritte verbuchen. Dank Rezepturüberarbeitungen und -innovationen sind alle Marinaden der unterschiedlichen Fleischspezialitäten seit dem zweiten Quartal 2019 frei von Palmöl.</p>
<b>Fisch und Meeresfrüchte</b> 	<p>Auch wenn die Schweizer Kompetenzzentren relativ kleine Mengen an Fischen, Meeresfrüchten und Krustentieren verarbeiten, möchten wir unseren Beitrag gegen Überfischung, Menschenrechtsverletzungen und Umweltverschmutzung in den entsprechenden Lieferketten leisten. Bis 2022 wollen wir in den Schweizer Kompetenzzentren nur noch Fisch und Meeresfrüchte mit einem WWF Score 1–3<sup>2</sup> (gelabelte, empfehlenswerte oder akzeptable Sorten) beschaffen. Im Berichtsjahr konnten weitere Produktlinien umgestellt werden, sodass der Anteil mit WWF Score 1–3 bereits heute 90.9% erreicht. Dies stellt eine Steigerung von 4.2 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr dar.</p>	<p>Pastinella hat 2019 ein Umstellungsprojekt durchgeführt, woraus resultierte, dass 2019 99.8% der beschafften Fischmenge dem WWF Score 1–3<sup>2</sup> entsprachen – ein grosser Erfolg und eine steile Steigerung von 54.8% gegenüber dem Vorjahr. Zentral für den Erfolg war die enge Zusammenarbeit zwischen Entwicklung und Beschaffung. Nur wenn die Entwicklungsteams von Anfang an involviert sind, lassen sich neue Rohstoffe genug früh prüfen und bei Bedarf Rezepturen anpassen.</p>

<sup>1</sup> «Kontrollierte alternative Tierhaltungsformen», siehe: <https://www.was-steht-auf-dem-ei.de/de/kat-verein/haltungsformen/index.php>

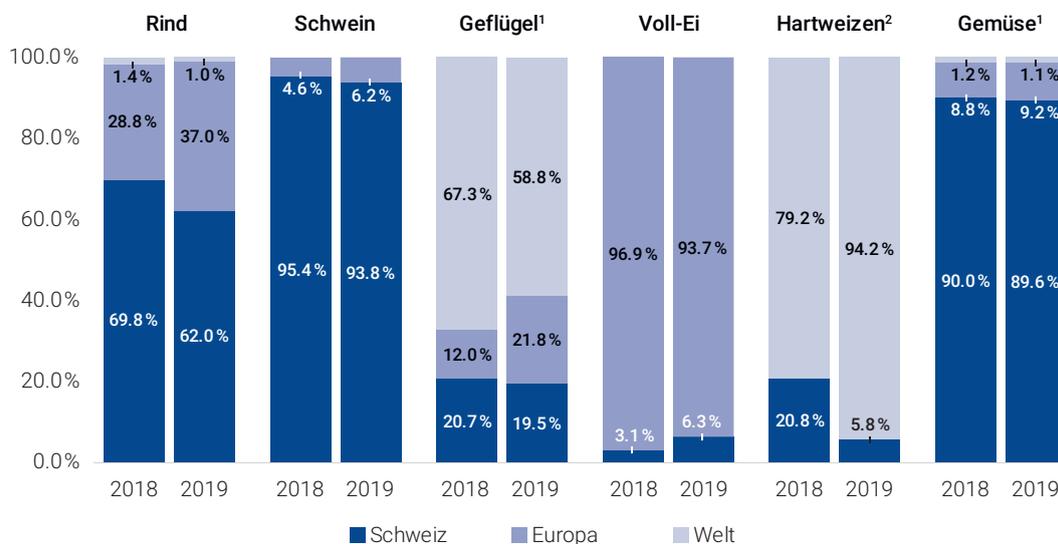
<sup>2</sup> WWF Fischatgeber, siehe: <https://www.wwf.ch/de/fischatgeber>

### Herkunft der Rohstoffe

Wir beziehen einen grossen Teil unserer Rohstoffe aus der Schweiz. Erstens, weil wir uns zu unseren Produktionsstandorten bekennen und damit auch die lokale Primärwirtschaft unterstützen. Zweitens, um die Transportwege und die damit verbundene Belastung der Umwelt möglichst gering zu halten. Und drittens, weil wir der Überzeugung sind, dass Rohstoffe aus der Schweiz weltweit führende Anforderungen an Qualität, Nachhaltigkeit und Tierwohl erfüllen. Die Schweiz gehört zu den Ländern mit den strengsten Tierschutzgesetzen weltweit, weshalb wir so viel Fleisch wie möglich aus der Schweiz beziehen. Bei manchen Fleischsorten, wie zum Beispiel Geflügel oder Rindfleisch, ist es nicht immer möglich, vollständig auf Schweizer Fleisch zu setzen, da die Nachfrage das inländische Angebot übersteigt. Seit 2019 sind die fleischverarbeitenden Unter-

nehmen von ORIOR Schweiz der Branchenorganisation Proviande angeschlossen und kaufen bei akkreditierten Fleischlieferanten ein. Alle Rinder, die in von Proviande überprüften Betrieben geschlachtet werden, werden mittels eines DNA-Checks auf ihre Schweizer Herkunft geprüft. Bei ausländischen Betrieben achten wir darauf und arbeiten darauf hin, dass gemäss den Vorgaben der Schweizer Tierschutzverordnung produziert wird und sowohl Menschenrechte als auch Umweltstandards eingehalten werden. Dafür pflegen wir enge Partnerschaften mit der Genossenschaft für Vieh- und Fleischimport (GVFI) sowie mit den ausländischen Rohstoffanbietern und fordern diese auf, die Tiere nach Schweizer Tierschutzgesetzgebung aufzuziehen. Diese Vorgabe wollen wir bis 2025 lückenlos bei allen unseren Lieferanten durchsetzen.

Herkunft Rohstoffe nach Kategorie (kg, in %)



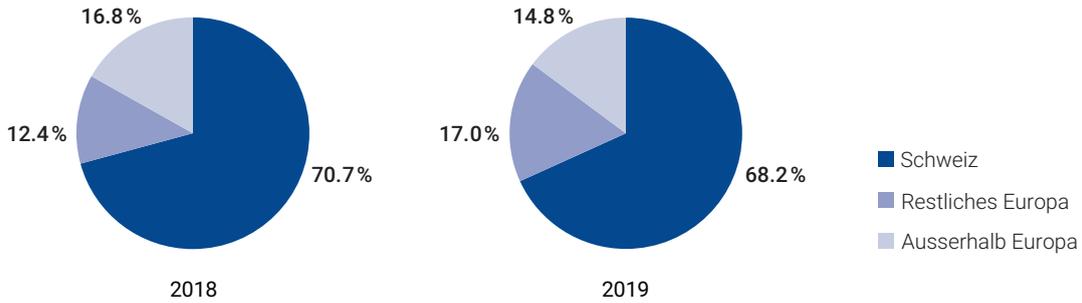
2019 gab es einige erschwerende Faktoren, lokale Rohstoffe in genügend grossen Mengen zu beschaffen. Auf dem Schweizer Fleischmarkt war die Verfügbarkeit, vor allem im Label-Bereich, teilweise begrenzt, was zum Beispiel zum Rückgang von verarbeitetem Schweizer Rindfleisch auf 62.0% führte. Beim Schweinefleisch verkauften sich gewisse Produkte so gut, dass die Schweizer Verfügbarkeit (z. B. beim Rohschinken) nicht ausreichte und man aus Europa dazukaufen musste. In der Schweiz fiel die Gemüseernte

2018 aufgrund der aussergewöhnlichen Hitze schlecht aus. Dies hat sich 2019 negativ auf den im Inland beschafften Gemüseanteil ausgewirkt, was die leichte Abnahme von 90.0% auf 89.6% erklärt. Beim Hartweizen ist der Einbruch der Schweizer Herkunft von 20.8% auf 5.8% durch den Wegfall eines Premium-Frischpasta-Produktes zu erklären, welches aus Schweizer Hartweizen hergestellt, aber leider von unserem Kunden aus dem Sortiment gestrichen wurde.

<sup>1</sup> Geringe Rundungsdifferenzen können entstehen, da die Berechnungen mit einer grösseren Zahlengenauigkeit erfolgen.

<sup>2</sup> Bei Hartweizen wurde nicht unterschieden zwischen europäischer und ausser-europäischer Herkunft.

Herkunft wichtigste Rohstoffe (kg, in %)



**Zusammenarbeit**

Wir sind uns der Bedeutung von guten Partnerschaften und enger Zusammenarbeit in der Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele sehr bewusst und pflegen mit unseren Kunden, Lieferanten und Partnern langjährige, enge Beziehungen.

Zusammenarbeit mit Kunden	Zusammenarbeit mit Lieferanten	Branchenübergreifende Zusammenarbeit
<p>Das enge Zusammenspiel der Nachfrage- und Angebotsseite ist zentral für die Herbeiführung einer nachhaltigeren Lebensmittelversorgung. Einerseits beeinflussen die Produktwünsche und -anforderungen unserer Kunden und der Konsumentinnen und Konsumenten unsere Beschaffungsoptionen, andererseits können wir mit attraktiven Angeboten von Bio-Produkten, veganen Alternativen und zertifizierten Sortimentsneuheiten auch die Nachfrage stimulieren und unsere Kunden sensibilisieren. Diese können den Mehrwert nachhaltigerer Lebensmittel dann dank ihres direkten Zugangs an die Konsumentinnen und Konsumenten weitergeben. Wir wollen noch stärker werden darin, unsere Kernkompetenz höchster Qualität und Kulinarik zusammen mit unseren Bestrebungen im Bereich nachhaltige Rohstoffe und Tierwohl unseren Partnern zu kommunizieren. Dabei möchten wir den Mehrwert solcher Lösungen langfristig so gut kommunizieren, dass das Verständnis für die höheren Preise solcher Produkte gestärkt und beidseitig getragen wird. So können wir gemeinsam mit unseren Kunden langfristig das Angebot in diesem Bereich erhöhen.</p>	<p>Langfristige und enge Lieferantenbeziehungen sind uns wichtig. Wir bemühen uns, in unseren Geschäftsbeziehungen faire Bedingungen umzusetzen. Um die Nachhaltigkeit sowie die Qualität sicherzustellen, setzen wir einerseits auf partnerschaftliche Programme wie zum Beispiel die Umsetzung des Standards «Besonders Tierfreundliche Stallhaltung» (BTS) bei Lieferanten im Ausland. Andererseits unterziehen wir – teilweise in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden – die Lieferanten wiederkehrenden Audits auf der Basis eines über die Kompetenzzentren einheitlichen Bewertungssystems. Die entsprechenden Resultate werden regelmässig in den Champion-Gruppen diskutiert, damit auch die anderen Kompetenzzentren von den Erfahrungen ihrer Kolleginnen und Kollegen profitieren können. Bei Nichterreichen oder Nichteinhalten unserer Vorgaben folgen als Erstes persönliche Gespräche mit den Lieferanten zur Identifizierung der Ursachen. Werden die Verstösse nicht innert nützlicher Frist behoben, folgen Verwarnungen.</p>	<p>Wir halten Einsitz in diversen Organisationen, die sich für unterschiedliche Themen rund um nachhaltige Landwirtschaft und Tierwohl engagieren und in der Gesellschaft, der Politik und der Wirtschaft Einfluss zu nehmen vermögen. Damit schärfen wir einerseits unser eigenes Bewusstsein für aktuelle Themen und bekommen andererseits die Möglichkeit, unsere Ansichten und Bedürfnisse zu platzieren und zu diskutieren. Derzeit unterhalten Vertreterinnen und Vertreter von ORIOR unter anderem Mitgliedschaften bei der Fial (Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien), beim SFF (Schweizer Fleisch-Fachverband), bei Proviande (Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft), beim Verband der Bündner Fleischfabrikanten (VBF), beim Europäischen Verband des Wild- und Geflügel-Gross- und Aussenhandels (EPG), beim Schweizer Seafood Verband, bei Promarca, bei der Interessengemeinschaft Bio Schweiz sowie in mehreren kantonalen Industrie- und Handelskammern.</p>

## Evaluation und Ausblick

### Nachhaltige Rohstoffe

GRI 103-3

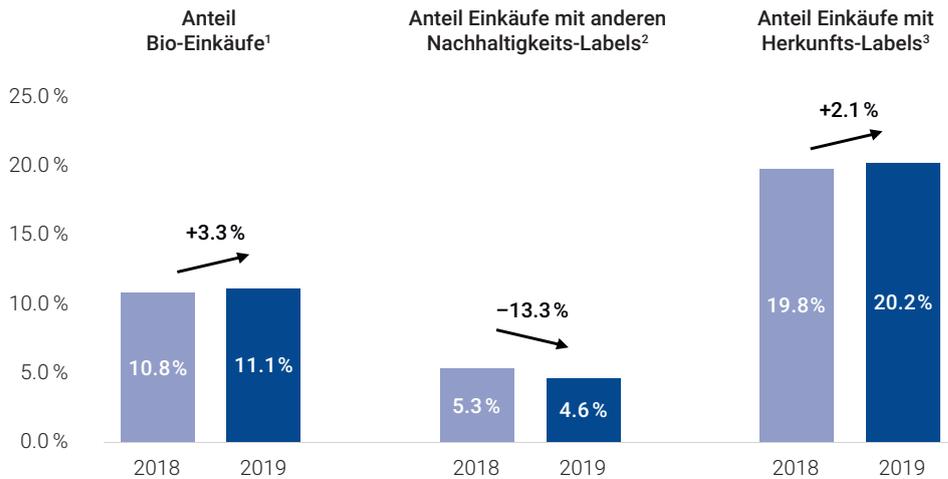
Unser Hauptziel in Bezug auf nachhaltige Rohstoffe ist die Steigerung der biologisch und/oder nachhaltig zertifizierten Rohstoffeinkäufe um 15% bis 2025, verglichen mit dem Jahr 2018. Bei den biologisch zertifizierten Rohstoffen sind wir auf einem guten Weg und konnten 2019 eine Steigerung von 3.3% auf 11.1% erreichen. Dies zeigt, dass die Bio-Nische weiter wächst, auch bei tierischen Produkten. Den Anteil Einkäufe mit

anderen Nachhaltigkeitslabels wie zum Beispiel IP-Suisse konnten wir nicht steigern, was hauptsächlich auf Sortimentsänderungen bei unseren Kunden zurückzuführen ist. Der Anteil Einkäufe mit Herkunftslabels (z. B. TerraSuisse, Schweizer Bergprodukt) konnten wir um 2.1% steigern, wobei dies nicht explizit Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist.

#### Anteil gelabelte Rohstoffe total (kg, in %)

Rindfleisch, Schweinefleisch, Geflügel, Hartweizen, Voll-Ei, Gemüse

GRI FP2



### Verkauf zertifizierter Produkte

Bis 2025 wollen wir auch über das gesamte Produktsortiment den Umsatzanteil mit biologischen und/oder zertifiziert nachhaltigen Produkten im Vergleich zum Jahr 2018 wesentlich steigern.

#### Umsatzanteile pro Label-Kategorie (CHF, in %)

	Anteil 2018	Anteil 2019	Änderung in % <sup>4</sup>	Kommentar
Produkte mit Bio-Labels <sup>1</sup>	7.0%	8.5%	➔ +22.3%	Die Bio-Nische etabliert sich weiter.
Produkte mit weiteren Nachhaltigkeitslabels <sup>2</sup>	10.1%	12.0%	➔ +18.9%	Starke Zunahme unter anderem im veganen Bereich (V-Label).
Produkte mit Herkunfts-labels <sup>3</sup>	4.6%	4.7%	➔ +2.5%	Leichte Zunahme unter anderem bei Eigenmarken unserer Kunden.

<sup>1</sup> Kann enthalten: Bio Natur Plus (Manor), Bio Organic (Lidl), Bio Suisse (Knospe), Bio Weide-Beef (Migros), CH Bio-Verordnung, Demeter, EU Bio, KAGFreiland, Migros Bio, Natur Aktiv (Aldi), Natura Beef Bio, Naturaplan (Coop), Nature Suisse Bio (Aldi), Naturland/Bioland, Spar Natur Pur.

<sup>2</sup> Kann enthalten: Agri Natura, ASC, Claro, Fairmilk, Friend of the Sea, Heumilch, IP-Suisse, Fairtrade/Max Havelaar, MSC, Natura-Beef, Naturafarm (Coop), Nature Suisse (Aldi), Rainforest Alliance, RSP0 IP/SG, TerraSuisse (Migros), BTS, RAUS, UTZ, V-Label.

<sup>3</sup> Kann enthalten: Aus der Region. Für die Region. (Migros), Heidi (Migros), Miini Region (Coop), Pro Montagna (Coop), Schweizer Alprodukt, Suisse Garantie, Schweizer Bergprodukt.

<sup>4</sup> Geringe Rundungsdifferenzen können entstehen, da die Berechnungen mit einer grösseren Zahlengenauigkeit erfolgen.

### Tierwohl

Das Hauptziel bezüglich Tierwohl ist die Versorgung des Schweizer Marktes mit Fleisch aus Schweizer Herkunft oder aus Quellen im Ausland, die mindestens die Schweizer Tierschutzgesetzgebung erfüllen. Bei den Kategorien Rind und Schwein sind diese Anteile mit 86.8% und 93.7% schon sehr hoch und dürften sich kaum weiter erhöhen können, da die Verfügbarkeiten begrenzt sind. Hiesiges Geflügel kann derzeit die Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten bei Weitem nicht abdecken. Der Grossteil an Geflügel kommt daher aus dem Ausland. Der Anteil an inländischem Geflügel betrug im Jahr 2019 19.4%. Sofern es uns gelingt, die Umsätze zu steigern, werden die Anteile aufgrund der genannten knappen Verfügbarkeiten in der Tendenz eher noch kleiner. Daher liegt der Fokus unserer Bemühungen insbesondere auch auf der Durchsetzung der Schweizer Tierschutzvorgaben bei ausländischen Anbietern. 2019 ist es uns noch nicht gelungen, die Schweizer Anteile zu erhöhen oder Fleisch aus dem Ausland zu Schweizer Tierschutzstandards zu beschaffen. Beim Geflügel sollte Letzteres aber ab dem Jahr 2020 möglich sein.

### Ausblick

Derzeit wird in der Champion-Gruppe «Einkauf Zutaten» eine Vorgehensweise zur Auswahl und Zulassung von Lieferanten entwickelt. Darin werden einheitliche Prozesse und Anforderungen zur Auswahl, Zulassung, Überwachung und Bewertung von Lieferanten oder externen Lohnherstellern über die ORIOR Kompetenzzentren definiert. Dies soll helfen, die Qualitätsfähigkeit der Lieferanten im Vorfeld sicherzustellen und die gegenseitige Beziehung klar zu regeln.

Bei den einzelnen Kompetenzzentren laufen zudem Projekte zur Förderung von Bio-Innovationen. Zwischen Biotta und Le Patron läuft 2020 ein Projekt, damit in Zukunft neue Gemüse-Produkte in Bio-Qualität angeboten werden können. Albert Spiess klärt ab, ob auch für den Export von Bündnerfleisch Rind in Bio-Qualität eingesetzt werden kann. Zudem plant Albert Spiess eine neue, auf die Grundwerte von nachhaltigen Fleischprodukten ausgerichtete Produktlinie. Rapelli wird 2020 neue Produkte mit IP-Suisse-Label auf den Markt bringen können.



*Frische, knackige Zutaten von lokalen Lieferanten, vereint in einer feinsten Pastinella Kreation.*

## Sichere und gesunde Nahrungsmittel



### Ambition 2025

Bis 2025 wollen wir den Anteil an gesunden Produkten wesentlich erhöhen und wo immer möglich auf die Zugabe künstlicher Zusatzstoffe verzichten.

### Status

Weitere Anstrengungen notwendig

### SDG-Beitrag



### Bedeutung für ORIOR und unser Ansatz

GRI 103-3

Eine gesunde und ausgewogene Ernährung spielt neben weiteren Faktoren wie ausreichend Bewegung, frischer Luft und genügend Schlaf eine wichtige Rolle für das Wohlbefinden und die Gesundheit. Als Konsequenz einer unausgewogenen Ernährung können Krankheiten wie Übergewicht oder kardiovaskuläre Beschwerden entstehen, die weltweit im Aufstieg begriffen sind. Auch Unverträglichkeiten, Mangelerscheinungen oder Allergien können herausfordernde Gesundheitswirkungen verursachen. Daher sehen wir es als Lebensmittelherstellerin als unsere Aufgabe und Verantwortung, unsere Produkte fortwährend zu optimieren – sowohl aus qualitativer und kulinarischer als auch aus ernährungsphysiologischer Sicht. Damit möchten wir auch an die Erreichung des SDG 3 (Gesundheit und Wohlergehen) einen Beitrag leisten.

