



ORIOR

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2018

Inhalt

Vorwort des CEO	4
1. Die ORIOR Gruppe	6
2. Nachhaltigkeit bei ORIOR	12
2.1 Wesentlichkeit	
2.2 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie: «Die ORIOR Verantwortung»	
2.3 Verankerung und Umsetzung	
3. Produktverantwortung	18
3.1 Nachhaltige Rohstoffe	
3.2 Tierwohl	
3.3 Sichere und gesunde Nahrungsmittel	
4. Umweltverantwortung	32
4.1 Verpackung und Food Waste	
4.2 Klima und Energie	
4.3 Wasser	
5. Soziale Verantwortung	46
5.1 Aus- und Weiterbildung	
5.2 Arbeitssicherheit und Gesundheit	
5.3 Wirtschaftliche Auswirkungen	
6. Anhang	60
6.1 GRI-Index	
6.2 Über diesen Bericht	

Vorwort des CEO

GRI 102-14

Liebe Leserin, lieber Leser

Nachhaltigkeit ist heute ein allgegenwärtiges Thema. Es begleitet mich sowohl im geschäftlichen wie auch im privaten Umfeld permanent. Nicht nur, weil ich Vater von zwei tollen Jungs bin und mir natürlich auch für sie und ihre Zukunft eine sichere und intakte Umwelt wünsche, sondern auch, weil ich der festen Überzeugung bin, dass jede und jeder einen Beitrag dazu leisten muss, wenn wir die globalen Herausforderungen in den Griff bekommen wollen.



Als Unternehmen haben wir eine besondere Verantwortung, denn wir können mit unserem Handeln, mit unseren Grundwerten und mit unseren Vorgaben sowohl unsere eigenen Wertschöpfungsschritte als auch die uns vor- und nachgelagerte Wertschöpfung beeinflussen. Nachhaltigkeit ist für mich sehr viel mehr als Energie sparen und Abfall reduzieren. Nachhaltigkeit bedeutet für mich auch das stetige Verbessern unserer Produktportfolios sowie eine gesunde Unternehmensentwicklung, die Arbeitsplätze schaffen und sichern kann. Und unter nachhaltigem unternehmerischem Agieren verstehe ich, Ansätze zu wählen, welche die Wichtigkeit von Wirtschaftlichkeit und von ökologischen sowie sozialen Aspekten gleich gewichten und uns ermöglichen, auch morgen erfolgreich zu sein.

Die Relevanz von Nachhaltigkeit in unserem Tun war und ist uns seit vielen Jahren bewusst. Viele Themen sind in unserem Denken als Selbstverständlichkeit verankert und werden proaktiv gelebt sowie stetig weiterentwickelt. Die hohe Sensibilisierung der Medien für ein breites Spektrum von Nachhaltigkeitsthemen akzentuiert sich noch stärker, und das ist in vielerlei Hinsicht auch gut so. Denn Missstände, untragbares Fehlverhalten und Unwissen werden damit adressiert und aus diversen Blickwinkeln reflektiert. Die wachsende Sensibilisierung und das Bewusstsein bezüglich verantwortungsvoller und nachhaltiger Lebens- und Konsumweisen unterstützen letztlich auch das Verständnis für ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis. Und sie entschärfen – wenn bis jetzt auch auf tiefem Niveau – den enormen Druck auf die Verkaufspreise. Wir begrüssen das Umdenken von Konsumentinnen und Konsumenten, denn auch sie tragen mit ihrem Kaufentscheid und mit ihren Konsumgewohnheiten ganz wesentlich zum Fortschritt in Sachen Nachhaltigkeit der gesamten Lebensmittelindustrie bei.

In der heutigen Zeit ist es wichtig, dass wir die vielen guten Dinge, die wir hinsichtlich Nachhaltigkeit vorantreiben und realisieren, auch gegenüber der Öffentlichkeit kundtun. Punktuelleres Hervorheben von guten Taten ist wichtig und richtig, genügt aber nicht mehr. Ziele definieren, Massnahmen initiieren und die Fortschritte oder auch Rückschritte offen und vergleichbar darlegen: Das haben wir uns für unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung vorgenommen.

Die ORIOR Gruppe setzt sich zusammen aus vielen KMU, die – konform unserer gelebten, dezentralen Kompetenzzentren-Philosophie – eine starke regionale Verankerung, eine eigene Kultur und unterschiedliche Produktsortimente sowie Markenwelten leben. Entsprechend anspruchsvoll ist es, gemeinsame Nenner zu definieren, die tatsächlich über alles gesehen sinnvoll und aussagekräftig sind. Ende 2017 haben wir uns für die Realisierung eines Nachhaltigkeitsberichts entlang der Global Reporting Initiative (GRI) entschieden. 2018 erfolgte ein breit angelegter Nachhaltigkeitsstrategieprozess in einem funktions- und kompetenzzentrenübergreifenden Ansatz. Damit konnten wir die Blickwinkel unterschiedlichster Funktionen gleichermaßen berücksichtigen wie auch die Ansprüche der einzelnen Bereiche und die ihrer Kunden und Partner. Daraus resultierte im Herbst 2018 das ORIOR Nachhaltigkeitsstrategierad «Die ORIOR Verantwortung» mit den Bereichen «Produktverantwortung», «Umweltverantwortung» und «Soziale Verantwortung». Innerhalb dieser Bereiche haben wir neun für uns wesentliche Handlungsfelder definiert, bei denen wir der Meinung sind, dass wir mit unserem Handeln den grössten Beitrag leisten können. Im Rahmen eines Workshops mit Vertretern aus dem Management aller Schweizer Kompetenzzentren haben wir dann für jedes Handlungsfeld unsere Ziele und Massnahmen definiert, die wir im vorliegenden Bericht darlegen.

Die Grundlagen für eine GRI-konforme Berichterstattung betreffend Inhalt und Struktur haben wir nun geschaffen, auch wenn wir uns bewusst sind, dass es bezüglich Detailerhebung der Daten, Darstellung und Vergleichbarkeit noch Verbesserungspotenzial gibt. Dies möchten wir in den zukünftigen Nachhaltigkeitsberichten kontinuierlich

verbessern. Jetzt fokussieren wir auf die noch stärkere Verankerung im Unternehmen. Dazu werden wir unsere Ziele und Messgrößen in unsere Führungsinstrumente einbinden, das Nachhaltigkeitsteam und die Zusammenarbeit mit den einzelnen Champion-Gruppen kontinuierlich stärken und an der weiteren systemischen Erfassung der Daten arbeiten. Wir freuen uns. Denn Nachhaltigkeit leben heisst Verantwortung übernehmen, für morgen einstehen und die Zukunft mitgestalten.



Daniel Lutz
CEO ORIOR Gruppe

Die ORIOR Werte

**Klare Grundwerte leiten uns in unserer Geschäftstätigkeit.
So sind wir der Überzeugung, dass ...**



... ausschliesslich zufriedene Mitarbeitende, Kunden, Lieferanten sowie Aktionärinnen und Aktionäre das Ziel der stetigen Wertsteigerung für das Unternehmen ermöglichen;



... die konsequente Ausrichtung auf die sich laufend ändernden Bedürfnisse unserer Konsumenten und Kunden die Voraussetzung für Innovation und Wachstum sind;



... motivierte und kompetente Mitarbeitende, die Freude haben und stolz darauf sind, täglich mit Leidenschaft das Handwerk zu zelebrieren, den Schlüssel zum Erfolg darstellen;



... jeder und jede Mitarbeitende für sich und seine bzw. ihre Arbeit die volle Verantwortung zu übernehmen hat und dass unser Handeln von Unternehmertum, hoher Ethik und Respekt geprägt sein muss;



... unermüdliches Streben nach bester Qualität und stetige Weiterentwicklung in unserem täglichen Tun die Voraussetzungen für nachhaltiges und rentables Wachstum sind;



... eine offene und transparente Kommunikation die Grundlage für eine effiziente und erfolgreiche Teamarbeit ist;



... Nachhaltigkeit integrierter Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit ist.

1. Die ORIOR Gruppe

GRI 102-2, GRI 102-3, GRI 102-5, GRI 102-6, GRI 102-45

Das Gruppenprofil

ORIOR ist eine international tätige Schweizer Food und Beverage Gruppe mit Hauptsitz in Zürich, die Handwerkskunst mit Pioniergeist verbindet und auf Unternehmertum und starken Werten aufbaut. Die auf Frisch-Convenience, Fleischveredelung und biologische Gemüse- und Fruchtsäfte spezialisierte Gruppe hält führende Positionen in wachsenden Nischenmärkten im In- und Ausland. Mit Rapelli, Biotta, Ticinella, Albert Spiess, Möfag, Fredag, Pastinella, Le Patron, Gesa, Culinor und Vaco's Kitchen verfügt ORIOR über ein Portfolio von etablierten Unternehmen und bekannten Marken. ORIOR Produkte werden an den Detailhandel, den Food Service und den Fachhandel verkauft; 75.9% des Umsatzes erwirtschaftet die Gruppe im Heimmarkt Schweiz. Der zweitgrösste Markt sind die Benelux-Staaten, wo auch das Kompetenzzentrum Culinor Food Group zu Hause ist. Darüber hinaus sind Frankreich und Deutschland die wichtigsten 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, um mit innovativen Produkten, Konzepten und Services den Markt an vorderster Front zu gestalten. Das Geschäftsmodell der ORIOR Gruppe basiert auf der dezentralen Kompetenzzentren-Philosophie und auf dem konsequenten Fokus auf wachsende Premium-Nischen. Zur verbesserten Unternehmenssteuerung ist die Gruppe in drei Geschäftssegmenten organisiert: das Segment Convenience, das Segment Refinement und das Segment International. In diesem Nachhaltigkeitsbericht stellt ORIOR die Strategie und die Leistung der beiden Segmente Convenience und Refinement dar, entsprechend alle Schweizer Kompetenzzentren. Das Segment International wird nachgelagert in den kommenden Jahren ebenfalls in die Nachhaltigkeitsberichterstattung aufgenommen.

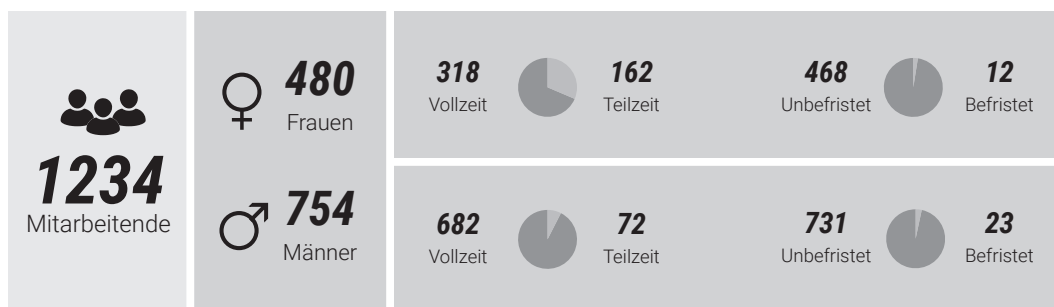
ORIOR ist eine Aktiengesellschaft und seit 2010 an der SIX Swiss Exchange kotiert (ORON, ISIN CH0111677362). Detaillierte Angaben zu den bedeutenden Aktionären, zu Aktien sowie zur rechtlichen Struktur der ORIOR Gruppe können im Geschäftsbericht der ORIOR Gruppe nachgelesen werden.

GRI 102-8

Mitarbeitende

In der Schweiz beschäftigt ORIOR 1155 Vollzeitmitarbeitende (Ø FTE 2018); die effektive Anzahl der Schweizer Angestellten betrug per Ende 2018 1234 Mitarbeitende.

Mitarbeitende ORIOR Schweiz per Ende 2018



GRI 102-4, GRI 102-6, GRI 102-7, GRI 102-45

Unsere Segmente und deren Kompetenzzentren

ORIOR betreibt in verschiedenen Regionen der Schweiz sowie in Belgien, Deutschland und Frankreich acht Kompetenzzentren mit insgesamt 17 Standorten. An Casualfood (DE) hält ORIOR einen Minderheitsanteil von 35%; die Übernahme der Mehrheit der Aktien ist für Herbst 2019 geplant. Casualfood wird ab dann dem Segment International angehören. Entsprechend ist dieses Unternehmen in den Zahlen nicht berücksichtigt. Der Vollständigkeit halber ist Casualfood jedoch in der nachfolgenden Aufstellung ebenfalls abgebildet.

Standorte ORIOR Gruppe

ORIOR Schweiz



Rapelli SA, Stabio
Tessiner Charcuterie-Spezialitäten



Albert Spiess, Schiers
Bündner Spezialitäten



Möfag, Zuzwil
Fürstentaler Spezialitäten



Fredag, Root
Geflügel-, Fleisch- und Vegi-Spezialitäten



Le Patron, Böckten
Pasteten und Terrinen, Fertigmenüs



Pastinella, Oberentfelden
Gefüllte und ungefüllte Pasta



Biotta, Tägerwilen
Biologische Gemüse- und Fruchtsäfte

ORIOR International



Culinor Food Group, Destelbergen (BE)
Fertigmenüs und Menükomponenten



Vaco's Kitchen, Olen (BE)
Chefmahlzeiten, Menükomponenten



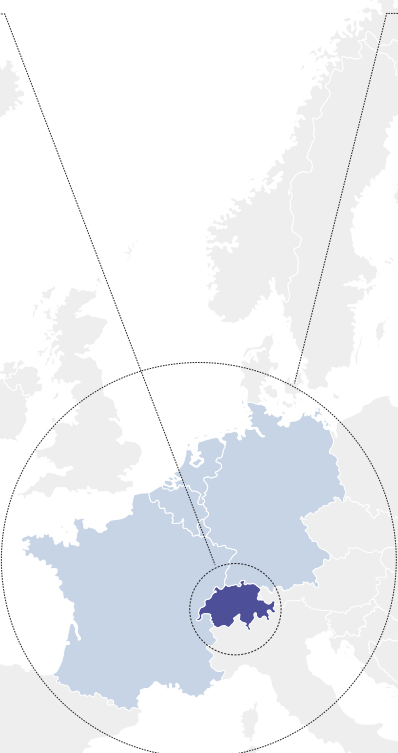
Gesa, Neuenstadt-Stein (DE)
Biologische Gemüsesäfte



Casualfood, Frankfurt am Main (DE)
To-Go-Genussinseln



ORIOR / Spiess Europe, Haguenau (FR)
Kommissionierung und Vertrieb



GRI 102-7

Unternehmensgrößen

Die wichtigsten Kennzahlen der ORIOR Gruppe per Ende 2018:

- Mitarbeitende: rund 1630 (Ø FTE)
- Geschäftsstandorte/Betriebe: 8 Kompetenzzentren mit insgesamt 17 Standorten (exkl. Casualfood); davon 7 Kompetenzzentren mit 10 Standorten in der Schweiz
- Umsatz: CHF 576.7 Mio.;
davon 75.9% in der Schweiz
- EBITDA: CHF 58.6 Mio.
- Reingewinn: CHF 31.8 Mio.

ORIOR Convenience mit den Kompetenzzentren Fredag, Le Patron, Pastinella und Biotta ist auf die Herstellung von Frisch-Convenience-Produkten und naturrein belassenen biologischen Gemüse- und Fruchtsäften spezialisiert. Das Segment verfügt über fünf Verarbeitungsbetriebe in der Deutschschweiz und bedient den Detailhandel, den Food Service und den Fachhandel.



Fredag

Fredag steht für Spitzenprodukte im Bereich Geflügel- und Fleisch-Convenience und ist Pionierin mit führender Stellung in den stark wachsenden vegetarischen und veganen Produktkategorien. Ausserdem veredelt und vertreibt Fredag ein auserlesenes Sortiment an Seafood-Produkten.



Le Patron

Le Patron – Créations Culinaires. Marktführerin für Pasteten und Terrinen sowie Boutique für Premium-Genuss. Le Patron ist spezialisiert auf ultrafrische Menüs, Menükomponenten, Frisch-Frisch-Pasta und Spezialitäten mit unvergleichbarem Geschmack und in bester Qualität.



Pastinella

«Un amore di Pasta.» Pasta fresca in ihrer ganzen Vielfalt und Einzigartigkeit. Gnocchi, Tagliatelle, Tortelloni oder Ravioli – klassisch und saisonal – gefüllt und ungefüllt. Zudem ist Pastinella Erfinderin der weltweit ersten vorgekochten, gekühlten Frisch-Pasta ohne Gluten und Laktose.



Biotta

«Mehr Natur geht in keine Flasche.» – 100% naturrein belassene, biologische Gemüse- und Fruchtsäfte. Neben der seit 60 Jahren bekannten «Biotta» Marke führt das Unternehmen auch trendige Bio-Eistee-Kreationen unter den Marken «Vivitz» und «C-ICE» sowie die Kult-Bio-Smoothies «Traktor» und den natürlichen Energy-Drink «Bio-Energy».

ORIOR Refinement mit den Kompetenzzentren Rapelli, Albert Spiess und Möfag stellt veredelte Fleischspezialitäten her. Handwerkskunst vereint sich mit bester Qualität in traditionellen und neu interpretierten Premium-Produkten. Das Segment verfügt über fünf Verarbeitungs- und Veredelungsbetriebe und bedient den Detailhandel und den Food Service.



Rapelli

Rapelli steht für das Handwerk und die Tradition der «Mastri Salumieri» sowie für südländische Genusserlebnisse. «Rapelli» und «Ticinella», das ist Salumeria-Kultur mit höchstem Qualitätsanspruch. Charcuterie-Klassiker in allen Variationen – traditionell und modern interpretiert seit dem Jahr 1929.



Albert Spiess

In der höchstgelegenen Fleischtrocknerei Europas im einmaligen Klima und an der reinen Bündner Bergluft veredelt Albert Spiess ihre einzigartigen Spezialitäten wie Bündnerfleisch, Rohschinken, Salsiz oder Rohessspeck. Das Produktportfolio wird abgerundet mit Fleisch-Convenience-Produkten und trendigen Snacks.



Möfag

Die Ostschweizer Fleischspezialistin Möfag stellt die bekannten Appenzeller Mostbröckli, geräucherte Delikatessen sowie Variationen von Schinken- und Speck-Kreationen her. Auch Lamm-, Pferde- und Geflügelspezialitäten sowie saisonale Grillprodukte umfasst das herzhafteste Sortiment.

Das **Segment International** umfasst alle unsere Aktivitäten ausserhalb der Schweiz. Derzeit gehören dem Segment die Culinor Food Group in Belgien, der Export von Schweizer Produkten ins benachbarte Ausland und die Biotta Tochtergesellschaft Gesa an. Im Herbst 2018 hat ORIOR 35% am deutschen Unternehmen Casualfood übernommen. Für Herbst 2019 ist die Übernahme weiterer 35% geplant, womit Casualfood als eigenständiges Kompetenzzentrum in die ORIOR Gruppe eingefügt und dann ebenfalls dem Segment International angehören wird.



Culinor Food Group

Culinor prägt zusammen mit ihren beiden Tochtergesellschaften Vaco's Kitchen sowie Hot Cuisine den innovationsstarken Premium-Frisch-Convenience-Markt in den Benelux-Staaten an vorderster Front. Das qualitativ hochstehende Produktportfolio umfasst ein breites Sortiment an Frischmenüs und Menükomponenten.



Casualfood

Der Maxime «The taste of travelling» verpflichtet, besteht die Kernkompetenz von Casualfood in der standortspezifischen Umsetzung und im Betreiben von mobilen und fixen To-Go-Genussinseln auf Kleinflächen mit innovativen Markenkonzepthen in der Reise gastronomie.



Gesa

Die Biotta Tochtergesellschaft Gesa in Deutschland stellt qualitativ hochstehende biologische Gemüsesäfte und -konzentrate für die Getränke- und die Lebensmittelindustrie her. Die Produkte, die sich durch höchste Naturbelassenheit auszeichnen, werden in ganz Europa vertrieben.



ORIOR / Spiess Europe

Mit ORIOR/Spiess Europe verfügt die ORIOR Gruppe im französischen Haguenau über eine Plattform für die Kommissionierung und Vermarktung der Gruppenprodukte ausserhalb der Schweiz. Derzeit ist das Bündnerfleisch die wichtigste Export-Spezialität von ORIOR.

GRI 102-16

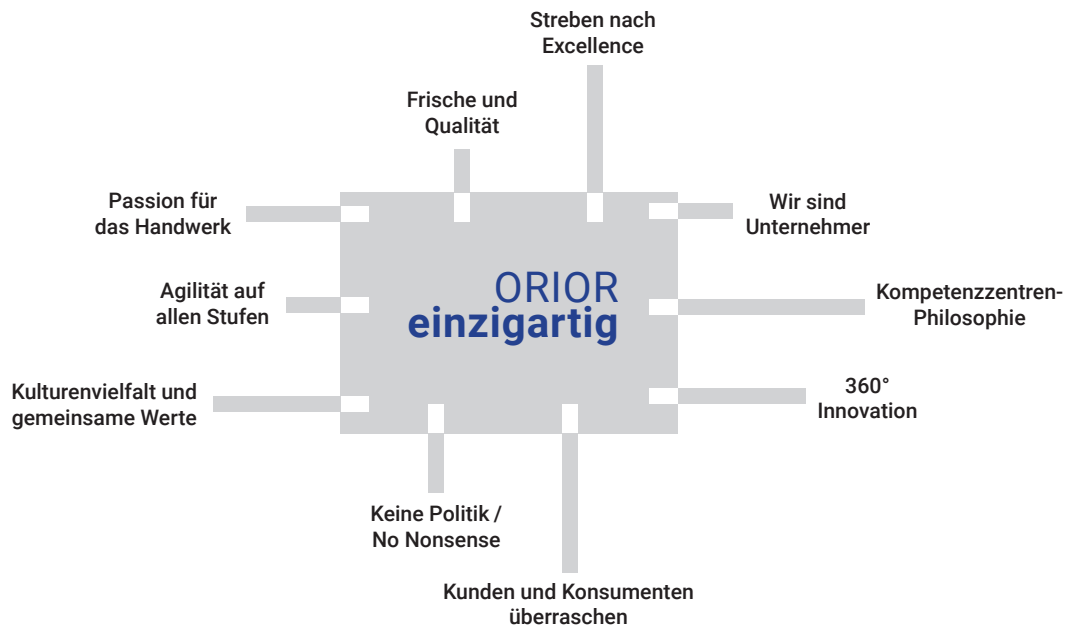
Wir sind ORIOR

Hinter dem Gedanken «Wir sind ORIOR» stehen unsere rund 1630 Mitarbeitenden, welche täglich die Erfolgsgeschichte von ORIOR weiterschreiben. Natürlich sind die Verwaltungsräte, Konzernleitungsmitglieder und Firmenchefs die Strategen und Leitpersonen einer Unternehmung und haben beim Anvisieren der Ziele das Steuer in der Hand. Genauso wichtig ist aber auch die starke Basis der zahlreichen Mitarbeitenden, die in der Summe ebendiese Ziele mit ihrem täglichen Tun anstreben und damit die Entwicklung der gesamten ORIOR Gruppe vorantreiben. «Wir sind ORIOR» steht für diese Haltung, die als strategischer Eckpfeiler in unserer Strategie verankert ist.

Neben der Grundhaltung und den Führungsprinzipien sind uns auch der Kommunikationsstil, das Offensein und die Freude an der Arbeit sehr wichtig. Werte vorleben, weitergeben und fördern, dies ist unser Anspruch an alle Mitarbeitenden. Das haben wir auch in unseren ORIOR Werten (siehe S. 5) festgehalten.

Seit 2017 verfügt die ORIOR Gruppe zudem über einen Verhaltenskodex. Dieser 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 dargestellt werden, finden sich auch dort wieder, so zum Beispiel unser Ansatz in Personalfragen, 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.