Die kontinuierliche Verbesserung anhand konkreter Massnahmen wurde im Berichtsjahr 2019 tatkräftig in folgenden Bereichen vorangetrieben: Wir optimieren unsere Rezepturen, indem wir Potenziale zur Reduktion von Fett-, Salz- und Zuckeranteilen identifizieren und wo immer möglich auf künstliche Zusatzstoffe verzichten. Wir investieren fortlaufend in Herstellungsverfahren und verbessern unsere Prozesse, um wertvolle Nährstoffe und Vitamine in den Rohstoffen auch im Endprodukt zu erhalten. Bei sämtlichen Aktivitäten und Prozessen steht bei uns die Lebensmittelsicherheit an erster Stelle. Alle ORIOR Betriebe haben ein Qualitätsmanagement implementiert, welches über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausgeht.

GRI 103-2

Das Ziel, uns hinsichtlich gesunder und sicherer Nahrungsmittel stetig zu verbessern, ist Teil der verantwortungsvollen Handlungsweise von ORIOR. Bis 2025 wollen wir den Anteil an gesunden Produkten erhöhen und wo immer möglich auf die Zugabe künstlicher Zusatzstoffe verzichten. Die ORIOR Gruppe umfasst sehr unterschiedliche Kompetenzzentren mit stark voneinander abweichenden Produktsortimenten. Dies macht die gemeinsame Definition, wie wir den «Anteil gesunder Produkte» in unserem Ziel definieren und verfolgen, zu einer Herausforderung. Aus diesem Grund können wir dieses Jahr noch keinen Zielerreichungsgrad kommunizieren. Wir werden auch in den Jahren 2020 und 2021 weiter daran arbeiten, einen sinnvollen und mehrwertbringenden, gemeinsamen Nenner für dieses Handlungsfeld zu eruieren und die Themen so zu clustern, dass sie trotz den Unterschieden zwischen unseren Kompetenzzentren aussagekräftig rapportiert werden können.

Innerhalb der Organisation arbeiten mehrere Abteilungen eng zusammen, um die Sicherheit und Gesundheit unserer Produkte zu garantieren. Bereits in der Entwicklung und im Marketing ist es wichtig, dass das Streben nach optimierten Produkten in neue Kreationen einfließt. Die Champion-Gruppe «Qualitätsmanagement» nimmt in den Bereichen Rezepturmanagement und Lebensmittelsicherheit eine führende Rolle ein. Die Herstellungsmethoden und die Prozesslandschaft werden vom Leiter Supply Chain Excellence zusammen mit den Betriebsleitern begleitet, permanent hinterfragt und angepasst.

## Aktivitäten 2019

### Rezepturmanagement und «Clean Label»

Aufgrund der dezentralen Struktur und der unterschiedlichen Produktportfolios wurde das Rezepturmanagement lange lokal geführt, wodurch sich in einigen Bereichen Wissen und Können nicht immer optimal untereinander teilen liessen. Seit 2017 wird die Initiative «Rezepturmanagement» gruppenübergreifend in der Champion-Gruppe «Qualitätsmanagement» geführt. Die Daten zu Rezepturen und Inhaltsstoffen werden im Gruppensystem erfasst und stehen für alle Kompetenzzentren zur Verfügung. Durch den Austausch und das Teilen dieser Informationen können die Qualitätsabteilungen einfach und automatisiert Auswertungen generieren, welche die Basis für Analysen von weiteren Verbesserungspotenzialen bilden. Zudem gewinnen die Entwicklungsabteilungen an Agilität und Schnelligkeit, was sich auch für unsere Kunden auszahlt, denn auch die Innovationskadenz kann damit erhöht werden. Wir werden das System in den kommenden Jahren noch weiter ausbauen und mit weiteren Daten und Auswertungsmöglichkeiten anreichern, unter anderem auch für unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Teil des Rezepturmanagements ist das Projekt «Clean Label». Dieses steht für uns als Prädikat für Produkte mit möglichst kurzen Inhaltslisten, ohne Geschmacksverstärker, ohne künstliche Aromen, Farbstoffe und Konservierungsstoffe sowie mit möglichst wenig Allergenen. Dank fein abgestimmten natürlichen Gewürzmischungen und laufenden Investitionen in mo-



Der Biotta Karottensaft wird auf Qualität, Geschmack und Lebensmittelsicherheit geprüft.

derne Herstellungsverfahren sind wir in der Lage, die Zugabe von Salz und Zusatzstoffen in zahlreichen Produkten kontinuierlich weiter zu reduzieren oder ganz zu streichen, ohne geschmackliche Einbußen in Kauf nehmen zu müssen. Im Rahmen von «Clean Label» wurden auch 2019 wieder zahlreiche Rezepturen verbessert. 2020 werden wir daran arbeiten, die Anforderungen dieses Prädikats noch genauer zu definieren und auszuweiten.

### «Clean Label» und verbesserte Rezepturen – Beispiele 2019

Pastinella: Reduktion von künstlichen Zusatzstoffen	«Clean Label»-Innovationen im Segment Refinement	Möfag: Zusammenspiel von Infrastruktur und Rezeptur
<p>Der Anteil des Produktsortiments, das die Anforderungen von «Clean Label» erfüllt, ist bei Pastinella sehr hoch. Das liegt unter anderem daran, dass gemeinsam mit einem wichtigen Kunden in den Jahren 2018 und 2019 eine grosse Umstellung vollzogen werden konnte, dank derer man in vielen Produkten Zusatzstoffe wie künstliche Aromen weglassen konnte.</p>	<p>Im Segment Refinement sind gewisse Zusatzstoffe für die Einhaltung der Lebensmittelsicherheit relevant, zum Beispiel für die Pökel-Prozesse. Trotzdem können die Kompetenzzentren auch hier immer wieder Innovationen in den Rezepturen umsetzen. So entwickelte Rapelli 2019 eine Salami und einen Rohschinken ohne Antioxidationsmittel, und Albert Spiess lancierte ein zusatzstofffreies Trockenfleisch.</p>	<p>Das Beispiel von Möfag zeigt, wie Innovationen bei der Infrastruktur dazu beitragen können, Erfolge bei «Clean Label» zu erzielen: Die Investition in eine komplett neue, hochmoderne Schinkenanlage erlaubte Möfag, Rezepturen mit weniger Zusatzstoffen so zu verarbeiten, dass die Produkte immer noch die Geschmacks- und Lebensmittelsicherheitsanforderungen erfüllen. Möfag konnte zudem ihre Fleischmarinaden so überarbeiten, dass sie seit 2019 komplett ohne Palmöl auskommen.</p>

**Produkte für spezielle Bedürfnisse**

Die Ernährungsbedürfnisse werden zunehmend diversifizierter. Lebensmittelunverträglichkeiten und Allergien nehmen zu und betroffene Personen sind auf eine spezielle Ernährung angewiesen, möchten aber auf guten Geschmack nicht verzichten. ORIOR verfügt über eine etablierte Kompetenz, wenn es um die Herstellung von Produkten für Menschen mit speziellen Ernährungsanforderungen oder Gesundheitsbedürfnissen geht. Damit entsprechende Konsumentinnen und Konsumenten nur auf gewisse Inhaltsstoffe, nicht aber auf ihr Lieblingsmenü verzichten müssen, weitet ORIOR ihr Sortiment aus und bringt laufend Innovationen mit neuen Produktalternativen auf den Markt.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, Allergene aus unseren Standard-Produkten zu entfernen. Hierzu haben 2019 zum Beispiel Fredag und Möfag Senf, Sellerie und Sulfid, die teilweise in Gewürzmischungen verwendet werden, so weit als möglich eliminiert. Unter dem

«Care»-Label entwickeln wir darüber hinaus seit 2013 gluten- und laktosefreie Produkte. Bei Glutenintoleranz ist für die Betroffenen der Genuss von gängiger Pasta oder anderen getreidehaltigen Erzeugnissen nicht möglich. Personen mit Laktoseintoleranz können Milchzucker nicht ausreichend verdauen. Offizielle Zahlen sprechen von 10 – 20% der Bevölkerung, die davon betroffen sind. Aus diesem Grund bieten wir gerade im Segment Convenience viele Alternativen an.

Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten möchten über ihre Ernährung auch ihr allgemeines Wohlbefinden steigern und bestimmte gesundheitliche Parameter positiv beeinflussen. Daher fragen sie vermehrt Produkte nach, die einen spezifischen gesundheitlichen Nutzen bringen. Auch für dieses Bedürfnis haben die ORIOR Kompetenzzentren im Berichtsjahr neue Konzepte lanciert.

**«Additional health benefit» – Beispiele 2019**

**Biotta: Ausbau der Vital Linie**

Alle Säfte von Biotta sind aus biologisch zertifizierten Rohstoffen, ohne Kristallzucker und ohne künstliche Zusatzstoffe hergestellt. Mit vier Neuheiten erhielt die auf Gesundheit und Wohlbefinden ausgerichtete Biotta Vital Linie dieses Jahr Zuwachs. Die einzelnen Säfte der Vital Linie bestechen durch ihre individuellen, aus der Natur gewonnenen Stärken und bilden zusammen ein gelungenes Paket für die natürliche Prävention. Ob fürs Immunsystem, den Säure-Basen-Haushalt oder für ausreichend Ballaststoffe – die Biotta Vital Linie ist das ganze Jahr über ein wertvoller Begleiter.



**Albert Spiess: Ausweitung myEnergy Snacks**

Die neuen myEnergy Snacks von Albert Spiess wurden für Menschen entwickelt, die sich bewusst ernähren und sich für zwischendurch eine geballte Ladung Proteine und gesunde Nährstoffe wünschen. Die hochwertigen Naturprodukte wurden für Energie pur mit wertvollen Inhaltsstoffen, ohne unnötige Zusätze, fettarm und ohne Zucker und Kohlenhydrate entwickelt. Erhältlich als Beef Sticks, Beef Jerky, Beef+Nuts sowie Fleisch- oder Vegibällchen mit Dip.



**Vegetarisch und vegan im Trend**

Die Nachfrage und das Angebot von vegetarischen und veganen Optionen waren selten so dynamisch wie im Berichtsjahr 2019. Immer mehr Menschen wünschen sich eine breitere Palette von pflanzenbasierten Produkten, um sich flexitarisch, vegetarisch oder vegan

ernähren zu können. Auch die Kompetenzzentren von ORIOR waren daran beteiligt, indem sie mit ihren Entwicklerteams und Kunden neue Konzepte erarbeiteten, in den Produktionen zahlreiche Tests durchführten und viele begeisternde Innovationen lancieren konnten.

**Im Trend: flexitarisch, vegetarisch oder vegan – Beispiele 2019**

**Fredag: Lancierung Happy Vegi Butcher** **Pastinella: Neue vegane Produkte lanciert**

Eine nachhaltige und schmackhafte Alternative zu Fleisch, die dem Original so nahe wie möglich kommt – das war das Ziel bei der Entwicklung der Happy Vegi Butcher Produkte von Fredag. Entstanden ist ein 100% veganes Sortiment, in der Schweiz aus grossmehrheitlich Schweizer Rohstoffen hergestellt, das nach einer äusserst erfolgreichen Markteinführung vielversprechendes Potenzial für die Zukunft zeigt. Und ein weiteres Highlight: Durch myclimate sind die Produkte klimaneutral zertifiziert.

«Care» steht bei Pastinella für die schmackhafte Alternative bei spezifischen Bedürfnissen. Ob frei von Gluten oder von Laktose, Bio oder sogar vegan: Die gefüllten Pasta-Spezialitäten sollen für alle Konsumenten ein Genuss sein. Die neueste Kreation sind die Medaglioni Avocado. Die Füllung ist nicht nur herrlich cremig, sondern enthält dank des Alleskönners Avocado wertvolle Vitamine und ungesättigte Fettsäuren.





Das Team von Happy Vegi Butcher an der IGEHO Fachmesse.

**Lebensmittelsicherheit**

Ein lückenloses Management der Produktqualität und Sicherheit ist die Grundlage unseres Geschäftserfolgs. Unsere Kunden sowie Konsumentinnen und Konsumenten haben hohe Anforderungen, wenn es um die Qualität und Sicherheit der Lebensmittel geht. Daher setzen wir ein systematisches Qualitätsmanagement um, welches die gesetzlichen Vorschriften in der Regel übertrifft. 100% unseres Produktionsvolumens stammen aus zertifizierter Herstellung. Alle unsere Schweizer Kompetenzzentren haben eine nach GFSI (Global Food Safety Initiative) anerkannte Lebensmittelsicherheitszertifizierung wie FSSC, ISO 22000 oder International Food Standard (IFS). Diese Standards werden von einer externen akkreditierten Zertifizierungsstelle überprüft. Die Champion-Gruppe «Qualitätsmanage-

ment» stellt zudem den gruppenweiten Austausch und das gegenseitige Teilen von Wissen und neuen Erkenntnissen in Sachen Lebensmittelsicherheit sicher. Konsumentinnen und Konsumenten können jederzeit über die Websites der Kompetenzzentren mit uns in Kontakt treten und ihre Anliegen bei uns platzieren. In jedem Kompetenzzentrum der ORIOR Gruppe gehen solche Anfragen bei einer zentralen Stelle ein und werden dann entsprechend den Anliegen an die richtigen Auskunftspersonen weitergeleitet. Bei neuen Rezepten und Rohstoffen wird immer zuerst abgeklärt, ob auch die unseren Prozessen vorgelagerten Stufen die von uns und unseren Kunden gewünschten Standards einhalten können.

**Evaluation und Ausblick**

GRI 103-3

Aufgrund der vorgängig dargestellten Herausforderungen ist es uns noch nicht möglich, unseren Zielerreichungsgrad (Anteil gesunde Produkte bis 2025 steigern) darzustellen. Was wir jedoch eng verfolgen, ist die Entwicklung des Salz- und Zuckergehalts in

unseren Produkten. Bei vielen neuen Produkten und Rezeptüberarbeitungen konnten wir den Zucker- und den Salzgehalt reduzieren, was die nachfolgenden Beispiele illustrieren.

**Reduktion von Salz und Zucker – Beispiele 2019**

<b>Pastinella: Reduktion von Salz in Teigwaren</b>	<b>Biotta: Bio Energy mit weniger Zucker</b>	<b>Rapelli: Grillprodukte mit weniger Salz</b>
<p>Pastinella ist sich der immer grösser werdenden Wichtigkeit des Salzgehaltes bei verarbeiteten Produkten und auch der Relevanz für Systeme wie den Nutri-Score bewusst. Darum arbeitet die Pasta-Manufaktur schon länger an Rezepturanpassungen. 2019 konnte sie nun gemeinsam mit ihrer Lieferantin für Flüssig-Ei eine massive Reduktion des Salzanteils im Ei für die Pasta-Teige erzielen, ohne Produktions-, Qualitäts- oder Geschmackseinbussen in Kauf nehmen zu müssen. Durch eine zusätzliche Reduktion des Salzgehaltes im Teig selbst konnte letztlich ein Salzgehalt von 0.3g pro 100g Produkt erreicht werden.</p>	<p>Der Bio Energy Drink enthält keinen Kristallzucker, jedoch ein wenig natürlichen Traubenzucker, was die Säure dieses Energiespenders bricht und dem Getränk direkte Energie verleiht. Nun ist es Biotta gelungen, dank einer Rezepturanpassung den Traubenzuckergehalt pro 100ml um 1g zu reduzieren und den Genuss dieses Power Drinks noch gesünder zu gestalten.</p>	<p>Auch im Segment Refinement arbeitet das Team kontinuierlich am Ersatz von Salz durch gesündere Würzstoffe. Dies ist Rapelli 2019 bei einigen ihrer Grill-Spezialitäten gelungen, die nun dank ausgewogenen Gewürzmischungen mit weniger Salz auskommen.</p>

**Ausblick**

Wir werden weiter daran arbeiten, unsere Rezepturen zu überarbeiten und die Anteile an Salz und Zucker zu reduzieren, die schliesslich im Endprodukt enthalten sind. Im laufenden Jahr und über die nächsten Jahre

werden wir uns darauf konzentrieren, die gemeinsamen Definitionen, Ambitionen und Ziele betreffend gesunde Produkte und «Clean Label» weiter zu konkretisieren.

## Unsere Ambitionen im Bereich Umweltverantwortung



# -25%

Bis zum Jahr 2025 wollen wir unser Food Waste pro produziertem Kilogramm im Vergleich zu 2018 um mindestens 25% reduzieren.



# -10%

Bis zum Jahr 2025 wollen wir die Intensität der Treibhausgasemissionen im Vergleich zum Jahr 2018 um 10% reduzieren.



# -15%

Bis zum Jahr 2025 wollen wir unsere Wasserintensität im Vergleich zum Jahr 2018 um 15% senken.

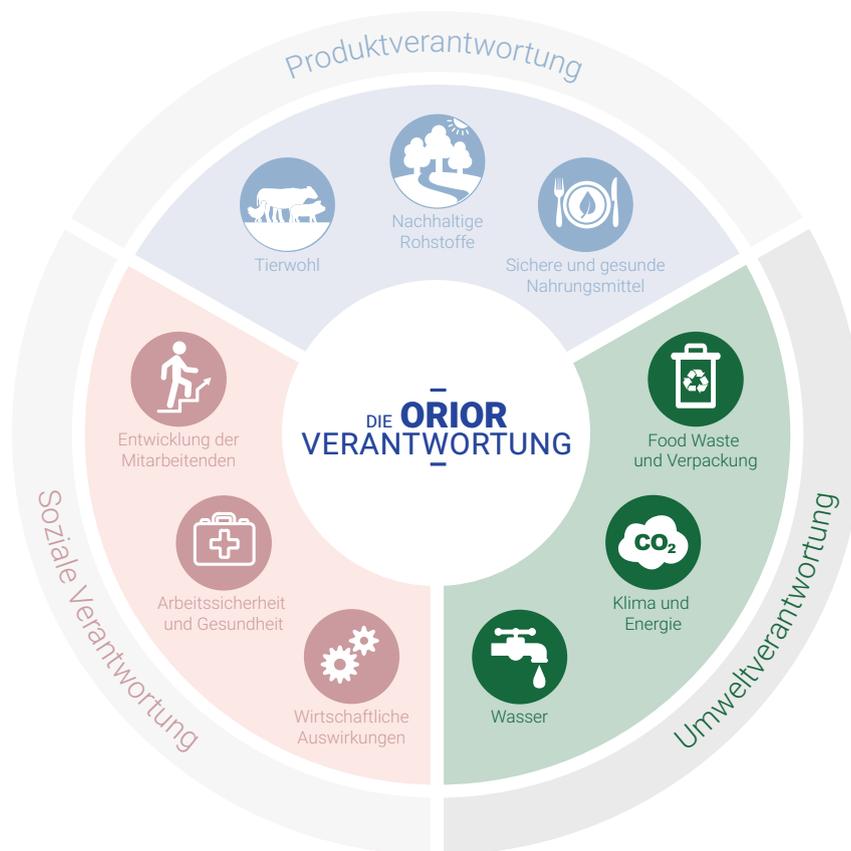


Blick von der Schatzalp hinunter auf Davos, wo die Trocknerei von Albert Spiess steht.

## Umweltverantwortung

Wir sind uns unseres ökologischen Fussabdrucks bewusst. Der verantwortungsvolle Umgang mit den Ressourcen wird in sämtlichen Kompetenzzentren mit grosser Priorität behandelt.

In diesem Kapitel möchten wir darlegen, wie wir die Umweltverantwortung in unserem Unternehmen umsetzen und vorantreiben. Dabei konzentrieren wir uns auf die Handlungsfelder «Food Waste und Verpackung», «Klima und Energie» sowie «Wasser», für die wir im Jahr 2018 Ziele bis 2025 formuliert haben. In unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung betrachten wir insbesondere den bei ORIOR anfallenden Wertschöpfungsanteil (siehe Wertschöpfungskette, S. 7), da wir hier den grössten Einfluss nehmen können. Klar definierte Grundwerte und -regeln sind für uns Voraussetzung, damit wir zudem im vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsanteil unsere Verantwortung wahrnehmen können. So begegnen wir dem Thema Umweltverantwortung auch in unserem Ansatz zu Produktverantwortung (siehe S. 14–29).



## Food Waste und Verpackung



### Ambition 2025

Bis zum Jahr 2025 wollen wir unseren Food Waste pro produziertem Kilogramm im Vergleich zum Jahr 2018 um mindestens 25% reduzieren.

### Status

Auf gutem Weg

### SDG-Beitrag



### Bedeutung für ORIOR und unser Ansatz

GRI 103-1

Weltweit werden nach wie vor viel zu viele Nahrungsmittel weggeworfen. Gemäss der Welternährungsorganisation der UNO geht «zwischen Feld und Teller» ein Drittel der Nahrungsmittel verloren<sup>1</sup>. Diese Verluste sind unnötig, weil die meisten der entsorgten Lebensmittel noch geniess- oder verwertbar wären. Zudem belasten die verschwendeten Ressourcen unsere Ökosysteme, die Biodiversität und das Klima sowie lokale ländliche Gemeinschaften. Nicht zuletzt wirken sie sich auch negativ auf die Kosteneffizienz aus. Daher tragen alle Akteure entlang der Wertschöpfungskette eine Verantwortung, ihre Verluste so gering wie möglich zu halten. Dies ist auch das Ziel von ORIOR und wir haben in den letzten Jahren bereits relevante Verbesserungen erzielen können. Es gilt aber, noch weiteres Potenzial auszuschöpfen: Bis 2025 wollen wir unsere Lebensmittelverluste pro produziertem Kilogramm um 25% reduzieren.

Auch im Bereich der Verpackungen müssen wir unsere natürlichen Ressourcen schützen und Verpackungsmaterial wo immer möglich reduzieren und ökologisch optimieren. Erschwerend ist dabei die Tatsache, dass sich Food Waste und Verpackung gegenseitig stark beeinflussen. Eine gute Verpackung macht die Lebensmittel länger haltbar und trägt so zur Vermeidung von Lebensmittelverlusten bei. Auch erfüllt sie kritische Funktionen in der Einhaltung der Lebensmittelvorschriften, dank derer wir die Gesundheit der Konsumentinnen und Konsumenten schützen können. Nichtsdestotrotz sind Innovationen bezüglich Materialverbrauch und -recycling bei Verpackungen notwendig, damit langfristig natürliche Ressourcen geschützt werden können.

In diesem Kapitel zeigen wir auf, welche Verbesserungen wir im Handlungsfeld Food Waste und Verpackung in den Produktionsbetrieben von ORIOR umsetzen.

Damit wollen wir auch unseren Beitrag zur Erreichung der folgenden drei SDGs leisten: SDG 12.4 sieht explizit vor, die weltweite Nahrungsmittelverschwendung bis 2030 zu halbieren. Durch einen bedachten Umgang mit natürlichen Ressourcen tragen wir zudem zu den SDG 14 und 15 (Leben an Land und unter Wasser) bei, da dies die nachhaltige Nutzung von Ökosystemen unterstützt.

Die Verminderung von Food Waste wird durch die Champion-Gruppe «Betriebsleiter» und die Champion-Gruppe «Technische Leiter» vorangetrieben, die auf Gruppenstufe vom Leiter Supply Chain Excellence begleitet werden. Für das Thema nachhaltige Verpackungen ist die Champion-Gruppe «Verpackungseinkauf» zuständig. Nicht zuletzt tragen auch die Verkaufsteams und die Marketingabteilungen eine wesentliche Verantwortung, denn Bestellmodus sowie -rhythmus, Mengenvereinbarungen oder Verpackungsdesign stellen bereits vor dem eigentlichen Produktionsprozess entscheidende Weichen.

GRI 103-2



Tessiner Kräuter und Gewürze – wertvolle Rohstoffe für die Terroirprodukte von Rapelli und Ticinella.

<sup>1</sup> <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/en/>

## Aktivitäten 2019

Folgende Ansätze verfolgen wir prioritär: Wir optimieren die Unternehmensprozesse und die Logistik, um unsere Abfallmengen bereits im Herstellungsprozess zu reduzieren und die Verpackungen zu optimieren. Zudem setzen wir auf eine enge Zusammenarbeit mit Partnern der vor- und nachgelagerten Wertschöpfung, um noch bedarfsgenauer einkaufen und produzieren zu können. Denn bei der Abfallvermeidung gibt es grosse Abhängigkeiten zwischen den beteiligten Akteuren. Nicht zuletzt setzen wir uns dafür ein, Halb- und Fertigprodukte, die wir nicht mehr über normale Verkaufswege auf den Markt bringen können, trotzdem auf sinnvolle Weise abzusetzen. Dazu gehören zum Beispiel auch das Abgeben von Produkten an

Organisationen wie «Tischlein deck dich» oder der Verkauf zu verminderten Preisen in unseren Fabrikläden.

Zur Erfassung der Abfallmengen unterscheiden wir zwischen Prozessabfällen und Entsorgung. Erstere entstehen während der Produktion, also zum Beispiel beim Anfahren der Anlagen oder bei der Portionierung. Entsorgungen umfassen einerseits Rohmaterialien, die nicht verarbeitet werden können, und alle fertigen Produkte, die entsorgt werden müssen oder nicht über den normalen Verkauf abgesetzt werden können. Gründe hierfür können Überproduktion, kleine Mängel, ungenaue Planung, Volatilitäten in den Bestellmengen oder Auslistungen bei unseren Kunden sein.



Bei Biotta wird der Trester (Pflanzenfasern, die bei der Saftverarbeitung übrigbleiben) von den Bauern wieder abgeholt und als Viehfutter verwendet.

## Verluste im Produktionsprozess

Verminderungen von Prozessabfällen können wir durch Anpassungen an den Maschinen, an den Chargen-Grössen und den Produktionsrhythmen sowie an den Reinigungsprozessen erzielen. Zudem haben das Verhalten der Produktionsmitarbeitenden und die Konzipierung des Produkts selbst einen relevanten Einfluss darauf, wieviel Prozessverluste entstehen. Was unseren Maschinenpark angeht, ist der Ressourcen- und Energieverbrauch immer ein zentrales Kriterium bei Neubeschaffungen und beim Maschinenunterhalt. Daher fällt unseren technischen Fachexperten in den Produktionsbetrieben hier eine grosse Verantwortung zu. Fredag erreichte zum Beispiel durch Investitionen in den Maschinenunterhalt, dass bei ihren Vegi-Würstchen die Bruchware stark reduziert werden konnte. Insgesamt konnte Fredag mit dieser und ähnlichen Massnahmen ihren Prozessabfall von 2018 auf 2019 um 7.3% reduzieren.

Bezüglich optimierter Prozesse und Abläufe ist es die generelle Regel, dass bei kleineren Produktionsmengen grössere Verluste anfallen, weil die Verlustmengen pro Produktionsgang oft unverändert sind. Bei unseren Convenience-Unternehmen ist daher die Herausforderung der Produktionsmengen in Bezug auf Prozessabfälle omnipräsent. Diese Erfahrung machte Biotta 2019, als sie durch neue Produktionsrhythmen im Bereich Frischesäfte gute Verlusteinsparungen erzielen konnte. Teils sind es aber auch Tests mit neuen Produkten, die zu kleinen Produktionsmengen und grossen Prozessabfällen führen.

Über die gesamte ORIOR Schweiz hinweg nahmen die Prozessabfälle pro produziertem Kilogramm um 9.1% ab. Dies zeigt, dass sich unsere Bestrebungen in diesem Bereich auszahlen.

**Entsorgung von Rohmaterial oder Produkten**

Die grosse Herausforderung bei der Entsorgung von Rohmaterialien oder Halb- und Fertigprodukten liegt im Bereich der genauen Planung: Je besser unser «Supply and Demand Management», und je besser wir die Bedürfnisse unserer Kunden verstehen, desto besser können wir solche Abfälle verhindern. Umso wichtiger ist, dass wir die Planungsgenauigkeit stärken und mit unseren Lieferanten und Kunden gemeinsam an Lösungen zur Reduktion von Abfällen arbeiten.

Durch solche Anstrengungen konnte 2019 zum Beispiel Albert Spiess Verbesserungen bei der Verminderung der Entsorgungen erzielen: Dank der Modernisierung der Trocknerei in Davos Frauenkirch wurde nebst den Energieeinsparungen die Qualität der Trocknung so stark verbessert, dass die Entsorgung von Mangelware in einem Jahr um über 40% gesunken ist – ein grossartiger Erfolg. Auch bei Le Patron konnten relevante Reduktionen erzielt werden: Dank einer Anpassung des Produktsortiments, welches heute weniger Ultrafrisch-Menüs umfasst, sowie einer

optimierten Produktionsplanung konnte die Entsorgung von 2018 auf 2019 relevant vermindert werden. Auch Fredag und Pastinella konnten die Menge an entsorgter Rohware und fertigen Produkten reduzieren.

Können wir trotzdem nicht alle Produkte verkaufen, arbeiten wir wo immer möglich mit Organisationen wie «Tischlein deck dich», «Schweizer Tafel», «Tavolino magico» und «Caritas» zusammen. Pastinella zum Beispiel baute ihre Zusammenarbeit mit «Tischlein deck dich» im Berichtsjahr weiter aus. Zudem können unsere Mitarbeitenden und Externe in den Fabrikläden Ware zu reduzierten Preisen einkaufen, bevor wir sie wegwerfen müssen. Einige Kompetenzzentren wie Le Patron und Pastinella nutzen hierzu auch die Plattform «Too good to go». In Zukunft möchten wir separat erheben können, welchen Anteil die so weitergegebene Ware an unseren Entsorgungen ausmacht, was heute noch nicht möglich ist. Über alle Schweizer Units sank der Anteil an Entsorgung von Lebensmitteln pro produziertem Kilogramm dank der Bestrebungen aller Beteiligten im Berichtsjahr um 21.4%.

**Together against Food Waste**

Im Februar 2019 waren in ausgewählten Coop-Filialen Biotta Säfte der ganz speziellen Art zu finden: Rote Biotta Karottensäfte, die aus geretteten Rüebli hergestellt wurden. Ein ganzes Feld farbige Bio-Rüebli aus dem Zürcher Weinland konnte nicht verkauft und sollte wieder untergepflügt werden. Der Verein Grassrooted aus Zürich, der sich gegen Lebensmittelverschwendung einsetzt, kaufte dem Bauern die Rüebli ab und suchte Partner für die Verwendung dieser einwandfreien Lebensmittel. Diese fand der Verein in Biotta und Coop. Biotta verarbeitete die Rüebli der Sorten White Satin, Orange Malbec und Purple Elite in ihrer Manufaktur am Bodensee zu feinstem Bio-Rüebli-saft. Dank Coop gelangte die limitierte Edition mit dem Namen «Together against foodwaste» in den Schweizer Detailhandel. Das Projekt wurde von allen Partnern in kürzester Zeit realisiert und mit grossem Engagement getragen. Die Aktion zeigt: Gemeinsam sind wir stark und können ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung setzen.



### Nachhaltigere Verpackung

Nachhaltige Verpackung wird immer wichtiger für alle ORIOR Unternehmen. Einerseits sind unsere Kunden verstärkt daran interessiert, ihren Konsumentinnen und Konsumenten nachhaltig verpackte Produkte anbieten zu können. Andererseits gibt es auch lieferantenseitig immer mehr Optionen – seien dies Materialeinsparungen durch leichtere respektive weniger Verpackungen, recyclingfähige Materialien oder erneuerbare Alternativen zu Plastik. 2019 haben unsere Kompetenzzentren viel Aufwand in dieses Thema investiert, um neue Optionen zu testen oder umzusetzen. Der Ausbau von nachhaltigen Verpackungslösungen hat jedoch weitreichende Auswirkungen, zum Beispiel auf die Haltbarkeit unserer Produkte sowie auf unseren Maschinenpark. Und nicht zuletzt

müssen die nachhaltigeren Lösungen auch im Preis reflektiert und vom Kunden und den Konsumentinnen und Konsumenten akzeptiert werden, was sich nicht immer als einfach herausstellt. Aus allen diesen Gründen ist für uns eine gesamtheitliche Betrachtung zentral.

Eine Herausforderung für die Kompetenzzentren ist, dass gewisse nachhaltigere Verpackungslösungen heute noch teurer ausfallen, aber unsere Kunden und Konsumenten nicht immer bereit sind, einen Teil des Mehrpreises zu übernehmen. Auch hier zeigt sich, wie wichtig die wertschöpfungsstufenübergreifende Zusammenarbeit für die Erreichung unserer, aber auch der globalen, Nachhaltigkeitsziele ist.

Ausgewählte Verpackungsinnovationen 2019



Eine der wichtigsten Innovationen 2019 war die neue Verpackung von drei Grillfleisch-Spezialitäten von Rapelli. Anstatt zwei Kunststoff-Folien für den Unter- und Oberteil der Verpackung wird neu ein flacher FSC-Kartonboden mit einer ablösbaren Kunststoffschicht verwendet, auf dem das Fleisch unter einer enganliegenden Folie («Skin») zu liegen kommt. Neu ist diese Verpackung zu 70% recyclingfähig. Das Produkt war ein grosser Erfolg bei den Konsumentinnen und Konsumenten, weshalb Rapelli ab 2020 die neue Verpackung auf weitere Produkte ausweitet.



Albert Spiess hat zusammen mit dem umfassenden Relaunch des Markenauftritts die gesamte Verpackung wesentlich nachhaltiger gemacht. Die neue Verpackung besteht zu 80% aus Karton. Gleichzeitig wurden die Ober- und die Unterbandfolien verdünnt. Damit können rund 60% Kunststoff eingespart werden. Auch diese Verpackung soll 2020 noch auf weitere Sortimentsteile ausgeweitet werden.



Bei Pastinella konnte man Materialeinsparungen erzielen, indem man bei Pasta-Verpackungen den Kartonreiter oben wegließ und neu direkt den Plastikbeutel bedruckt. Jährlich können damit rund 10t Karton eingespart werden. Zudem hat Pastinella unterschiedliche Tests mit recyclingfähigen Verpackungen durchgeführt, die mit einer Mono-Komponentenfolie auskommen und sich so einfacher wieder in den Materialkreislauf einbringen lassen. Die Arbeiten in diese Richtung sind vielversprechend und gehen weiter.



Nebst Plastik ist Karton das wichtigste Verpackungsmaterial bei allen Units. Teils kann durch eine Reduktion der Dicke eine sinnvolle Materialeinsparung herbeigeführt werden. In diese Richtung ging Biotta 2019 mit einer neuen Umverpackung für ihre Glasflaschen. Die neue Kartonschachtel ist dank einer Einfachwelle statt einer Doppelwelle viel dünner und spart pro Schachtel 55g Karton; pro Jahr entspricht dies rund 90t eingespartes Material. Es war ein aufwändiges Projekt, da auch die Verpackungsmaschine angepasst werden musste. Doch seit Ende 2019 wird erfolgreich nur noch die neue Umverpackung eingesetzt.

## Evaluation und Ausblick

### Evaluation

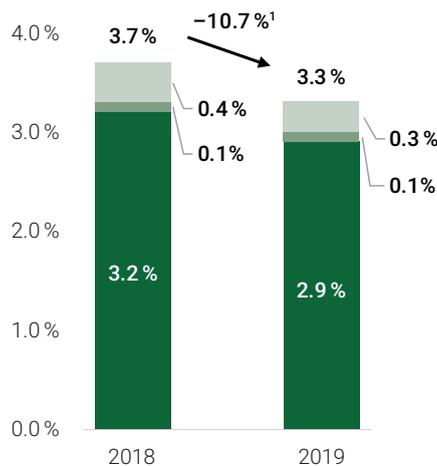
GRI 103-3

2018 haben wir uns zum Ziel gesetzt, unser Food Waste pro produziertem Kilogramm bis 2025 um weitere 25% zu reduzieren. Von 2018 auf 2019 konnten wir die Verluste um 10.7% auf 3.3% des produzierten Gewichts senken. Damit sind wir auf gutem Weg, unser Ziel bis 2025 zu erreichen.

Wir arbeiten noch an einer Lösung, unseren Fortschritt bezüglich nachhaltigen Verpackungen sinnvoll zu messen. Die Datenerhebung der Materialströme über alle unsere Kompetenzzentren hinweg ist noch sehr komplex. Dies zu verbessern ist ein Projekt, das wir uns für 2020 und 2021 vorgenommen haben.

**Food Waste**  
(kg Lebensmittelabfälle / kg Produktion)

GRI 306-2



■ Prozessabfall ■ Entsorgte Fertigprodukte ■ Entsorgte Rohstoffe

### Ausblick

Wir bleiben dran, unsere Lebensmittelverluste durch die Umsetzung von individuellen Massnahmen auf der Ebene der einzelnen Kompetenzzentren weiter zu reduzieren. Durch unterschiedliche Projekte im Bereich operative Exzellenz werden Produktions-, Planungs- und Einkaufsprozesse stetig verbessert, was sich zusätzlich positiv auf unsere Verluste auswirken wird. Vor allem das Zusammenspiel zwischen Innovation, Verkauf und Produktion möchten wir in dieser Hinsicht weiter optimieren. Nur durch ein gut integriertes «Supply and Demand Management» können wir Produktion und Verkauf optimal aufeinander abstimmen, um Food Waste zu minimieren.

2020 wird auch das Thema Verpackung weitere Impulse erhalten. So fand im Januar 2020 zum Beispiel ein Innovationstag mit ca. 15 Vertreterinnen und Vertretern der unterschiedlichen Kompetenzzentren statt, an welchem verschiedene Verpackungslieferanten ihre nachhaltigen Innovationen vorstellten, die auch für ORIOR in Betracht kommen könnten. Zudem werden an den Standorten die Tests für neue Verpackungskonzepte weitergeführt, was eine enge Zusammenarbeit mit den Verpackungslieferanten, den Maschinenlieferanten sowie den Kunden erfordert.

<sup>1</sup> Geringe Rundungsdifferenzen können entstehen, da die Berechnungen mit einer grösseren Zahlengenauigkeit erfolgen.

## Klima und Energie



### Ambition 2025

Bis zum Jahr 2025 wollen wir die Intensität der Treibhausgasemissionen im Vergleich zum Jahr 2018 um 10 % reduzieren.

### Status

Weitere Anstrengungen notwendig

### SDG-Beitrag



### Bedeutung für ORIOR und unser Ansatz

GRI 103-1

Die Lebensmittelindustrie trägt durch ihre Treibhausgasemissionen auf den verschiedenen Wertschöpfungsstufen nicht unwesentlich zum Klimawandel bei: 25–30% aller weltweiten Treibhausgasemissionen weltweit fallen in der Nahrungsmittelproduktion an.<sup>1</sup> Dabei wird ein grosser Teil schon früh in der Wertschöpfungskette ausgestossen – zum Beispiel bei der Viehzucht. Die Landwirtschaft allein macht 11% der vorgängig genannten 25–30% aus<sup>2</sup>. Diesen vorgelagerten Emissionen begegnen wir mit unserem Ansatz für nachhaltige Rohstoffe (siehe Kapitel Produktverantwortung, S. 14–29).

Doch auch die Lebensmittelverarbeitung stösst vor allem durch ihren Energie- und Stromverbrauch Treibhausgase aus. Daher wollen auch wir unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen minimieren und setzen dazu einerseits auf Energieeffizienz und andererseits auf einen steigenden Anteil von weniger klimaintensiven Energieträgern. Durch die Wahrnehmung dieser Verantwortung wollen wir einen Beitrag an die Erreichung der SDGs, insbesondere von SDG 7 (Energie) und SDG 13 (Klimaschutz) leisten. Zudem möchten wir damit unseren Kunden ein verlässlicher und attraktiver Partner sein, der sie darin

unterstützt, ihre vorgelagerte Wertschöpfung weniger klimaintensiv zu gestalten.

Vorangetrieben wird das Thema Klima und Energie durch die Champion-Gruppen der «Betriebsleiter» und der «Technischen Leiter», die auf Gruppenstufe von einem Spezialisten für betriebliche Prozessoptimierung begleitet werden. Auch den Mitgliedern der Champion-Gruppe «Logistik» fallen wichtige Aufgaben zu. Letztlich tragen die Entwickler- und Marketingteams mit der Produktgestaltung sowie die Verkaufsteams mit der Mengenplanung ebenfalls dazu bei, wieviel Energie wir in der Produktion benötigen. Das Zusammenspiel zwischen den verschiedenen Disziplinen und das gemeinsame Verständnis sind diesbezüglich wichtig und wir wollen dies in den kommenden Jahren weiter stärken.

Die Champion-Gruppen rapportieren an das Schweizer Management-Team, welches für die Zielsetzung und die Erfolgskontrolle zuständig ist. Die Kennzahlen zum Energieverbrauch sind fester Bestandteil des monatlichen Reportings und über die Integration in die Leistungsbeurteilung auch Vergütungsbestandteil der Geschäftsleitungen in den Kompetenzzentren.

GRI 103-2

### Umweltleitbild der ORIOR Gruppe

Umweltbewusstsein ist eine Grundeinstellung. Respektvoller Umgang mit den Ressourcen und der Umwelt ist erklärtes Unternehmensziel von ORIOR.

ORIOR misst ihren Umweltbeitrag an Fortschritten. Diese werden wie Produktivitätsverbesserungen beurteilt. Jährliche quantitative Zielsetzungen werden laufend überprüft und entsprechende Massnahmen abgeleitet.

Wirtschaftlichkeit und möglichst geringe Umweltbelastung sind kein Widerspruch, sondern entwickeln sich immer mehr zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor in unserer Gesellschaft und in unserer Geschäftstätigkeit.

Die Mitarbeitenden von ORIOR sind dafür sensibilisiert, dass wir grossen Wert auf Nachhaltigkeit legen und sie beeinflussen mit ihrem Wirken die Ökobilanz positiv.

<sup>1</sup> IPCC Special Report on Climate Change and Land, 2019. <https://www.ipcc.ch/srcccl/>

<sup>2</sup> WRI, 2019. <https://www.wri.org/blog/2019/07/5-questions-about-agricultural-emissions-answered>

## Aktivitäten 2019

### Umsetzung der Zielvereinbarungen mit dem Bund

Seit 2013 ist das Schweizer CO<sub>2</sub>-Gesetz in Kraft<sup>1</sup>, welches Unternehmen bestimmter Branchen verpflichtet, auf den Verbrauch von fossilen Brennstoffen eine CO<sub>2</sub>-Abgabe zu entrichten – es sei denn, sie gehen mit dem Bund eine Zielvereinbarung zur Emissionsverminderung ein und setzen entsprechende Effizienzmassnahmen um. Sämtliche Schweizer Produktionsfirmen von ORIOR verfügen über eine solche Zielvereinbarung und nehmen am entsprechenden Programm der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) teil. In Zusammenarbeit mit den EnAW-Beratern werden jährlich betriebspezifische Massnahmen entlang den Prinzipien der Wirksamkeit und der Wirtschaftlichkeit entwickelt und deren Umsetzung und Erfolg im EnAW-Monitoringsystem überwacht. Damit kann gegenüber dem Bund Rechenschaft über die kontinuierlichen Verbesserungen und schliesslich über die Zielerreichung abgelegt werden.