Unsere Ambition ist es, einzigartig und unternehmerisch erfolgreich zu sein. Um dies zu erreichen, haben wir uns vorgenommen, unser Tun und Handeln an folgenden Kernelementen auszurichten:



2. Nachhaltigkeit bei ORIOR

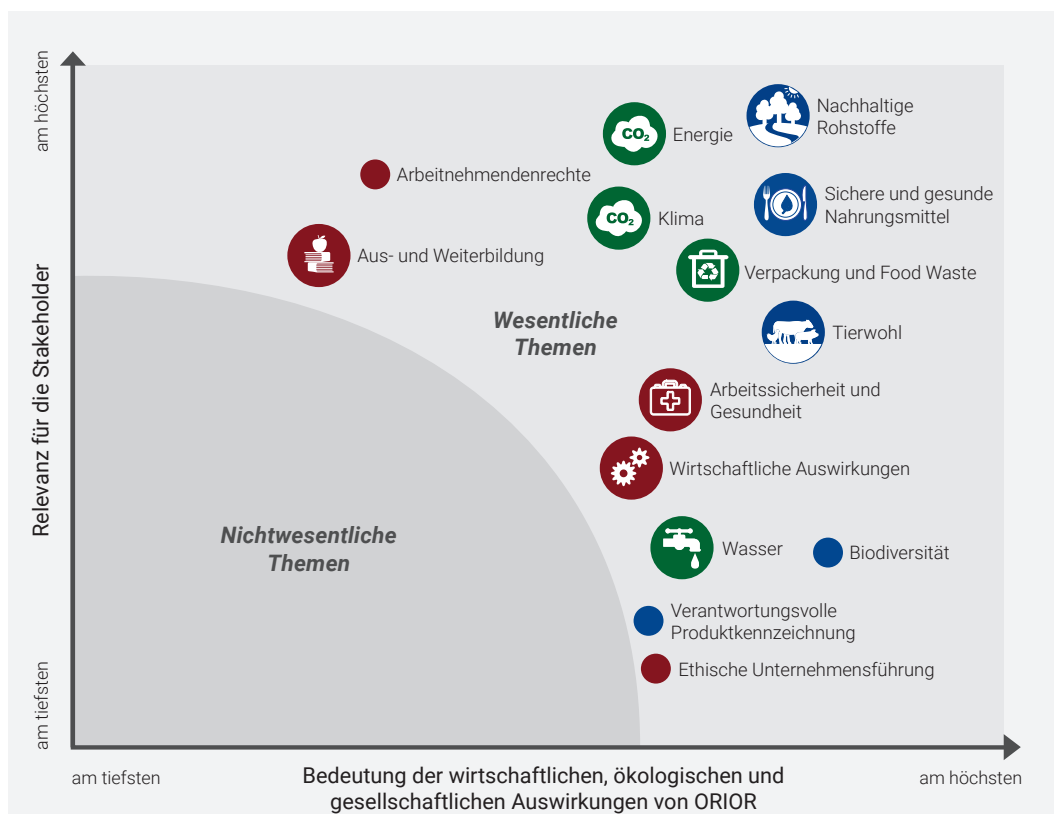
Nachhaltigkeit – wir nennen es «Die ORIOR Verantwortung» – ist Teil unseres Kerngeschäfts und Voraussetzung für Excellence in Food. ORIOR übernimmt Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette, berücksichtigt die Interessen ihrer Anspruchsgruppen und richtet ihre Tätigkeit an den Prinzipien der Nachhaltigkeit aus. Kernthemen sind die «Produktverantwortung», inklusive der nachhaltigen Beschaffung von Rohstoffen, des Respekts gegenüber dem Tier sowie der gesunden Produkte, die «Umweltverantwortung», welche unseren Umgang mit Energie und Emissionen, Wasser und Abfall umfasst, und die «Soziale Verantwortung», in welcher wir unsere Mitarbeitenden ansprechen.

GRI 102-46

2.1 Wesentlichkeit

2018 haben wir einen Wesentlichkeitsprozess durchgeführt, um die für uns relevanten Nachhaltigkeitsthemen und wichtigsten Hebel zu identifizieren. Durch die Bestimmung der Stakeholder-Erwartungen und der Auswirkungen auf eine nachhaltige Entwicklung haben wir «Die ORIOR Verantwortung» weiter ausgearbeitet. Mithilfe einer Umfeldanalyse identifizierten wir unsere potenziell relevanten Themen. Dabei berücksichtigten wir Branchenstudien, die Global Reporting Initiative (GRI)-Standards, Kundenerwartungen, NGO-Berichte sowie auch Mitarbeiter- und Investorenerwartungen. Wir priorisierten die Themenliste entlang der Kriterien Stakeholder-Erwartungen und Auswirkungen auf eine nachhaltige Entwicklung (vgl. Grafik Wesentlichkeitsmatrix unten) und leiteten davon die neun Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie «Die ORIOR Verantwortung» ab (vgl. Grafik zur Nachhaltigkeitsstrategie auf S. 15). Im Rahmen eines Workshops validierten interne Fachexperten unterschiedlicher Disziplinen und Kompetenzzentren die Matrix und die Handlungsfelder der Strategie. Nach weiterer Verfeinerung der Strategie durch das Nachhaltigkeitsteam wurde diese dem Schweizer Management-Team und in der Folge auch dem Verwaltungsrat zur Gutheissung vorgelegt.

Wesentlichkeitsmatrix



GRI 102-11, GRI 102-47, GRI 103-1

Aus der Priorisierung der Wesentlichkeitsanalyse ergab sich eine Liste von 14 wesentlichen Themen. Da sich einige der wesentlichen Themen überschneiden, haben wir sie in unserer Strategie in neun zentralen Handlungsfeldern zusammengefasst.

Die mit einem Icon versehenen wesentlichen Themen sind diejenigen, die in diesem Bericht im Detail behandelt werden. Die vier Themen, die nicht mit einem Icon versehen sind, haben kein eigenes Kapitel und werden von uns wie folgt gehandhabt:

- ● Arbeitnehmendenrechte und ● Biodiversität sind Themen, die in unserer Wertschöpfungskette vor allem in den vorgelagerten Stufen (beim Anbau der Rohstoffe) grosse Wirkungen erzielen. Daher haben wir sie in unseren Managementansatz für «nachhaltige Rohstoffe» integriert.
- ● Verantwortungsvolle Produktkennzeichnung ist selbstverständlich sehr relevant für unsere ganze Produktpalette. Wir sehen die Einhaltung aller diesbezüglichen Gesetze als Grundvoraussetzung und gehen mit Ansätzen wie «Clean Label» (siehe Kapitel 3.3) noch darüber hinaus.
- ● Die ethische Unternehmensführung betrachten wir als Selbstverständlichkeit und Voraussetzung unseres Wirkens und haben dies entsprechend auch in unseren Werten (siehe S. 5) verankert.

Wir wollen unsere strategischen Ambitionen danach ausrichten, wo wir die grössten Beiträge an eine nachhaltige Entwicklung leisten können – und dies entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dort, wo unsere Verantwortung gross ist und wir grosse Auswirkungen haben respektive viel bewegen können, wollen wir mit Zielen und Massnahmen ansetzen, um mit unserem Nachhaltigkeitsmanagement negative Auswirkungen zu verhindern und positive Auswirkungen zu stärken. Wir sehen unsere grösste Verantwortung in den nachfolgend aufgeführten Handlungsfeldern; die Darstellung zeigt auf, in welchen Stufen der Wertschöpfungskette diese Themen Wirkung erzielen.

Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette

	ORIOR Wertschöpfungskette		
	Vorgelagert	ORIOR	Nachgelagert
Nachhaltige Rohstoffe	→	→	
Tierwohl	→	→	
Sichere und gesunde Nahrungsmittel		→	→
Verpackung und Food Waste	→	→	→
Klima und Energie	→	→	→
Wasser	→	→	→
Aus- und Weiterbildung	→	→	→
Arbeitssicherheit und Gesundheit	→	→	→
Wirtschaftliche Auswirkungen	→	→	→

Wirkungen:
 → gross → mittel → gering

GRI 102-40, GRI 102-42, GRI 102-44

Wir wollen die Erwartungen unserer Anspruchsgruppen berücksichtigen, denn unsere internen und externen Anspruchsgruppen unterstützen uns dabei, unsere Ambitionen bezüglich der relevanten Themen hoch zu setzen und unsere Ziele 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 Stakeholder-Anliegen auf.



GRI 102-43

Mit unseren Mitarbeitenden, dem Verwaltungsrat, den Kunden, den Lieferanten sowie den Aktionärinnen und Aktionären stehen wir über persönliche Gespräche, Umfragen und Versammlungen kontinuierlich im Austausch. Von den Konsumentinnen und Konsumenten erhalten wir primär Rückmeldungen über unsere Websites oder indirekt über unsere Kunden. Mit den Medien, dem Gesetzgeber und den Verbänden, Gewerkschaften, Behörden, Banken, NGOs und Ratingagenturen tauschen wir uns telefonisch, an Tagungen und in persönlichen Gesprächen nach Bedarf aus.

2.2 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie: «Die ORIOR Verantwortung»

Die ORIOR Verantwortung ist für uns die Grundlage für Excellence in Food und daher auch als strategischer Eckpfeiler unserer Strategie ORIOR 2020 definiert. Sie gliedert sich in die drei Bereiche «Produktverantwortung», «Umweltverantwortung» und «Soziale Verantwortung», in welchen wir neun zentrale Handlungsfelder bearbeiten:

Strategische Eckpfeiler der Strategie ORIOR 2020

INNOVATIONS- HAUS

ORIOR hat den Anspruch, Innovation entlang der gesamten Wertschöpfungskette und über das Produkt hinaus – auch in Konzepten, Services und Prozessen – voranzutreiben.

MÄRKEN STÄRKEN UND AUSBAUEN

Die Differenzierung und Weiterentwicklung der Kernmarken wird gestärkt, um die Bekanntheit und Beliebtheit der Kernmarken zu erhöhen und dadurch Wachstum zu erzielen.

AGILITÄT UND KOSTEN-EFFIZIENZ

Kompetenzzentren übergreifend wird die Stärke und Grösse der Gruppe eingesetzt, um Effizienz und Know-how weiter zu erhöhen und Abläufe kontinuierlich zu verbessern.

DIE ORIOR VERANTWORTUNG

Nachhaltigkeit ist für uns die Grundlage für Excellence in Food. Wir übernehmen Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette und berücksichtigen die Interessen unserer Bezugsgruppen.

WIR SIND ORIOR

«Wir sind ORIOR» basiert auf unternehmerischen Grundwerten: partizipativer Führungsstil, offene und direkte Kommunikation, respektvolles Handeln und Verantwortung auf allen Stufen.

Unsere Ambitionen



Bis 2025 wollen wir den Anteil an eingekauften nachhaltigen Rohstoffen und Bio-Rohstoffen wesentlich erhöhen.



Bis 2025 wollen wir für den Schweizer Markt Tierprodukte aus der Schweiz, gemäss TSchV¹ oder aus nachhaltig geführter Aufzucht verarbeiten.



Bis 2025 wollen wir den Anteil an gesunden Produkten wesentlich erhöhen.



Bis 2025 wollen wir unsere Abfallintensität im Vergleich zum Jahr 2018 gesamthaft um mindestens 25% reduzieren.



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



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



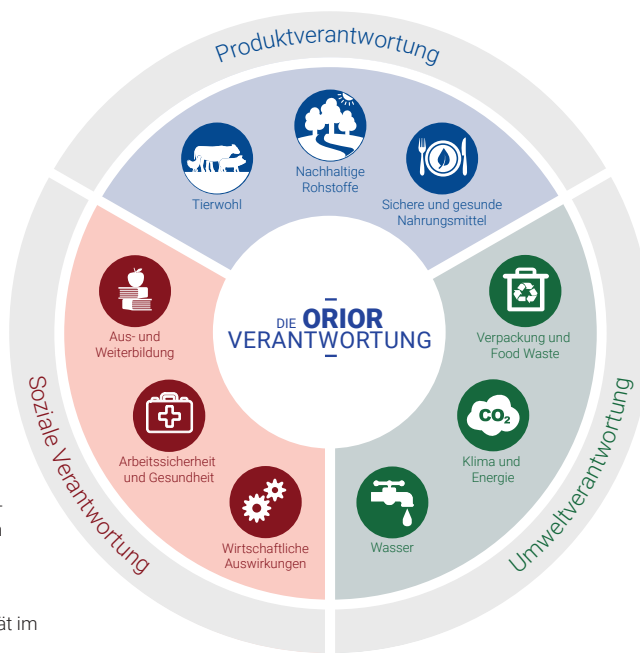
Wir wollen unsere Mitarbeitenden gezielt schulen und individuelle Weiterentwicklungsmöglichkeiten bedeutend ausweiten.



Bis 2025 wollen wir ein übergreifendes betriebliches Gesundheitsmanagement in der gesamten Gruppe integrieren.



Unser übergeordnetes Ziel ist die stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder.

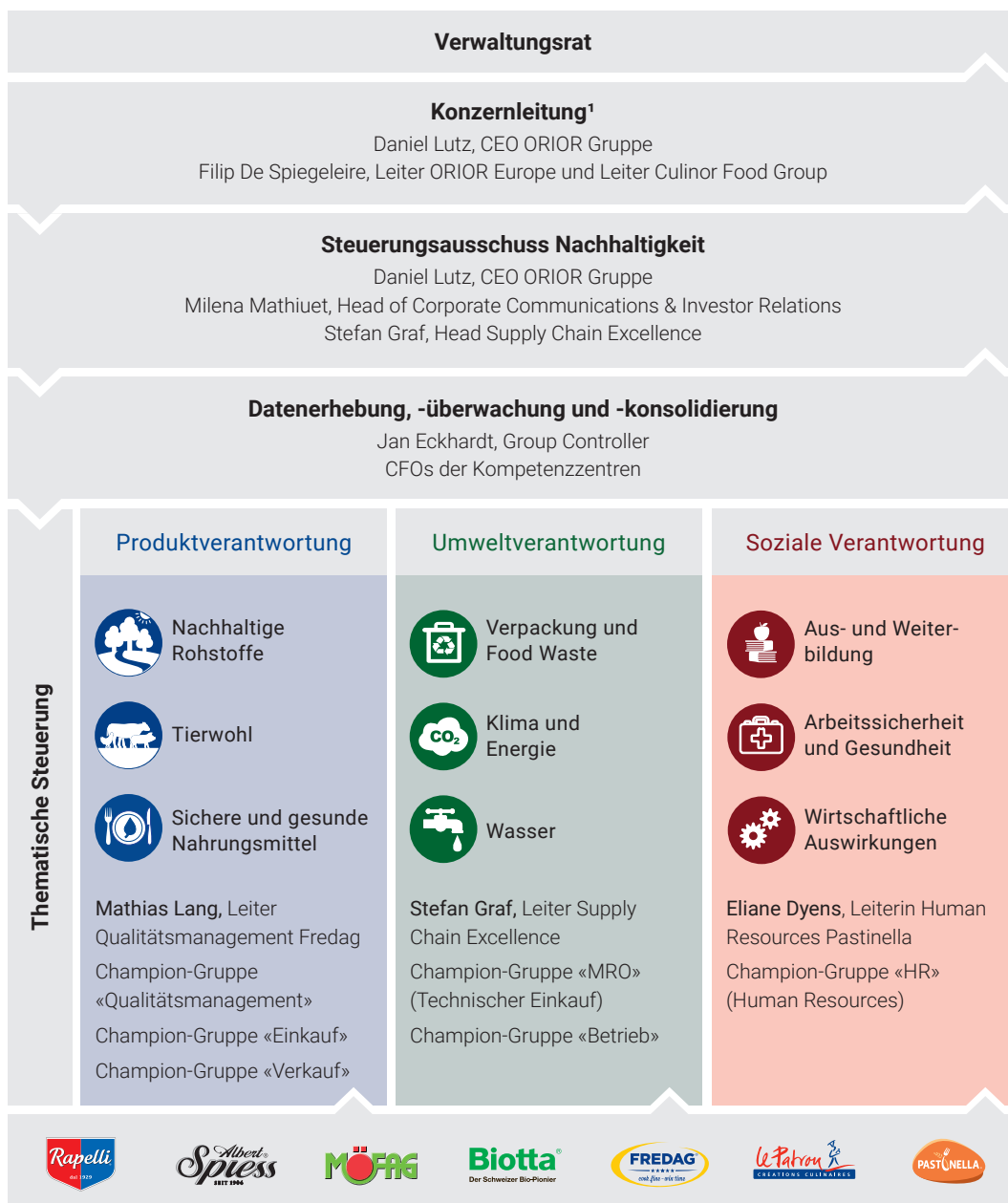


¹ Schweizer Tierschutzverordnung

2.3 Verankerung und Umsetzung

GRI 102-18, GRI 103-2

Um unsere Ambitionen bei der ORIOR Verantwortung zu erreichen, haben wir die Verantwortlichkeiten klar zugeordnet. In einem jährlich stattfindenden Workshop, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern unterschiedlicher Fachbereiche und Kompetenzzentren, werden zusammen mit den Verantwortlichen aus der thematischen Steuerung die Ziele und Standards, die Massnahmen und die laufenden Initiativen sowie die Zielerreichung diskutiert und festgelegt. Eine zentrale Rolle spielen dabei die intradisziplinären, kompetenzzentrenübergreifenden Champion-Teams respektive deren Leiter, welche die Teams am Workshop vertreten. Die daraus abgeleiteten Vorgehensvorschläge werden durch die Themenverantwortlichen spezifiziert und verfeinert, bevor sie dem fest installierten Nachhaltigkeits-Steuerungsausschuss (Nachhaltigkeitskomitee) zur Freigabe vorgelegt werden.



¹ Ab 1. Oktober 2019 zusätzlich CFO Andreas Lindner.

Das Nachhaltigkeitskomitee formiert sich aus drei Mitgliedern: dem Group CEO, der Head of Corporate Communications & Investor Relations sowie dem Head Supply Chain Excellence. Hauptaufgaben des Nachhaltigkeitskomitees sind die Überwachung und die laufende Diskussion rund um alle Initiativen, Massnahmen, Fortschritte und Herausforderungen in Sachen Nachhaltigkeit sowie das Einbeziehen von und das Rapportieren an die Konzernleitung und den Verwaltungsrat der ORIOR Gruppe.

Die Kaskadierung und Verankerung der Nachhaltigkeitsziele findet bei ORIOR auf allen Ebenen Anwendung: Sämtliche wesentlich in Nachhaltigkeitsthemen involvierten Mitarbeitenden – inklusive Group CEO und Konzernleitung – erhalten dafür einen variablen Vergütungsanteil, der sich am Fortschritt bemisst.

Bei den Kompetenzzentren sind die Nachhaltigkeitsziele fester Bestandteil der jeweiligen Strategiedokumente, die jährlich entlang der gültigen Rahmenbedingungen reflektiert und der Konzernleitung sowie dem Verwaltungsrat zur Genehmigung vorgelegt werden. Der jeweilige CEO des Kompetenzzentrums ist für die Erreichung aller festgelegten Zielgrössen im Strategiedokument verantwortlich; seine variable Vergütung steht damit in direktem Zusammenhang. In Erweiterung dazu erhalten die Geschäftsleitungen der Kompetenzzentren eine variable Vergütungskomponente, welche auch die Nachhaltigkeitsfortschritte inkludiert. Die wichtigsten Nachhaltigkeitskennzahlen sind oder werden im monatlichen Finanzreporting abgebildet und sind entsprechend unter permanenter Kontrolle. Alle weiteren Nachhaltigkeitskennzahlen werden in den Kompetenzzentren gesteuert und überwacht und fliessen einmal jährlich in die Konsolidierung ein. Für alle wichtigen Kennzahlen bestehen bei ORIOR sogenannte KPI-Owner, die die fest zugewiesene Verantwortung für eine oder mehrere Kennzahlen tragen. Dies gilt auch für Nachhaltigkeitskennzahlen. Fortschritte sind von den Ownern voranzutreiben, Abweichungen sowie Massnahmen werden durch sie monatlich im Finanz-Reporting erläutert.

GRI 102-45

In einem ersten Schritt wurde die Nachhaltigkeitsstrategie für die Schweizer Standorte, also die Segmente Refinement und Convenience, definiert. Über die nächsten zwei Jahre werden wir sie mit den Standorten im Ausland spiegeln, falls nötig anpassen und auf diese ausweiten. So können wir langfristig sicherstellen, dass die Nachhaltigkeitsbestrebungen und -leistungen der ganzen ORIOR Gruppe abgebildet werden.

Unsere Ambitionen im Bereich Produktverantwortung



Bis zum Jahr 2025 wollen wir den Anteil an eingekauften nachhaltigen Rohstoffen und Bio-Rohstoffen wesentlich erhöhen.



100%

Bis zum Jahr 2025 wollen wir für den Schweizer Markt ausschliesslich Tierprodukte aus der Schweiz, aus Aufzucht gemäss der Schweizer Tierschutzgesetzgebung oder aus nachhaltig zertifizierter Aufzucht verarbeiten.



Bis zum Jahr 2025 wollen wir den Anteil an gesunden Produkten wesentlich erhöhen.

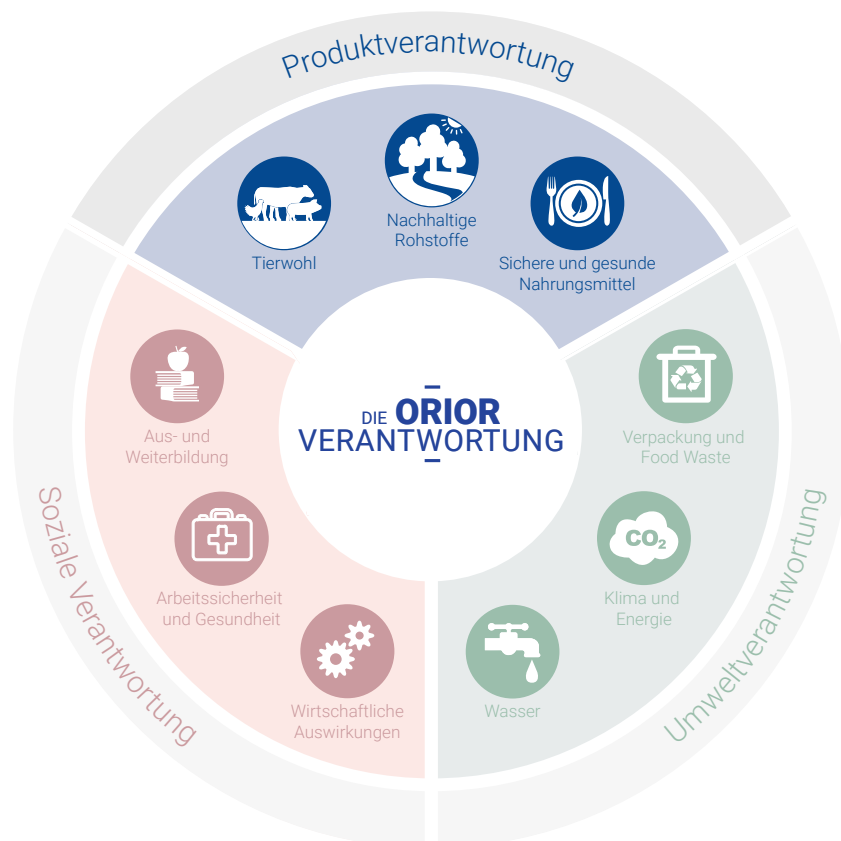


Richard Hörenberg, Bio-Bauer aus Leidenschaft – sein Gemüse wird bei Biotta seit vielen Jahren zu besten Säften dekantiert.

3. 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 herauskristalisiert. Einerseits sind da die nachhaltigen Rohstoffe, über welche wir soziale und ökologische Wirkungen in vorgelagerten Stufen adressieren können. Gleichermassen wichtig sind für uns andererseits die Qualität und die Sicherheit von Lebensmitteln sowie die Herkunft und die Gewinnung der verwendeten Rohstoffe. Und 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.



3.1 Nachhaltige Rohstoffe

Welche Rohstoffe eingekauft und weiterverarbeitet werden und wo diese unter welchen ökologischen und sozialen Bedingungen angebaut wurden, ist für uns sehr wichtig. Denn nur so können wir eine nachhaltige Entwicklung entlang der gesamten Wertschöpfungskette fördern.

GRI 103-2



Unsere Ambition: Bis zum Jahr 2025 wollen wir den Anteil an eingekauften nachhaltigen Rohstoffen und Bio-Rohstoffen wesentlich erhöhen.

Folgende Unterziele tragen hierzu bei:

- Bis zum Jahr 2025 wollen wir den Anteil der Rohstoffeinkäufe mit anerkannten Nachhaltigkeitslabels um 15% steigern (Basisjahr 2018).
- Wir wollen den Anteil an eingekauften biologischen Rohstoffen kontinuierlich erhöhen.
- Spätestens 2022 wollen wir vollständig auf Palmöl verzichten.

GRI 103-1

Die Bedeutung für ORIOR

Die ORIOR Verantwortung kommt bei unseren Produkten und den dafür verwendeten Rohstoffen an prominenter Stelle zum Ausdruck. Für uns als Lebensmittelverarbeiterin treten die grössten Nachhaltigkeitswirkungen in der uns vorgelagerten Wertschöpfungskette dieser Rohstoffe auf. Zum Beispiel resultieren gemäss dem World Resources Institute (WRI) ungefähr 13% der globalen Treibhausgasemissionen aus der Landwirtschaft. Diese gehört auch zu den grössten Verbrauchern von Frischwasser. Zudem sind Pestizideinsatz und die teilweise prekären Arbeitsbedingungen in den Ursprungsländern von Rohstoffen aller Art Herausforderungen, die vor dem Hintergrund einer wachsenden Weltbevölkerung immer drängender werden.

Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und setzen uns dafür ein, langfristig zu einer nachhaltigeren Lebensmittelproduktion beizutragen. Zentraler Punkt dabei ist, woher die eingesetzten Rohstoffe stammen und unter welchen sozialen und ökologischen Bedingungen diese gewonnen wurden. Diese Fragen werden in einer global vernetzten Konsumwirtschaft zunehmend relevant und sind auch unseren Konsumentinnen

und Konsumenten ein wachsendes Anliegen. Mit dem Einsatz nachhaltiger Rohstoffe begegnet ORIOR den Auswirkungen in den Vorstufen und leistet so ihren positiven Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wie wir unsere Ziele erreichen

Um unser Ziel, bis zum Jahr 2025 den Anteil nachhaltiger und biologischer Rohstoff-Einkäufe zu steigern, zu erreichen, setzen wir auf drei zentrale Massnahmen: Wir arbeiten an der Entwicklung einer internen Richtlinie für nachhaltige Rohstoffe, welche rollend in allen Kompetenzzentren implementiert wird. Wir setzen wo immer möglich auf Regionalität und Schweizer Rohstoffe. Und wir sind uns der Bedeutung von guten Partnerschaften in der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen sehr bewusst und pflegen mit unseren Kunden, Lieferanten und Partnern langjährige, enge Beziehungen.

Verantwortlich für das Thema nachhaltige Rohstoffe ist die ORIOR Champion-Gruppe «Qualitätsmanagement», welche im kompetenzzentrenübergreifenden, intradisziplinären Austausch die Ziele und Standards festlegt und ihre Erreichung überwacht. Für die Einführung und Umsetzung der Massnahmen in den Produktionsstätten sind die Qualitätsmanager der einzelnen Kompetenzzentren verantwortlich. Das Champion-Team rapportiert regelmässig direkt dem Schweizer Management-Team der ORIOR AG, welches die jährlichen Ziele und Massnahmen überprüft und genehmigt.

Zur Erreichung unserer Ziele innerhalb des Handlungsfelds «Nachhaltige Rohstoffe» tragen neben der Champion-Gruppe «Qualitätsmanagement» auch die beiden Champion-Gruppen «Einkauf» und «Verkauf» sowie das Marketing und die Entwicklung bei. Entsprechend werden diese periodisch in die Ziele und Massnahmen eingeführt. Zusätzlich findet einmal im Jahr ein sogenannter ORIOR Champion-Tag statt, an welchem alle Champion-Gruppen sich gegenseitig über laufende Initiativen und Projekte informieren und die Themen auch über die offensichtlich betroffenen Disziplinen hinaus und gruppenweit sensibilisiert werden (siehe Erläuterung zum Champion-Modell und zum Champion-Tag auf S. 49).

GRI 103-2, GRI 103-3

Richtlinie für nachhaltige Rohstoffe

2018 haben wir auf Gruppenebene das Projekt «Clean Label» (siehe S. 29) ins Leben gerufen. Sein Hauptziel ist, unsere Rezepturen dahingehend zu optimieren, dass möglichst keine Zusatzstoffe verwendet werden müssen. Parallel dazu hat die Champion-Gruppe «Qualitätsmanagement» die interne «Richtlinie für nachhaltige Rohstoffe» definiert, welche für die wichtigsten Rohstoffkategorien die Mindestanforderungen festlegt.

**ORIOR Richtlinie
für nachhaltige Rohstoffe**

Wir bekennen uns im Rahmen unserer internen Richtlinie zu folgenden Mindestanforderungen:

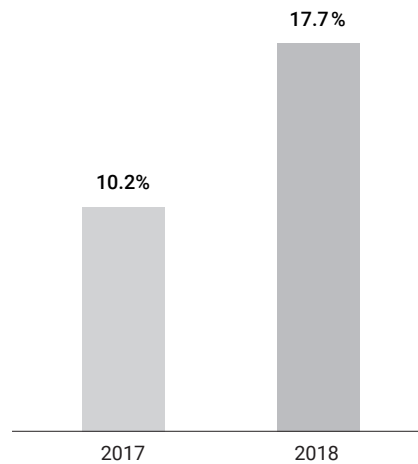
- Wir halten uns konsequent an die Vorgaben der Swissness-Verordnung (HasLV) und des Markenschutzgesetzes (MSchG).
- Wir distanzieren uns von gentechnisch veränderten Organismen. Als Grundlage halten wir uns konsequent an die Verordnung des EDI über gentechnisch veränderte Lebensmittel (VGVL).
- Für unsere Markenprodukte verwenden wir für den Schweizer Markt Schweizer Fleisch. Aufgrund ungenügender oder fehlender hieriger Verfügbarkeiten muss bei Geflügel- und Nischenprodukten auch auf ausländische Rohstoffe zurückgegriffen werden.
- Für unsere Markenprodukte verarbeiten wir nur Eier, die den Standards der Schweizer Freilandhaltung oder der EU-Freilandhaltung entsprechen.
- Sämtliches als Zutat verarbeitete Soja kommt aus der Schweiz oder aus Europa.
- Ab 2022 verzichten wir vollständig auf die Verarbeitung von Palmöl in all unseren Produkten.

Neben den aufgeführten Mindeststandards für unsere Markenprodukte erheben wir über alle wichtigsten Rohstoffgruppen hinweg die Anteile unserer Einkäufe nach Herkunft, nach biologischem Anbau und nach anerkannten Nachhaltigkeitslabels. Wir sind bestrebt, diese Anteile zugunsten nachhaltiger Rohstoffe entlang der definierten Unterziele bis zum Jahr 2025 um 15% zu erhöhen. Teil davon ist auch die kontinuierliche Steigerung des Anteils an verarbeiteten Bio-Rohstoffen.

GRI G4 FP 2

Die für uns mengenmässig wichtigsten und entsprechend auch wesentlichen Rohstoffe sind Gemüse, Rindfleisch, Schweinefleisch, Geflügelfleisch, Hartweizen und Vollei. Ausserdem erheben wir aus Nachhaltigkeitssicht sensible Rohstoffe wie Fisch, Krustentiere, Soja und Palmöl. Eine Erhebung über die gesamte Rohstoffpalette ist aus Komplexitätsgründen derzeit nicht sinnvoll.

Anteil der Einkäufe mit anerkannten Bio¹- und/oder Nachhaltigkeitslabels¹ der für uns wesentlichen Rohstoffe (erhoben in kg)



Haupttreiber für die Steigerung in obiger Darstellung ist die seit Mai 2018 zu ORIOR gehörende Biotta mit einem Bio-Anteil beim Gemüse von 100%. Fleisch ist nur in geringen Mengen mit anerkannten Bio¹- und/oder Nachhaltigkeitslabels¹ verfügbar. Die entsprechenden Anteile 2018 sind folglich sehr gering: Rindfleisch 7.6% (2017: 10.9%), Schweinefleisch 5.7% (2017: 6.7%) und Geflügelfleisch 18.3% (2017: 15.9%). Die Veränderungen zum Vorjahr sind Produktmix-Verschiebungen sowie der Warenlagerbewirtschaftung zuzuordnen.

2018 verwendeten wir für unsere Produkte über 99% Soja mit anerkannten Bio¹- und/oder Nachhaltigkeitslabels², was dem gleichen Niveau wie 2017 entspricht. Bei Fisch erreichte der Anteil an eingekauften Rohstoffen mit anerkannten Bio¹- und/oder Nachhaltigkeitslabels¹ 83.2% (2017: 79.0%), und bei Krustentieren lag der Anteil bei 42.2% (2017: 51.2%).

Einige wenige Produkte von ORIOR enthalten Palmöl. Die Produktion von Palmöl steht seit Jahren in der Kritik, weil dafür in vielen Ländern Tropenwälder abgeholzt

¹ Aufzählungen der von uns verwendeten und in der Erhebung einbezogenen Bio- und Nachhaltigkeitslabels finden sich im GRI-Index auf S. 62.

oder Kleinbauern enteignet werden. Um diesen Problemen entgegenzuwirken, will ORIOR ab 2022 gänzlich auf den Einsatz von Palmöl verzichten. Wir arbeiten kontinuierlich daran, alternative, regionale Öle und Fette zu testen, die das Palmöl ersetzen könnten. Unserem Ziel, bis 2022 vollkommen auf Palmöl zu verzichten, sind wir schon heute sehr nah. Palmöl macht weniger als 0.02% unseres Gesamtwareneinkaufs (in kg) aus. Entsprechend überschaubar ist auch das Sortiment an verkauften Produkten, die noch Palmöl enthalten. Wo derzeit noch nicht ganz auf Palmöl verzichtet werden kann, verwenden wir ausschliesslich zertifiziertes Palmöl nach RSPO Identity Preserved (IP), RSPO Segregation (SG) oder Bio.

GRI 102-9

Als Lebensmittelverarbeiterin ist die ORIOR Gruppe Verbindungsglied zwischen den Herstellern der Rohstoffe und den Kunden, zu denen insbesondere der Detailhandel, der Food Service sowie der Fachhandel zählen. Je nach Produktgruppe oder Segment verändern sich die detaillierten, voll integrierten Wertschöpfungsschritte – in ihren Grundelementen sind sie jedoch für alle Kompetenzzentren der ORIOR Gruppe gleich.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir fördern regionalen und lokalen Rohstoffeinkauf

Wo immer möglich und sinnvoll, beziehen wir die Rohstoffe lokal oder regional. 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 und Nachhaltigkeit erfüllen. Letzteres erfolgt sowohl hinsichtlich Aufzucht und Anbau – was dank der Nähe auch besser kontrolliert und nachvollzogen werden kann – als auch hinsichtlich ethischer und gesellschaftspolitischer Aspekte. Der Gesamtanteil der für uns wesentlichen Rohstoffe aus hiesiger Landwirtschaft betrug im Jahr 2018 71.2% (2017: 69.1%). Die detaillierte Betrachtung von Rind-, Schweine- und Geflügelfleisch sowie Vollei wird im nachfolgenden Kapitel 3.2 «Tierwohl» dargelegt.

2018 kamen 87.7% des Gemüses aus der Schweiz, wobei die wesentliche Steigerung gegenüber 2017 der seit Mai 2018 zugehörigen Biotta zuzuschreiben ist.

GRI 102-9

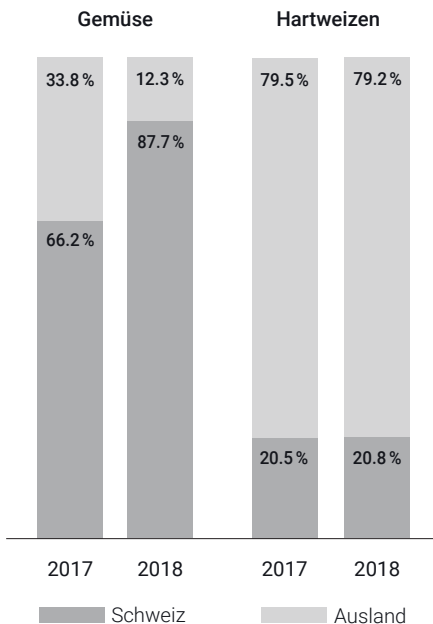
Wertschöpfungskette ORIOR Convenience und ORIOR Refinement



Voll integrierte Wertschöpfungsschritte
 Grösstenteils ausgelagerte Wertschöpfungsschritte
 Nicht integrierte Wertschöpfungsschritte

Hartweizen wird hierzulande nur in kleinen Mengen angebaut, folglich kommt der Grossteil des verarbeiteten Hartweizens aus dem Ausland, namentlich aus Kanada.

Herkunft von Gemüse und Hartweizen
(erhoben in kg)



GRI 103-2, GRI 103-3

Langfristige und enge Lieferantenbeziehungen

Langfristige und enge Lieferantenbeziehungen sind uns wichtig, und 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 (siehe Kapitel 3.2 Tierwohl). Andererseits unterziehen wir unsere Lieferanten wiederkehrenden Audits. Die entsprechenden Resultate werden regelmässig in der Champion-Gruppe «Qualitätsmanagement» diskutiert, damit auch die anderen Kompetenzzentren von den Erfahrungen der Kolleginnen und Kollegen profitieren können. Derzeit wird bei Fredag ein Audit Management Tool getestet. Sollte sich dessen Einsatz bewähren, ist vorgesehen, dieses Tool für alle Kompetenzzentren auszurollen.

Bei Nichterreichen oder Nichteinhalten unserer Vorgaben folgen als Erstes persönliche Gespräche mit den Lieferanten, um die Ursachen zu identifizieren. Werden die Verstösse nicht innert nützlicher Frist behoben, fol-

gen Verwarnungen. Bei Feststellen von wiederholtem Verfehlen der Vorgaben im Rahmen von Nachkontrollen wird über die komplette Einstellung der Geschäftsbeziehung mit dem betreffenden Lieferanten entschieden.

GRI 103-3

Ausblick

Wir sind zuversichtlich, dank der drei initiierten Massnahmen die gesetzten Ziele bis zum Jahr 2025 zu erreichen. Einige Herausforderungen, die wir nur geringfügig beeinflussen können, werden dabei mit Sicherheit auf uns zukommen. So ist etwa die Verfügbarkeit gewisser biologischer und/oder mit Nachhaltigkeitslabels versehener Rohstoffe nach wie vor begrenzt, sodass die Nachfrage nicht in allen Rohstoffgruppen gedeckt ist. Ebenfalls herausfordernd ist die volatile Wetterlage, welche sich – wie im Jahr 2018 eindrücklich gezeigt – stark auf die Ernten und deren Ausbeute auswirken kann.

Im Jahr 2019 wird die «Richtlinie für nachhaltige Rohstoffe» für Markenprodukte in einem rollenden Prozess implementiert. Und damit einhergehend wird auch die separate Aufzeichnung von Bio und Nachhaltigkeit der für uns wichtigsten Rohstoffgruppen systemisch erfasst. Zudem werden wir kontinuierlich an unseren Rezepturen arbeiten und unsere Produkte sowohl aus qualitativer und kulinarischer wie auch aus ernährungsphysiologischer Sicht weiter verbessern.

Bio im Trend

Wachsende Bio-Nische etabliert sich

Bio ist seit vielen Jahren im Trend, das Sortiment wird laufend ausgeweitet. Wir dürfen für unsere Kunden eine grosse Anzahl von Bio-Produkten herstellen. Die von uns am häufigsten verwendeten und damit wichtigsten Bio-Labels für unsere Produkte sind Migros Bio, Knospe Bio Suisse, Naturaplan und Naturafarm (Coop), EU-Bio-Label und Demeter.

Mit der Übernahme von Biotta im Mai 2018 haben wir zudem die Bio-Pionierin der Schweiz in die ORIOR Gruppe geholt und stärken damit unsere Kompetenz in diesem Bereich überproportional. Biotta steht für die Tradition, aus bestem biologischem Gemüse naturrein belassene Säfte zu dekantieren. Erweitert wird das Sortiment mit trendigen Eistees und Fruchtsaftmischungen – und natürlich dem Bio Energy.

3.2 Tierwohl

Der Respekt gegenüber dem Tier sowie würdige und verantwortungsvolle Zucht-, Hal- tungs- und Schlachtungsmethoden sind für uns selbstverständlich und gelten als zen- trale Voraussetzungen für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten im In- und Aus- land.

GRI 103-2

100%



Unsere Ambition: Bis zum Jahr 2025 wollen wir für den Schweizer Markt ausschliesslich Tierprodukte aus der Schweiz, aus Aufzucht gemäss der Schweizer Tier- schutzgesetzgebung oder aus nachhaltig zertifizierter Aufzucht verarbeiten.

Davon leiten wir folgende Unterziele ab:

- Bis 2022 verarbeiten wir ausschliesslich Fisch und Krustentiere mit Nachhaltigkeitszertifizierung.
- Bis 2025 will ORIOR für den Schweizer Markt nur noch Fleisch verarbeiten, das entweder aus der Schweiz stammt oder mindestens der Schweizer Tierschutzgesetzgebung entspricht.
- Bis 2025 wollen wir den Anteil Eier aus Schweizer Freilandhaltung oder KAT-zertifizierter¹ EU-Freiland- haltung kontinuierlich gegen 100% erhöhen.

GRI 103-1

Die Bedeutung für ORIOR

Der Respekt gegenüber dem Tier sowie würdige und verantwortungsvolle Zucht-, Haltungs- und Schlach- tungsmethoden gelten als zentrale Voraussetzungen für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten im In- und Ausland. Wir achten kompromisslos und aus Überzeugung darauf, dass unsere Fleischprodukte so- wie die selbst eingekauften Eier aus tierfreundlicher Haltung kommen. Die Thematik Tierwohl wurde und wird in den medialen Berichterstattungen zunehmend aufgenommen. Entsprechend sind auch Konsumentin- nen und Konsumenten für dieses Thema sensibilisiert. Der Entscheid von ORIOR für eine Nachhaltigkeitsbe- richterstattung wurde nicht zuletzt durch diese erhöhte Sensibilität der Konsumentinnen und Konsumenten be- einflusst. Das Bewusstsein bezüglich verantwortungs- voller und nachhaltiger Rohstoffe unterstützt letztlich auch das Verständnis für ein faires Preis-Leistungs- Verhältnis. In diesem Sinne begrüssen wir das Umden- ken der Konsumentinnen und Konsumenten sehr, denn

auch sie leisten mit ihrem Kaufentscheid einen wichti- gen Beitrag zur Verbesserung des Tierwohls.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wie wir unsere Ziele erreichen

Wir nehmen unsere Verantwortung als Herstellerin von veredelten Fleischspezialitäten wahr und erach- ten das Bestreben zur Förderung von Tierwohl als unsere Pflicht. Wir steigern den Anteil des eingesetz- ten Fleisches aus tierfreundlicher Haltung und/oder mit Nachhaltigkeitszertifikat. Dies tun wir unter anderem, indem wir den Anteil an Schweizer Fleisch – oder Fleisch aus dem Ausland, welches mindestens der Schweizer Tierschutzgesetzgebung (TSchV) entspricht – kontinuierlich erhöhen.

Bei der Verarbeitung von Fisch und Krustentieren bezie- hen wir derzeit noch eine sehr kleine Menge an nicht nachhaltig zertifiziertem Fisch, wobei es sich um keine vom Aussterben bedrohten Arten handelt. Wir arbeiten an der Durchsetzung unseres Ziels, bis 2022 nur noch Fisch und Krustentiere aus nachhaltig zertifizierten Auf- zuchten zu verarbeiten, und sind falls nötig auch bereit, dafür auf Umsätze zu verzichten. Das Wohl von Lege- hühnern ist uns gleichermassen wichtig: Bei selbst ein- gekauften Eiern setzen wir auf Schweizer Freilandhal- tung und KAT-zertifizierte¹ EU-Freilandhaltung.

Enge Beziehungen zu den Lieferanten und Partnern sind bei der Sicherstellung von Tierwohl unumgänglich. Wir beziehen Fleisch und Eier direkt von uns bekannten Zuchten, die wir selbst vor Ort auditieren, oder von zerti- fizierten Zwischenhändlern, mit welchen wir eine lang- jährige, enge Partnerschaft pflegen. Ausserdem halten wir Einsitz in diversen Organisationen, die sich für un- terschiedliche Themen rund um Landwirtschaft und Tier- wohl engagieren und in der Gesellschaft, der Politik und der Wirtschaft Einfluss zu nehmen vermögen.

Verantwortlich für das Thema Tierwohl sind die beiden ORIOR Champion-Gruppen «Qualitätsmanagement» und «Einkauf». Erstere stellt sicher, dass die gesteckten Ziele konsequent angesteuert werden, und überwacht deren Erreichung. Die interne «Richtlinie für nachhaltige Rohstoffe» (siehe S.21) umfasst zudem Rahmenkrite-

¹ Erläuterung KAT siehe GRI Index S. 63.

rien, die durch die Qualitätsmanager in einem rollenden Prozess bei allen Schweizer Produktionsstandorten eingeführt und durchgesetzt werden. Die Qualitätsmanager stellen die lückenlose Kommunikation mit den Einkäufern sicher, damit auch diese die Ziele im Fokus bewahren. Rapportiert wird in regelmässigen Abständen direkt dem Schweizer Management-Team, welches für die jährliche Zielvorgaben und die entsprechenden Massnahmen die Entscheidungskompetenz trägt.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir steigern den Einkauf von Fleisch aus tierfreundlicher Haltung

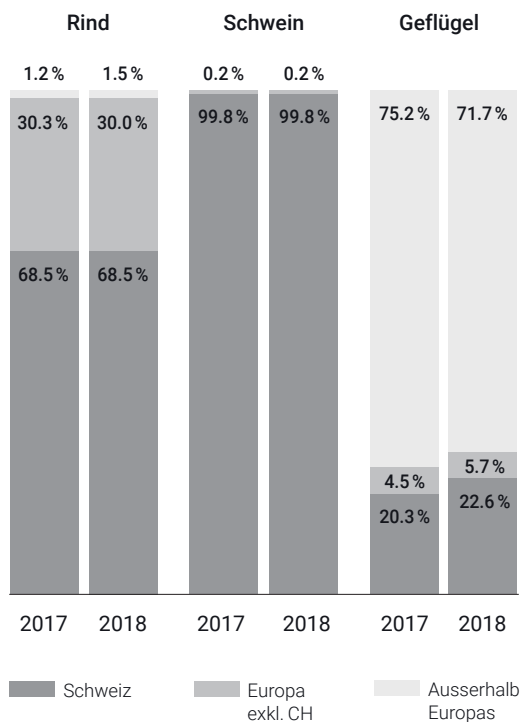
Bis zum Jahr 2025 wollen wir für den Schweizer Markt ausschliesslich Fleisch aus der Schweiz, aus Aufzucht gemäss der Schweizer Tierschutzgesetzgebung oder aus nachhaltig zertifizierter Aufzucht verarbeiten. Dies wollen wir durch kontinuierliche Verbesserungen erreichen, um das Tierwohl bei ORIOR zu fördern.

Bereits heute kaufen wir für den Schweizer Markt primär Fleisch, das den national und /oder regional anerkannten Tierwohl- und Nachhaltigkeitsansprüchen gerecht wird und darüber hinaus nur kurze Transportwege beansprucht und eine entsprechend tiefere Umweltbelastung sicherstellt. Die Schweiz gehört zu den Ländern mit den strengsten Tierschutzgesetzen weltweit, daher beziehen wir so viel Fleisch wie möglich aus der Schweiz (siehe Kapitel 3.1 Nachhaltige Rohstoffe). Die Überwachung mittels staatlicher Kontrollen gewährleistet eine zusätzliche Sicherheit bei der Einhaltung der Vorgaben. 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. Bei ausländischen Betrieben achten wir bereits heute darauf, dass wo immer möglich gemäss den Vorgaben der Schweizer Tierschutzverordnung produziert wird.