Diese Arbeiten haben wir 2019 weitergeführt und die meisten der in diesem Kapitel dargestellten Massnahmen wurden in diesem Rahmen umgesetzt. Alle Kompetenzzentren haben im Frühjahr 2019 ihren Monitoringbericht abgelegt und sind mehrheitlich auf Kurs, die Zielvereinbarungen bis Ende 2020 zu erreichen.

### Hitze- und Dampferzeugung

In der Lebensmittelherstellung ist die Erzeugung von Hitze und Dampf für die Kochprozesse ein relevanter Hebel, wenn es um den Energie- und Stromverbrauch geht. Daher gilt es hier, einerseits auf nachhaltigere Energieträger zu setzen und andererseits die Wärme mit optimaler Effizienz zu nutzen.



Clemens Rüttimann (links), Geschäftsführer von Biotta, und Christian Rathgeb, Inhaber und Geschäftsführer von Rathgeb Bio, bei der Einweihung der Holzschnitzelheizung.

Eine der wichtigsten Massnahmen 2019 war die Inbetriebnahme der neuen Holzschnitzelheizung bei Biotta. Die Heizung wurde als partnerschaftliches Projekt mit der benachbarten Firma Rathgeb Bio konzipiert, die auch eine der wichtigsten Lieferantinnen von Biotta ist. Anhand der erzeugten Wärme kann der Ölverbrauch stark reduziert werden, wodurch Biotta pro Jahr bis zu 400t CO<sub>2</sub>-Ausstoss einsparen kann. Das eingesetzte Holz stammt aus den Wäldern der Region rund um den Betrieb.

Auch in anderen Standorten konnte man auf klimafreundlichere Energieträger umstellen. So geschieht die Dampferzeugung bei Le Patron in Uetendorf seit 2019 mit Erdgas statt mit Heizöl, was emissions technisch stark ins Gewicht fällt.<sup>2</sup> Bei Rapelli macht Erdgas schon heute fast 100% des fossilen Energieanteils aus.

Auch Pastinella hat 2019 Verbesserungen in diesem Bereich umsetzen können. Durch die Instandsetzung und Erneuerung der Heizzentrale und die Inbetriebnahme eines Wärmetauschers kann neu die Abwärme der Kälteanlage für die Wassererhitzung verwendet werden. In Kombination mit einer effizienteren Abwärmennutzung des Dampfkondensats aus den Kochprozessen konnte Pastinella im Jahr 2019 ihren Erdgasverbrauch um 7% reduzieren.

### Heiz-, Lüftungs- und Kühlsysteme

Ein weiterer wichtiger Ansatzpunkt sind unsere Gebäude. Über die Verbesserung ihres Zustandes und ihrer Isolation, ihrer Heiz-, Lüftungs- und Kühlsysteme (HLK-Systeme) sowie teilweise über die Beleuchtung lässt sich der Energieverbrauch reduzieren. Im Rahmen der EnAW-Projekte wurde seit 2013 in diesem Bereich viel unternommen.

2019 wurden zum Beispiel bei Fredag im HLK-Bereich wichtige Massnahmen umgesetzt, dank deren das Unternehmen seinen Stromverbrauch um 5.6% senken konnte. Durch die Optimierung des Verbrennungsprozesses konnte der Heizölverbrauch für die Gebäudeheizung um 31.3% reduziert werden. Der Energieverbrauch der Lüftungsanlagen wurde durch eine Kürzung der Betriebszeit und eine Feinjustierung des Mixes von Kühlung und Lüftung stark optimiert.

Sehr erfolgreich war 2019 auch Rapelli mit Verbesserungen der HLK-Systeme. Wie bei Fredag wurde eine Optimierung der Betriebszeiten von Gebäudeheizung und -kühlung umgesetzt und mit einer Isolation der

<sup>1</sup> <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/klima/recht/gesetze-verordnungen.html>

<sup>2</sup> Faktor-Unterschied von ca. -24% CO<sub>2</sub>e pro kWh. Emissionsfaktoren des BAFU, siehe: <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/klima/publikationen-studien/publikationen/co2-abgabebefreiung-ohne-emissionshandel.html>, S. 79.

HLK-Systeme sowie dem Aufbau einer Wärme- und Kälterückgewinnung kombiniert. Zwischen 2018 und 2019 konnte Rapelli den Heizölbedarf um über 60% senken.

Bei Albert Spiess wurde 2018 die gesamte Trocknerei in Davos Frauenkirch umgebaut mit dem Ziel, das Gebäude zu modernisieren und auf die neusten Energiestandards zu bringen. Im Jahr 2019 zeigten sich die positiven Ergebnisse dieser Investition: Durch die Erneuerung der Kälte- und Lüftungsanlagen konnte die Trocknungskapazität vervierfacht und die Nutzung von Abwärme und Kälte ermöglicht werden. Dadurch konnte in der Trocknerei Frauenkirch eine Heizölreduktion von 85% erzielt werden, was über die gesamte Albert

Spiess einen Rückgang von 20% ausmacht. Daneben ergab sich aus der Umstellung auch eine Qualitätsverbesserung bei den Trockenfleisch-Spezialitäten, da das moderne Lüftungssystem eine gleichmässige Trocknung ermöglicht. Somit wird auch weniger Ausschuss produziert, wodurch Albert Spiess ihren Food Waste reduzieren konnte (siehe Kapitel Food Waste und Verpackung, S. 32 – 36).

Nicht zuletzt optimieren wir die Beleuchtung in den Gebäuden. An vielen Standorten wurde 2019 der Umstieg auf LED-Beleuchtung weiter vorangetrieben, so zum Beispiel bei Le Patron, Biotta und Albert Spiess.



*Dank der Modernisierung der Trocknerei von Albert Spiess in Davos Frauenkirch kann Heizöl und Food Waste eingespart werden.*

### Effizienz der Produktion

Dank laufenden Investitionen in die Produktionsanlagen und -prozesse steigern wir unsere Energieeffizienz. Zudem hilft uns ein strukturiertes Vorgehen beim Unterhalt von Maschinen und Anlagen, die Effizienz zu steigern. So verlängern wir die Lebensdauer des Maschinenparks und verschieben wo möglich eine Neuanschaffung, wodurch wir über den gesamten Lebenszyklus der Maschinen den Anteil der grauen Energie pro Jahr vermindern. Auf diese Weise verringern wir auch unnötige Betriebsausfälle, bei denen jeweils auch Energie verloren geht.

2019 war das Thema «Nachhaltiger und wertorientierter Unterhalt» ein wichtiger Schwerpunkt der Champion-Gruppen «Betrieb» und «Technik». Prozessseitig wird durch ein modernes Managementsystem für die Produktionsprozesse stetig an der Effizienz, Produktivität und Prozesssicherheit gearbeitet.

Vor eine Herausforderung stellen uns jedoch das sich verändernde und diversifizierte Produktsortiment sowie die teils engen Lieferrhythmen. Werden mehr Varianten öfter und in kleineren Chargen produziert, bedeutet das eine tiefere Energieeffizienz sowie einen höheren Wasserverbrauch durch häufigeres Anlaufen und Reinigen der Maschinen. Zudem ist die Produktion einiger unserer neuen vegetarischen Spezialitäten energieintensiver in der Herstellung als unsere traditionelleren Produkte – dafür stehen diese aber in der Gesamtbilanz ökologisch gut da. Dies zeigt, dass die Energieeffizienz auch schon in der Produktentwicklung sowie in Gesprächen mit Kunden bezüglich Mengenvereinbarungen und Lieferterminen berücksichtigt werden muss.

### Stromverbrauch und -herkunft

2018 hatten wir uns zum Ziel gesetzt, unseren Stromverbrauch bis 2025 um 10% zu reduzieren. 2019 konnten wir leider noch keine Stromeinsparung erzielen (+0.15%), was einerseits am Produktmix liegt und andererseits daran, dass durch den Ersatz fossiler Energieträger teils mehr Strom benötigt wird. Für uns ist es somit umso wichtiger, welche Art von Strom wir beschaffen. In einem 2019 umgesetzten Projekt wurde der Stromeinkauf aufgrund der stetig steigenden Strompreise überdacht und in einer neuen Einkaufsstrategie angepasst. Als nächsten Schritt werden wir die Optimierung des Strommixes angehen und den Anteil an verwendetem erneuerbarem Strom wo möglich und wirtschaftlich sinnvoll erhöhen.



*Dank der Weiterbildung ihres technischen Leiters als «Techniker HF Systemtechnik» können bei Pastinella neu die Steuerung für Produktionsanlagen und Haustechnik in-house programmiert werden.*

### Evaluation und Ausblick

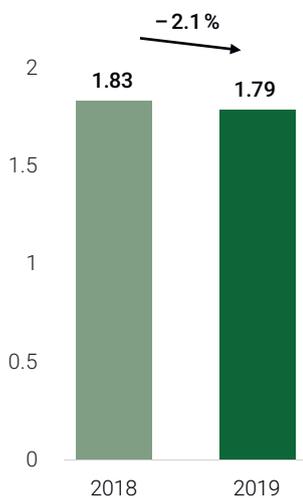
GRI 103-3

Um unsere Leistung beim Thema Klima und Energie zu überprüfen, messen und berichten wir die Intensität des Energieverbrauchs und der Treibhausgasemissionen jeweils pro produziertem Kilogramm. Dank den oben erläuterten Massnahmen konnten wir unsere Energieintensität im Berichtsjahr leicht senken (-2.1%), so dass sie 2019 bei 1.79 kWh pro produziertem Kilogramm lag.

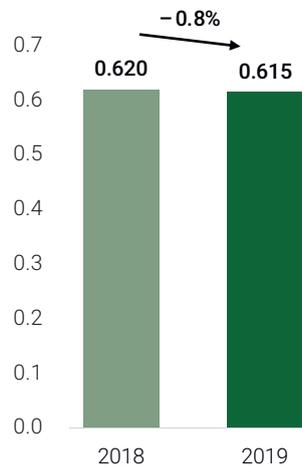
Erfreulich ist auch, dass wir unsere Treibhausgasintensität leicht verringern konnten. Hier lagen wir 2019 bei 0.615 kg CO<sub>2</sub>e pro produziertem Kilogramm. Doch um unser Ziel von -10% Emissionen bis 2025 zu erreichen, müssen wir uns hier noch wesentlich verbessern.

GRI 302-3

**Energieintensität  
(kWh / kg Produktion)**

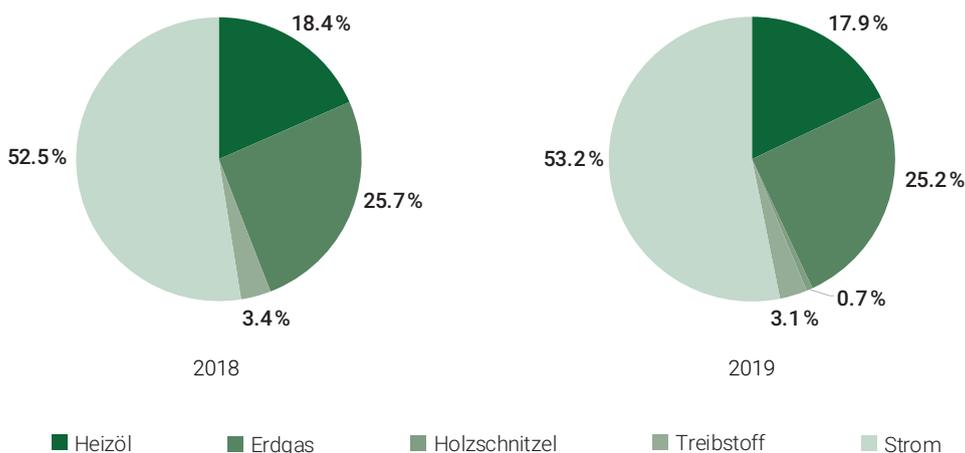


**Treibhausgasintensität  
(kg CO<sub>2</sub>e / kg Produktion)**



GRI 305-4

**Energieverbrauch nach Energiequelle (in %)**



**Ausblick**

Wir arbeiten weiterhin daran, das Verbesserungspotenzial in den einzelnen Produktionsbetrieben maximal auszuschöpfen. Bei Le Patron zum Beispiel werden 2020 wichtige Weichen gestellt. Auf der Grundlage eines Energie-Masterplans werden Lösungsansätze erarbeitet, anhand deren die zukünftige Entwicklung des Areals inklusive aller energierelevanten Haustechnikanlagen

langfristig definiert werden kann. Aus dieser gesamtgesellschaftlichen Betrachtung ergeben sich gegebenenfalls Ansätze, die wir auch in anderen Kompetenzzentren umsetzen können. Auch in anderen Kompetenzzentren laufen ähnliche, gesamtgesellschaftliche Zukunftsplanungen weiter.

## Wasser



### Ambition 2025

Bis zum Jahr 2025 wollen wir unsere Wasserintensität im Vergleich zum Jahr 2018 um 15% senken.

### Status

Auf gutem Weg

### SDG-Beitrag



### Bedeutung für ORIOR und unser Ansatz

GRI 103-1

Zugang zu sauberem Wasser ist ein Menschenrecht und Wasser ist zudem eine essenzielle Ressource für das gesamte Ökosystem der Erde. Die Lebensmittelindustrie verbraucht über ihre ganze Wertschöpfungskette hinweg grosse Mengen Wasser, sei es zur Bewässerung in der Landwirtschaft, für die Produktion oder zu Reinigungszwecken. Viele bedeutende Anbauländer sind immer wieder mit Wasserknappheit konfrontiert, die durch eine intensive Landwirtschaft noch verschärft wird. Daher achten wir bei der Beschaffung unserer Rohstoffe auf die Herkunft und eine nachhaltige Anbauweise (siehe Kapitel Nachhaltige Rohstoffe und Tierwohl, S. 16–23). Auch wenn unsere Betriebe nicht in Gebieten mit Wasserknappheit liegen, möchten wir dieser wertvollen Ressource Sorge tragen. Durch unsere Betriebstätigkeit tragen wir zum Industrieverbrauch von Wasser bei, der in der Schweiz rund ein Viertel des gesamten Wasserverbrauchs ausmacht. Den Verbrauch von Frischwasser im Verhältnis zur hergestellten Menge wollen wir bis 2025 um 15% reduzieren und damit auch zur Erreichung des SDG 6.4 bezüglich effizienter Wassernutzung und SDG 12 bezüglich nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster beitragen. Dieses Ziel legten wir 2018 im Rahmen unseres Wesentlichkeitsprozesses fest, an welchem die verschiedenen Bereiche des Unternehmens beteiligt waren.

GRI 303-1

Prozesse, Reinigung und Menschen. Aufgrund der stetigen Optimierung unseres Maschinenparks – unter anderem durch Investitionen in Maschinen mit verbesserter Wassereffizienz – sowie der laufenden Verbesserung unserer Produktionsprozesse sehen wir gutes Potenzial, unseren Wasserverbrauch zu reduzieren. Gleichzeitig sensibilisieren und schulen wir unsere Mitarbeitenden, insbesondere die Reinigungskräfte, in entsprechenden Trainings, um einen sparsamen Umgang mit Wasser zu fördern.

Eigentliche Wasserrisiko-Assessments führen wir noch keine durch. Doch der Wasserverbrauch wird bei uns heruntergebrochen auf die einzelnen Kompetenzzentren betrachtet und monatlich erhoben. Die Betrachtungsweise erfolgt im Verhältnis zum produzierten Volumen. So können zeitnah entsprechende Massnahmen eingeleitet werden. Effizienz ist als strategischer Eckpfeiler der ORIOR Gruppe definiert und wird – auch beim Wasser – sowohl aus Nachhaltigkeits- als auch aus Wirtschaftlichkeitsüberlegungen konsequent verbessert.

GRI 303-1

GRI 103-2

An unseren Produktionsstandorten benötigen wir Wasser vor allem für die Kochprozesse, die Kühlung oder zur Reinigung unserer Maschinen und Produktionsräume. Das Frischwasser beziehen wir aus der jeweiligen Gemeindeversorgung. Damit wir unser Ziel von 15% Effizienzsteigerung bis 2025 erreichen, bedarf es konkreter Anpassungen in der Produktion sowie eines Umdenkens vonseiten aller Mitarbeitenden. Wir konzentrieren uns dabei auf die Ansatzpunkte Maschinen,

Die Verantwortung für die Optimierung der Wassernutzung liegt an erster Stelle bei den jeweiligen Betriebsleitern. Sie sind für die erfolgreiche Kaskadierung unserer Ambition für einen sparsamen Umgang mit Wasser in die einzelnen Bereiche und Teams verantwortlich. Für die Anschaffung von neuen Maschinen wird der Leiter Supply Chain Excellence beigezogen. Er ist – zusammen mit der Champion-Gruppe «MRO» (Technischer Einkauf) – auch für die Erstellung und Einführung der «Richtlinie für Neuanschaffungen von Maschinen» einschliesslich dem Kriterium Wassereffizienz verantwortlich. Zudem berät er die Kompetenzzentren in sämtlichen Prozessoptimierungsfragen.

## Aktivitäten 2019

### Optimierung der Anlagen

Innerhalb der Betriebe werden jährlich Projekte und Massnahmen zur Optimierung und Werterhaltung der Anlagen festgelegt. Hierbei sind insbesondere die Projekte des wertorientierten Unterhalts «Lean» und «5S» wichtig. Auch die Champion-Gruppe «MRO» spielt bei Verbesserungen eine wichtige Rolle. Ihre Aufgaben sind nicht nur der bereichsübergreifende Austausch von Wissen und die gegenseitige Unterstützung, sondern auch die Harmonisierung von gleichartigen Anlagen, der gemeinsame Einkauf von Verbrauchsbedarf und die Optimierung im Unterhalt der Anlagen. So erwarten wir von der Harmonisierung der Anlagen mittel- und langfristig einen positiven Einfluss auf die Produktionseffizienz und damit einhergehend auch Verbesserungen der Energie- und Wassereffizienz.

### Anpassung von Prozessen

Ein relevanter Anteil des Wasserverbrauchs fällt in unseren Produktionsstandorten bei den Koch-, Kühl- und Reinigungsprozessen an. Entsprechend liegt ein wesentliches Potenzial zur Einsparung von Frischwasser bei Optimierungen entlang der Produktionsprozesse. Die beiden wichtigsten Einflussfaktoren sind dabei die Planungssicherheit und die Verbesserungen der Abläufe.

### Wassersparend reinigen

Ein grosser Teil des Wasserverbrauchs entfällt auf die Reinigung der Produktionsanlagen und -räume. Bei Letzterem sehen wir einen wesentlichen Ansatzpunkt, denn die Produktionsbetriebe werden gemäss den sehr strengen hygienischen Vorschriften je nach Auftragsvolumen und Produktsortiment mehrmals täglich gereinigt. Vor allem bei der manuellen Reinigung ist der Wasserverbrauch vom sorgfältigen und bedachten Umgang mit Wasser abhängig. Die Arbeitsanweisungen werden deshalb kontinuierlich verfeinert und die Mitarbeitenden stetig geschult. Eine Herausforderung bleiben die häufigeren Reinigungen aufgrund unserer diversifizierten Produktpalette im Segment Convenience. Auch dies wollen wir dank optimierter Prozesse und Planung in Zukunft weiter verbessern.

### Sensibilisierung und Trainings

Der sorgsame Umgang mit unseren Ressourcen bildet einen wichtigen Bestandteil unserer kontinuierlichen Trainings und Schulungen. Die Schulungen finden in regelmässigen Abständen mehrmals jährlich statt und werden in der Regel von Fachleuten der Reinigungsfirmen durchgeführt. Nebst den Schulungen ist das tägliche Sensibilisieren wichtig, damit dauerhafte Veränderungen erzielt werden können.