Wir distanzieren uns ausdrücklich von jeglicher Art von Stopfleberpraktiken und verarbeiten ausschliesslich ungestopfte Leber von Enten oder Gänsen. Nebst Herkunftsnachweisen sowie Haltungs- und Aufzuchtpraktiken dienen den Konsumentinnen und Konsumenten auch Labels respektive Zertifikate für das Tierwohl oder die nachhaltige Produktion als Orientierungshilfe beim Kaufentscheid. ORIOR darf schon heute eine breite Palette von Produkten mit Labels wie «Suisse Garantie», «Knospe Bio Suisse», «IP-Suisse/Terra Suisse», «Naturaplan», «Naturafarm», «Aus der Region. Für die Region.», «Migros-Bio», «Miini Region», «Bio Suisse», «MSC» oder «Fairtrade» herstellen.

Die für ORIOR wichtigsten Fleischrohstoffe sind Rind, Schwein und Geflügel. Der Gesamtanteil dieser Fleischsorten aus hiesiger Aufzucht beträgt für das Jahr 2018 76.2% (2017: 76.9%). Separat betrachtet zeigt sich, dass bei den Fleischsorten grosse Unterschiede bestehen. Das liegt daran, dass zum Beispiel Geflügel nicht in genügender Menge in der Schweiz beschafft werden kann und folglich auf ausländische Hersteller zurückgegriffen werden muss. Schweinefleisch kann fast vollständig aus hiesiger Aufzucht bezogen werden kann.

Herkunft von Rind, Schwein und Geflügel (erhoben in kg)



Nischenprodukte wie Wild, Lamm, Pferd, Kaninchen, Ente und Gans müssen wir aufgrund des geringen inländischen Angebots aus Europa, Australien, Neuseeland oder Uruguay importieren. Der Anteil an verkauften Produkten, die solche Nischenrohstoffe enthalten, liegt derzeit unter 5%. Deshalb werden diese nicht als wesentliche Rohstoffgruppen angesehen.

Fleisch ist nur in geringen Mengen mit anerkannten Bio¹- und/oder Nachhaltigkeitslabels¹ verfügbar. Die Anteile 2018 sind folglich sehr gering: Rindfleisch 7.6% (2017: 10.9%), Schweinefleisch 5.7% (2017: 6.7%) und Geflügel 18.3% (2017: 15.9%). Die Veränderungen zum Vorjahr sind Verschiebungen im Produktmix sowie der Warenlagerbewirtschaftung zuzuordnen.

¹ Aufzählungen der von uns verwendeten und in der Erhebung einbezogenen Bio- und Nachhaltigkeitslabels finden sich im GRI-Index auf S. 62.

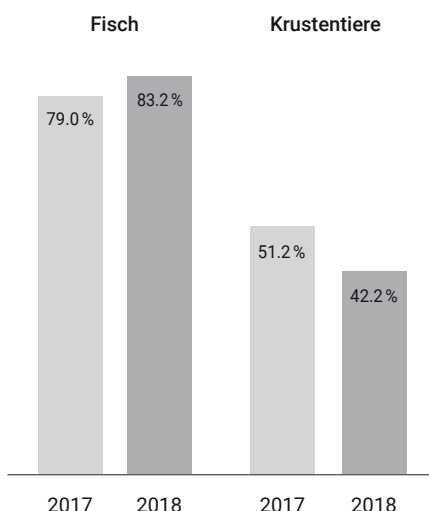
Bei allen unseren Importen achten wir konsequent auf anerkannte und international zertifizierte Lieferanten, die sowohl Menschenrechte wie auch Tierwohl in für uns vertretbarem Rahmen durchsetzen. Dafür pflegen wir enge Partnerschaften mit der Genossenschaft für Vieh- und Fleischimport (GVFI) sowie mit 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.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir gehen aufs Ganze bei nachhaltigem Fisch

Unsere Kompetenzzentren verarbeiten kleine Mengen an Fisch, Meeresfrüchten und Krustentieren. Diese können in der Schweiz nicht oder nur beschränkt bezogen werden und kommen daher aus Europa oder fernen Ländern und Fangregionen wie Bangladesch, Vietnam, Neuseeland oder dem Pazifischen Ozean. Überfischung sowie unwürdige Transporte von lebenden Tieren sind für uns inakzeptabel. Bei Fischen und Meeresfrüchten haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis 2022 ganze 100% aus nachhaltigen Quellen zu beziehen. Das bedeutet, dass alle Einkäufe MSC-, ASC- oder Bio-zertifiziert sein müssen oder vom WWF-Fischratgeber als «empfehlenswert» oder «akzeptabel» eingeschätzt werden.

Anteil Fisch und Krustentiere mit Bio¹- und/oder Nachhaltigkeitslabel¹ (erhoben in kg)



Die Veränderung bei den Krustentieren ist der Warenlagerbewirtschaftung zuzuschreiben. Bei den Krustentieren enthalten ist auch Hummer, den wir in Kleinstmengen verarbeiten und ausschliesslich gekocht sowie eingefroren nach WWF Score 3 beziehen.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir pflegen langfristige und enge Beziehungen zu unseren Lieferanten und Partnern

Als zentraler Erfolgsfaktor in der Förderung von Tierwohl gelten langfristige und enge Beziehungen zu unseren Lieferanten. Dank dieser können wir uns an partnerschaftlichen Programmen beteiligen und – wo nötig und sinnvoll – auch neue zusätzliche Anforderungen durchsetzen.

Wir beziehen Fleisch, Fisch und Eier direkt von uns bekannten Zuchten oder, wo dies nicht möglich oder sinnvoll ist, von zertifizierten Zwischenhändlern. Um die Nachhaltigkeit sowie die Qualität sicherzustellen, unterziehen wir unsere Lieferanten regelmässigen Audits. Das Nichterreichen unserer Vorgaben hat unmittelbare Verwarnungen für die Lieferanten zur Folge und muss innert Kürze behoben werden. Verfehlen die Lieferanten auch bei der Nachkontrolle die Vorgaben, wird der Bezug von diesen Anbietern eingestellt.

GRI 103-2, 103-3

Wir setzen auf Eier aus Schweizer Freilandhaltung oder KAT-zertifizierter² EU-Freilandhaltung

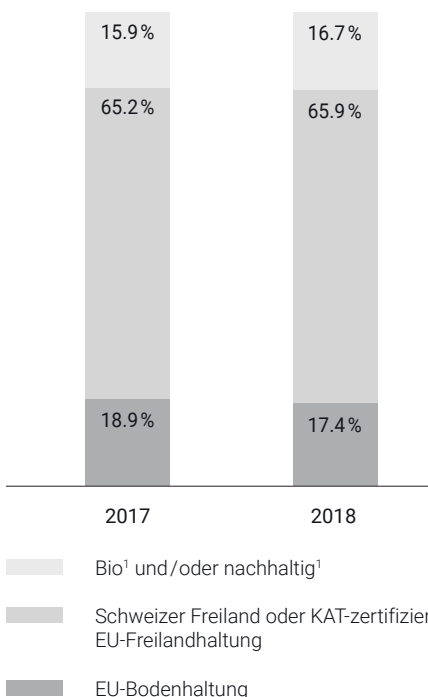
Das Wohl von Legehühnern ist uns ein grosses Anliegen. Gerade bei der Haltung von Hühnern gibt es von strengen Bio-Richtlinien über das glückliche Freilandhuhn bis hin zu besorgniserregender Käfighaltung sehr grosse Unterschiede bezüglich Tierwohl.

In unserem Convenience-Segment werden viele Eier verarbeitet, vor allem in der Pasta-Manufaktur Pastinella in Oberentfelden. Gesamthaft betrachtet sind für uns Eier respektive das Vollei entsprechend als wesentliche Produktgruppe zu qualifizieren. Daher bekommen die Gewinnung von Eiern und die Haltung von Legehühnern auch unsere besondere Aufmerksamkeit. Wir beziehen sämtliche hierzulande verarbeiteten Eier über einen in der Schweiz domizilierten Partner, welcher die ganzen Eier importiert und hier zu Flüssigei verarbeitet und vertreibt. Die Herkunft der Eier wird von unserem Partner entlang der beiden Kriterien Qualität und Verfügbarkeit in Europa eingekauft, wobei Holland, Italien und Deutschland die Hauptmärkte sind.

Unser Ziel ist es, bis 2025 den Anteil an Eiern aus Schweizer Freilandhaltung oder KAT-zertifizierter² EU-Freilandhaltung kontinuierlich gegen 100% zu erhöhen. Im Jahr 2018 entsprachen 82.6% unseren Zielvorgaben; 16.7% erfüllten die Kriterien von international anerkannten Bio¹- und/oder Nachhaltigkeitslabels¹.

¹ Aufzählungen der von uns verwendeten und in der Erhebung einbezogenen Bio- und Nachhaltigkeitslabels finden sich im GRI-Index auf S. 62.
² Erläuterung KAT siehe GRI Index S. 63.

**Anteil Eier nach Qualitätskriterien
(erhoben in kg)**



GRI 102-13

Wir halten Einsitz in diversen Organisationen, die sich für unterschiedliche Themen rund um Landwirtschaft und Tierwohl engagieren und in der Gesellschaft, der Politik und der Wirtschaft namhaften Einfluss zu nehmen vermögen. Damit schärfen wir einerseits unser eigenes Bewusstsein für aktuelle Themen und bekommen andererseits die Möglichkeit, unsere Ansichten und Bedürfnisse in grösseren Gremien 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 Schweizer Bündnerfleischproduzenten (VBF), beim Europäischen Verband des Wild- und Geflügel-Gross- und Aussenhandels (EPG), beim Schweizer Seafood Verband, bei der Swiss Convenience Food Association (SCFA) sowie in mehreren kantonalen Industrie- und Handelskammern. Die Aufzählung ist nicht abschliessend; die vollständige Liste aller Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen findet sich im GRI-Index ab S. 60.

GRI 103-3

Ausblick

Wir wollen konsequent an unseren Zielen arbeiten und halten die Wichtigkeit der Massnahmen sowie der Lieferanten- und Partnerbeziehungen hoch, indem wir die Thematik in regelmässigen Abständen und in diversen Gremien adressieren. Innerhalb der Organisation werden wir in den ORIOR Champion-Gruppen «Qualitätsmanagement» und «Einkauf» das Thema Tierwohl aus Nachhaltigkeitssicht noch stärker verankern und die Verantwortlichkeiten noch klarer festlegen. Darüber hinaus werden wir mit Inkraftsetzung unserer internen «Richtlinie für nachhaltige Rohstoffe» die systemische Erfassung der Daten in einem rollenden Prozess einführen, um die Aussagekraft unserer Leistungen künftig weiter zu steigern.

Auszeichnung für Pastinella

Zwei Sterne vom Superior Taste Award



Mit der «Signature Suisse»-Linie hat Pastinella in puncto Regionalität und Identität neue Pasta-Massstäbe gesetzt: ein delikater Teig aus Schweizer Weizen und mit Schweizer Eiern. Die Füllungen sind inspiriert von traditionellen Schweizer Rezepturen und auch diese aus besten Schweizer Rohstoffen. Das Triondo mit Eringer-Rindfleisch wurde 2019 vom International Taste Institute mit dem Superior Taste Award und zwei Sternen ausgezeichnet. Ein toller Erfolg, der uns einmal mehr die Wichtigkeit von Regionalität bei Lebensmitteln aufzeigt. Wir arbeiten laufend an neuen Kreationen, die solche Geschichten schreiben und gleichzeitig eine ganze Reihe unserer gesetzten Nachhaltigkeitsziele positiv beeinflussen.

¹ Aufzählungen der von uns verwendeten und in der Erhebung einbezogenen Bio- und Nachhaltigkeitslabels finden sich im GRI-Index auf S. 62.
² Erläuterung KAT siehe GRI Index S. 63.

3.3 Sichere und gesunde Nahrungsmittel

Wir haben den Anspruch und sehen es als unsere Verantwortung und Pflicht, sowohl kulinarisch überzeugende und qualitativ hochstehende als auch ernährungsphysiologisch gesunde Produkte herzustellen. Dafür sind wir bereit, uns zu engagieren und in unzählige Projekte und Massnahmen zu investieren.

GRI 103-2



Unsere Ambition: Bis zum Jahr 2025 wollen wir den Anteil an gesunden Produkten wesentlich erhöhen.

Folgende Unterziele tragen dazu bei:

- Bis 2025 wollen wir den Umsatzanteil mit biologischen¹ und zertifiziert nachhaltigen¹ Produkten kontinuierlich steigern.
- Wir überarbeiten und optimieren unsere Rezepturen laufend, um unsere Produkte aus ernährungstechnischer Sicht noch besser zu machen.
- Bis 2025 wollen wir bei unseren Produkten wo immer sinnvoll auf die Zugabe künstlicher Zusatzstoffe verzichten.

GRI 103-1

Die Bedeutung für ORIOR

Das Ziel, uns hinsichtlich gesunder und sicherer Nahrungsmittel stetig zu verbessern, ist Teil der verantwortungsvollen Handlungsweise von ORIOR. Entsprechend ist dies bereits heute vollumfänglich in unserem Denken und Tun verankert und in der Strategie festgehalten. Als Schweizer Lebensmittelherstellerin wäre alles andere für uns schlicht undenkbar. Trotzdem muss und soll es der Vollständigkeit halber auch Teil unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung sein, denn unser Bestreben in diesem Bereich soll auch für Externe einsehbar sein.

Gesunde und ausgewogene Ernährung spielt neben anderen Faktoren wie Bewegung, frischer Luft und genügend Schlaf eine wichtige Rolle für das Wohlbefinden und die Gesundheit. Das Angebot an verfügbaren Produkten, die Vielfalt und das Ernährungsverhalten stellen Konsumentinnen und Konsumenten vor neue Herausforderungen. Als Konsequenz davon können ernährungsbedingte Krankheiten wie Übergewicht oder kardiovaskuläre Beschwerden entstehen, auch Unverträglichkeiten oder Mangelerscheinungen sind nicht selten auf unausgewogene Ernährung zurückzuführen.

Wir sehen es als unsere Aufgabe und Verantwortung, unsere Produkte fortwährend zu optimieren, sowohl aus qualitativer und kulinarischer als auch aus ernährungsphysiologischer Sicht. So achten wir bei unseren Sortimenten darauf, dass diese insgesamt gesünder werden, zum Beispiel durch Reduktion oder Ersatz von Fetten, Zucker, Salz oder Allergenen. Gleichzeitig investieren wir laufend in neue Herstellverfahren und in Prozesse, um beispielsweise die Nährstoffe und Vitamine noch besser zu erhalten. Die Lebensmittelsicherheit ist für uns indiskutabel – das Befolgen diesbezüglicher Gesetze gilt für uns als Mindestanforderung.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wie wir unsere Ziele erreichen

Unser oberstes Ziel ist es, sowohl kulinarisch hochstehende als auch sichere und gesunde Nahrungsmittel herzustellen. Und wir wollen uns in unserem Tun stetig verbessern und unsere Produkte in folgenden Aspekten weiterentwickeln. Um dies zu erreichen, arbeiten wir an drei Kerninitiativen: Wir optimieren unsere Rezepturen nicht nur aus kulinarischer, sondern auch aus ernährungsphysiologischer Sicht, indem wir Potenziale zur Reduktion von Fett-, Salz- und Zuckeranteilen identifizieren und wo immer möglich auf künstliche Zusatzstoffe verzichten. Wir investieren fortlaufend in Herstellverfahren und verbessern unsere Prozesse, um wertvolle Nährstoffe und Vitamine aus den Rohstoffen auch im Endprodukt zu erhalten. Und wir garantieren dank strengsten Qualitätsmanagements unser bedingungsloses Einstehen für lückenlose Lebensmittelsicherheit.

Innerhalb der Organisation sind mehrere Abteilungen sowie deren Vertreterinnen und Vertreter in einem eng abgestimmten Zusammenspiel für die Sicherstellung des Fortschritts bei der Optimierung unserer Produkte verantwortlich. Bereits in der Entwicklung und im Marketing ist es wichtig, dass Ambitionen hin zu optimierten Produkten in neue Kreationen einfließen. Und auch hier spielen die intradisziplinären Champion-Gruppen eine wichtige Rolle, denn der gruppenweite Austausch von Wissen und Können ist gerade bei Themen wie Rezepturen und Technologie Haupttreiber von Verbesserungen. Das Champion-Team «Qualitätsmanagement» nimmt in den Bereichen Rezepturmanagement und

¹ Aufzählungen der von uns verwendeten und in der Erhebung einbezogenen Bio- und Nachhaltigkeitslabels finden sich im GRI-Index auf S. 62.

Lebensmittelsicherheit eine führende Rolle ein und arbeitet in der Umsetzung eng mit den Entwicklern sowie mit den Marketing- und den Produktionsabteilungen zusammen.

Die Herstellmethoden und die Prozesslandschaft werden vom Leiter Supply Chain Excellence zusammen mit den Betriebsleitern begleitet, permanent hinterfragt und angepasst. Rapportiert wird in beiden Fällen direkt dem Schweizer Management-Team, bestehend aus allen CEOs der Schweizer Kompetenzzentren sowie weiteren Schlüsselpersonen.

Die Zielsetzungen und deren Erreichung werden vom Champion-Team «Qualitätsmanagement» und vom Leiter Supply Chain Excellence erarbeitet und überwacht. Der Fortschritt von Massnahmen und Initiativen findet sowohl im obersten Kader wie auch bei funktionsbezogenen Schlüsselmitarbeitenden Einzug in die persönlichen Zielvereinbarungen und steht damit in direktem Bezug zur erfolgsabhängigen Vergütung.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir optimieren unsere Rezepturen

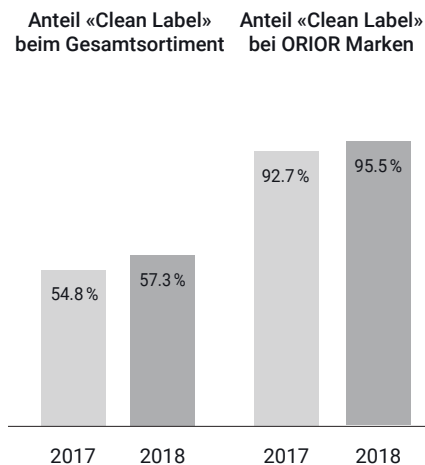
Um die Konsumentengesundheit zu fördern, ist es uns wichtig, unsere Produkte aus ernährungstechnischer Sicht laufend zu perfektionieren. Im Zentrum stehen dabei das Reduzieren von Salz, Zucker und Fett, das Erhalten von Vitaminen und Mineralstoffen sowie das Verzicht auf Geschmacksverstärker und künstliche Zusatzstoffe. Bis 2025 wollen wir den Anteil an Produkten, deren Rezeptur wir aus dieser Hinsicht verbessert haben, kontinuierlich steigern. Um dies zu realisieren, arbeiten wir permanent an unseren Rezepturen und investieren ständig in die Herstellverfahren.

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 nutzen liess. Seit 2017 wird die Initiative «Rezepturmanagement» gruppenübergreifend in der Champion-Gruppe «Qualitätsmanagement» geführt. Daten 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 dadurch erhöht werden.

Teil des Rezepturmanagements ist das Projekt «Clean Label». Dieses steht für uns als Prädikat für Produkte mit möglichst kurzen Deklarationen, ohne Geschmacksverstärker, ohne künstliche Aromen, Farbstoffe und Konservierungsstoffe¹ sowie mit möglichst wenig Allergenen. Dank ausgeklügelter natürlicher Gewürzmischungen und laufender Investitionen in modernste Herstellverfahren gelingt es immer wieder, die Zugabe von Salz oder Zusatzstoffen weiter zu reduzieren oder ganz zu streichen, ohne geschmackliche Einbussen in Kauf nehmen zu müssen.

Bei unseren Markenprodukten sind wir in puncto «Clean Label» bereits heute sehr strikt. Das zeigt sich auch in nachfolgender Grafik, die den Anteil am Umsatz mit Produkten, welche mit unseren strengen «Clean-Label»-Vorgaben übereinstimmen, darstellt.

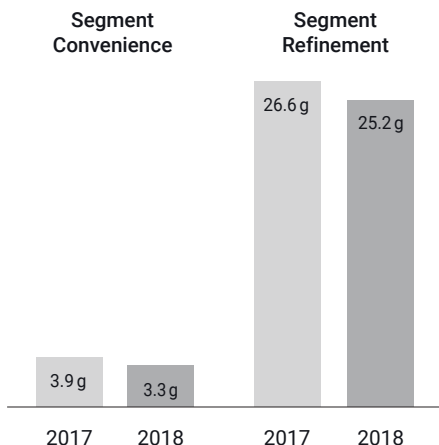
**Anteil Umsatz (in CHF) mit «Clean-Label»-Produkten
Gesamtsortiment und ORIOR Marken**



Wo das Prädikat «Clean Label» nicht ganz erfüllt werden kann, arbeiten wir konsequent weiter und versuchen generell, Fettsäuren, Transfette, Sodium, Zucker und unnötige Zusatzstoffe in unseren Produkten zu reduzieren. Die übergreifende, separierte und detaillierte Erhebung nach Inhaltsstoffen ist sehr komplex, da zum Beispiel, auch Gewürze oder Saucen Zusatzstoffe enthalten können. Wir arbeiten an der Feststellung und Erhebung dieser in zugekauften Produkten enthaltenen Zusatzstoffe. Die Daten zeigen aber, dass bereits heute ein breites Sortiment unserer Produkte gänzlich ohne künstliche Zusatzstoffe auskommt und dass der Anteil verarbeitetes Salz mit 11.6g pro produziertem Kilogramm Produkte im Jahr 2018 sehr gering ist (2017: 13.7g).

¹ Ausgenommen Konservierungsstoffe, die notwendig sind, um die Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten.

**Salz in Gramm pro Kilogramm
produziertes Volumen**



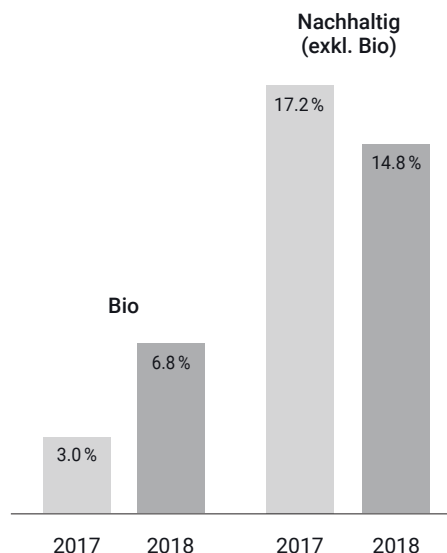
Die Verluste von Salz, zum Beispiel für Kochwasser oder für die Reifung, kann nicht separiert erhoben werden. Folglich sind diese Salze in den Angaben rund um das verarbeitete Salz pro produziertem Kilogramm ebenfalls enthalten. Nicht enthalten sind hingegen Salze in Gewürzmischungen und/oder Salz in zugekauften Halbfabrikaten. Im Segment Convenience wurden im Jahr 2018 pro Kilogramm produzierte Produkte 3.3g Salz verarbeitet. Das ist wenig, wenn man bedenkt, dass im Segment Convenience auch unsere Pasta-Manufaktur Pastinella enthalten ist und Salz auch für das Blanchieren der Pasta-Spezialitäten verwendet wird. Im Segment Refinement ist der Anteil an verarbeitetem Salz mit 25.2g pro Kilogramm im Jahr 2018 bedeutend höher. Dabei ist zu beachten, dass für die Herstellung von Bündnerfleisch, Rohschinken und anderen Refinement-Spezialitäten Salz für den Reifeprozess benötigt wird und unumgänglich ist. Beiden Segmenten ist es trotz bereits tiefen Werten gelungen, mit Kräutern und natürlichen Aromen das verarbeitete Salz nochmals zu reduzieren.

Dank starker Innovationskultur ist ORIOR seit Jahren Pionierin, wenn es um die Entwicklung von Produkten für Menschen mit Lebensmittelunverträglichkeiten und Allergien geht. Betroffene Personen sind auf eine spezielle Ernährung angewiesen, möchten aber auf gute Geschmackserlebnisse nicht verzichten. So ist das sogenannte «Care»-Sortiment entstanden. Heute beliefern wir nebst Spitälern und Heimen auch den Detailhandel mit ausgewählten «Care»-Produkten wie beispielsweise gluten- und laktosefreier Frischpasta oder laktosefreien Menüs. Wichtigste Auszeichnungen auf dem Schwei-

zer Markt sind das Label «aha!» des Allergiezentrum Schweiz sowie das Label «free from» von Coop. Gleich mehrere unserer Produkte dürfen diese Zertifikate tragen.

Einen weiteren wichtigen Indikator stellt der Anteil an Produkten dar, welche Bio¹- und/oder Nachhaltigkeitslabels¹ tragen. Diese Labels umfassen in ihren Richtlinien und Anforderungen üblicherweise auch gesundheitliche Aspekte der Produkte, zum Beispiel, was den Pestizideinsatz anbelangt. Siehe hierzu auch die Kapitel 3.1 Nachhaltige Rohstoffe und 3.2 Tierwohl. Im Jahr 2018 betrug der Anteil an Produkten (in CHF) mit Bio¹- und/oder Nachhaltigkeitslabels² insgesamt 21.6% (2017: 20.2%). Separiert nach Anteil Bio und nachhaltig, zeigt sich, dass insbesondere der Anteil Bio wesentlich zulegen konnte. Treiber hierfür ist die seit Mai 2018 zur ORIOR gehörende Biotta. Der Rückgang bei den Produkten mit Nachhaltigkeitslabel erklärt sich einerseits durch den Produktmix und andererseits durch eine Verschiebung hin zu Bio.

Anteil Produkte (in CHF) mit Bio¹ und mit Nachhaltigkeitslabel¹



GRI 103-2, GRI 103-3

Wir investieren in unsere Herstellverfahren und Prozesse

Zusätzlich zur Verbesserung der Rezepturen sind auch die technologischen Möglichkeiten ein zentraler Faktor bei sicheren und gesunden Nahrungsmitteln. Einerseits sind es die Fortschritte, die bei den Herstellverfahren realisiert werden; andererseits sind es auch verfeinerte

¹ Aufzählungen der von uns verwendeten und in der Erhebung einbezogenen Bio- und Nachhaltigkeitslabels finden sich im GRI-Index auf S. 62.

Prozessabläufe, die einen spürbaren Beitrag leisten. Wir investieren seit jeher in unsere Herstellverfahren und in unsere Prozesse, denn wir sind davon überzeugt, dass wir damit gleich mehrere positive Einflüsse erzielen können. Neben verbesserten gesundheitlichen Aspekten, zum Beispiel dank einer noch effizienteren Erhaltung von Nährstoffen und Vitaminen, haben unsere Investitionen in Herstellverfahren auch einen ökonomischen und einen ökologischen Hintergrund.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir garantieren die Lebensmittelsicherheit

Ein lückenloses Management der Produktqualität und Sicherheit ist die Grundlage unseres Geschäftserfolgs. Berechtigterweise haben unsere Kunden sowie Konsumentinnen und Konsumenten 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 deutlich übertrifft.

GRI FP5

100% unseres Produktionsvolumens stammen aus zertifizierter Herstellung. Alle sieben Schweizer ORIOR Kompetenzzentren haben eine nach GFSI (Global Food Safety Initiative) anerkannte Lebensmittelsicherheitszertifizierung wie FSSC 22000 oder International Food Standard (IFS). Diese Standards werden von einer externen akkreditierten Zertifizierungsstelle überprüft. Die vor rund zwei Jahren eingesetzte Champion-Gruppe «Qualitätsmanagement» stellt den gruppenweiten Austausch und das gegenseitige Teilen von Wissen sicher. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit führen die Champions in allen Produktionen regelmässig gegenseitige interne Audits durch.

Zusätzlich führen die ORIOR Kompetenzzentren auf ihr Sortiment und die Kundenstruktur angepasste weitere, strenge Produktzertifizierungen durch wie beispielsweise Suisse Garantie, Bio Knospe oder GGA (Geschützte geografische Angabe).

Unsere Hauptkunden sind der Detailhandel, der Food Service, der Fachhandel und die weiterverarbeitende Industrie. Wir stehen mit allen unseren Kunden in engem Austausch und haben direkte Kontaktpunkte zwischen den Kompetenzzentren und den jeweiligen Kunden. Beschwerden gehen direkt über diese Kontaktpunkte bei uns ein und werden im betroffenen Kompetenzzentrum entlang des internen Beschwerdemanagements individuell behandelt. Bei Mängeln sind die Mitarbeitenden verpflichtet, dies dem Vorgesetzten zu melden.

Endkonsumentinnen und Endkonsumenten 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.

GRI 103-3

Ausblick

Derzeit wird die interne «Richtlinie für nachhaltige Rohstoffe» in den Kompetenzzentren ausgerollt und eingeführt. Darin enthalten sind neben Nachhaltigkeitsaspekten auch Anforderungen zum Thema Ernährung. Ebenso Teil davon ist das Prädikat «Clean Label», welches über alle Unternehmen hinweg vorangetrieben wird. Eine weitere wichtige Initiative ist das Rezepturmanagement, das seit 2017 gruppenübergreifend durch das Champion-Team «Qualitätsmanagement» verantwortet wird. Teil davon ist auch, dass wir weiter an der Feinkörnigkeit der Datenaufzeichnung arbeiten, um so noch höhere Transparenz in unseren Fortschritten darlegen zu können. Stetige Optimierungen in den Herstellverfahren sowie die Zertifizierung unserer Produktionsbetriebe gelten für uns als Voraussetzung. In diesen Bereichen wollen wir uns kontinuierlich auf hohem Niveau weiter verbessern, indem wir uns an neuen, verbesserten Möglichkeiten ausrichten und diese auf unsere Prozesse übertragen.

Unsere Ambition im Bereich Umweltverantwortung



-25%

Bis zum Jahr 2025 wollen wir unsere Abfallintensität im Vergleich zum Jahr 2018 gesamt-
haft um mindestens 25% reduzieren.



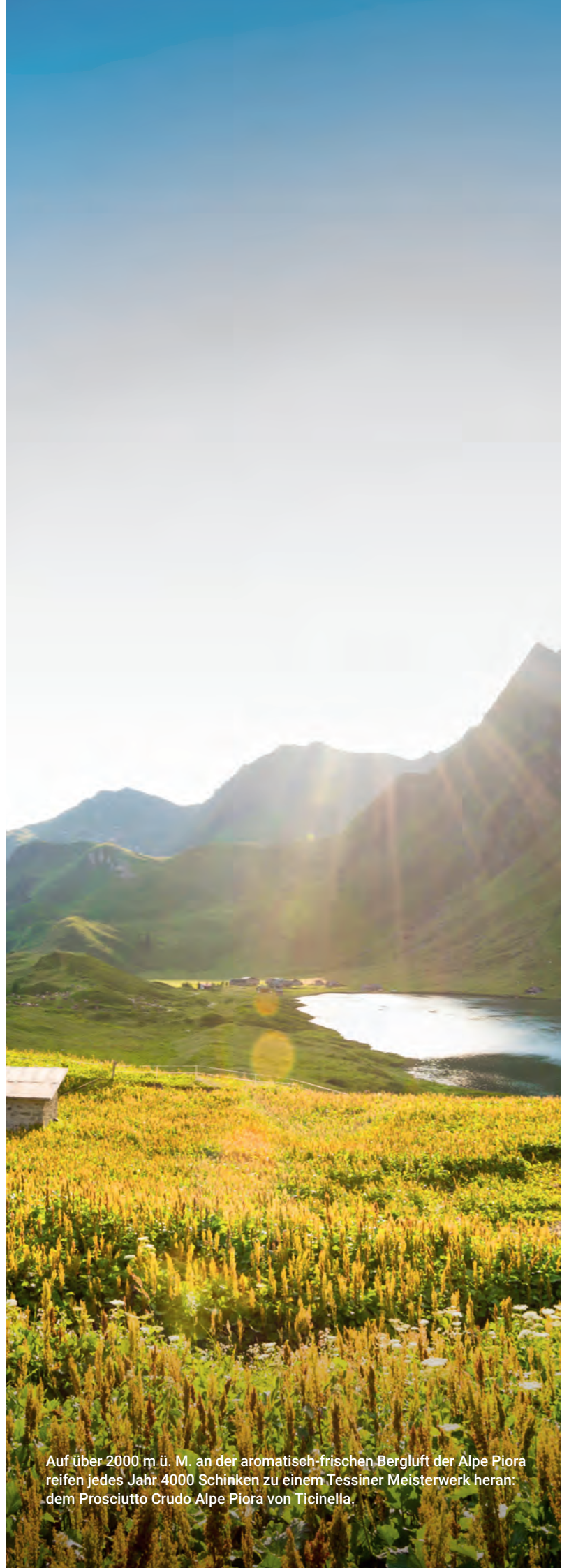
-10%

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 Wasser-
intensität im Vergleich zum Jahr 2018 um 15%
senken.

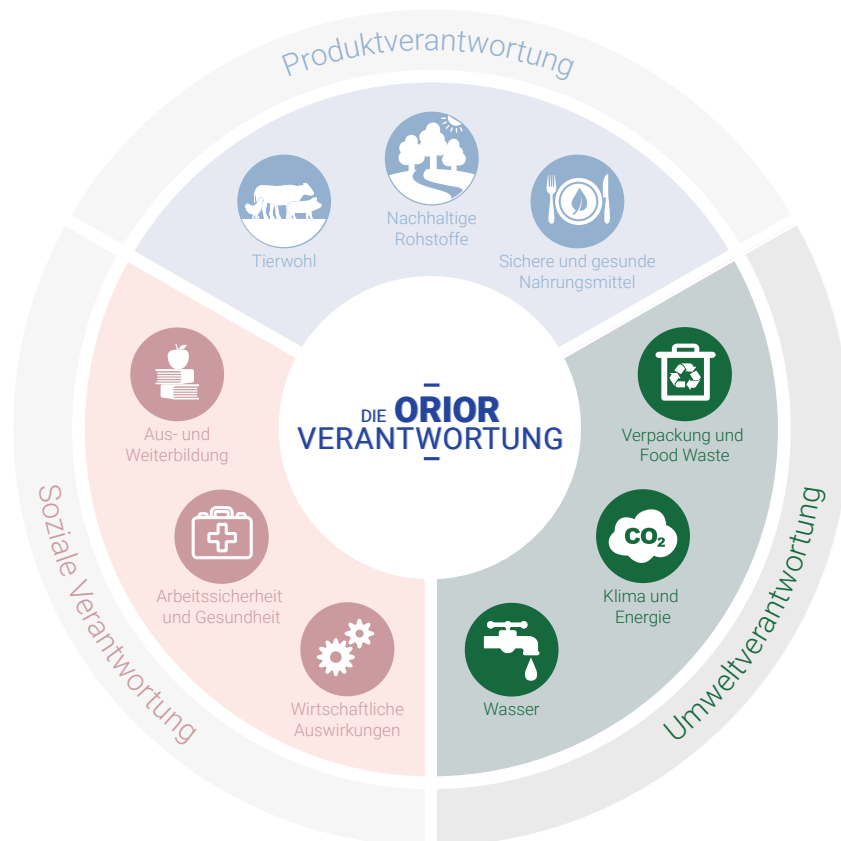


Auf über 2000 m ü. M. an der aromatisch-frischen Bergluft der Älpe Piora reifen jedes Jahr 4000 Schinken zu einem Tessiner Meisterwerk heran: dem Prosciutto Crudo Älpe Piora von Ticinella.

4. Umweltverantwortung

Wir sind uns unseres ökologischen Fussabdrucks bewusst. Der verantwortungsvolle Umgang mit den Ressourcen wird sowohl auf Gruppenstufe wie auch in sämtlichen Kompetenzcentren mit grosser Priorität behandelt.

Während Kapitel 3 die Nachhaltigkeit unserer Produkte beschreibt, möchten wir in diesem Kapitel darlegen, wie wir die Umweltverantwortung in unserem Unternehmen umsetzen und vorantreiben. Dabei konzentrieren wir uns auf die Handlungsfelder «Verpackung und Food Waste», «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. 22), da wir hierbei den grössten Einfluss nehmen können. Strenge Vorgehensweisen sowie definierte Grundwerte und -regeln sind für uns Grundvoraussetzung, um auch im vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsanteil unsere Verantwortung wahrzunehmen. So begegnen wir dem Thema Umweltverantwortung auch in der Produktverantwortung (siehe Kapitel 3).



4.1 Verpackung und Food Waste

Seit Jahren optimieren wir die Prozesse und die Logistik, um unsere Abfallmengen zu verringern. Genauso wichtig in der Reduktion von Verpackung und Food Waste ist die noch engere Zusammenarbeit mit Partnern.

GRI 103-2



-25%

Unsere Ambition: Bis zum Jahr 2025 wollen wir unsere Abfallintensität im Vergleich zum Jahr 2018 gesamt-haft um mindestens 25% reduzieren.

Folgende Unterziele tragen hierzu bei:

- Wir wollen unsere anteiligen Abfallmengen jährlich um rund 5% reduzieren.
- Wir wollen eine Richtlinie erstellen und einführen, welche die Waste-Bilanz bereits bei der Neuanschaffung von Maschinen berücksichtigt.
- Wir stärken die Supply Chain Excellence, um uns entlang der gesamten Wertschöpfungskette weiter zu verbessern.

GRI 103-1

Die Bedeutung für ORIOR

Weltweit landen nach wie vor viel zu viele Nahrungsmittel im Abfall. Dies ist problematisch, weil sich die Menge von genutzten und entsorgten Ressourcen auf Ökosysteme, Biodiversität, lokale Gemeinschaften und das Klima auswirkt. Das Wegwerfen von Lebensmitteln ist auch problematisch aus moralischer Sicht und belastet zudem unsere Kosteneffizienz. Auch die Verpackungen bedürfen eines speziellen Augenmerks und müssen wo immer möglich reduziert oder ökologisch optimiert werden. Die Wichtigkeit der Thematik zeigt sich in den breit diskutierten medialen Berichterstattungen und zunehmend auch in den Meinungen der Konsumentinnen und Konsumenten. Der globale Berg von Abfällen ist immens, und wir alle tragen gleichermassen eine Verantwortung, die Abfallmengen so klein wie möglich zu halten. Abfall und Food Waste entsteht entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Wir sehen unsere Pflicht nicht nur in dem für uns relevanten Wertschöpfungsabschnitt, sondern möchten auch in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfung unseren Beitrag leisten.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wie wir unsere Ziele erreichen

Der bedachte Umgang mit den Ressourcen ist ein er-

klärtes Ziel und wird in sämtlichen Kompetenzzentren mit hoher Priorität behandelt. Um die Abfallmengen zu vermindern, fokussieren wir auf drei Massnahmenbereiche: Seit Jahren optimieren wir die Unternehmensprozesse und die Logistik, um unsere Abfallmengen bereits im Herstellungsprozess zu reduzieren. Gleichermassen wichtig ist die Zusammenarbeit mit Partnern der vor- und nachgelagerten Wertschöpfung, etwa, um noch plangenaue einkaufen und produzieren zu können. Nicht zuletzt setzen wir uns dafür ein, Halb- und Fertigprodukte, die zwar einwandfrei sind, jedoch nicht mehr über normale Verkaufswege auf den Markt gebracht werden können, trotzdem auf sinnvolle Weise abzusetzen. Dazu gehört zum Beispiel auch das Abgeben von Produkten an Partnerorganisationen wie «Tischlein deck dich».

In der Betrachtung unserer Abfall- und Food Waste-Mengen unterscheiden wir zwischen Prozessabfällen und Verschrottungen. Prozessabfälle werden ihrerseits wiederum in zwei Kategorien eingeteilt: einerseits Abfälle, die aufgrund des Prozesses entstehen, wie zum Beispiel beim An- und Ausfahren der Anlagen, Ausschuss aufgrund kleiner Abweichungen von der Produktspezifikation oder Verluste aus Fehlern. Andererseits sind dies Abfälle, die bei der Portionierung und Kommissionierung entstehen. Dazu gehören insbesondere Anschnitte und Verschnitte (z.B. Teigreste beim Ausstechen von Ravioli). Verschrottungen umfassen alle fertigen Produkte, die nicht über den normalen Verkauf abgesetzt werden können. Gründe für solche Überschüsse sind Überproduktion, ungenaue Planung, Volatilitäten in den Bestellmengen oder Auslistungen.

Das Thema Food Waste ist sehr komplex und in vielen unterschiedlichen Funktionen und Bereichen der Kompetenzzentren mit grosser Sorgfalt voranzutreiben, um darin erfolgreich zu sein. Um uns stetig zu verbessern, haben wir Food Waste auf breiter Basis im Unternehmen verankert: von der strategischen Formulierung über die Zielvereinbarungen zur Entwicklung und von dort zu Einkauf, Herstellung und Verkauf – denn überall muss die Wichtigkeit verstanden und eine kontinuierliche Verbesserung angestrebt werden.

Wir konnten damit bereits beachtliche Schritte unternehmen und uns in den letzten Jahren relevant verbes-

sern. Es gibt aber noch weiteres Potenzial, welches wir nutzen wollen. Daher haben wir uns das ambitionierte Ziel gesetzt, unsere Waste-Bilanz bis 2025 nochmals um 25% zu verbessern.

10 Tonnen weniger Karton

Pastinella verzichtet auf Karton-Ritter



Weniger ist mehr: Pastinella führt bei zwei Produktlinien bedeutend umweltfreundlichere Verpackungen ein, indem schlicht auf den zusätzlichen Ritter verzichtet wird und stattdessen die Beutel bedruckt werden. Klingt in einem ersten Moment nach wenig; auf die Menge hochgerechnet, entspricht dies aber einer Reduktion von rund 10 t weniger Karton respektive vorgelegt – für die Herstellung von Karton – einem Mindereinsatz bei den Ressourcen von rund 20 t Holz und 1 Mio. Liter Wasser.

In der Verantwortung steht die gesamte Organisation und insbesondere die Supply Chain Excellence sowie die Champion-Gruppe «MRO» (Technischer Einkauf), welche die Prozesse quer durch das ganze Unternehmen optimiert. Auch die Champion-Gruppe «Betrieb» steht in der Verantwortung, denn die Betriebsleiter sind für die täglichen Verbesserungen zuständig und stellen sicher, dass die Teams im Sinne der Reduktion von Abfall agieren. Nicht zuletzt tragen auch die Verkaufsteams und die Marketingabteilungen eine wesentliche Verantwortung, denn Bestellmodus und -rhythmus, Mengenvereinbarungen oder Verpackungsdesign stellen bereits vor dem eigentlichen Produktionsprozess entscheidende Weichen. Die Kennzahlen zu Abfall und Food Waste (unterteilt in genannte Kategorien) werden monatlich im Finanzreporting rapportiert; deren Entwicklung ist integraler Bestandteil der quantitativen Vergütung der Management-Teams in den Kompetenzzentren.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir stärken die Supply Chain Excellence, um Prozesse weiter zu optimieren

Wir arbeiten in allen Kompetenzzentren laufend an Verbesserungen unserer Prozesslandschaft, um bereits in der Herstellung möglichst wenig Abfälle zu generieren. Zu diesem Zweck wurde Anfang 2016 die neue Funktion Supply Chain Excellence aufgebaut, welche gruppenübergreifend Verbesserungspotenziale eruiert und bei der Umsetzung mitwirkt. Supply Chain Excellence umfasst alle Prozesse und Abläufe im Wertschöpfungsprozess eines Unternehmens und ist somit nicht auf einzelne Units oder Abteilungen reduziert. Es wird quer durch das Unternehmen gedacht, von der Beschaffung über die Entwicklung und Innovation bis hin zur Produktion und zum Verkauf. Es gilt, Entscheidungen auf Basis dieser Gesamtbetrachtung zu definieren. Das Ziel ist, die Wettbewerbsfähigkeit und die langfristige Performance eines Unternehmens ganzheitlich zu verbessern.

Teil davon ist auch die Nachhaltigkeit in unseren Prozessen, welche die Themen Verpackung und Food Waste umfasst. Der Leiter Supply Chain Excellence betrachtet und analysiert die Prozesse aus einer ganzheitlichen Sichtweise, um möglichst hohe Hebelwirkungen zu realisieren. Zudem bringt er die Erfahrungswerte aus den anderen Kompetenzzentren mit ein, woraus dann fundierte und nachhaltige Optimierungsansätze resultieren. Querdenken und die Bereitschaft für Veränderung, gepaart mit Engagement und Teamarbeit, sind dabei die Schlüsselfaktoren; eine solide und gute Datenbasis für die Messung der Leistung ist Grundvoraussetzung.

Auch bei der Anschaffung von neuen Maschinen sind Food Waste und generell die Nachhaltigkeitsaspekte wichtige Kriterien, die mitberücksichtigt werden. Denn gerade bei Investitionen in neue technologische Möglichkeiten sind neben Energie- und Mitarbeitereffizienz die Prozessabfälle und die Prozesseffizienz wichtige Themen, sowohl bei Lebensmitteln als auch beim Verpackungsmaterial. Aus diesem Grund arbeiten wir an einer internen «Richtlinie für Neuanschaffungen von Maschinen», worin ebensolche Aspekte im Detail formuliert und alle Mindestanforderungen dargelegt sein werden.

Weil viele unterschiedliche Bereiche und Mitarbeitende aller Hierarchiestufen bei unserem Bestreben, Lebensmittel- und Verpackungsabfälle zu reduzieren, mitwirken müssen, sind entsprechende Schulungen unumgänglich.

GRI 306-2¹

Im Geschäftsjahr 2018 betrug der durchschnittliche Gesamtabfallanteil pro produziertes Kilogramm 3.5%. Bei einem Produkt von 250g sind dies entsprechend weniger als 10g Gesamtabfall. Der Anteil von Prozessabfällen am Gesamtabfall macht 3.0% aus. Reduziert wird er – wie vorgängig ausgeführt – durch Verbesserungen der Prozesse und der Maschinenlandschaft sowie durch Schulung der Mitarbeitenden. Gänzlich lässt sich Prozessabfall jedoch nicht vermeiden, da darunter zum Beispiel auch nichtverzehrbare Obst- und Gemüschalen fallen.

Die restlichen Abfälle von 0.5% setzen sich zusammen aus 0.1% Rohmaterialien und 0.4% Fertigprodukten. Bei letzteren handelt es sich um alle Halb- und Fertigprodukte, die zwar einwandfrei sind, jedoch nicht über einen normalen Kanal oder zu normalen Verkaufspreisen abgesetzt werden können. So sind auch Produkte, welche an wohltätige Organisationen abgegeben oder in der Mitarbeiterkantine gereicht werden, darin enthalten.

cher Sondermüll zu qualifizieren sind. Für einige wenige Spezialitäten verwenden wir Lauge oder Säuremittel, welche in konzentrierter Form potenziell gesundheitsschädlich sein können. Daher werden sie in einem separaten Raum in den Kompetenzzentren gelagert und sind durch geregelte Zutrittsrechte ausschliesslich entsprechend qualifizierten Personen zugänglich. In verarbeiteter oder verdünnter Form, wie sie letztlich auch in die ordnungsgemässe Entsorgung gelangen, sind sämtliche Stoffe unbedenklich. Zudem verwenden wir in der Reinigung Chlorpräparate, die jedoch bereits vor Gebrauch durch maschinell eingestellte Dosierungsmechanismen verdünnt werden.