*In der Nähe der Albert Spiess Trocknerei in Davos Frauenkirch sprudelt die wertvolle Ressource, die wir schützen möchten.*

**Gesteigerte Wassereffizienz – Beispiele 2019**

<p><b>Fredag: Kondensator der Kälteanlage</b></p>  <p>Fredag optimierte ihre Kälteanlage und konnte dadurch den Wasserverbrauch wesentlich reduzieren. Für 2020 werden entsprechend positive Auswirkungen auf die KPIs erwartet.</p>	<p><b>Le Patron: neue Wasserkühler</b></p>  <p>Le Patron hat in der Abteilung Convenience für die Verpackungsmaschinen einen Kühlkreislauf mit integrierten Kühlern gebaut. Dank diesem Kühlkreislauf wird das Wasser nicht mehr verworfen, sondern kann wieder genutzt werden. Dies führt zu erheblichen Einsparungen von Frischwasser.</p>
<p><b>Albert Spiess: Finetuning der Betriebszeiten</b></p>  <p>Durch ein besseres Zeitmanagement kann Albert Spiess ihre Anlagen heute viel präziser betreiben. Teil davon ist die genaue Synchronisierung der Betriebszeiten mit der Produktionsmenge, wodurch Wasser und Strom eingespart werden.</p>	<p><b>Möfag: Umdenken bei den Kühlprozessen</b></p>  <p>Die gekochten Schinkenspezialitäten müssen nach dem Kochprozess rasch gekühlt werden, was über eine sogenannte Kühldusche erfolgt. Anstatt wie früher während einer bestimmten Zeit kontinuierlich Wasser zu sprühen, geschieht der Kühlprozess heute durch einen feinen Wassernebel, wodurch der Prozess zum Abschluss nur noch eine Wasserdusche von einer Minute erfordert.</p>
<p><b>Möfag: Optimierung der Durchflussmenge</b></p>  <p>Wie bereits ein Jahr zuvor Le Patron, setzt nun auch Möfag auf die Reduktion der Wasserdurchlaufmenge in der Reinigung. Durch den Einsatz von Wasserreduktionsdüsen bei den Reinigungssatelliten sank der Wasserverbrauch um 2,5% pro produzierte Tonne.</p>	<p><b>Rapelli: Projekt SMART</b></p>  <p>Im Rahmen der Umsetzung eines Effizienz-Projekts wurde bei Rapelli der Wasserdruck in der Reinigung so angepasst, dass das Unternehmen seine Wassereffizienz im Berichtsjahr um 5% steigern konnte.</p>



Technische Experten während eines Arbeitsmeetings zur Betriebsoptimierung bei Rapelli.

## Evaluation und Ausblick

### Entwicklung der Wassereffizienz

GRI 103-3  
GRI 303-5

Aufgrund der Priorisierung des Themas und der Unterstützung auf Gruppen-Stufe durch den Leiter Supply Chain Excellence führten unsere Massnahmen zu einer effektiven Verbesserung der Wassereffizienz. Von 2018 auf 2019 konnten wir den Verbrauch von Frischwasser pro t Produktion um rund 3% senken. Mit unserem Ansatz und dank dem Engagement unserer Mitarbeitenden sind wir optimistisch, dass wir unser Ziel von -15% bis Ende 2025 erreichen.

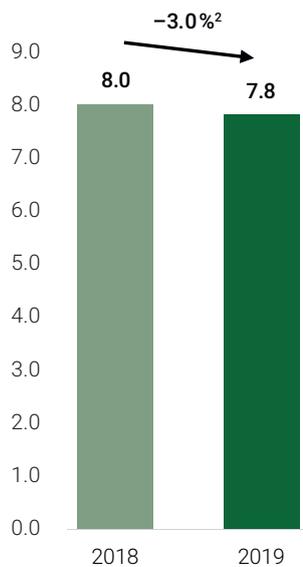
### Ausblick

2020 und 2021 wird überall weiter daran gearbeitet, unnötigen Wasserverbrauch und -verlust zu reduzieren. Insbesondere das Thema Reinigung soll systematisch angegangen werden. Dabei geht es nicht nur darum, mit technischen Optimierungen den Wasser-

bedarf zu reduzieren, sondern grundsätzlich zu hinterfragen, wo wie gereinigt werden muss. Dabei soll genauer definiert werden, wo trocken gereinigt werden kann, wo wirklich Wasser und Chemie eingesetzt werden müssen und wann die besten Zeitpunkte für die Reinigung sind, damit diese so effizient wie möglich gestaltet werden können. Ziel dieser Initiative ist es zu definieren, wie mit dem geringsten Einsatz von Wasser, Chemie und Personal eine optimale Reinigung erreicht und die Lebensmittelsicherheit jederzeit eingehalten werden kann. Es soll dazu ein Handbuch erarbeitet werden, welches für jede Hygienezone und für alle Anwendungen klar regelt, wie bei der Reinigung vorzugehen ist. Die Champion-Gruppe «MRO» arbeitet derzeit zudem an der Ausformulierung der «Richtlinie für Neuschaffungen von Maschinen».

**Wasserverbrauch<sup>1</sup>**  
(m<sup>3</sup> Frischwasser/t Produktion)

GRI 303-5



<sup>1</sup> Da Biotta neu auch erhoben wurde, weicht die hier kommunizierte Kennzahl für 2018 von der letztjährig publizierten ab.

<sup>2</sup> Geringe Rundungsdifferenzen können entstehen, da die Berechnungen mit einer grösseren Zahlengenauigkeit erfolgen.

## Unsere Ambitionen im Bereich Soziale Verantwortung



Wir wollen unsere Mitarbeitenden gezielt schulen und individuelle Weiterbildungsmöglichkeiten bedeutend ausweiten.



# 100%

Bis zum Jahr 2025 wollen wir ein übergreifendes Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in der gesamten ORIOR Gruppe implementieren.



Wir setzen auf stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder. Wir bekennen uns zu unseren Produktionsstandorten und stärken diese, um bestehende Arbeitsplätze zu sichern und neue zu schaffen.

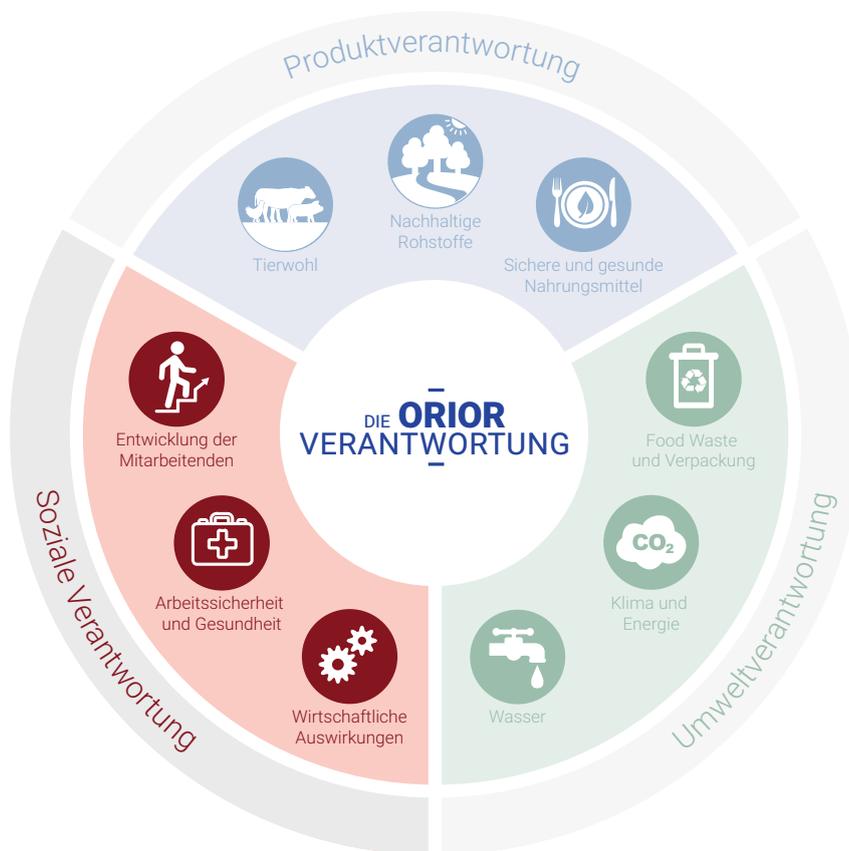


Milos Urosevic, langjähriger Mitarbeiter von Albert Spiess, trägt schon seit 19 Jahren dazu bei, dass die Bündner Spezialitäten in der Trocknerei Frauenkirch gedeihen.

## Soziale Verantwortung

Mitarbeitende, die engagiert und unternehmerisch Dinge vorantreiben, respektvoll und aufrecht handeln, Verantwortung übernehmen und Entscheidungen fällen, sind der Schlüssel zum Erfolg. Wir setzen uns ein für gute Rahmenbedingungen bei der Arbeit, für Entwicklungsmöglichkeiten für unsere Mitarbeitenden sowie für die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen.

Die soziale Verantwortung ist in unserer Strategie im Eckpfeiler «Wir sind ORIOR» fest verankert. Innerhalb der Nachhaltigkeitsberichterstattung fokussieren wir auf drei für uns wesentliche Themenbereiche: «Entwicklung der Mitarbeitenden», denn wir unterstützen den Ansatz des lebenslangen Lernens und bieten unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit zur persönlichen Weiterentwicklung. «Arbeitssicherheit und Gesundheit», denn wir wollen neben der Erfüllung sämtlicher Vorgaben in Sachen Arbeitssicherheit auch bestmögliche Rahmenbedingungen dafür schaffen, dass unsere Mitarbeitenden gesund sind und Freude an ihrer Tätigkeit haben. Und «Wirtschaftliche Auswirkungen», denn das nachhaltige Wirtschaften bildet die solide finanzielle Basis zur weiteren Investition in unsere Mitarbeitenden und Produktionsstandorte.



## Entwicklung der Mitarbeitenden



### Ambition 2025

Wir wollen unsere Mitarbeitenden gezielt schulen und individuelle Weiterentwicklungsmöglichkeiten bedeutend ausweiten. Dazu wollen wir bis 2025 auch ein gruppenweites Talentmanagement einführen.

### Status

Weitere Anstrengungen notwendig

### SDG-Beitrag



### Bedeutung für ORIOR und unser Ansatz

GRI 103-1

Unsere Mitarbeitenden sind eine unserer wichtigsten Anspruchsgruppen. Für ihr Wohlergehen und ihre Entwicklung stehen wir ein und wollen ihnen im Einklang mit SDG 4 den Zugang zu beruflicher Aus- und Weiterbildung ermöglichen.

Mitarbeitende, die engagiert und unternehmerisch Ideen vorantreiben, respektvoll handeln, Verantwortung übernehmen und wohlüberlegte Entscheidungen fällen, sind der Schlüssel zum Erfolg. Dies trifft in einem Kontext von hartem Wettbewerb und anspruchsvollen Rahmenbedingungen umso mehr zu. Darum sind uns die gezielte Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeitenden sowie das persönliche Vorankommen auf der Basis eines gruppenweiten Talentmanagements ein grosses Anliegen. Zudem stärken sie unsere Position als attraktive Arbeitgeberin und erlauben uns, motivierte und qualifizierte Mitarbeitende im Unternehmen zu halten. Unser Ansatz ist so konzipiert, dass er neben dem Erwerb neuer Kenntnisse für den jeweiligen Fachbereich auch die persönliche Entwicklung stärkt. Neben unserem Angebot an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten nutzen wir den Leistungsdialog und das Talentmanagement, um die Entwicklung der Mitarbeitenden zu unterstützen und um gemeinsam voranzukommen.



Die Mitglieder der Champion-Gruppe «HR» bei einem Treffen in Zürich.

48

GRI 103-2

Die HR-Verantwortlichen der ORIOR Unternehmen organisieren und koordinieren die periodischen Schulungen in den Kompetenzzentren in Absprache mit dem Management oder mit den Abteilungsverantwortlichen. Damit auch gruppenweit voneinander profitiert werden kann, gibt es die Champion-Gruppe «HR», die unter anderem für das weiterführende Schulungsprogramm zu aktuellen Themenschwerpunkten verantwortlich ist (siehe ORIOR Campus, S. 51). Zudem verfügen wir seit 2019 über eine Group-HR-Funktion, die unter anderem Unit-übergreifend das Talentmanagement vorantreibt.

### Aktivitäten 2019

#### Aus- und Weiterbildungen

Laufende Schulungen innerhalb einer Fachdisziplin sowie Pflichtschulungen, zum Beispiel zur Arbeitssicherheit oder Hygiene im Lebensmittelumfeld, sind für uns selbstverständlich. Die Planung und Umsetzung solcher Trainings werden – auch aufgrund der Diversität unserer Kompetenzzentren – auf Stufe der einzelnen Kompetenzzentren verantwortet. Neben den firmeninternen Kursen können Mitarbeitende auch von externen Fortbildungen profitieren. Dazu gehören beispielsweise Berufsprüfungen auf Stufe Fachausweis, Führungskurse, IT-Anwendungen oder Sprachkurse. Die Unterstützung erfolgt finanziell (Übernahme der Kosten) und/oder zeitlich (Gewährung von freien Tagen).

Produktionsseitig lagen die Schulungsschwerpunkte 2019 auf den Themen Arbeitssicherheit, Hygiene und wertorientiertem Anlagenunterhalt. Letzterer hat auch Auswirkungen auf unsere ökologische Leistung und wird in den Kapiteln zur Umweltverantwortung weiter ausgeführt. Auch wurden viele Sprachkurse an unterschiedlichen Standorten angeboten und belegt.

**Campus bei Pastinella – Bildungsoffensive Produktion**

2018 startete Pastinella eine Weiterbildungsreihe zur Umsetzung der Initiative «Zweite Führungsebene». Das Ziel des über vier Jahre laufenden Projekts ist es, in der Produktion eine Personalführungsstruktur zu entwickeln, welche auch unterhalb von Kaderstufen eine vorbildhafte und auf die organisatorischen Bedürfnisse fokussierte Kooperation fördert. Dank der klaren Definition und Zuteilung von Verantwortlichkeiten sowie der Weiterentwicklung einer respektvollen Verständigung soll eine vertrauensvolle Leistungs- und Führungskultur über alle Produktionsschichten gepflegt werden. Folgende Schritte wurden und werden zur Projektdurchführung umgesetzt:



Im Frühjahr 2019 wurden nach rund einjähriger Projektarbeit neue Strukturen und (Führungs-) Verantwortlichkeiten in der Produktion erfolgreich etabliert. Pastinella verfügt heute über ein Drei-Stufen-Modell, wobei jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter klar ist, welche Anforderungen die nächsthöhere Stufe stellt. Bis Mitte 2021 soll die Qualifizierung der Produktionsmitarbeitenden aller Stufen realisiert werden. Verankert in den Grundwerten von ORIOR ist es das Ziel von Pastinella, dass sich die Mitarbeitenden aller Stufen mit den strategischen und wirtschaftlichen Zielen des Unternehmens identifizieren, sich als wichtigen Teil für den unternehmerischen Erfolg sehen, stufengerecht konkrete Wirkungskraft festlegen und ihren jeweiligen Handlungs- und Verhaltensspielraum entsprechend nutzen: «Die Mitarbeitenden – die Unternehmer». Pastinella plant in diesem Zusammenhang diverse interne Schulungsmodule.

Auf Gruppenstufe besteht zudem mit dem ORIOR Campus ein übergreifendes Schulungsprogramm. Wir haben es 2015 ins Leben gerufen, um die Fortbildung gruppenweit zu fördern und zu vereinheitlichen. In regelmäßigen Abständen legen wir im ORIOR Campus Weiterbildungsschwerpunkte fest, die dann von ausgewiesenen Fachexpertinnen und -experten vermittelt werden. Momentan ist das Schulungsangebot im ORIOR Campus noch relativ bescheiden, wir wollen es aber kontinuierlich ausbauen.

2019 war das Thema Sales Performance ein wichtiger Weiterbildungsschwerpunkt. Durch Schulungen in den einzelnen Kompetenzzentren sowie übergreifende Workshops wurde eine Kultur- und Prozessveränderung angestoßen, die einen grösseren Fokus auf Verkaufssteuerung, Kunden und Verhandlungen für bessere Kooperationslösungen legt.

Ein weiterer Trainings-Schwerpunkt stellte das Thema Führung dar. So konnte beispielsweise Le Patron ihre Linienvorgesetzten, Teamleiter und Abteilungsleiter in einer Führungsschulung weiterbilden. Auch Pastinella setzte hier mit der Einführung eines neuen Führungsmodells einen Schwerpunkt (siehe Beschreibung oben).

Im Herbst 2019 lancierte die Champion-Gruppe «HR» eine neue Richtlinie für Aus- und Weiterbildung, die für alle Schweizer Kompetenzzentren und Standorte gültig ist. Diese Richtlinie soll gruppenweit die Beteiligung

seitens Arbeitgeber harmonisiert regeln und so auch eine Gleichbehandlung in der individuellen Fortbildung ermöglichen, insbesondere bei den Beteiligungshöhen und dazugehörigen Vereinbarungen.

**Berufsbildung**

ORIOR bietet auch Ausbildungsplätze für unterschiedliche Berufslehren an, zum Beispiel für Fleischfachmann/-frau, Polymechaniker/in, Laborant/in, Logistiker/in, Anlagenführer/in sowie kaufmännische Lehren. Mit der Ausbildung eigener Nachwuchskräfte investieren wir nicht nur in die Zukunft, sondern nehmen auch eine gesellschaftliche Aufgabe wahr. Die Lernenden profitieren bei uns von auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Angeboten. So hat beispielsweise Rapelli neben der Produktion einen separaten Ausbildungsraum eingerichtet, in dem die Lernenden unter Anleitung des Meisters die traditionellen Fertigungsverfahren erlernen und selbstständig Produkte herstellen. 2019 waren bei unseren Schweizer Kompetenzzentren 11 Lernende beschäftigt. Wir sehen Potenzial, in Zukunft noch mehr Lernende, Praktikantinnen und Praktikanten anzustellen und bemühen uns, die ORIOR Gruppe als Lernbetrieb noch attraktiver zu machen.

**Leistungsfeedback**

Alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter führen mindestens einmal im Jahr ein Gespräch mit ihrer/ihrer Vorgesetzten, um die Leistungen und die Erwartungen für die Zukunft zu besprechen. Auch andere für die



Lernende bei der Rapelli in ihrem Ausbildungsraum.

Mitarbeitenden oder Vorgesetzten wichtige Themen können bei dieser Gelegenheit diskutiert werden. Ein sauber geführtes und protokolliertes Leistungsfeedback ist wichtig, denn es ermöglicht neben klar formulierten Erwartungen und Verbesserungsvorschlägen für die Mitarbeitenden auch Entwicklungspotenziale innerhalb des Unternehmens.

Leistungsfeedback noch stärker und konsequenter mit der Bedarfsklärung für Aus- und Weiterbildung kombinieren. Denn damit existiert das geeignete Instrument, anhand dessen sich beide Seiten – Vorgesetzte und Mitarbeitende – proaktiv mit dem vorhandenen Bedarf auseinandersetzen können.

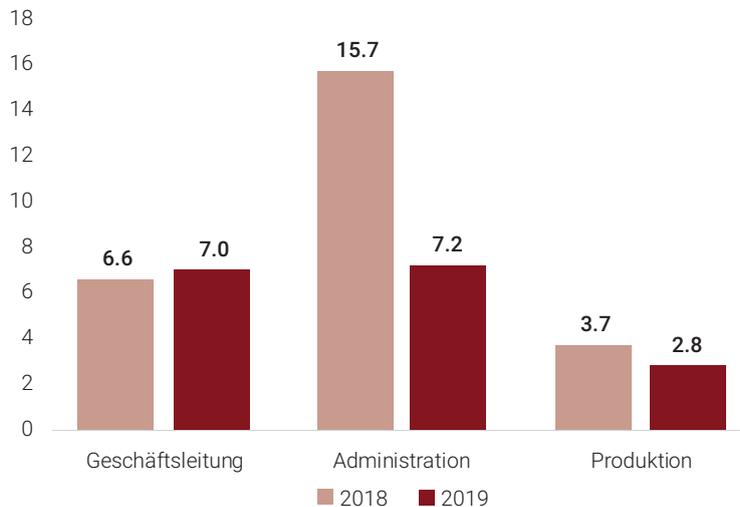
Während gewisse Kompetenzzentren diese Jahresgespräche bereits anhand professionalisierter Dokumente führen, arbeiten andere noch mit älteren Instrumenten. Daher arbeiten wir seit 2019 an der Harmonisierung und Standardisierung aller Vorlagen und Kommunikationshilfen. Bei Biotta wurde 2019 zum Beispiel ein neues Format für die Mitarbeitenden-Gespräche eingeführt, das stärker auf individuellen Zielvereinbarungen und beidseitigem Feedback aufbaut. Zudem soll im Rahmen der Digitalisierung (siehe Ausblick 2020, S. 51) auch der Prozess der Festsetzung von Zielen und der erwarteten Performance digital begleitet werden. In Zukunft möchten wir das

**Talentmanagement**

Talente zu erkennen und diese zielgerichtet zu fördern, sind wichtige Erfolgsfaktoren. Damit wir Schlüsselpersonen, die bereits Teil der ORIOR Gruppe sind, auch langfristig halten können, wollen wir bis 2025 ein gruppenübergreifendes Talentmanagement einführen, welches Führungsfunktionen sowie auch Fachspezialistenfunktionen umfasst. Das Talentmanagement soll helfen, Mitarbeitende mit Potenzial und Motivation zu identifizieren und gezielt voranzubringen. 2019 haben alle Kompetenzzentren die kritischen Stellen für die Nachfolgeplanung identifiziert und so eine Talentübersicht erstellt. Nächste Schritte und die gruppenweite Koordination werden 2020 vorangetrieben.

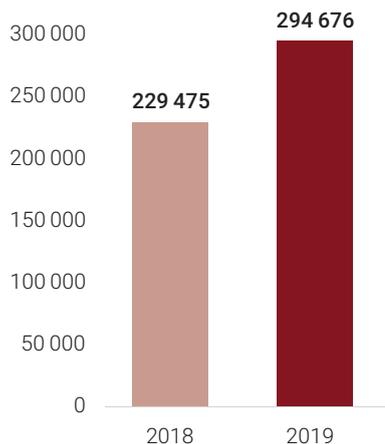
GRI 103-3  
GRI 404-1

**Durchschnittliche Aus- und Weiterbildungsstunden<sup>1</sup> (Stunden/Mitarbeitende/Jahr)**



<sup>1</sup> Die Aufschlüsselung nach Geschlecht findet sich im GRI Index.

**Ausgaben für Aus- und Weiterbildung (CHF)**



**Evaluation und Ausblick**

**Durchschnittliche Aus- und Weiterbildungsstunden**

2019 konnten wir diverse Aus- und Weiterbildungen intern durchführen oder die externe Teilnahme unterstützen. Während im Vergleich zum Jahr 2018 die internen Schulungsstunden sanken, hat ORIOR mehr finanzielle Ressourcen für externe Weiterbildungen zur Verfügung gestellt. Wir sind erfreut und stolz, dass wir das Budget für Aus- und Weiterbildungen im Jahr 2019 erhöhen und somit viele Mitarbeitende unterstützen konnten. Die Möglichkeit, an externen Weiterbildungen teilzunehmen, wurde vielfach genutzt, und wir wollen diese Tendenz auch in den kommenden Jahren weiter begünstigen.

Dass die Schulungsstunden 2019 dennoch rückläufig waren, liegt zum Beispiel daran, dass bei Mitarbeitenden der Administration gleich mehrere Ausbildungen mit Fachausweis 2018 abgeschlossen wurden. Bei den Produktionsmitarbeitenden führte eine Veränderung der Datenbasis zum Rückgang, da 2019 internes Job-Coaching nicht mehr mitgezählt wurde. Insgesamt möchten wir die Aus- und Weiterbildung weiter fördern und unsere Investitionen in diesem Bereich auf hohem Niveau halten.

**Wirkungsbeurteilung von Aus- und Weiterbildung**

Ausschlaggebend für uns ist nicht nur, wie viel Aus- und Weiterbildung wir anbieten und unterstützen, sondern auch, welche Wirkung diese erzielt. Wir möchten in Zukunft klarere Aussagen darüber machen können, welche Kompetenzen die Mitarbeitenden erlangt haben, wie sie diese im Unternehmen einbringen und wie zufrieden sie mit den Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sind. Daher wollen wir bis 2025 eine gruppenweite Erfolgs- und Wirkungsbeurteilung der Aus- und Weiterbildung einführen. Die Arbeiten an diesem Projekt haben noch nicht begonnen.

**Ausblick 2020**

Der Fokus des HR-Bereichs für das Jahr 2020 liegt auf drei Themen: Digitalisierung, Prozesseffizienz sowie Arbeitssicherheit und Gesundheit (siehe nächstes Handlungsfeld, S. 52). Die ersten beiden Themen werden dazu beitragen, dass wir unsere Ressourcen effizienter einsetzen und eine Grundlage für das Vorantreiben des ORIOR Campus, des Talentmanagements und der Wirkungsbeurteilung von Aus- und Weiterbildung schaffen können. Im Bereich der Schulung und Entwicklung wird das Thema Sales Performance weiterhin ein wichtiger Schwerpunkt sein.

Ein wichtiger Meilenstein wird Anfangs 2020 mit der Einführung von SAP SuccessFactors gelegt. Das System kann modular Schritt für Schritt ausgebaut werden und es wird uns in der effektiveren Personalentwicklung und Personalbetreuung nachhaltig unterstützen. So ist geplant, die Module Succession and Development, Learning, Compensation sowie Goals and Performance über die nächsten drei Jahre einzuführen.

Zudem wird im Herbst 2020 die Strategie 2025 finalisiert, welche auch einen Relaunch des strategischen Eckpfeilers «Wir sind ORIOR» vorsieht. Teil davon ist unsere Grundphilosophie bezüglich dem, was uns als ORIOR Mitarbeitende verbindet und voranbringt.



Mitarbeitende von Fredag, Pastinella und Le Patron an einem Concept Writing Workshop.

## Arbeitssicherheit und Gesundheit



### Ambition 2025

Bis zum Jahr 2025 wollen wir ein übergreifendes Managementsystem für Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutz in der gesamten ORIOR Gruppe implementieren.

### Status

Auf gutem Weg

### SDG-Beitrag



### Bedeutung für ORIOR und unser Ansatz

GRI 103-1

Die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden geniessen bei ORIOR höchste Priorität. Im Einklang mit SDG 8 wollen wir die Arbeitsrechte schützen und eine sichere Arbeitsumgebung für unsere Mitarbeitenden gewährleisten, und in Übereinstimmung mit SDG 3 setzen wir uns für das Wohlergehen und die Gesundheit unserer Belegschaft ein. Denn sie steht in direkter Korrelation mit der Zufriedenheit, der Motivation und der Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeitenden. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, über die gesamte ORIOR Gruppe ein modernes Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (OSH<sup>1</sup>-Managementsystem) zu implementieren, um bestehende Lösungen zu harmonisieren. Auf diesem Weg möchten wir auch die Sicherheits- und Vorbeugungskultur stärken.

Gewisse Prozesse und Anlagen, aber auch alltägliche Aktivitäten, wie das Treppengehen oder das Tragen von Gegenständen, können Unfallgefahren in sich bergen. Entsprechend wichtig sind die vielfältigen Massnahmen zur Gewährleistung der Arbeitssicherheit und Gesundheit der Mitarbeitenden. Die Einhaltung der entsprechenden Gesetze und Richtlinien, zum Beispiel der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit (EKAS), verfolgen wir konsequent.

GRI 103-2

Innerhalb der ORIOR Unternehmen liegt die Endverantwortung für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz bei den jeweiligen CEOs. Ihnen sind in jedem Kompetenzzentrum ein/e Sicherheitsbeauftragte/r (SO, Safety Officer) unterstellt. Diese SOs leiten ein OSH-Team, das sich aus Vertretern aus dem Betrieb und der Administration zusammensetzt. Das Gremium tagt mindestens quartalsweise und ist für sämtliche Massnahmen zur Umsetzung des ORIOR OSH-Leitbildes und der Sicherheitsrichtlinien verantwortlich. Nebst dem OSH-Team und den Safety Officer wird zudem eine Chemikalien-Ansprechperson definiert. Ergänzende Gesundheitsthemen werden meist von den Personal-

verantwortlichen gesteuert, die solche Themen im Dialog mit der hierfür installierten Champion-Gruppe «HR» koordiniert. Auf Gruppenebene unterstützt, berät und koordiniert ein kompetenzzentrenübergreifender Group Safety Officer alle Themen rund um die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz.

Das Vermeiden von Unfällen und die Erhaltung der Gesundheit sind auch abhängig von der persönlichen Verfassung, der richtigen Arbeitsweise und der Aufmerksamkeit der einzelnen Mitarbeitenden. Gemeinsam mit unseren hervorragenden Mitarbeitenden schaffen wir eine Umgebung, in der jede und jeder alles daran setzt, Unfälle zu vermeiden, auf die eigene Gesundheit und die der anderen zu achten und die bestehenden Vorsorgeregeln einzuhalten. So ergänzen sich die Rahmenbedingungen, die wir als Unternehmen hierzu schaffen, mit der Eigenverantwortung aller Mitarbeitenden, damit langfristig positive Resultate erreicht werden können.

### Aktivitäten 2019

#### Weiterentwicklung des OSH-Managementsystems

Sämtliche Kompetenzzentren von ORIOR haben bereits heute ein implementiertes Arbeitssicherheitskonzept, welches mindestens die gesetzlichen Vorgaben erfüllt und grösstenteils auch Elemente aus dem Gesundheitsmanagement aufnimmt. Damit sind 100% der in der Schweiz angestellten Mitarbeitenden – wie gesetzlich vorgeschrieben – von einem Arbeitssicherheitssystem gedeckt. Doch zwischen den Kompetenzzentren wurden bis kürzlich noch sehr unterschiedliche Ansätze gewählt und es bestand keine ORIOR übergreifende Kultur für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

Daher hat sich ORIOR 2018 zum Ziel gesetzt, ihr Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz zu harmonisieren und gleichzeitig grundlegend weiterzuentwickeln, womit sie einen Kulturwandel angestossen hat.

GRI 403-1  
GRI 403-8

<sup>1</sup> Occupational Safety and Health

Bis 2021 wollen wir hierzu die Modelllösung<sup>2</sup> des Swiss Safety Center in allen Schweizer Kompetenzzentren umsetzen. Das Konzept beinhaltet die Erfüllung der rechtlichen Vorgaben gemäss EKAS-Richtlinien<sup>3</sup> inklusive Gesundheitsförderung und umfasst 10 Komponenten:

**Komponenten der Modelllösung für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**



Sind die 10 Elemente der Modelllösung in einem Betrieb einmal eingeführt, ist dieser bereit, in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess Gefahren zu ermitteln und zu beheben. Dieser Prozess sieht vor, dass Gefährdungsbeurteilungen betriebsintern durch die einzelnen Abteilungen, durch das OSH-Team sowie extern durch das Swiss Safety Center durchgeführt werden. Ergänzt werden sie von sporadischen Überprüfungen durch das Arbeitsinspektorat. Zudem müssen bei jedem Berufsunfall und jeder Berufskrankheit mit Ausfallzeit oder Arztbesuch die Ursache abgeklärt und nötige Sofort- und Präventionsmassnahmen eingeleitet werden. Aus diesen Gefährdungsbeurteilungen werden Massnahmen abgeleitet, deren Umsetzung vom OSH-Team überwacht, und deren Wirksamkeit anhand ausgewählter Kennzahlen analysiert und besprochen werden.

Einhaltung der ORIOR Sicherheitsziele werden ab 2020 jährlich geprüft (Punkt 10) und mit neuen Verbesserungsmaßnahmen versehen.

**Sicherheitssteigernde Massnahmen**

Erste auf die erhobene Situation zugeschnittene Massnahmen konnten 2019 schon umgesetzt werden. So wurde ein neues Unfallprotokoll erstellt und in allen Kompetenzzentren eingeführt. Das neue Formular beinhaltet nebst dem Unfallrapport eine Ursachenanalyse, eine One-Point-Lesson und einen Schulungsnachweis. Gewisse Unternehmen haben auch die Kadenz ihrer Sicherheitsmeetings erhöht und monatliche Betriebsrundgänge (interne Prüfungen) zum Thema Arbeitssicherheit eingeführt.

Auch infrastruktureseitig konnten im Berichtsjahr unterschiedliche Verbesserungen umgesetzt werden, zum Beispiel in den Bereichen Maschinensicherheit, Brandschutzanlagen, Notausgangsbeleuchtungen und Sanitätsräume. Zudem wird das Taktboard neu in allen Betrieben für zeitnahe Kommunikation von OSH-Kennzahlen und -Nachrichten an alle Mitarbeitenden benutzt – zum Beispiel mit einem «Unfall-Thermometer».

**Schulung der Mitarbeitenden**

Zur Sicherstellung, dass alle Mitarbeitenden bestens über die vor Ort geltenden Vorgaben zur Arbeitssicherheit informiert und geschult sind, werden jährlich mehrere stufengerechte Schulungen durchgeführt. Die Safety Officers erstellen hierfür in Zusammenarbeit mit den Linienvorgesetzten jährlich einen Ausbildungsplan. Dabei werden die Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzziele berücksichtigt. Für neu eintretende Mitarbeitende und Auszubildende besteht zudem ein Einführungs- und Schulungsprogramm,

GRI 403-2

Im Berichtsjahr 2019 sind wir mit dem Aufbau des neuen Systems einen grossen Schritt vorwärtsgekommen. Wir haben uns vorgenommen, das Sicherheitsleitbild (Punkt 1) bis 2020 zu entwickeln und einzuführen. Dieses wurde 2019 erarbeitet und im Januar 2020 durch das Management freigegeben. Mit dem Leitbild wurde gemeinsam mit dem Swiss Safety Center ein OSH-Handbuch für alle Schweizer ORIOR Kompetenzzentren entwickelt, welches die Grundlagen des OSH-Managementsystems beschreibt. Alle Kompetenzzentren haben 2019 eine durch das Swiss Safety Center begleitete Gefährdungsanalyse (Punkt 5) durchgeführt und daraus für jeden Standort einen ersten Massnahmenplan (Punkt 6) erarbeitet, anhand dessen Verbesserungen umgesetzt werden müssen. Mit diesem Schritt ist die erste wichtige Grundlage an allen Standorten gelegt, damit das Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz strukturiert und kontinuierlich vorangetrieben werden kann. Die aktuelle Gefahrensituation und die

<sup>2</sup> Für mehr Informationen zur Modelllösung, siehe: <https://www.safetycenter.ch/de/expertise-services/arbeitssicherheit-gesundheitsschutz/modellloesung/>

<sup>3</sup> EKAS Richtlinie Nr. 6508 (ASA-Richtlinie): <https://www.ekas.admin.ch/index-de.php?frameset=28>

GRI 403-5

welches das Verhalten im Notfall, die Inhalte des OSH-Handbuchs sowie arbeitsplatzspezifische Sicherheitseinführungen umfasst. Weiter werden schutzbedürftige Gruppen (Schwangere, Personen mit Handicap, etc.) auf die spezifischen Gefahren hingewiesen und entsprechend geschult. Auch psychosoziale Themen wie Umgang mit Druck oder Stress sowie das frühzeitige Erkennen von Herausforderungen sind fester Bestandteil in unseren Führungsschulungen.

Le Patron hat als Vorreiterin einen neuen Schulungsplan ins Leben gerufen, in welchem alle zwei Monate ein OSH-Schulungsschwerpunkt festgelegt wird, der via Abteilungsleiter/innen an die Mitarbeitenden vermittelt wird. Die Schulungsunterlagen zu den sechs Trainings, die Le Patron 2019 durchführte, hat sie auch anderen Kompetenzzentren zur Verfügung gestellt. In Zukunft ist geplant, dass alle Safety Officers pro Jahr eine Schulung entwickeln und diese kompetenzzentrenübergreifend teilen, damit die Effizienz gesteigert und die Harmonisierung gefördert wird.

Wir haben festgestellt, dass Schulungen zwar eine gute Grundlage bilden, dass es aber zentral ist, das Gelernte so rasch als möglich in den Produktionsalltag zu integrieren. Daher sind die Safety Officers, OSH-Teams und Abteilungsleiter angehalten, während der Arbeit und an Produktionsmeetings darauf hinzuweisen und ihre Kolleginnen und Kollegen zu unterstützen. Beinahe-Unfälle werden zeitnah besprochen und in One-Point-Lessons verarbeitet. Sehr wichtig ist es auch, essenzielle Informationen immer wieder zu repetieren und über unterschiedliche Kanäle an die Betroffenen heranzutragen. Nur so kann sich über die Zeit ein Kulturwandel etablieren, der das effektivste Mittel für erhöhte Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz ist. Für die Kommunikation nutzen wir neben den Anschlagbrettern in den einzelnen Abteilungen vermehrt auch unsere Mitarbeitenden-App ORIORinside für die Sensibilisierung zu Sicherheits- und Gesundheitsthemen.

**Schulungsschwerpunkte Arbeitssicherheit 2019 am Beispiel Le Patron**



**Mitwirkung der Mitarbeitenden**

GRI 403-4

Nicht selten sind es Kleinigkeiten, die im Arbeitsalltag zum Sicherheitsrisiko werden können. Daher ist es entscheidend, dass die Mitarbeitenden ihre Erfahrungen und Bedenken einbringen können. Dazu sind sie eingeladen und angehalten. Wir möchten ein Arbeitsklima schaffen, in dem wir einen offenen Austausch zu OSH-Themen pflegen, Fehler eingestehen dürfen und Bedenken frei einbringen können.

Unser OSH-Handbuch verfügt über ein dediziertes Kapitel zum Mitwirkungsgrundsatz. Es erläutert den Anspruch auf frühzeitige und umfassende Information und Anhörung sowie das Recht, Vorschläge zu unterbreiten, bevor der Arbeitgeber einen Entscheid trifft. In bestimmten Situationen ist der aktive Einbezug der Mitarbeitenden explizit vorgesehen, so zum Beispiel bei der Gefahrenermittlung, der Massnahmenplanung und -umsetzung sowie bei externen Kontrollen.

Wöchentliche, in gewissen Kompetenzzentren auch tägliche Meetings schaffen Raum für solche Inputs. Zudem können und müssen die Mitarbeitenden ihre

Bedenken den Vorgesetzten melden. Bei Rapelli besteht zusätzlich eine Personalkommission, die sich mindestens einmal im Jahr trifft und im Anschluss an ihre Diskussionen Anregungen im Namen der gesamten Belegschaft an das Management heranträgt.

Alle drei Jahre lancieren wir eine Mitarbeiterzufriedenheitsstudie. Die letzte fand im Sommer 2019 statt, die von Helsana an fünf ORIOR Standorten durchgeführt wurde. Ihr Kernstück war eine anonyme Umfrage mit rund 60 Fragen zu den sechs Themen (1) Arbeitsressourcen, (2) Arbeitsbelastung, (3) Gesunde Führung, (4) Unternehmenskultur (5) Gesundheit und (6) Performance. Das erfreuliche Ergebnis zeigte, dass wir in allen ausser einem Thema (Arbeitsressourcen) gleich gut oder besser als die Schweizer Benchmark abschnitten. Es wurden aber auch Anliegen wie hoher Zeitdruck, Stress und häufige Unterbrechungen gemeldet, bei denen sich die Mitarbeitenden Verbesserungen wünschen. An Lösungen hierzu wird die Champion-Gruppe «HR» ab 2020 arbeiten.



Mitarbeitende von Le Patron während eines Sicherheitstrainings.

**Gesundheitsschutz**

GRI 403-6

Gesundheitsschutz ist integraler Bestandteil der Modelllösung und somit unseres neuen OSH-Managementsystems. Der Einbezug von ergonomischen, arbeitshygienischen und arbeitspsychologischen Grundsätzen und Regeln ist Voraussetzung für eine optimale Gestaltung der Arbeit. Diese Themen sind in die Gefährdungsanalyse der Modelllösung zu integrieren und fallen somit unter unseren kontinuierlichen OSH-Verbesserungsprozess.

Beim Aufbau und bei der Harmonisierung dieses Bereichs über die gesamte Gruppe wurden erste Schritte 2019 durchgeführt. So fanden in einigen Kompetenzzentren im Anschluss an die vorgängig erwähnte Zufriedenheitsumfrage Workshops mit einem Coach von Helsana statt. Leider war die Teilnahmequote recht tief und bei einer nächsten Wiederholung werden wir uns zum Format und zur Kommunikation Verbesserungen überlegen müssen.

**Unabhängige Sozialberatung**

GRI 403-4

Wir wollen motivierte Mitarbeitende, die gesund sind, Freude an ihrer Arbeit haben und engagiert anpacken. Werden wir bei der Arbeit oder im Privatleben mit Herausforderungen konfrontiert, kann eine externe Unterstützung hilfreich sein – sei es, um Unklarheiten zu besprechen, Belastendes mit jemandem zu reflektieren oder mit einer schwierigen Nachricht klarzukommen.

Deswegen haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis 2020 allen unseren Mitarbeitenden und ihren engsten Familien-

angehörigen den Zugang zur unabhängigen Sozialberatungsstelle ICAS (Independent Counselling & Advisory Services) zu ermöglichen. Seit Mitte 2019 sind in der Schweiz alle Kompetenzzentren ausser Biotta durch die EAP-Leistung (Employee Assistance Program) von ICAS abgedeckt. Die Einbindung von Biotta erfolgt bis Ende 2020.

Die Dienstleistung umfasst sowohl Beratungen am Telefon als auch persönliche Beratungssitzungen. Der Zugang ist unbeschränkt, vertraulich, auf Wunsch anonym und für die Mitarbeitenden unentgeltlich. Sowohl persönliche Themen in Bezug auf Arbeit oder Privatleben als auch lebenspraktische und rechtliche Fragestellungen können rund um die Uhr mit professionellen Beratenden besprochen werden. Darüber hinaus steht ICAS für alle Führungskräfte als Sparingpartner zur Verfügung, um beispielsweise komplizierte Führungssituationen, Konflikte, Mobbing oder Krisensituationen und deren bestmögliche Handhabung zu diskutieren.

ICAS erstellt über den für uns erbrachten Beratungsaufwand mindestens halbjährlich einen Bericht mit anonymen Angaben zur Anzahl der Kontaktaufnahmen, zur Art der Beratung und zu den Themenbereichen. Die Besprechung dieses Berichts und die Einleitung von Massnahmen werden durch die Champion-Gruppe «HR» vorangetrieben. Die jährliche Nutzungsrate lag mit 4.1% im Jahr 2019 bedeutend unter dem schweizweiten Durchschnitt von 8.0%.