GRI 103-2, GRI 103-3

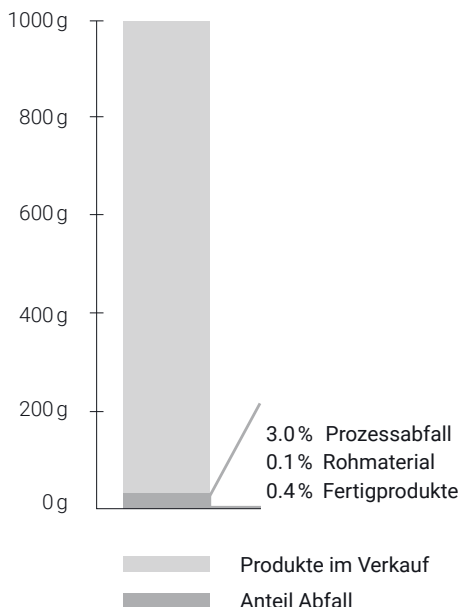
Wir stärken unsere Partnerschaften in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfung

Die Betrachtung des Abfalls über die ganze Wertschöpfungskette unserer Produkte hinweg ist sehr wichtig. Daher wollen wir mit unserem Handeln und Tun auch die Waste-Bilanz unserer Partner positiv beeinflussen. Dafür sind die enge Verbindung sowie vertrauensvolles und respektvolles Zusammenarbeiten die Basis.

Einer der wohl stärksten Treiber in der Vermeidung von Abfällen jeglicher Art ist die Plangenaugigkeit. Das betrifft sowohl die Entwicklung und das Marketing als auch den Einkauf, die Produktion und den Verkauf. Um die Plangenaugigkeit zu schärfen, sehen wir die enge Zusammenarbeit mit Partnern der vor- wie auch der nachgelagerten Wertschöpfung als zentrales Instrument. Es gilt dabei insbesondere, die Bedürfnisse der Kunden möglichst früh und genau zu kennen, um die Volumen in den Einkäufen und in den Produktionsprozessen so exakt wie möglich aufeinander abzustimmen.

Auch Doppelspurigkeiten in der Lager- und Ausfuhrlogistik lassen sich dank frühzeitiger und genauer Planung vermeiden. Dies wirkt sich positiv auf die Effizienz sowie auf die Energiebilanz aus. Zudem ist es wichtig, dass wir die Lieferanten gut kennen und dass Rohstoffvolumen nicht bei ihnen im Abfall landen. Hier verstehen wir uns als Bindeglied zwischen unseren Lieferanten und unseren Kunden und versuchen, die Volumen entsprechend unseren Möglichkeiten zu verarbeiten und zu verkaufen oder einzulagern. Das widerspiegelt sich in unserer eigenen Waste-Bilanz vielleicht nicht immer positiv, es hilft jedoch, den Abfall in Form von einwandfreien Rohstoffen in der vorgelagerten Wertschöpfung zu minimieren. Somit tragen wir zu einer insgesamt positiveren Abfallbilanz bei, auch über unsere voll integrierten Wertschöpfungsschritte hinaus.

Anteil Abfall je Kilogramm hergestellter Produkte



Bei uns fällt kein gefährlicher Sondermüll an, den wir entsorgen müssen. Gesetzlich wird vorgeschrieben, dass Schweineschwarten gesondert von den normalen Abfällen abgeholt und verbrannt werden müssen, wobei diese in unserer Betrachtungsweise nicht als gefährli-

¹ Die Datenbasis wird in CHF erhoben und in kg umgerechnet. Die Vergleichszahlen werden ab 2019 dargelegt. Die Abfall-Kennzahlen sind im vorliegenden Bericht exkl. Biotta wiedergegeben; die Aufnahme von Biotta ist ab 2019 vorgesehen.

Together against foodwaste

Biotta rettet Rüebli



Ende 2018 konnten im Zürcher Weinland rund 30 Tonnen Bio-Rüebli nicht verkauft werden und wären daher beinahe wieder untergepflügt worden. Der Verein Grassrooted, der sich gegen Lebensmittelverschwendung einsetzt, hat die Karotten dem betroffenen Bauern abgekauft und mit Biotta den richtigen Partner gefunden, um daraus besten Bio-Saft herzustellen. Dieser wurde dann bei Coop als limitierte Edition «Together against foodwaste» verkauft. Eine tolle Initiative, die zeigt, dass man gemeinsam starke Zeichen setzen kann.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir versuchen, überschüssige, aber einwandfreie Halb- und Fertigprodukte sinnvoll einzusetzen

Trotz grosser Bemühungen lassen sich Lebensmittelabfälle nicht ganz vermeiden. Aufgrund von beschädigten Verpackungen, kurzen Mindesthaltbarkeitszeiten oder Überproduktion können bestimmte Produkte nicht mehr über normale Verkaufswege auf den Markt gebracht werden. In diesen Fällen suchen wir gemeinsam mit Partnern nach Lösungen, um die noch einwandfreien Lebensmittel sinnvoll abzusetzen. So arbeiten wir mit Partnern wie «Tischlein deck dich», «Schweizer Tafel» oder dem Tessiner «Tavolino magico» zusammen. Diese Organisationen sammeln Lebensmittel und verteilen sie an bedürftige Menschen in der Schweiz. Was dann noch übrig ist, wird für Tierfutter oder in der Biogasherstellung weiterverwertet.

GRI 103-2

Ausblick

Wir werden die Supply Chain Excellence gruppenweit stärken, um weiterhin entlang der gesamten Wertschöpfungskette Möglichkeiten für die Reduktion von Verpackung und Food Waste zu eruieren und anzugehen. Gleichzeitig fördern wir unter anderem mit dem

ORIOR Champion-Modell in diversen Fachbereichen und auch intradisziplinär den Austausch, die Zusammenarbeit sowie die Bereitschaft und das Engagement, Verbesserungen proaktiv anzugehen. Für Neuanschaffungen von Maschinen erstellen und lancieren wir eine interne Gruppenrichtlinie mit Mindestanforderungen, die auch Nachhaltigkeitskriterien wie Abfallvermeidung oder Energiesparen beinhaltet. Für 2019 haben wir uns zudem vorgenommen, mit unseren Partnern die Nachhaltigkeitsthemen proaktiv anzusprechen und ihnen Produkt- und Dienstleistungsangebote zu unterbreiten, die uns alle ein Stück nachhaltiger machen. Hierfür werden wir insbesondere unsere Entwicklungsteams, unsere Verkaufsteams und unsere Marketingleute noch stärker in die Thematik einbinden, denn sie sind es, die nachhaltige Innovationen hervorbringen, verkaufen und kommunikativ begleiten. In der Summe sind wir zuversichtlich, dass es uns gelingen wird, mit allen eingeleiteten Massnahmen und Initiativen unsere Waste-Bilanz gemäss unseren Zielen jährlich um 5% zu verbessern.

Verpackung ist ein sehr wichtiges und viel diskutiertes Thema. Bei einem Teil der Produkte, die wir produzieren, können wir auf die Verpackung nur beschränkt Einfluss nehmen. Trotzdem erachten wir es als unsere Aufgabe, den Kunden laufend nachhaltigere Verpackungsmöglichkeiten vorzuschlagen. Die Initiativen in diesem Bereich sind derzeit noch nicht konsolidierbar. Wir werden uns aber vornehmen, über eine geeignete Darstellungsform nachzudenken, um auch unseren Beitrag zum Thema Plastikreduktion darzulegen.

ORIORinside

Reduktion des Papierverbrauchs



ORIORinside

Die ORIOR App ORIORinside bietet neben dem Austausch und Teilen von Informationen viele weitere Möglichkeiten: Bereits kurz nach der Lancierung haben die ersten Kompetenzzentren mit dem Versand von Einsatzplänen und Lohnausweisen via ORIORinside begonnen. So haben die Mitarbeitenden die Pläne und Unterlagen nicht nur sofort auf dem Mobile, sondern wir sparen auch enorme Mengen an Papier und verkleinern den Administrationsaufwand.

4.2 Klima und Energie

Der global steigende Energieverbrauch ist eine grosse ökologische Herausforderung der heutigen Zeit. Wir erachten es als unsere Aufgabe, den Energieverbrauch weiter zu reduzieren, um unser Klima zu schützen.

GRI 103-2



-10%

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

Folgende Unterziele tragen hierzu bei:

- Wir wollen den anteiligen Stromverbrauch konstant reduzieren.
- Wir verbessern die Energieintensität stetig, auch durch laufende Optimierung der Infrastruktur.
- Wir investieren in eine Holzsznittelheizung bei Biotta.

GRI 103-1

Die Bedeutung für ORIOR

Die Lebensmittelindustrie trägt über ihre ganze Wertschöpfungskette durch Emissionen von Treibhausgasen wesentlich zum Klimawandel bei. Grösstenteils entstehen diese Emissionen in den vorgelagerten Stufen der Lieferkette – zum Beispiel bei der Viehzucht. Global ist die Landwirtschaft für ungefähr ein Viertel der Treibhausgasemissionen verantwortlich. Diesem Thema begegnen wir mit unserem Ansatz zu nachhaltigen Rohstoffen (siehe Kapitel 3.1). Gleichzeitig entstehen auch in den Produktionsprozessen der Lebensmittelverarbeitung Emissionen – etwa durch den Energieverbrauch. Als Industriebetrieb sehen wir es als unsere Pflicht, diese Verantwortung wahrzunehmen. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unsere CO₂-Emissionen mit Massnahmen im Bereich Energieeffizienz oder mit dem Einsatz erneuerbarer Energien aus nachhaltigen Quellen kontinuierlich zu optimieren. Damit wollen wir auch unseren Kunden ein verlässlicher und attraktiver Partner sein und ihre vorgelagerte Wertschöpfungskette positiv beeinflussen. Dasselbe Verhalten fördern wir beziehungsweise fordern wir auch von unseren Partnern.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wie wir unsere Ziele erreichen

Seit 2008 setzen wir bei ORIOR ein Umweltleitbild um, das für alle Kompetenzzentren gilt. Darin bekennen wir

uns zu einer möglichst geringen Umweltbelastung. Dazu gehören auch der Verbrauch von Energie und der Ausstoss von Treibhausgasemissionen – in erster Linie CO₂. Den Energieverbrauch wollen wir durch kontinuierliche Verbesserungen senken und unsere Treibhausgasemissionen bis 2025 im Vergleich zu 2018 um mindestens 10% reduzieren. Dies wollen wir unter anderem durch eine energiesparendere Produktion und den vermehrten Einsatz erneuerbarer Energien erreichen.

Pionierprojekt

Biotta investiert in Holzsznittelheizung



Biotta investiert in die Zukunft und baut eine Holzsznittelheizung. Ganz im Sinne und gemäss der Philosophie von Biotta werden die einmaligen Gemüse- und Fruchtsäfte ab 2020 mit 100% CO₂-neutraler (bzw. ohne fossile Brennstoffe erfolgter) Wärmeherzeugung für die Produktionsprozesse und die Gebäudeheizung hergestellt. Nur dank des Zusammengehens mit Rathgeb Bio sowie der Förderbeiträge der Stiftung KliK und des Kantons Thurgau konnte dieses Projekt überhaupt auf die Beine gestellt werden. Trotzdem ist es nach wie vor eine stolze Summe, die Biotta in die Hände nimmt. Zudem werden die Energiekosten steigen, denn Erdgas wäre monetär gesehen die günstigere Lösung. Doch es lohnt sich: Biotta wird dadurch den CO₂-Ausstoss um rund 400 t pro Jahr reduzieren und durch den Holzsznittelzukauf wird die regionale Wertschöpfung unterstützt. Die Fertigstellung und Inbetriebnahme ist für Oktober 2019 vorgesehen. Ein Meilenstein in der Geschichte von Biotta; ein wegweisendes Pionierprojekt für die ganze ORIOR.

Entscheidend für die Erreichung unserer Ziele ist das ganzheitliche Denken. Sowohl in den Betrieben und damit in den Prozessen als auch bereits bei den Investitionsvorhaben sind Energie- und Klimaaspekte fester Bestandteil unserer Überlegungen und unseres Tuns. Wir setzen uns Ziele und messen unsere Leistung unter anderem anhand unseres Verbrauchs an Strom, Heiz- und Erdöl, Gas sowie Treibstoff. Zur Sicherstellung der lückenlosen Unterstützung durch alle Mitarbeitenden fördern und schulen wir unsere Teams und erwarten die Mithilfe und das Mitdenken von jeder einzelnen Person.

Verantwortlich für das Thema Energie und Klima ist somit in letzter Konsequenz jede und jeder einzelne Mitarbeitende. Das konkrete Vorleben und laufende Schulungen unterstützen die Verankerung der Thematik in unser aller Köpfe, wodurch diese als Selbstverständlichkeit in unser Tun einfließen soll. Gewisse Mitarbeitende tragen kraft ihrer Funktion eine ganz wesentliche Verantwortung für die Erreichung unserer Energie- und Klimaziele. Insbesondere sind dies die Champion-Gruppe «MRO» (Maintenance, Repair and Operations), die für den technischen Einkauf zuständig ist, sowie die Champion-Gruppe «Betriebsleiter». Für die vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsschritte steht die Champion-Gruppe «Logistik» in der Verantwortung. Eine wesentliche Verantwortung tragen auch die Entwickler- und Marketingteams. Sie sind es, die neue Innovationen hervorbringen und dabei bereits die Weichen für optimale Prozesse mitgestalten können.

Die Champion-Gruppen rapportieren direkt an das Schweizer Management-Team, welches auch für die Zielsetzung sowie die Erfolgskontrolle und die Information an die Konzernleitung zuständig ist. Die zugrundeliegenden Kennzahlen zum Energieverbrauch sind fester Bestandteil des monatlichen Reportings – und damit integriert in die Leistungsbeurteilung – sowie Vergütungsbestandteil der Unit-Managements.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir produzieren energiesparend

Sämtliche Produktionsfirmen von ORIOR nehmen am Programm der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) teil. Als Dienstleistungsplattform für Unternehmen berät die EnAW Industriebetriebe bei der Reduktion ihrer CO₂-Emissionen und der Steigerung der Energieeffizienz. Mit der freiwilligen Teilnahme am Programm der EnAW bekennen sich die ORIOR Kompetenzzentren zu diesen Zielen. In Zusammenarbeit mit den EnAW-Beratern werden jährlich betriebsspezifische Redukti-

Betriebsoptimierung Fredag

Einsparung von Strom und Heizöl



In regelmässigen Abständen versuchen die Teams in den Kompetenzzentren, weitere Optimierungen in den Betrieben voranzubringen. Dies ist in unserem wettbewerbsstarken und harten Umfeld auch nicht anders möglich, denn die Effizienz muss permanent gesteigert werden. Gleichzeitig rücken auch unsere Nachhaltigkeitsziele in den Vordergrund. In Zusammenarbeit mit einem externen Partner hat Fredag die Betriebsoptimierung der Lüftungsanlagen und der Heizung vorangetrieben. Mit Erfolg, wie sich zeigt: Die Hochleistung der Betriebszeit der Lüftungsanlagen konnte fast punktgenau auf die effektive Produktionszeit gekürzt werden und wird nun auf eine Mindestleistung heruntergefahren. Gleichzeitig wurde der Mix zwischen Kühlung und Lüftung noch exakter justiert. Dank dieser beiden Anpassungen erwartet Fredag Stromeinsparungen von 400 000 kWh/a. Bei der Heizung konnte durch Optimierung des Verbrennungsprozesses sowie der Wärmeverteilung eine Reduktion des Heizölverbrauchs realisiert werden. Die guten Resultate sprechen für sich: Es ist vorgesehen, dass auch weitere Kompetenzzentren sich von dem externen Partner begleiten lassen.

onsziele und Massnahmen entlang des Prinzips der Wirtschaftlichkeit formuliert und deren Erfolg überwacht. Das konsequente Arbeiten gemäss den Vorgaben zahlt sich aus. Heute sind alle ORIOR Betriebe in der Schweiz von der CO₂-Abgabe des Bundes befreit. Ein weiterer wichtiger Bestandteil unserer Bestrebungen sind die laufende Optimierung unserer Prozesse und die konsequente Verbesserung von Infrastruktur und Einrichtung unserer Produktion. Bevor wir zum Beispiel in neue Maschinen investieren, überprüfen und vergleichen wir die Möglichkeiten sowohl bezüglich wirtschaftlicher Aspekte wie Preis, Langlebigkeit

oder Funktionalität als auch bezüglich Energieverbrauch und CO₂-Bilanz. Bei guten und überlegten Investitionen sehen wir ein enormes Potenzial, langfristig positive Wirkungen erzielen zu können. So lassen sich dank sinnvoll eingesetzter Technik geforderte – und im wettbewerbsstarken Umfeld auch unumgängliche – Effizienz- und Produktivitätssteigerungen realisieren, was letztlich auch die Produktion sowie die Arbeitsplätze in der Schweiz sichert (siehe hierzu auch Kapitel 5.3 Wirtschaftliche Leistung).

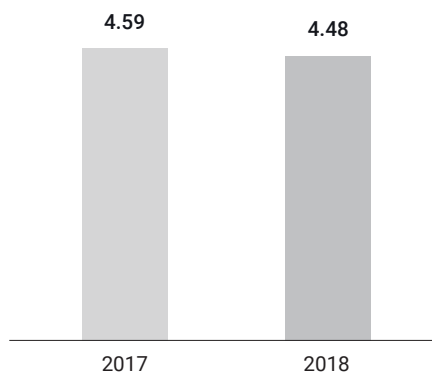
Ebenfalls wichtig ist das konsequente und strukturierte Vorgehen beim Unterhalt von bestehenden Maschinen und Anlagen, um unnötige Betriebsausfälle und Betriebszeiten zu verringern und damit auch den Einsatz an Energie möglichst klein zu halten. Rund um den nachhaltigen und wertorientierten Unterhalt von Maschinen und Anlagen wurden diverse Projekte in Angriff genommen. Ziele sind die Anlagenverfügbarkeit, die Langlebigkeit von Maschinen und die Senkung von Produktionskosten dank abteilungsübergreifender Arbeiten auf Basis von Fakten und Kennzahlen. Ein weiterer laufender Prozess ist das Institutionalisieren von konsequentem und systematisiertem Hinterfragen bei Ausfällen von Maschinen oder Fehlfunktionen, denn reaktives Handeln drosselt die Produktivität und erhöht den Einsatz von Ressourcen.

Eng verbunden mit dem wertorientierten Unterhalt und ebenfalls in der Wertschöpfungskette bei den Prozessen angesiedelt sind die Projekte «Lean» und «5S». Bei «Lean» geht es darum, alle Arten von Verlusten zu vermeiden oder zu minimieren und so die Produktivität zu optimieren. Dadurch lässt sich gleichzeitig auch der Energieeinsatz pro Verkaufseinheit reduzieren. Der Ansatz «5S» stammt aus Japan und steht für systemische Ordnung. Unter den Aspekten «Sortieren», «Systematisieren», «Saubermachen», «Standardisieren» und «Selbstdisziplin» werden Arbeitsplätze und -bereiche so organisiert, dass sich die Prozesssicherheit erhöht, wodurch wiederum Zeit eingespart und Effizienz gesteigert sowie Prozessabfall minimiert werden können. «Lean» und «5S» werden standortspezifisch realisiert und vom Leiter Supply Chain Excellence geführt. Auch andere Verbesserungsansätze haben sich bewährt und werden nach und nach bei allen Standorten ausgerollt. So zum Beispiel das Taktboard, bei welchem auf täglicher Basis die Zielsetzungen hinsichtlich Produktivität, Qualität, Effizienz, Arbeitssicherheit und Plangenaugigkeit dargelegt werden. Gleichzeitig bietet das Taktboard auch Platz für Sonderinformationen und Memos an die Teams.

GRI 302-3

Um unsere Leistung im Bereich Energieeffizienz zu verbessern, erheben wir die Energieintensitäten unserer Produktion (kWh pro t Produktion). In Summe belief sich diese im Jahr 2018 auf 4.48 kWh/t, was eine leichte Verbesserung gegenüber 2017 (4.59 kWh/t) darstellt.

**Energieintensität
(kWh/t Produktion)**



Die Energieintensität der einzelnen Kompetenzzentren variiert stark, was insbesondere an den unterschiedlichen Produktportfolios liegt.

GRI 103-2, 103-3

Wir setzen auf erneuerbare Energien

Wo möglich und sinnvoll, setzen wir uns für erneuerbare Energien ein. Bei Le Patron, Pastinella und Möfag werden nichtverwertbare Lebensmittelabfälle der Wärmegewinnung zugeführt, wodurch der Verbrauch klassischer Energiezufuhr tief gehalten werden kann. Zudem haben wir uns dazu bekannt, dass wir unseren anteiligen Stromverbrauch bis 2025 um mindestens 10% verringern möchten. Die Daten von 2017 und 2018 zeigen jedoch, dass hierzu neue Massnahmen notwendig sind. Der Stromverbrauch ist zwischen 2017 und 2018 um 0.06% leicht gestiegen.

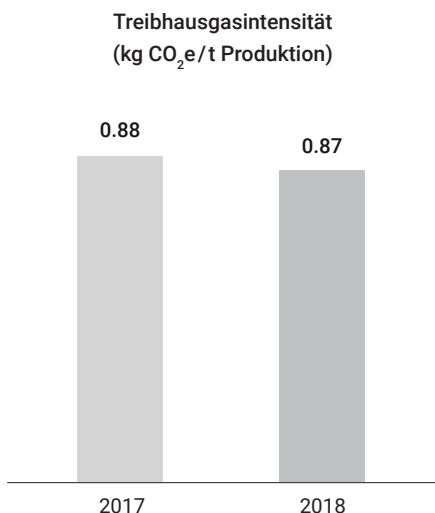
Seit 2016 kaufen wir den Strom für alle Schweizer Kompetenzzentren zentral ein. In einem seit Anfang 2019 laufenden grossen Projekt wurde der Stromeinkauf aufgrund der stetig steigenden Strompreise überdacht und in einer neuen Einkaufsstrategie angepasst. In einer ersten Priorität nehmen wir nun das Reduzieren des Stromverbrauchs sowie das Auffangen der steigenden Preise in Angriff. Als nächsten Schritt werden wir die Optimierung des Strommixes angehen und den Anteil an verwendetem grünem Strom erhöhen.

Ein sehr grosses Projekt mit einem für uns beachtlichen Investitionsvolumen wird bei Biotta realisiert. Es handelt sich um den Bau einer Holzschnitzelheizung, welche ab 2020 CO₂-neutrale Produktionsprozesse und Gebäudeheizung ermöglichen soll (siehe S. 38).

GRI 305-4

Wir senken unsere Treibhausgasintensität

Die Verringerung der Energieintensität ist momentan unser grösster Hebel, um unsere relativen Treibhausgasemissionen (pro t Produktion) kontinuierlich zu senken. Diese beliefen sich im Jahr 2018 auf 0.87 t CO₂-Äquivalente (CO₂e) pro produzierte Tonne. Die leichte Senkung von 0.88 im Jahr 2017 auf 0.87 im Jahr 2018 geht in die richtige Richtung. Wir sind uns aber bewusst, dass weitere Massnahmen nötig sind, damit wir bis 2025 unser Ziel von -10% erreichen.



103-2

Ausblick

Für den Kauf von neuen Maschinen, Geräten und Fahrzeugen harmonisiert das Champion-Team «MRO» die bestehenden Richtlinien hin zu einer Standard-Gruppenrichtlinie. Teil dieser Richtlinie sind auch Mindestanforderungen zu den Energieklassen sowie entsprechend abgeleitete Ausschlusskriterien mit Gültigkeit für sämtliche Neuanschaffungen. Die Einführung und Inkraftsetzung der Gruppenrichtlinie wird für Anfang 2020 erwartet. Alle Schweizer Betriebe werden weiterhin mit der EnAW zusammenarbeiten und entlang der dabei definierten Ziele vorgehen. Gleichzeitig werden die Projekte «Lean», «S5» sowie wertorientierter Unterhalt kraftvoll vorangetrieben, und die kompetenzzentrenübergreifenden Champion-Gruppen «MRO» und «Betriebsleiter» verankern die Nachhaltigkeitsziele in ihren permanent zu behandelnden Themen.

In der Erhebung der Daten fehlen uns derzeit die Angaben zu den Emissionen aufgrund von Kühlmittelverlusten. Wir haben uns vorgenommen, diese Thematik bis spätestens 2021 in der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu reflektieren.