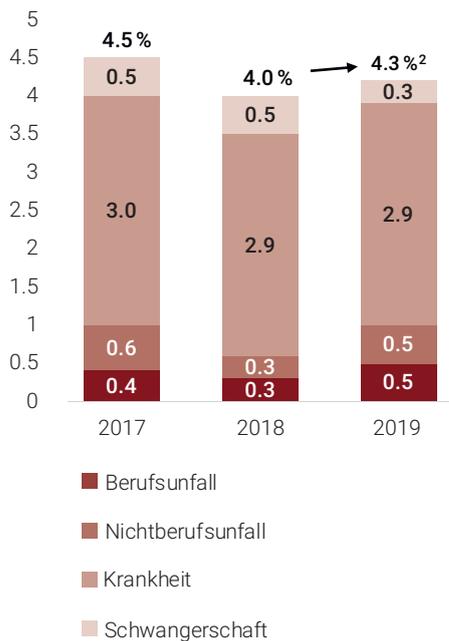
## Evaluation und Ausblick

### Absenzrate

GRI 103-3

Es ist aus sozialer und wirtschaftlicher Sicht wichtig, dass die Rate der Mitarbeitenden, die aufgrund von Unfall oder Krankheit ausfallen, möglichst tief ist. Unsere dargestellten Massnahmen sollen dazu beitragen, unsere Absenzrate (pro Soll-Stunden) positiv zu beeinflussen. Diese zeigt sich für die Jahre 2017 bis 2019 wie nachfolgend dargestellt.

**Absenzrate nach Art der Abwesenheit<sup>1</sup>**  
(% der Soll-Stunden)



Bedauerlicherweise ist unsere übergreifende Absenzrate von 2018 auf 2019 wieder leicht auf 4.3% angestiegen. Bei den Betriebs- und Nichtbetriebsunfällen gab es einen Anstieg von je 0.2%-Punkten. Während wir als Arbeitgeberin die Nichtbetriebsunfälle schwer beeinflussen können, werden wir die Ursache des leichten Anstiegs bei den Berufsunfällen noch genauer analysieren, um daraus gezielte Massnahmen zur Senkung der Rate abzuleiten. Wir planen auch, die Harmonisierung der OSH-Managementsysteme dafür zu nutzen, um Gefahren frühzeitig zu erkennen, zu erheben und Arbeitsunfälle und Beinahe-Unfälle in allen Kompetenzzentren weiter zu reduzieren. Der Kulturwandel, der für eine allgegenwärtige Etablierung des Themas Arbeitssicherheit benötigt wird, braucht viel Zeit und Anstrengung auf allen Ebenen.

### Ausblick 2020

2020 und 2021 werden wir unser neues OSH-System in den Schweizer Kompetenzzentren weiter ausrollen und die noch fehlenden Elemente aufbauen. Dies geschieht anhand dreier Schwerpunkte: Stärkung der Führungsverantwortung, Unterstützung des Kulturwandels durch Schulungen und Sensibilisierungsmassnahmen sowie Etablierung des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses. Wenn dies gut funktioniert, folgt dann ab 2021 der Rollout über die gesamte Gruppe.

An dieser Stelle möchten wir uns auch zur Corona-Krise äussern, welche uns 2020 vor grosse Herausforderungen stellt – persönlich und als Unternehmen. Zum Zeitpunkt der Verfassung dieses Berichts ist die Pandemie in vollem Gange, und wir haben unsere Management- und Produktionsprozesse stark anpassen müssen. Von uns allen fordert die Situation grosse Flexibilität, und wir tragen durch tägliche Pandemiestabsbesprechungen, enge Verfolgung der Vulnerabilitäts-, Krankheits- und Abwesenheitsraten, die Umstellung der Produktionsmuster oder die Anpassung unserer Arbeitsumstände zu einem handhabbaren Umgang mit den Herausforderungen bei. Als Lebensmittelunternehmen haben wir während der ganzen Krise weiter produziert, um die Schweiz mit Nahrungsmitteln zu versorgen. Dazu arbeiten vor allem unsere Produktionsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter aufgrund der nötigen Schutzmassnahmen unter Umständen, die ganz und gar nicht alltäglich sind, sei es durch regelmässiges Fiebermessen, das Tragen von Schutzmasken oder Schutzschildern, das Abstandhalten in der Produktion und in den Pausenräumen, die teilweise angepassten Prozesse oder die Herausforderungen beim Pendeln – zum Beispiel von Norditalien ins Tessin. Den Mitarbeitenden gebührt für diesen Einsatz ein grosser Dank.

Die Pandemie setzt auch unser betriebliches Gesundheitsmanagement vor neue Dimensionen der Anforderungen. Dank frühzeitigem Arbeiten in Szenarien, dank einem sehr engen Austausch zwischen den Kompetenzzentren und dem Hauptsitz in Zürich, dank der guten Zusammenarbeit mit Partnern und Behörden und dank dem vorbildlichen Einsatz unserer Mitarbeitenden gelang es uns bis jetzt, diese Krise gut zu meistern. Über die weiteren Details der Handhabung dieser Krise und ihrer Auswirkungen in Bezug auf Arbeitssicherheit und Gesundheit werden wir im Nachhaltigkeitsbericht 2020 berichten.

<sup>1</sup> Schweizer Kompetenzzentren ohne Biotta.

<sup>2</sup> Rundungsdifferenzen sind darauf zurückzuführen, dass die Berechnungen mit einer grösseren Zahlengenauigkeit erfolgen.

## Wirtschaftliche Auswirkungen



### Ambition 2025

Wir setzen auf stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder. Wir bekennen uns zu unseren Produktionsstandorten und stärken diese, um bestehende Arbeitsplätze zu sichern und neue zu schaffen.

### Status

Auf gutem Weg

### SDG-Beitrag



### Bedeutung für ORIOR und unser Ansatz

GRI 103-1

Die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit ist essenziell für die langfristige und nachhaltige Existenz eines Unternehmens. Unser übergeordnetes Ziel ist es, für alle unsere Stakeholder eine stetige Wertsteigerung zu generieren. Darüber hinaus investieren wir in unsere Produktionsstätten, bekennen uns damit zu den Standorten, sichern bestehende und schaffen neue Arbeitsplätze. In diesem Kapitel legen wir dar, welche Bedeutung unsere Geschäftstätigkeit im breiteren wirtschaftlichen Kontext hat und wie wir für unsere wichtigsten Anspruchsgruppen Wert generieren.

GRI 103-2

Unser Nachhaltigkeitsansatz folgt der Philosophie der «Triple-Bottom-Line», entlang derer wirtschaftliche, ökologische und soziale Nutzenmaximierungen miteinander verbunden werden. Nur auf der Basis von gesunden wirtschaftlichen und finanziellen Grundlagen sind wir auch langfristig in der Lage, für alle unsere Stakeholder einen Mehrwert zu realisieren und unsere Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt zu optimieren. Diese Haltung kommt auch im SDG-Rahmenwerk zum Ausdruck. Besonders wird sie im SDG 8 dargelegt, welches ein dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Beschäftigung und menschenwürdige Arbeit zum Ziel hat. Zudem ist in diesem Kontext auch das SDG 16 von Bedeutung, denn es setzt voraus, dass die wirtschaftliche Tätigkeit auf der Basis von guter (Corporate) Governance und ohne Korruption und Bestechung erfolgt.

Verantwortlich für das Erreichen der stetigen Wertsteigerung sind in letzter Instanz der Group CEO und die Konzernleitung, in deren Hände der Verwaltungsrat die operative Führung der Geschäfte legt. Zur breiteren Abstützung und lückenlosen Kaskadierung bestehen eine Erweiterte Konzernleitung aus Vertretern und Spezialisten unterschiedlicher Bereiche sowie geografisch oder thematisch organisierte Management-Gremien für übergreifende Führungsaufgaben. Die CEOs der Kompetenzzentren erstellen mit ihren Geschäftsleitungen ein individuelles Strategiepapier, das sich von der Gruppenstrategie ableitet und eng mit den Gruppeninitiativen verknüpft ist. Für dessen erfolgreiche Umsetzung tragen sie auch die Verantwortung. Die Konzernleitung, die Erweiterte Konzernleitung, die Mitglieder des Managements sowie alle Schlüsselmitarbeitenden erhalten neben einer fixen Vergütung eine variable Vergütung, die auf dem Zielerreichungsgrad basiert.

Detailliertere Informationen zu wirtschaftlichen, finanziellen und Governance-Themen sind unserem Geschäftsbericht zu entnehmen. Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht fassen wir zusammen, wie wir 2019 zum Ziel der Wertsteigerung für alle Stakeholder und zum Bekenntnis gegenüber unseren Produktionsstandorten beigetragen haben.

## Status 2019

Die folgende Übersicht zeigt auf, welche strategischen Ansätze ORIOR für diese Zielerreichung pro Anspruchsgruppe verfolgt und was sie 2019 erreicht und umgesetzt hat.

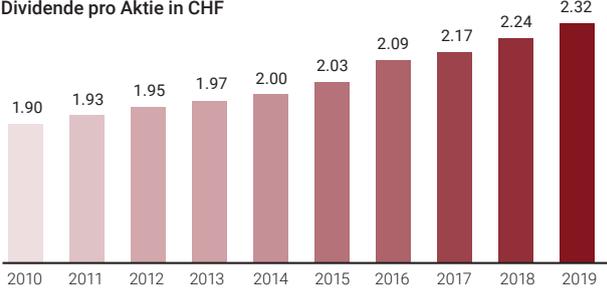
### Wertschöpfung

ORIOR	Details und Status 2019
 <p><b>Gesunde ORIOR, nachhaltiges Wachstum</b> Die Strategie ORIOR 2020 (siehe S. 5) bildet mit den fünf strategischen Eckpfeilern die Grundlage, damit wir die Erfolgsgeschichte von ORIOR nachhaltig und rentabel weiterschreiben können. Die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit ist essenziell für die nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens. Vor diesem Hintergrund legten wir ein Umsatzwachstumsziel von 1–2% fest. Dabei wird in unserem Verständnis das nachhaltige Wirtschaften der reinen Umsatzsteigerung immer vorgezogen.</p>	<p>Wichtige Elemente unseres nachhaltigen Wachstums sind die Stärkung der Kompetenzzentren und die breite Aufstellung der Gruppe. Mit den Übernahmen von Culinor in Belgien im Jahr 2016 und Biotta im Jahr 2018 sowie mit der schrittweisen Übernahme von Casualfood in Deutschland in den Jahren 2018 bis 2022 hat sich ORIOR strategisch wegweisend für die Zukunft aufgestellt: Die damit erlangte Diversifikation in den Kategorien, in den Kanälen, bei den Kunden und auch geografisch schafft für ORIOR neue, einzigartige Möglichkeiten und steigert die Widerstandsfähigkeit.</p> <p>Im Geschäftsjahr 2019 erzielte die ORIOR Gruppe einen Umsatz von CHF 596.4 Mio., was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 3.4% entspricht. Dieses Wachstum wird insbesondere vom Akquisitionseffekt aus den Übernahmen von Biotta und Casualfood sowie einer guten Performance der Bereiche Refinement und International getragen. Erfreulich war zudem die gute Kundenentwicklung im Food Service-Bereich. Das organische Wachstum lag mit –1.9% im unteren Bereich der erwarteten und kommunizierten Bandbreite. Hauptgrund ist der bewusste Verzicht auf einen unrentablen Convenience-Auftrag in Höhe von rund CHF 8.2 Mio.</p>
 <p><b>Kunden, Konsumentinnen und Konsumenten im Fokus</b> Dank nachhaltigen Wirtschaftens können wir laufend in Innovationen investieren und gestalten damit den Markt an vorderster Front, was unseren Kunden sowie Konsumentinnen und Konsumenten zugutekommt.</p>	<p>Ein Erfolgsmerkmal von ORIOR ist die dezentral organisierte Kompetenzzentren-Philosophie, welche die Nähe zum Markt, enge Partnerschaften und die schlanke, agile Gruppenstruktur sicherstellt und uns ermöglicht, mit innovativen Produkten, Konzepten und Dienstleistungen den Markt an vorderster Front zu gestalten.</p> <p>2019 arbeiteten wir verstärkt daran, dank den übergreifenden Champion-Gruppen und engerer Zusammenarbeit zwischen den Kompetenzzentren Synergiepotenzial auszuschöpfen. Innovationsseitig war 2019 vor allem das Refinement-Segment sehr stark darin, die Bedürfnisse von Kunden, und Konsumentinnen und Konsumenten zu erfüllen. Zudem konnten die von Fredag produzierten Vegi-Spezialitäten unter der Marke «Happy Vegi Butcher» erfolgreich lanciert werden.</p>

### Wertverteilung

ORIOR	Details und Status 2019
 <p><b>Mitarbeitende</b> Unsere Mitarbeitenden sehen wir als Schlüssel zum Erfolg. Dank nachhaltigen Wirtschaftens können wir laufend in ihre Entwicklung investieren. Zudem investieren wir in unsere Standorte, um erfolgreich am Markt zu agieren und damit die bestehenden Arbeitsplätze zu sichern und zusätzliche Arbeitsplätze zu schaffen.</p>	<p>Nebst den attraktiven Vergütungsmodellen besteht alle zwei bis drei Jahre im Rahmen eines Mitarbeiterbeteiligungsprogramms für das Kader sowie weitere Schlüsselmitarbeitende die Möglichkeit, sich zu bevorzugten Konditionen an ORIOR zu beteiligen.</p> <p>2019 fand kein Mitarbeiterbeteiligungsprogramm statt – die letzte Aktienbeteiligungsrunde wurde 2018 durchgeführt. Damit wollten wir unseren Schlüsselpersonen die Möglichkeit geben, am Erfolg der ganzen Gruppe teilzuhaben. Viele Mitarbeitende schätzten das attraktive Angebot. So haben 2018 77% der teilnahmeberechtigten Mitarbeitenden das Aktienangebot angenommen und sich am Programm beteiligt.</p>

**Wertverteilung**

Stakeholdergruppe	Details und Status 2019																						
 <p><b>Gesunde Standorte, auch in Zukunft</b> Wir investieren in unsere Standorte, um erfolgreich am Markt zu agieren und damit die bestehenden Arbeitsplätze zu sichern und dank neuer Wachstumsmöglichkeiten auch zusätzliche Arbeitsplätze zu schaffen.</p>	<p>Wir bekennen uns zu unseren Produktionsstandorten und investieren laufend in den Unterhalt und die Modernisierung unserer Werke. Entwicklung und Fortschritt sind nur mit gut funktionierenden Prozessen, ausgeklügelten Systemen und entsprechend funktionsfähigen Produktionsstätten möglich.</p> <p>Auch wenn laufende Investitionen das Ziel sind, bedeutet dies nicht automatisch, dass wir die Investitionen per se jedes Jahr erhöhen. Die Höhe der Investition wird nach der Notwendigkeit, den Möglichkeiten und dem unternehmerischen Ermessen der Konzernleitung jährlich festgesetzt.</p>																						
 <p><b>Lieferanten</b> Mit unseren Lieferanten pflegen wir eine enge, zuverlässige und faire Partnerschaft.</p>	<p>Langfristige und enge Lieferantenbeziehungen sind uns wichtig und wir bemühen uns, in unseren Geschäftsbeziehungen faire Bedingungen umzusetzen.</p> <p>Rohstoffseitig waren für uns insbesondere die hohen Fleischpreise und die inländischen Verfügbarkeiten anspruchsvoll. Umso wichtiger war die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten.</p>																						
 <p><b>Geldgeber, Investoren</b> Wir verfolgen eine langfristig ausgerichtete, verlässliche und attraktive Dividendenpolitik und haben die stetige Erhöhung der absoluten Dividende als Messgrösse für uns definiert.</p>	<p>ORIOR bekennt sich zu einer konstanten und verlässlichen Entwicklung der Dividende; seit dem IPO im Jahr 2010 wurde die Dividende kontinuierlich erhöht. Die Höhe der Dividende wird jährlich – in Abhängigkeit von der Geschäftsentwicklung – durch den Verwaltungsrat festgesetzt und der Generalversammlung zur Genehmigung vorgelegt. Die Generalversammlung vom 4. Juni 2020 hat eine Brutto-Dividende von CHF 2.32 je Aktie gutgeheissen.</p> <p><b>Dividende pro Aktie in CHF</b></p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Dividende pro Aktie in CHF</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2010</td><td>1.90</td></tr> <tr><td>2011</td><td>1.93</td></tr> <tr><td>2012</td><td>1.95</td></tr> <tr><td>2013</td><td>1.97</td></tr> <tr><td>2014</td><td>2.00</td></tr> <tr><td>2015</td><td>2.03</td></tr> <tr><td>2016</td><td>2.09</td></tr> <tr><td>2017</td><td>2.17</td></tr> <tr><td>2018</td><td>2.24</td></tr> <tr><td>2019</td><td>2.32</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Dividende pro Aktie in CHF	2010	1.90	2011	1.93	2012	1.95	2013	1.97	2014	2.00	2015	2.03	2016	2.09	2017	2.17	2018	2.24	2019	2.32
Jahr	Dividende pro Aktie in CHF																						
2010	1.90																						
2011	1.93																						
2012	1.95																						
2013	1.97																						
2014	2.00																						
2015	2.03																						
2016	2.09																						
2017	2.17																						
2018	2.24																						
2019	2.32																						
 <p><b>Gemeinschaft</b> Die ORIOR Gruppe ist Teil der breiteren Gesellschaft. Durch unsere Steuerzahlungen leisten wir wichtige finanzielle Beiträge an die Wirtschaftsstandorte Schweiz, Deutschland und Belgien. Durch Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen und durch die Umsetzung hoher Corporate Governance-Standards inklusive einer Nulltoleranz gegenüber Korruption und Bestechung erhöhen wir auch indirekt unseren Beitrag an die Gemeinschaft.</p>	<p>Die Steuer- und Gemeinschaftsbeiträge blieben anteilig auf dem Vorjahresniveau. Viele der ORIOR Kompetenzzentren arbeiteten auch 2019 wieder mit gemeinnützigen Organisationen zusammen oder spendeten Gelder für gute Zwecke. So haben Albert Spiess, Biotta und Le Patron zum Beispiel lokale Sportveranstaltungen unterstützt. Biotta führt zudem schon länger eine Kooperation mit der Heil- und Bildungsstätte Ekkharthof in Kreuzlingen, in welcher betreute Menschen während einigen Wochen im Jahr ausshelfen, die Wellness- und Balance-Saftwochenpakete zu verpacken.</p> <p>Seit 2017 verfügt die ORIOR Gruppe über einen einheitlichen Verhaltenskodex. Darin verpflichten wir uns zu einer integren Geschäftsführung, die Praktiken wie Bestechung und Korruption verurteilt. 2019 verzeichneten wir keine Korruptionsfälle<sup>1</sup>, keine Verstösse gegen Vorschriften im Zusammenhang mit Produktinformationen und keine Sanktionen aufgrund der Nichteinhaltung von Gesetzen in Umweltbelangen oder sozialen Belangen.</p>																						

GRI 205-3  
GRI 307-1  
GRI 419-1

<sup>1</sup> Bestätigte Korruptionsfälle gemäss GRI 205-3.

## Evaluation und Ausblick

### Verteilung der erwirtschafteten Wertschöpfung

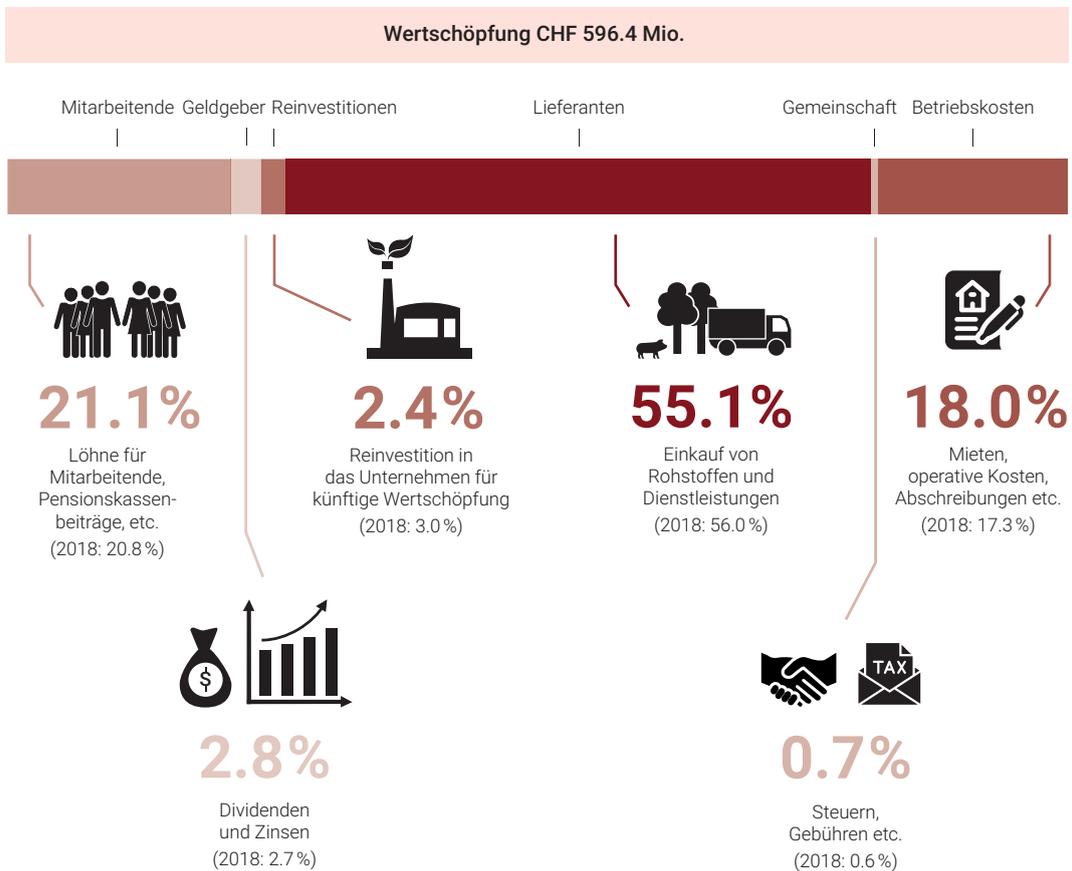
GRI 103-3

Entlang der vorgängig erwähnten Entwicklungen zeigt sich die Verteilung unserer Wertschöpfung wie in der nachfolgenden Grafik dargestellt. Der Anteil der Wertverteilung an unsere Mitarbeitenden hat sich gegenüber dem Vorjahr leicht erhöht und beträgt 21.1% (2018: 20.8%). Die leichte Veränderung widerspiegelt insbesondere die Vollkonsolidierung von Casualfood mit ihrem mitarbeiterintensiven Geschäftsmodell. Die Rückflüsse an die Geldgeber bleiben auf stabilem Vorjahresniveau und erreichten 2.8% der Wertschöpfung. Bei den Reinvestitionen sank der Anteil von 3.0% im Jahr 2018 auf 2.4% im Berichtsjahr, weil 2019 keine

grösseren Investitionsprojekte durchgeführt wurden. Trotz hoher Rohstoffpreise, insbesondere für Fleisch, sank der Anteil an ausgeschüttetem Wert an unsere Lieferanten von 56.0% auf 55.1%. Hauptgrund dafür sind auch hier die neu dazugekommenen Business-Modelle von Biotta (seit Mai 2018) und insbesondere Casualfood (seit Herbst 2019) mit anderer Kostenstruktur und -verteilung. Auch die Erhöhung der Betriebskosten auf 18.0% erklärt sich durch die neu zur Gruppe gekommenen Geschäftsmodelle. Die Verteilung an die Gemeinschaft bleibt mit 0.7% auf Vorjahresniveau.

GRI 201-1

### Wertschöpfung und -verteilung der ORIOR Gruppe

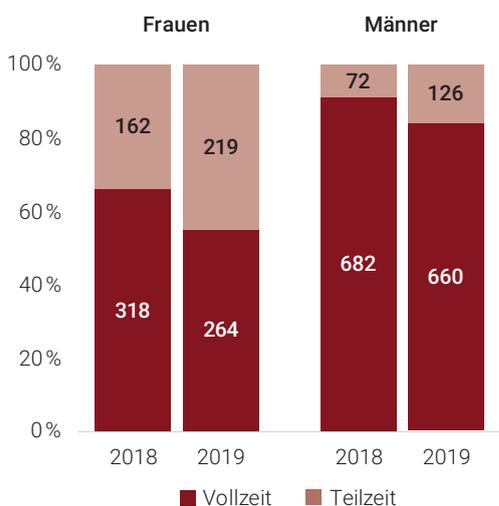


**Standorte und Arbeitsplätze**

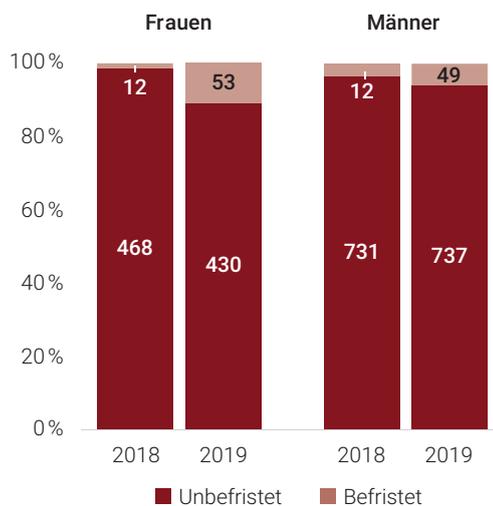
Insgesamt stieg unser Personalbestand in der Schweiz von 1234 auf 1269 Mitarbeitende leicht an, was insbesondere mit der Übernahme von Biotta per Mai 2018 zusammenhängt. Zudem verzeichneten wir im Jahr 2019 erneut etwas mehr Teilzeitmitarbeitende und mehr Mitarbeitende mit befristeten Verträgen als im

Vorjahr. Ersteres unterstreicht den allgemeinen Trend, dass sowohl ältere als auch jüngere Mitarbeitende immer häufiger Arbeitsstellen mit tieferen Pensen nachfragen. Letzteres erklärt sich durch die herausfordernde Marktsituation und die grössere Flexibilität und Reaktionsfähigkeit, die dadurch gefordert wird.

**Angestellte nach Beschäftigungsgrad**



**Angestellte nach Arbeitsverhältnis**



**Ausblick 2020**

Das Jahr 2020 schliesst unsere Strategieperiode 2015 – 2020 ab. In allen fünf Eckpfeilern («Innovations-Haus», «Marken stärken und ausbauen», «Agilität und Kosteneffizienz», «Die ORIOR Verantwortung» und «Wir sind ORIOR») konnten wir wesentliche Fortschritte erzielen, die wir auch im Lauf dieses Jahres noch weiterführen werden. Die Corona-Pandemie ist auch für die ORIOR Gruppe eine Herausforderung. Als Lebensmittelunternehmen sind wir zwar weniger stark betroffen als Firmen anderer Branchen, jedoch sind auch bei uns gewisse Absatzmärkte, zum Beispiel der Food Service-Kanal, eingebrochen. 2020 wird somit ein herausfordernderes Jahr, als wir uns dies noch vor ein paar Monaten vorstellen konnten. Doch aus jeder Krise entstehen auch neue Chancen. Wir planen ursprünglich, unsere neue Strategie bis 2025 im Juni zu kommunizieren

– nun haben wir dies auf den Herbst 2020 verschoben, um die neuen Entwicklungen einfließen zu lassen und das «New Normal» auf der Basis der neuen Ausgangslage und mit besserer Visibilität zu verstehen. Zu jedem der fünf strategischen Eckpfeiler haben wir ein Kernteam bestehend aus Expertinnen und Experten aus der ganzen Gruppe sowie einer Vertreterin oder einem Vertreter aus der Erweiterten Konzernleitung bestimmt. Diese Kernteams lassen ihr gebündeltes Wissen und ihre Erfahrung einfließen, damit wir mit unserer neuen Strategie auch die nächsten Jahre als erfolgreiche, innovative Food & Beverage-Gruppe meistern und unsere Kunden, Konsumentinnen und Konsumenten mit kulinarisch hochstehenden und nachhaltigen Produkten begeistern können.

# Anhang

## Über diesen Bericht

GRI 102-50  
GRI 102-51  
Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option «Kern» erstellt. Dieser ORIOR Nachhaltigkeitsbericht umfasst das Nachhaltigkeitsmanagement und die Nachhaltigkeitsleistung der Schweizer Kompetenzzentren von ORIOR (ORIOR Segmente «Refinement» und «Convenience») für das Jahr 2019.

GRI 102-53  
Bei Fragen zu Nachhaltigkeit bei ORIOR oder zum vorliegenden Bericht wenden Sie sich bitte an:

ORIOR AG  
Deborah Huber  
Corporate Sustainability Manager  
Dufourstrasse 101  
8008 Zürich  
nachhaltigkeit@orior.ch

## GRI-Inhaltsindex

GRI 101: Grundlagen 2016			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016			
GRI-Standard	Angabe	Seite(n)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
<b>Organisationsprofil</b>			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016	102-1 Name der Organisation	S. 62	ORIOR AG
	102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	S. 4	
	102-3 Hauptsitz der Organisation	S. 4	
	102-4 Betriebsstätten	S. 4	
	102-5 Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	S. 4	Detaillierte Angaben zur rechtlichen Struktur der ORIOR Gruppe können im Geschäftsbericht 2019 (Seite 14) nachgelesen werden.
	102-6 Belieferte Märkte	S. 4	
	102-7 Grösse der Organisation	S. 4, 6	
	102-8 Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	S. 6	b. Dieser Bericht deckt nur die regionale Einheit Schweiz ab.  d., e. Um saisonale Schwankungen wie z. B. das grössere Arbeitspensum vor und über die Festtage zu meistern, stellt ORIOR im Stundenlohn zusätzliches Personal mit befristeten Verträgen ein. Diese sind in den Zahlen unter 102-8 enthalten.  f. Die Daten stammen aus unserem Personaldatensystem.
	102-9 Lieferkette	S. 7	
	102-10 Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	S. 62	Im Berichtszeitraum hat ORIOR ihre Beteiligung an Casualfood um weitere 35% erhöht. Casualfood sowie das gesamte Segment International sind von diesem Bericht ausgeschlossen.
	102-11 Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	S. 9	
	102-12 Externe Initiativen	S. 11	Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen.

GRI-Standard	Angabe	Seite(n)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
<b>GRI 102: Allgemeine Angaben 2016</b>	102-13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	S. 63	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Brennpunkt Nahrung</li> <li>– Camera di Commercio Cantone Ticino (Cc-Ti)</li> <li>– Culinarium Alpinum (Kompetenzzentrum für Kulinarik im Alpenraum)</li> <li>– Europäischer Verband des Wild- und Geflügel-Gross- und Aussenhandels (EPG)</li> <li>– Föderation Schweiz. Nahrungsmittelhersteller (Fial)</li> <li>– Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW)</li> <li>– Interessengemeinschaft BIO Schweiz (IG BIO)</li> <li>– Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</li> <li>– Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie (SVG)</li> <li>– Schweizerische Gesellschaft für Lebensmittelhygiene (SGLH)</li> <li>– Schweizer Seafood Verband</li> <li>– Swiss Association for Quality (SAQ)</li> <li>– Swiss Export (Verein)</li> <li>– Schweizer IT Fachverband (Swiss ICT)</li> <li>– Switzerland Global Enterprise (SGE)</li> <li>– Promarca</li> <li>– Schweizerische Vereinigung für die Berufsbildung in der Logistik (SVBL)</li> <li>– Proviande</li> <li>– Verband Bündner Fleischproduzenten (VBF)</li> <li>– Verband Wirtschaft Thun</li> <li>– Verschiedene kantonale Wirtschafts- und/oder Handelskammern</li> </ul>
<b>Strategie</b>			
<b>GRI 102: Allgemeine Angaben 2016</b>	102-14 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	S. 2 – 3	
<b>Ethik und Integrität</b>			
<b>GRI 102: Allgemeine Angaben 2016</b>	102-16 Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	S. 6	
<b>Unternehmensführung</b>			
<b>GRI 102: Allgemeine Angaben 2016</b>	102-18 Führungsstruktur	S. 12	Die Führungsstruktur der Organisation, einschliesslich der Gremien des höchsten Kontrollorgans, sind detailliert im Geschäftsbericht beschrieben.
<b>Einbindung von Stakeholdern</b>			
<b>GRI 102: Allgemeine Angaben 2016</b>	102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen	S. 10	
	102-41 Tarifverhandlungsvereinbarungen	S. 63	2019 fielen 65.6% der Angestellten der Schweizer Kompetenzzentren von ORIOR unter Tarifverhandlungsvereinbarungen.
	102-42 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	S. 10	
	102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 10	
	102-44 Wichtige Themen und vorgebrachte Anliegen	S. 10	

GRI-Standard	Angabe	Seite(n)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
<b>Vorgehensweise bei der Berichterstattung</b>			
<b>GRI 102: Allgemeine Angaben 2016</b>	102-45 Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	S. 4	Das Segment International von ORIOR ist in diesem Bericht nicht abgedeckt. Weitere Details siehe ORIOR Geschäftsbericht.
	102-46 Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der wesentlichen Themen	S. 9	
	102-47 Liste der wesentlichen Themen	S. 10	
	102-48 Neudarstellung von Informationen	S. 4	Aufgrund einer detaillierteren KPI-Definition und einer einhergehend genaueren Datenmessung wurden die Zahlen für 2018 bei einigen Indikatoren gegenüber dem letzten Bericht aktualisiert.
	102-49 Änderungen bei der Berichterstattung	S. 64	Gegenüber dem letzten Berichtsjahr gab es keine erheblichen Änderungen in der Liste der wesentlichen Themen und deren Abgrenzung. Einzig das wesentliche Thema «Aus- und Weiterbildung» wurde zur Abdeckung der Breite unserer Bestrebungen umbenannt.
	102-50 Berichtszeitraum	S. 64	01.01.2019 bis 31.12.2019
	102-51 Datum des letzten Berichts	S. 64	Der letzte Bericht deckte das Jahr 2018 ab und erschien im August 2019.
	102-52 Berichtszyklus	S. 64	Jährlich.
	102-53 Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	S. 62	
	102-54 Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	S. 62	
	102-55 GRI-Inhaltsindex	S. 62–66	
	102-56 Externe Prüfung	S. 64	Der vorliegende Bericht wurde nicht extern geprüft.

<b>Wesentliche Themen</b>			
<b>GRI-Standard</b>	<b>Angabe</b>	<b>Seite(n)</b>	<b>Weitere Informationen und/oder Auslassungen</b>
<b>Nachhaltige Rohstoffe</b>			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 16	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 16 – 21	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 22 – 23	
GRI G4 Food Processing 2014	FP2: Prozentanteil der Einkäufe mit international anerkannten Nachhaltigkeitsstandards	S. 22	
<b>Tierwohl</b>			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 16	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 16, 18, 20	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 23	
Eigener ORIOR Indikator	Prozentanteil des Fleisches für den Schweizer Markt, das aus der Schweiz stammt oder im Ausland zu Schweizer Tierwohlstandards produziert wurde.	S. 23	
<b>Sichere und gesunde Nahrungsmittel</b>			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 24	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 24 – 28	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 29	
GRI G4 Food Processing 2014	FP5: Prozentanteil des Produktionsvolumens aus Betrieben, die nach einem international anerkannten Standard auf Lebensmittelsicherheit geprüft wurden	S. 28	
<b>Food Waste und Verpackung</b>			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 32	ORIOR berichtet vorläufig darüber, wie das Thema im eigenen Betrieb angegangen wird.
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 32 – 35	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 36	
Eigener ORIOR Indikator	Kg Lebensmittelabfälle pro kg Produktion	S. 36	

GRI-Standard	Angabe	Seite(n)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
<b>Klima und Energie</b>			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 37	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 37 – 40	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 40 – 41	
GRI 302: Energie 2016	302-3: Energieintensität	S. 40	c. Der Energieverbrauch umfasst Heizöl, Erdgas, Holzschnitzel, Treibstoff und Strom. d. Innerhalb der Organisation. Es ist der Energieverbrauch aller Schweizer Produktionsstandorte enthalten. Der Bürostandort Zürich (15 Arbeitsplätze) wurde nicht berücksichtigt.
GRI 305: Emissionen 2016	305-4: Intensität der Treibhausgasemissionen	S. 40	c. Scope 1 und Scope 2. d. Alle Treibhausgase wurden einbezogen. Es sind die Emissionen aller Schweizer Produktionsstandorte enthalten. Der Bürostandort Zürich (15 Arbeitsplätze) wurde nicht berücksichtigt.
<b>Wasser</b>			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 42	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 42 – 44	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 45	
GRI 303: Wasser 2018	303-1: Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	S. 42	
	303-2: Umgang mit Auswirkungen der Wasserrückführung	S. 66	Diese Anforderung trifft für ORIOR nicht zu und wird daher ausgelassen. Wasserrückführung ist für ORIOR kein wesentliches Thema.
	303-5: Wasserverbrauch	S. 45	Aus Vertraulichkeitsgründen berichtet ORIOR zurzeit nur die Wasserentnahme pro Produktion (m <sup>3</sup> Frischwasser pro hergestellte t Produktion). Sämtliche im Bericht abgedeckten Produktionsstätten liegen in Gebieten mit geringem Wasserstress.
<b>Aus- und Weiterbildung</b>			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 48	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 48 – 50	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 50 – 51	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-1: Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	S. 50	Durchschnittliche Aus- und Weiterbildungsstunden, aufgeschlüsselt nach Geschlecht: Frauen: 3.5 Stunden/Jahr Männer: 3.6 Stunden/Jahr

GRI-Standard	Angabe	Seite(n)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
<b>Arbeitssicherheit und Gesundheit</b>			
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 52	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 52 – 55	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 56	
GRI 403: Arbeitssicherheit und -gesundheit 2018	403-1: Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 52 – 55	
	403-2: Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	S. 53d	c. Richtlinien und Verfahren zu den folgenden Punkten sind bei ORIOR noch im Aufbau: – Wie können sich Mitarbeitende aus gefährlichen/ gesundheitsgefährdenden Situationen entfernen? – Wie werden sie dabei vor Vergeltungsmassnahmen geschützt?  Wir planen, in der nächsten Berichtsperiode dazu weitere Informationen zu liefern.
	403-3: Arbeitsmedizinische Dienste	S. 55	Nebst der Anlaufstelle ICAS verfügt ORIOR noch über keine arbeitsmedizinischen Dienste.
	403-4: Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 54	
	403-5: Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 53 – 54	
	403-6: Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	S. 55	
	403-7: Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	S. 67	Über diesen Aspekt wird von ORIOR nicht direkt berichtet. Teilaspekte davon werden jedoch im Handlungsfeld «Nachhaltige Rohstoffe» durch die Anwendung von Nachhaltigkeitsstandards und -labels im Einkauf bearbeitet.
	403-8: Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	S. 52	a. Abdeckung: i. 100% der Mitarbeitenden sind von einem OSH-System abgedeckt. ii. 40.1% der Mitarbeitenden sind durch ein intern auditiertes System abgedeckt. iii. 0% der Mitarbeitenden sind durch ein extern zertifiziertes System abgedeckt.  b. Die Angaben decken nur Mitarbeitende von ORIOR (ohne externe Arbeitnehmer, die bei ORIOR Arbeiten ausführen) ab.
Eigener ORIOR Indikator	Absenzzrate, aufgeteilt nach Art der Abwesenheit	S. 56	

GRI-Standard	Angabe	Seite(n)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
<b>Wirtschaftliche Auswirkungen</b>			
<b>GRI 103: Managementansatz 2016</b>	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 57	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 57 – 59	
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 60 – 61	
<b>GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016</b>	201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	S. 60	Diese Angaben werden gemäss dem Rechnungslegungsstandard Swiss GAAP FER lediglich auf Gruppenstufe offengelegt.
<b>GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016</b>	205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen	S. 59	
<b>GRI 307: Umwelt-Compliance</b>	307-1 Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	S. 59	
<b>GRI 419: Sozioökonomische Compliance</b>	GRI 419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	S. 59	
<b>Eigener ORIOR Indikator</b>	Anzahl Arbeitsplätze in der Schweiz	S. 61	

**Kontakt**

ORIOR AG  
 Deborah Huber  
 Corporate Sustainability Manager  
 Dufourstrasse 101  
 8008 Zürich  
 Tel. +41 44 308 65 24  
 nachhaltigkei@orior.ch

**Impressum**

Dieser Nachhaltigkeitsbericht erscheint in deutscher und englischer Sprache. Massgebend ist die deutsche Version.  
 Herausgeberin: ORIOR AG, Dufourstrasse 101, CH-8008 Zürich  
 Inhalt und Text: Deborah Huber, ORIOR AG  
 Fachliche Beratung GRI-Berichterstattung: BSD Consulting  
 Layout und Grafik: Lia Pulgar, ORIOR AG  
 Druck: Neidhart + Schön Group, Zürich



gedruckt in der  
**schweiz**





**ORIOR AG** Dufourstrasse 101 CH-8008 Zürich Tel. +41 44 308 65 00 info@orior.ch www.orior.ch

## Rapelli SA

### Rapelli SA

Via Lavaggio 13  
CH-6855 Stabio  
Tel. +41 91 640 73 00  
www.rapelli.ch



### Albert Spiess AG

Dorfstrasse 64  
CH-7220 Schiers  
Tel. +41 81 308 03 08  
www.albert-spiess.ch



### Mösl Fleischwaren AG

Industriestrasse 9  
CH-9524 Zuzwil  
Tel. +41 71 944 11 11  
www.moefag.ch



### Biotta AG

Pflanzbergstrasse 8  
CH-8274 Tägerwilen  
Tel. +41 71 466 48 48  
www.biotta.ch



### Fredag AG

Oberfeld 7  
CH-6037 Root  
Tel. +41 41 455 57 00  
www.fredag.ch



### ORIOR Menu AG Le Patron

Rohrmattstrasse 1  
CH-4461 Böckten  
Tel. +41 61 985 85 00  
www.lepatron.ch



### ORIOR Menu AG Pastinella

Industriestrasse 40  
CH-5036 Oberentfelden  
Tel. +41 62 737 28 28  
www.pastinella.ch



### culinor food group

### Culinor Food Group NV

Houtstraat 46  
BE-9070 Destelbergen  
Tel. +32 9 229 05 11  
www.culinor.com



### Casualfood GmbH

Frankfurt Airport Center 1  
DE-60549 Frankfurt am Main  
Tel. +49 69 6500 726-0  
www.casualfood.de



### ORIOR / Spiess Europe

2, Allée Joseph Bumb  
FR-67500 Hagenu  
Tel. +33 3 889 06 990  
www.albert-spiess.ch