Das grösste laufende Projekt in Sachen Klima und Energie, nämlich der Bau der vorgängig erwähnten Holzschnitzelheizung bei Biotta, wird voraussichtlich im Oktober 2019 abgeschlossen (siehe S. 38).

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 beurteilt wie Produktivitätsverbesserungen. Jährliche 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.

4.3 Wasser

Wasser ist ein Weltthema. Seine Verfügbarkeit ist in der Schweiz derzeit keine Herausforderung. Trotzdem wollen wir dies nicht als Selbstverständlichkeit ansehen, sondern sparsam und bedacht mit dieser Ressource umgehen.

GRI 103-2



-15%

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

Folgende Unterziele tragen hierzu bei:

- Wir reduzieren den Wassereinsatz in der Reinigung.
- Wir erstellen eine interne «Richtlinie für Neuanschaffungen von Maschinen» inklusive Kriterium Wassereffizienz und führen diese ein.
- Wir wollen den anteiligen Wasserverbrauch stetig optimieren.

GRI 103-1, GRI 303-1

Die Bedeutung für ORIOR

Wasser ist ein Weltthema, da nicht nur ein gesundes und friedliches Zusammenleben, sondern auch intakte Ökosysteme von dieser Ressource abhängig sind. Die Lebensmittelindustrie verbraucht über ihre gesamte Wertschöpfungskette grosse Mengen an Wasser, sei es zur Bewässerung in der Landwirtschaft, für die Produktion oder zu Reinigungszwecken. Viele bedeutende Anbauländer werden immer wieder mit Wasserknappheit konfrontiert, die durch intensive Landwirtschaft noch verschärft wird. Wir sehen unsere Verantwortung entlang unserer Wertschöpfungskette. Daher achten wir bei der Herstellung unserer Produkte auf nachhaltige Rohstoffe (siehe Kapitel 3.1). Wo immer möglich, kaufen wir die Rohstoffe regional oder lokal ein, um lange Transportwege zu vermeiden. Trotzdem geht das nicht bei allen Rohstoffen, weil diese bei uns nicht oder nicht in genügender Menge und/oder Qualität verfügbar sind. Unsere eigene Wasserintensität wollen wir bis 2025 um 15% reduzieren. Dieses Ziel, das zur Erreichung des SDG 6.4 bezüglich effizienter Wassernutzung beitragen soll, legten wir 2018 während unseres Wesentlichkeitsprozesses fest, an welchem die verschiedenen Bereiche des Unternehmens beteiligt waren. Darüber hinaus erachten wir es als unsere Pflicht, Rohstoffe aus kontrollierten Anbauländern zu beziehen (siehe Kapitel 3.1 Nachhaltige Rohstoffe und Kapitel 3.2 Tierwohl).

GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 303-1

Wie wir unsere Ziele erreichen

In unseren Produktionen benötigen wir jährlich grosse Mengen an Wasser, zum Beispiel für die Kochprozesse oder zur Reinigung unserer Maschinen und Produktionsräume. Das Frischwasser beziehen wir aus der jeweiligen Gemeindeversorgung. Durch unsere Betriebstätigkeit tragen wir zum Industrieverbrauch von Wasser bei, der in der Schweiz rund ein Viertel des gesamten Wasserverbrauchs ausmacht. Um unser Ziel von 15% Reduktion bis 2025 zu erreichen, bedarf es vieler unterschiedlicher Massnahmen und auch eines Umdenkens vonseiten aller Mitarbeitenden. Wir konzentrieren uns dabei auf die Ansatzpunkte Maschinen, Prozesse, Reinigung und Menschen. Durch stetige Optimierung unseres Maschinenparks – unter anderem dank Investitionen in Maschinen mit guter Wassereffizienz – sowie durch laufende Verbesserung unserer Produktionsprozesse sehen wir gutes Potenzial, unseren Wasserverbrauch zu reduzieren. Gleichzeitig sensibilisieren wir unsere Mitarbeitenden – insbesondere die Reinigungskräfte – in entsprechenden Schulungen, um einen sparsamen Umgang mit Wasser genauso im

Wasserkaraffen bei Le Patron

1000 PET-Flaschen weniger pro Jahr



Bei Le Patron stehen neu in allen Sitzungszimmern Karaffen für Hahnenburger parat. Damit wird nicht nur ein Beitrag an die Nachhaltigkeit geleistet, sondern mit dem Verzicht auf rund 1000 PET-Flaschen pro Jahr kann auch gespart werden. Eine tolle Initiative, die auch andere Kompetenzzentren angespornt hat, in Sachen PET umzudenken.

manuellen Bereich zu fördern. Nicht zuletzt trägt auch unser Bestreben rund um nachhaltigere Rohstoffe (siehe Kapitel 3.1) dazu bei, dass die Herstellung unserer Produkte über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg weniger Wasser verbraucht, denn der Grossteil des Wasserfussabdrucks von Lebensmitteln fällt in der uns vorgelagerten Wertschöpfungskette, das heisst in der Land- und Viehwirtschaft, an.

Eigentliche Wasserrisiko-Assessments führen wir nicht durch. Doch der Wasserverbrauch wird bei uns heruntergebrochen auf die einzelnen Kompetenzzentren betrachtet und ist als feste Führungskennzahl in der monatlichen Finanzberichterstattung verankert. Die Betrachtungsweise erfolgt im Verhältnis zum produzierten Volumen, was aussagekräftiger ist und den Mix-Effekt der unterschiedlichen Produktsortimente rollend aufzeigt. 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.

Die Verantwortung für die Optimierung der Wassereffizienz und die Reduktion des Wasserverbrauchs liegt an erster Stelle bei den jeweiligen Betriebsleitern. Sie sind dafür zuständig, dass die Kaskadierung der Ambition für mehr Wassereffizienz und -einsparung verständlich und sinnvoll in den einzelnen Bereichen und Teams ankommt und erfolgreich umgesetzt wird. 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» inklusive Kriterium Wassereffizienz verantwortlich. Zudem berät er die Kompetenzzentren in sämtlichen Prozessoptimierungsfragen. Rapportiert wird in der Linie an den jeweiligen Vorgesetzten respektive im Falle der Champion-Gruppe direkt an das Schweizer Management-Team.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir optimieren Anlagen und Prozesse

Innerhalb der Betriebe werden auf jährlicher Basis Projekte und Massnahmen zur generellen Optimierung und Werterhaltung der Anlagen festgelegt. Hierbei sind insbesondere die Projekte entlang der Supply Chain Excellence wichtig. Namentlich sind dies der wertorientierte Unterhalt, «Lean» und «5S», die im Kapitel 4.2 Klima und Energie umfassend beschrieben sind. Sie alle tragen zur Steigerung von Agilität und Effizienz bei und senken den

Einsatz von Ressourcen. Auch die Champion-Gruppe «MRO» spielt für künftige Verbesserungen eine wichtige Rolle. Die Aufgaben dieses Champion-Teams sind nicht nur der Unit-übergreifende Austausch von Wissen und das gegenseitige Helfen, sondern auch die Harmonisierung von gleichartigen Anlagen, der gemeinsame Einkauf von Verbrauchsbedarf und die Optimierung im Unterhalt der Anlagen. Letztlich geht es darum, möglichst reibungslos laufende, lückenlos funktionierende, effiziente und agile Produktionsstätten zu haben. So erwarten wir von der Harmonisierung der Anlagen mittel- und langfristig einen positiven Einfluss auf die Produktionseffizienz und damit einhergehend auch Verbesserungen der Energieeffizienz und der Wassereffizienz. Das Kernelement stellt dabei die Einführung der «Richtlinie für Neuanschaffungen von Maschinen» dar, in der die Umweltthemen Energie, Wasser und Ausschuss ebenfalls verankert werden.

Neuer Schinken-Tumbler

Investition in Maschinen mit verbesserter Energie- und Wassereffizienz



Viele der Schinkenkreationen von Möfag werden in sogenannten Schinken-Tumbler unter Zugabe einer speziellen Gewürzmischung während mehrerer Stunden schonend massiert, damit sich die Aromastoffe optimal entfalten können. Die in die Jahre gekommenen Modelle bereiteten zunehmend Sorgen. Daher hat sich Möfag entschieden, in neue Schinken-Massier-tumbler zu investieren – dabei wurden natürlich auch die Nachhaltigkeitskennzahlen berücksichtigt. Dank der neuen Tumbler kann sowohl Energie als auch Wasser gespart werden. Zudem ist der Produktionsprozess nun noch effizienter.

Züri-Wasser

Auch ORIOR Zürich stellt um auf Karaffen



Angespornt durch die beispielhaften Initiativen rund um feines Schweizer Wasser in Karaffen bei den Kompetenzzentren, zieht auch das Team in Zürich nach und reicht statt Wasser in PET-Flaschen nur noch «Züri-Wasser» aus Karaffen. In Summe können dadurch pro Jahr rund 3500 PET-Flaschen eingespart werden.

stationen (siehe Beispiel Le Patron unten) oder durch permanente Schulungen rund um den sorgsamen Umgang mit Wasser.

Die breitere Aufstellung der Gruppe wird künftig Verschiebungen im Produktmix mit sich bringen, was den Wasserverbrauch in der Konsequenz steigen lässt. Um dem entgegenzuwirken, ist es umso wichtiger, dass wir bereits jetzt auch grössere Initiativen lancieren, um unser Reduktionsziel von 15% bis 2025 zu erreichen.

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3

Wir sensibilisieren für einen sorgsamen Umgang mit Wasser

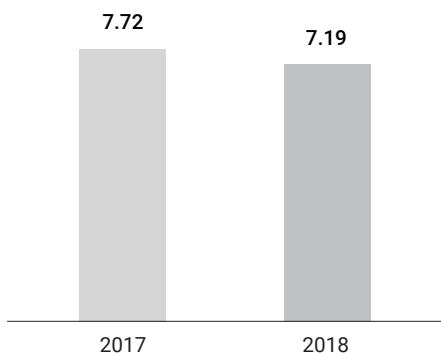
Schulungen und Weiterbildungen unserer Mitarbeitenden sind integraler Bestandteil unseres Führungsstils (siehe auch Kapitel 5.1 Aus- und Weiterbildung). Der sorgsame Umgang mit unseren Ressourcen ist dabei ebenso wichtig wie die Arbeitssicherheit oder effiziente Prozesse.

Die Schulungen finden in regelmässigen Abständen mehrmals jährlich statt und werden in der Regel von den Vorgesetzten geleitet. Zudem werden die Mitarbeitenden mit Memos und Informationen sowie permanent «on the job» auf richtige und sparsame Handlungswei-

GRI 303-3

2018 lag die Wasserintensität (Wasserentnahme) der Schweizer Kompetenzzentren¹ bei 7.19 Litern je Kilogramm hergestellter Produkte. Dies entspricht einer Reduktion von 6.8% gegenüber dem Wasserverbrauch im Jahr 2017.

Wasserentnahme in Litern je Kilogramm hergestellter Produkte



Diese gute Entwicklung wird getragen von vielen kleinen Massnahmen und Initiativen in den Unternehmen. Dazu zählt zum Beispiel das Sparen von Wasser durch Verringerung des Wasserdurchflusses bei den Reinigungs-

Le Patron

Wasser sparen durch Verringerung des Wasserdurchflusses

Die Reinigung von Produktionsbetrieben ist aufgrund der hohen hygienischen Anforderungen enorm wichtig. Doch gerade in der Reinigung fällt ein Grossteil unseres Wasserverbrauchs an. So auch bei Le Patron. Im Rahmen der Supply Chain Excellence Aktivitäten wurde in einem ersten Schritt der Wasserverbrauch der Reinigungsstationen optimiert. Bereits die Verringerung der Wassermengen bei den Stationen hat zu merklich weniger Wasserverbrauch geführt – ohne jegliche Einbussen bei der Sauberkeit oder der Hygiene. Eine einfache und unkomplizierte Anpassung mit konstant positiver Wirkung auf unsere Wasserbilanz. Wir werden prüfen, ob sich dies auch bei anderen Kompetenzzentren realisieren lässt. Gleichzeitig arbeiten wir an einer gesamtheitlichen Analyse der Reinigungsprozesse, um weitere Potenziale zu realisieren.

¹ Exkl. Biotta.

sen hingewiesen. Unsere Kultur ist geprägt von einem starken Vorbild-Denken und -Handeln. Das fördern und fordern wir in unserem täglichen Tun und Vorleben bei beziehungsweise von jedem und jeder einzelnen ORIOR Mitarbeitenden.

Der wesentlichste Teil des Wasserverbrauchs fällt in den ORIOR Kompetenzzentren für die Herstellung und insbesondere für die Reinigung der Produktionsanlagen an. Bei Letzterem sehen wir einen grossen Hebel, denn die Produktionsbetriebe werden gemäss den sehr strengen hygienischen Vorschriften je nach Auftragsvolumen und Produktsortiment mehrmals täglich gereinigt. Der Wasserverbrauch ist entsprechend hoch. Vor allem beim manuellen Umgang mit Wasser ist die Dosierung schwierig. Daher werden insbesondere bei den Teams aus der Reinigung und der Produktion gezielte Schulungsschwerpunkte für den sparsamen Einsatz von Wasser gesetzt. Hierfür werden wir mit den

Teams vor Ort den individuellen Bedarf und die jetzigen Vorgehensweisen anschauen und dann – je nachdem auch unter Beizug von externen Wasser- und/oder Reinigungsspezialisten – geeignete Verbesserungsmassnahmen einleiten.

GRI 103-2

Ausblick

Das Champion-Team «MRO» arbeitet derzeit an der Ausformulierung der «Richtlinie für Neuanschaffungen von Maschinen». Es ist geplant, die Richtlinie für alle Schweizer Kompetenzzentren bis spätestens im 1. Quartal des Jahres 2020 zu verabschieden und in Kraft zu setzen. Gleichzeitig arbeitet diese Champion-Gruppe an der weiteren Optimierung des Unterhaltsmanagements sowie an der Ausrollung von «Lean» und «S5» (siehe S. 40) in allen Schweizer Kompetenzzentren. Bei der Sensibilisierung der Mitarbeitenden werden wir die Nachhaltigkeitsthemen als Standard einführen und dafür besorgt sein, dass alle die Kultur des Vorbild-Denkens und -Handelns weiter verinnerlichen.

Unsere Kompetenzzentren haben teilweise sehr unterschiedliche Produktportfolios. Die Art der Produkte sowie deren Herstellungsprozesse entscheiden ganz massgeblich über den Wasserverbrauch. So erfordert zum Beispiel die Herstellung von Bündlerfleischspezialitäten sehr wenig Wasser, während die Produktion von Frisch-Ravioli für den Blanchier-Prozess entsprechend viel Wasser benötigt. Die strategischen Entscheidungen rund um unsere Produktportfolios müssen auf eine sinnvolle Weise bei der Betrachtung unseres Wasserverbrauchs mitberücksichtigt werden. Trotzdem – und dessen sind wir uns bewusst – müssen und können wir in Sachen Wasserverbrauch noch grosse Schritte tun.

Biotta pflanzt Bäume

Trinkflaschen von Nikin statt PET



Wir geniessen in der Schweiz beste Wasserqualität – und das in genügender Menge und trinkbar direkt ab dem Hahn. Biotta setzt neue Massstäbe im Unternehmen und stellt von PET-Wasserflaschen auf Nikin-Trinkflaschen um. Die hochwertigen und personalisierten Edelstahlflaschen für alle Mitarbeitenden können mit dem feinen Hahnenwasser Tägerwilens oder mit heissen Getränken gefüllt werden. Richtig toll dabei ist, dass mit jeder eingesetzten Nikin-Flasche in Zusammenarbeit mit OneTreePlanted ein Baum gepflanzt wurde.

Unsere Ambitionen im Bereich Soziale Verantwortung



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



100%

Bis zum Jahr 2025 wollen wir ein übergreifendes betriebliches Gesundheitsmanagement in der gesamten Gruppe integrieren.



Unser übergeordnetes Ziel ist die stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder.

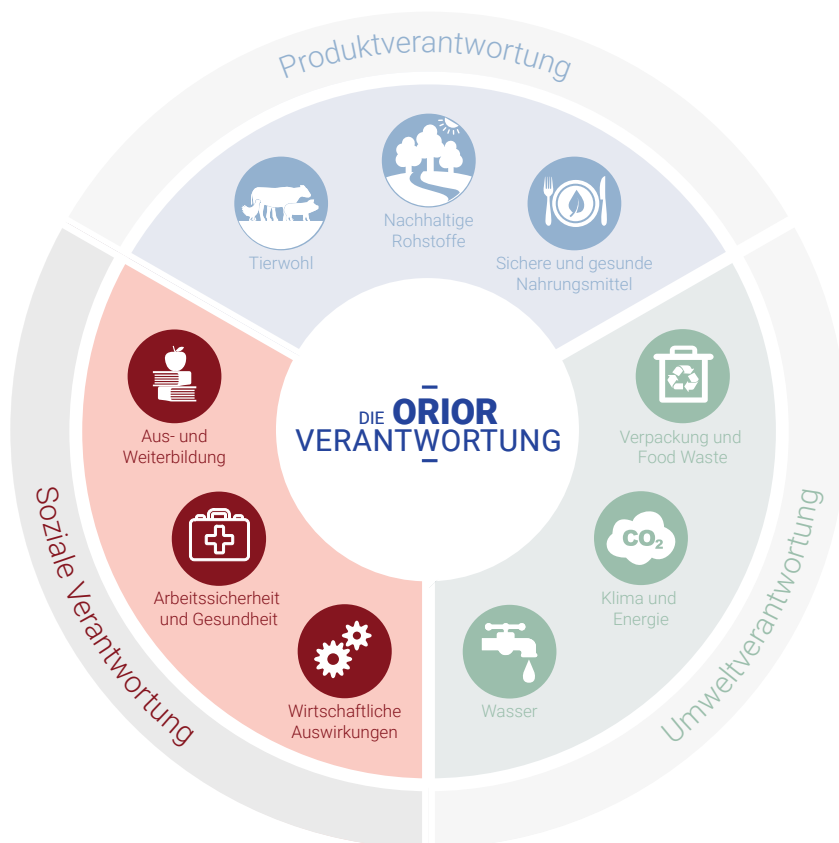


Bukurije Kadrija, seit 16 Jahren Mitarbeiterin in unserer Pasta-Manufaktur Pastinella.

5. Soziale Verantwortung

Mitarbeitende, die engagiert und unternehmerisch Dinge vorantreiben, respektvoll und aufrichtig handeln, Verantwortung übernehmen und Entscheidungen fällen, sind der Schlüssel zum Erfolg. Wir setzen uns ein für gute Rahmenbedingungen bei der Arbeit, für Aus- und Weiterbildung 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: «Aus- und Weiterbildung» unserer Mitarbeitenden, denn wir unterstützen den Ansatz des lebenslangen Lernens und bieten unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit der persönlichen Weiterentwicklung. «Arbeitssicherheit und Gesundheit», denn wir wollen neben der Erfüllung sämtlicher Vorgaben in Sachen Arbeitssicherheit auch beste Rahmenbedingungen dafür schaffen, dass unsere Mitarbeitenden gesund sind und Freude haben an ihrer Tätigkeit. Und «Wirtschaftliche Auswirkungen», denn das nachhaltige Wirtschaften bildet die solide finanzielle Basis, um in unsere Mitarbeitenden und in unsere Produktionsstandorte weiter zu investieren.



5.1 Aus- und Weiterbildung

Die Motivation und das persönliche Vorankommen der Mitarbeitenden auf allen Stufen sind uns ein grosses Anliegen. Wir setzen auf eine kontinuierliche Weiterentwicklung durch gemeinsame Zielsetzungen, durch Leistungsbeurteilungen sowie durch gezielte Aus- und Weiterbildungsprogramme.

GRI 103-2



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

Folgende Unterziele tragen hierzu bei:

- Wir wollen unser Schulungsangebot und den «ORIOR Campus» kontinuierlich ausweiten.
- Wir stärken und entwickeln unser intradisziplinäres Champion-Modell stetig weiter.
- Wir führen eine lückenlose Erfolgs- und Wirkungsbeurteilung der Aus- und Weiterbildungen pro Mitarbeiterkategorie inklusive Festsetzung der Ziele für das Folgejahr bis 2025 ein.
- Bis 2025 wollen wir ein gruppenweites Talentmanagement einführen.
- Wir harmonisieren das stufengerechte jährliche Performance- und Leistungsfeedback für alle unsere Mitarbeitenden in einer Gruppenlösung.

GRI 103-1

Die Bedeutung für ORIOR

In der heutigen dynamischen Arbeitswelt sind immer neue Kompetenzen gefordert, ob beim technischen oder fachspezifischen Wissen oder bei den Branchenkenntnissen. Gerade im Kontext von hartem Wettbewerb und anspruchsvollen Rahmenbedingungen sind motivierte, gut ausgebildete und unternehmerisch denkende Mitarbeitende zentral für unseren Erfolg. Daher ist es für uns selbstverständlich, dass wir in die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeitenden investieren. Damit tragen wir auch zur Reputation als attraktive Arbeitgeberin bei. Das Angebot konzipieren wir so, dass es neben dem Erwerb neuer Kenntnisse für den jeweiligen Fachbereich auch die persönliche Entwicklung stärkt. Zusätzlich fördern und unterstützen wir Schlüsselmitarbeitende und Talente auch bei individuell zugeschnittenen Aus- und Weiterbildungen. Deshalb haben wir uns dazu entschlossen, ein flächendeckendes und standardisiertes Talentmanagement einzuführen.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wie wir unsere Ziele erreichen

Es ist uns wichtig, als attraktive Arbeitgeberin wahrgenommen zu werden. Teil davon ist, dass wir den Arbeitnehmenden stufengerechte und teilweise auch massgeschneiderte individuelle Aus- und Weiterbildungen ermöglichen. Laufende Schulungen innerhalb einer Fachdisziplin sowie Pflichtschulungen wie zum Beispiel zum Thema Arbeitssicherheit sind für uns selbstverständlich. Die Umsetzung und die Überwachung solcher Trainings werden – auch aus Gründen der Diversität unserer Kompetenzzentren – vollumfänglich auf Stufe der einzelnen Units verantwortet. Als Gruppe erachten wir es als unsere Aufgabe, die Kompetenzzentren bei allen darüber hinausgehenden Aus- und Weiterbildungen bestmöglich zu unterstützen und ihnen gruppenübergreifende Instrumente zur Verfügung zu stellen. Eines dieser Instrumente ist der «ORIOR Campus», unser Schulungsprogramm mit Themenschwerpunkten. Wir bieten es an, um die Fortbildung zu fördern und individuelle Entwicklungsmöglichkeiten für Schlüsselmitarbeitende kontinuierlich auszubauen. Auch das Champion-Modell trägt zu kontinuierlichem Lernen und zum Wissensaustausch bei.

Talente zu erkennen und diese zielgerichtet zu fördern, sind wichtige Erfolgsfaktoren. Bis 2025 wollen wir ein gruppenübergreifendes Talentmanagement einführen, um Mitarbeitende mit Potenzial im Rahmen eines strukturierten Plans voranzubringen. Als Teil davon arbeiten wir auch an der Harmonisierung eines stufengerechten jährlichen Performance- und Leistungsfeedbacks, um mit unseren Mitarbeitenden in einem kontinuierlichen Entwicklungsdialog zu sein.

Das Thema Aus- und Weiterbildung ist bei unterschiedlichen Stellen und Personen angesiedelt. Die HR-Teams organisieren und koordinieren die laufenden und periodischen Schulungen in den Kompetenzzentren in Absprache mit dem örtlichen 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. Wie alle

Champion-Teams rapportiert auch diese Gruppe direkt an das Schweizer Management-Team. Talentmanagement wird derzeit erst punktuell vorangetrieben; die gruppenübergreifende Talentmanagement-Lösung soll von einem neuen HR-Mitarbeitenden auf Gruppenstufe angegangen werden. Talentmanagement ist Chefsache; entsprechend sind in den Kompetenzzentren die CEOs dafür zuständig. Rapportiert wird direkt an den Group CEO und an die Konzernleitung.

GRI 103-2, GRI 103-3

Champion-Modell als Plattform für Austausch und Teilen von Wissen

Im Jahr 2016 haben wir das intradisziplinäre Champion-Modell ins Leben gerufen. Die Idee ist, eine Gruppe aus Vertreterinnen und Vertretern aller Kompetenzzentren mit gleichem Fachbereich zu bilden, um auch in der dezentralen Organisationsstruktur die Zusammenarbeit und das Teilen von Wissen zu fördern und so gegenseitig zu profitieren. Durch die Zugehörigkeit kommt den Champions eine grössere Rolle mit mehr Einfluss und Verantwortung zu, was wiederum die Identifikation und Motivation steigert. Das Ziel des Champion-Modells ist neben dem Lerneffekt und der damit einhergehenden Weiterentwicklung jeder und jedes Einzelnen das Voranbringen gemeinsamer Vorhaben. So können zum Beispiel durch ein Zusammenlegen der Einkaufsvolumen der Units im Einkauf bessere Konditionen verhandelt werden.

Innerhalb der Funktionsgruppen besteht keine Hierarchie, die Champion-Gruppen funktionieren bottom-up.

Das heisst, Ideen für Potenziale und Verbesserungen werden in der Gruppe eruiert und zum Erfolg gebracht. Jedes Team hat eine Patentante oder einen Patenonkel aus dem Schweizer Management-Team, die oder der das Team begleitet und unterstützt.

Derzeit beschränkt sich das Champion-Modell aus organisatorischen und geografischen Gründen auf die Schweiz. Hier sind 12 Champion-Teams zu folgenden Disziplinen aufgestellt: Innovation, Einkauf Fleisch, Einkauf Verpackung, Einkauf Zutaten, Technischer Einkauf (MRO), Betrieb, Qualitätsmanagement, Logistik, Verkauf Retail, Verkauf Food Service, HR und Web.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir investieren in die Zukunft: Aus- und Weiterbildung

Durch interne und externe Fortbildung sichern wir den notwendigen Wissensstand von Kader- und Schlüsselmitarbeitenden. Unter dem Namen «ORIOR Campus» besteht ein internes, übergreifendes Ausbildungsprogramm mit unterschiedlichen Modulen. In regelmässigen Abständen legen wir Weiterbildungsschwerpunkte fest, die dann von ausgewiesenen Fachexpertinnen und -experten vermittelt werden. Aus den Schulungseinheiten leiten wir Projekte ab, die im Betrieb weiter thematisiert und praktisch umgesetzt werden. So lassen sich Theorie und Praxis in der Ausbildung ideal kombinieren. Neben den firmeninternen Kursen können Mitarbeitende auch von individuellen, persönlichen Fortbildungen profitieren. Dazu gehören beispielsweise Berufsprüfungen auf Stufe Fachausweis, Führungskurse, IT-Anwen-

ORIOR
Champion-Tag 2019



Der Erfolg der Champion-Gruppen ist entscheidend für ORIOR. Einmal im Jahr organisieren wir einen Champion-Tag, bei dem alle Mitglieder der Champion-Gruppen zusammenkommen und ihre Fortschritte präsentieren. Auch für Herausforderungen und für den Austausch gibt es genug Zeit. Ein echt inspirierendes Ereignis – für alle Beteiligten.

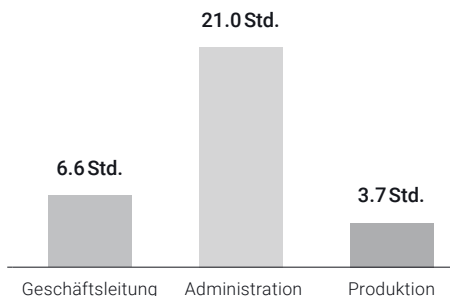
dungen oder Sprachkurse. Die Unterstützung erfolgt finanziell (Übernahme der Kosten) und/oder zeitlich (Gewährung von freien Tagen).

In den Kompetenzzentren ist überdies eine Vielzahl von spezifischen Schulungen und Kursen verfügbar. Trainings innerhalb einer Fachdisziplin sowie Pflichtschulungen werden grösstenteils auf Ebene der einzelnen Kompetenzzentren geplant und durchgeführt.

GRI 404-1

2018 lag die Gesamtstundenzahl für Aus- und Weiterbildungen bei 6476; pro vollzeitangestellte Person (Ø FTE) sind dies durchschnittlich 6 Stunden.

Ø Aus- und Weiterbildungsstunden 2018 pro Person, aufgeschlüsselt nach Mitarbeiterkategorie



Einen hohen Stellenwert besitzen bei uns auch die Ausbildung und die Förderung junger Menschen. Wir bieten Berufslehren für Fleischfachmann/-frau, Polymechaniker/in, Laborant/in, Logistiker/in sowie kaufmännische Lehren an. Mit der Ausbildung eigener Nachwuchskräfte investieren wir nicht nur in ihre Zukunft, sondern nehmen auch eine gesellschaftliche Aufgabe wahr. Die Lernenden profitieren bei uns von besonderen, auf ihre Anforderungen zugeschnittenen Angeboten. So hat beispielsweise Rapelli neben der Produktion einen separaten Ausbildungsraum eingerichtet, in dem die Lernenden unter Anleitung eines Meisters die traditionellen Fertigungsverfahren erlernen und selbstständig Produkte herstellen. 2018 waren bei unseren Schweizer Kompetenzzentren 13 Lernende und 21 Praktikanten und Praktikantinnen beschäftigt. Grundsätzlich würden wir gerne mehr Lernende und Praktikanten anstellen, doch leider ist die Nachfrage etwas gedämpft.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir fördern und fordern: Talentmanagement

Talentmanagement ist ein wichtiges Instrument, um Mitarbeitende mit Potenzial bereits frühzeitig zu fördern

und auf künftige Aufgaben oder höhere Positionen vorzubereiten. Ambitionierte Mitarbeitende suchen nach Möglichkeiten für die persönliche Weiterentwicklung. Wenn wir ihnen dies nicht anbieten können, werden sie uns früher oder später verlassen, denn der Wettbewerb um talentierte und qualifizierte Fach- und Führungskräfte ist hoch. Zudem verlangt unser Business-Modell nach Unternehmertum auf allen Stufen, was die Bedeutung der Mitarbeitenden als zentraler Erfolgsfaktor zusätzlich unterstreicht.

Damit wir Schlüsselpersonen, die bereits Teil der ORIOR Welt sind, auch langfristig für uns gewinnen können, haben wir uns im Jahr 2018 entschlossen, ein stufenübergreifendes Talentmanagement einzuführen. Es sollen nicht nur Talente in Führungspositionen, sondern auch Mitarbeitende mit herausragenden Fachkenntnissen, die keine Leitungsfunktion innehaben, berücksichtigt werden. In einer ersten Phase definierten wir die Wichtigkeit und Dringlichkeit für uns, formulierten den Prozess sowie die Verantwortlichkeiten und legten die für uns spezifischen Parameter fest. In der zweiten Phase geht es darum, dass alle Mitarbeitenden mit Führungspositionen in ihren Teams potenzielle Talente identifizieren, diese entlang einer Leistungs-Potenzial-Matrix bezüglich Stärken, Schlüsselkompetenzen sowie Entwicklungspotenzial beurteilen und im Talentmanagement-Tool schriftlich festhalten. Auch mögliche nächste Schritte sowie ein interner Mentor werden dabei erfasst. Die jeweiligen Vorgesetzten entscheiden über den zeitlichen Verlauf der Umsetzung.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wir setzen auf Feedback und bieten Perspektiven

Neben den anonymisierten Umfragen bezüglich der Mitarbeiterzufriedenheit (siehe Kapitel 5.2 Arbeitssicherheit und Gesundheit) führen alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mindestens einmal im Jahr ein Gespräch mit ihrem Vorgesetzten, um die Performance und die Leistung sowie die Erwartungen für die Zukunft zu besprechen. Auch andere für die Mitarbeitenden oder die Vorgesetzten wichtige Themen können bei dieser Gelegenheit diskutiert werden. Während gewisse Kompetenzzentren die Jahresgespräche bereits anhand professionalisierter Dokumente und digitalisierter Ablagesysteme führen, arbeiten andere noch mit einfachen Formularen. Wir sind überzeugt davon, dass ein gut strukturiertes und standardisiertes Performance- und Leistungsfeedback ein enormer Motivationshebel sein kann. Denn ein sauber geführtes und protokolliertes Performance- und Leistungsfeedback ermöglicht neben klar formulierten Erwartungen und Verbesserungsvor-

Make the difference

Auszeichnung für
ausserordentliche Leistungen



Menschen, die Dinge pragmatisch und unternehmerisch anpacken und mit Passion und dem nötigen Biss umsetzen, sind der Schlüssel zum Erfolg. Unter diesem Leitgedanken hat CEO Daniel Lutz die «Make the difference»-Initiative lanciert. Ausserordentlichen Leistungen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gebührt die besondere Auszeichnung «Make the difference», überreicht vom CEO persönlich. Im Bild: Claudia Ilicic (Fredag) und CEO Daniel Lutz.

Für die Erarbeitung des gruppenweit harmonisierten sowie stufengerechten jährlichen Performance- und Leistungsfeedbacks werden wir eine Bestandsanalyse durchführen, um zu eruieren, was alles vorhanden ist und ob eine der bestehenden Lösungen für die ganze Gruppe infrage kommt. Auf dieser Basis entscheiden wir dann die nächsten Schritte.

Zunächst haben wir versucht, das Talentmanagement in einem pragmatischen Ansatz und mit bestehenden Ressourcen voranzutreiben, mussten dann aber feststellen, dass dies nicht ausreichend ist. Insbesondere das übergreifende Denken ist in der jetzigen Konstellation anspruchsvoll, da in den Kompetenzzentren wenig Zeit verfügbar ist. Daher werden wir im zweiten Halbjahr 2019 unsere Ressourcen unter anderem für die Einführung des systematischen und gruppenweiten Talentmanagements stärken. Gleichzeitig wird auch der Fokus auf eine strukturierte Nachfolgeplanung erhöht.

schlagen durch die Vorgesetzten auch Entwicklungspotenzial innerhalb des Unternehmens. Daher arbeiten wir seit 2019 an der Harmonisierung und Standardisierung aller Vorlagen und Kommunikationshilfen.

GRI 103-2

Ausblick

Unser intradisziplinäres ORIOR Champion-Modell bewährt sich; wir werden die bestehenden Teams weiter stärken, kontinuierlich neue Champion-Gruppen aufbauen und das ganze Modell kraftvoll unterstützen.

Die Bedarfsanalyse für das neue Schulungsprogramm «ORIOR Campus» ist abgeschlossen. Derzeit werden die Möglichkeiten eruiert und passende Kurse zusammengestellt, damit das Programm bis Ende 2019 vom Management abgenommen werden kann. Die Vorstellung des Programms sowie die ersten Kurse erwarten wir Anfang 2020. Wir haben uns zudem zum Ziel gesetzt, bis 2025 eine lückenlose Erfolgs- und Wirkungsbeurteilung der Aus- und Weiterbildungen inklusive Festsetzung der Ziele für das Folgejahr einzuführen. Die ersten Ansätze, wie dies gegenüber den bestehenden Lösungen noch besser gemacht werden kann, wurden im «HR»-Champion-Team bereits diskutiert.

ORIORinside

Mitarbeiter-App ORIORinside



Die Mitarbeiter-App ORIORinside bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten für den Austausch und das Teilen von Informationen, so auch zur Aus- und Weiterbildung. Kurze und knappe Quick-Refreshs zu wichtigen Themen wie beispielsweise Arbeitssicherheit planen wir künftig über ORIORinside zu vermitteln. Die App ermöglicht darüber hinaus das Erstellen von Gruppen-Chats oder speziellen Team-Streams. Damit können sich Mitarbeitende über spezifische Bereiche oder Themen austauschen und so voneinander lernen. Wir sehen hier noch viele weitere Möglichkeiten, wie wir die App einsetzen können, und werden die Funktionen laufend erweitern (siehe auch S. 37).

5.2 Arbeitssicherheit und Gesundheit

Unsere Mitarbeitenden sind der Schlüssel zum Erfolg. Folglich unterstützen und fördern wir ihre Gesundheit und Sicherheit mit grosser Priorität. Wir verpflichten uns, für ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld zu sorgen, und investieren laufend in Verbesserungsmassnahmen sowie in Schulungen zur Arbeitssicherheit.

GRI 103-2

100%



Unsere Ambition: Bis zum Jahr 2025 wollen wir ein übergreifendes betriebliches Gesundheitsmanagement in der gesamten ORIOR Gruppe integrieren.

Folgende Unterziele tragen hierzu bei:

- Bis 2020 wollen wir ein gruppenweites Sicherheitsleitbild entwickeln und einführen.
- Bis 2022 wollen wir für alle Schweizer Kompetenzzentren Sicherheitsziele definieren und diese im Unternehmen institutionalisieren.
- Bis 2025 wollen wir die Modelllösung in allen Schweizer Kompetenzzentren vollumfänglich implementieren.
- Bis 2020 wollen wir allen Mitarbeitenden in der Schweiz Zugang zur unabhängigen externen Mitarbeiterberatungsstelle ICAS¹ gewährleisten.

GRI 103-1

Die Bedeutung für ORIOR

Die Gesundheit unserer Mitarbeitenden ist uns sehr wichtig, denn sie steht in direkter Korrelation mit der Zufriedenheit, der Motivation und der Leistungsfähigkeit unserer Belegschaft. Wir setzen uns für die Sicherheit am Arbeitsplatz ein und fördern die Gesundheit der Belegschaft auf verschiedenen Wegen. In unseren Produktionsstätten haben wir Maschinen und Prozesse, die bei unsachgemässer Inbetriebnahme oder Unachtsamkeit gefährlich werden könnten. Entsprechend wichtig sind die Massnahmen für die Gewährleistung der Arbeitssicherheit und Gesundheit der Mitarbeitenden. Unser Anspruch als verantwortungsvolle Arbeitgeberin geht deutlich über die rechtlich vorgeschriebenen Mindestanforderungen hinaus. Neben den Anforderungen aus der Richtlinie der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit (EKAS Nr. 6508) sehen wir es auch als unsere Pflicht, Sicherheit als integralen Bestandteil unserer Leistungserbringung anzuerkennen und den Mitarbeitenden ein gesamtheitliches Gesundheitsmanagement anzubieten.

GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 403-1, GRI 403-4

Wie wir unsere Ziele erreichen

Um unserem Anspruch und den gesetzten Zielen Rechnung zu tragen und uns in Sachen Arbeitssicherheit und Gesundheit laufend zu verbessern, setzen wir auf das umfassende Konzept der Modelllösung. Damit sollen die ursprünglich singulären Lösungen gruppenweit in einem für alle Kompetenzzentren gültigen Ansatz harmonisiert werden.

Das Thema Arbeitssicherheit und Gesundheit ist sehr komplex, und nicht selten spielen auch die persönliche Verfassung sowie richtige Arbeitsweisen und geschulte Handgriffe der Mitarbeitenden eine wichtige Rolle. Daher ist es unumgänglich, die Mitarbeitenden ebenfalls in die Pflicht zu nehmen. Als Unternehmen tun wir unser Möglichstes, die Rahmenbedingungen für einen sicheren und gesunden Arbeitsplatz zu schaffen und unsere Mitarbeitenden so zu schulen und zu begleiten, dass sie diesbezüglich alle wichtigen und richtigen Informationen zur Verfügung haben. Zu diesem Zweck bestehen auch Regeln und Richtlinien, die sämtliche Mitarbeitenden einzuhalten haben. Die Umsetzung und Einhaltung gemäss den rechtlichen wie auch den betrieblichen Vorgaben liegt in der Verantwortung jedes und jeder einzelnen Mitarbeitenden.

Neben prozess-, struktur- und organisationsbezogenen Regeln und Massnahmen bildet der Zugang zur externen Beratungsstelle ICAS ein weiteres wichtiges Element unseres Gesundheitsmanagements.

Die Verantwortung für die Arbeitssicherheit im Betrieb liegt beim jeweiligen CEO des Kompetenzzentrums. Er bestimmt im Unternehmen die oder den Sicherheitsbeauftragte/n (SIBE) – in unseren Betrieben wird diese Aufgabe häufig vom Leiter Technik ausgeführt – und überwacht die Fortschritte. Die Sicherheitsbeauftragten unterstützen die Organisation mit Fachwissen und Hilfsmitteln, um Gefahren zu erkennen und zu eliminieren und um Unfällen vorzubeugen. Sie verfügen über die entsprechende anerkannte Ausbildung und bilden sich laufend weiter. Einmal im Jahr oder nach Dringlichkeit formulieren die Sicherheitsbeauftragten in Zusammenarbeit mit dem Arbeitssicherheitsteam, das

¹ Independend Counselling & Advisory Services

aus Vertretenden von Produktion, Technik, Logistik und Administration besteht, die Sicherheitsziele und davon abgeleitet die Massnahmen für das jeweilige Kompetenzzentrum und stellen die Umsetzung sicher. In ihrer Funktion sind die Sicherheitsbeauftragten – unabhängig von ihrer Position im Unternehmen – direkt dem jeweiligen CEO unterstellt.

Ergänzend dazu werden rund um die Gesundheit der Mitarbeitenden weitere Projekte und Massnahmen wie zum Beispiel die Einführung von ICAS oder Mitarbeiterumfragen angegangen, die vornehmlich von den Personalverantwortlichen geführt und überwacht werden. Der Austausch und das gemeinsame Voranbringen solcher Themen sind ständige Traktanden im Dialog der hierfür installierten intradisziplinären Champion-Gruppe «HR», die ihrerseits dem Group CFO respektive dem Schweizer Management-Team Bericht erstattet.

GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 403-1, GRI 403-2

Wir bauen ein betriebliches Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem auf

ORIOR hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2025 die Modelllösung des Swiss Safety Center für alle Schweizer Kompetenzzentren vollständig zu implementieren und damit die jetzigen Lösungen zu harmonisieren. Das umfassende Konzept beinhaltet sowohl die Erfüllung der rechtlichen Vorgaben gemäss EKAS-Richtlinie Nr. 6508 als auch die betriebliche Gesundheitsförderung und umfasst 10 Elemente:

1. Sicherheitsleitbild und Sicherheitsziele
2. Sicherheitsorganisation
3. Ausbildung, Instruktion, Information
4. Sicherheitsregeln
5. Gefahrenermittlung und Risikobeurteilung
6. Massnahmenplanung und -realisierung
7. Notfallorganisation
8. Mitwirkung
9. Gesundheitsschutz
10. Kontrolle und Audit

Die 10 Elemente der Modelllösung sind bis zur Einführung aufbauend konzipiert und erfolgen danach in einem Gefahrenermittlungs- und -behebungsregelkreislauf fortlaufend. Ist das Modell eingeführt, geht es darum, einmal jährlich die Situation zu ermitteln, die Zielsetzungen zu definieren und die Gefahren anhand betriebsspezifischer Checklisten zu lokalisieren. Die darauffolgende Risikobeurteilung inklusive Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit und Tragweite des Risikos erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Swiss Safety

SIBE-Workshop

Erstellung Sicherheitshandbuch



Alle Sicherheitsbeauftragten der Schweizer Kompetenzzentren trafen sich im Sommer 2019 in Zürich, um gemeinsam und unter der Leitung vom Swiss Safety Center AG am Sicherheitshandbuch zu arbeiten. Eine intensive Arbeit, die viel gesamtheitliches Denken und Ausdauer fordert. Die Grundsteine sind gelegt, nun geht es an die Details.

Center, woraus sich wiederum die Massnahmen ableiten lassen, die in regelmässigen Kontrollen und Audits überwacht werden. Sporadisch wird die Arbeitssicherheit im Betrieb auch durch das Arbeitsinspektorat überprüft.

GRI 403-2, GRI 403-4

Das Minimieren von Gefahren ist zentral, um die Sicherheit nicht nur zu gewährleisten, sondern laufend zu verbessern. Nicht selten sind es Kleinigkeiten, die zum Verhängnis werden können. Genau bei solchen Tücken des täglichen Arbeitens ist es unumgänglich, dass die Mitarbeitenden ihre Erfahrungen und Sichtweisen, aber auch ihre Bedenken den Vorgesetzten melden. Wöchentliche, in gewissen Kompetenzzentren auch tägliche Meetings schaffen zusätzlichen Raum, um solche Anliegen zu platzieren. Unsere Mitarbeitenden sind nicht nur eingeladen, diesbezüglich eine proaktive Informationskultur zu pflegen, sondern werden entlang des Sicherheitsleitbilds auch dazu verpflichtet. Bei Rapelli besteht zudem eine Personalkommission, die sich mindestens einmal im Jahr trifft und im Anschluss an ihre Diskussionen Sichtweisen sowie Anregungen im Namen der gesamten Belegschaft zum Management trägt.

Die Meinung der Mitarbeitenden ist uns sehr wichtig und hilft uns, die richtigen und wichtigen Themen anzugehen. Alle drei Jahre lancieren wir eine breit angelegte Mitarbeiterzufriedenheitsstudie. Kernstück der Studie ist eine anonyme Umfrage mit rund 60 Fragen zu den Themen Unternehmenskultur und gesunde Führung,

Arbeitsressourcen und Arbeitsbelastung, Arbeitsengagement, Arbeitsfähigkeit und Performance sowie Gesundheit. Im Jahr 2018 wurde die neue Studie für 2019 in Zusammenarbeit mit Helsana aufgesetzt.

Umfrage
Mitarbeiterzufriedenheit

Bei allen Mitarbeitenden von Fredag, Le Patron, Pastinella, Albert Spiess und ORIOR Management AG haben wir im Frühling/Sommer 2019 eine grosse Mitarbeiterzufriedenheitsstudie durchgeführt. Gesamthaft wurden 669 Mitarbeitende eingeladen, an der Umfrage teilzunehmen. Davon haben 392 Mitarbeitende Gebrauch gemacht. Sehr erfreulich ist, dass bei keinem Thema aus Sicht der Mitarbeitenden dringender Handlungsbedarf besteht. Es gibt aber Themen, bei denen ORIOR aufgrund der Bewertungen genauer hinschauen und entsprechende Massnahmen einleiten wird.

GRI 403-1, GRI 403-8

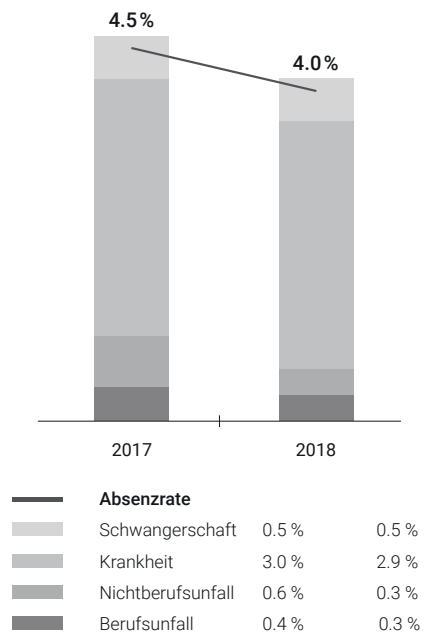
Sämtliche Kompetenzzentren der ORIOR haben bereits heute ein voll implementiertes Arbeitssicherheitskonzept, welches mindestens die gesetzlichen Vorgaben erfüllt und grösstenteils auch Elemente aus dem Gesundheitsmanagement aufnimmt. Damit sind 100% der in der Schweiz angestellten Mitarbeitenden – wie gesetzlich vorgeschrieben – von einem Arbeitssicherheitsystem gedeckt. Mit der Einführung unserer Modelllösung und damit eines umfassenden, schweizweiten Gesundheitsmanagements stehen wir noch ganz am Anfang. Ziel ist die Harmonisierung auf einem verantwortungsvollen und für eine attraktive Arbeitgeberin vorbildlichen Niveau. Mit der beschriebenen Modelllösung möchten wir bis 2025 100% der Mitarbeitenden durch das umfassende System des Sicherheits- und Gesundheitsmanagements abdecken.

Es ist aus sozialer und aus wirtschaftlicher Sicht wichtig, dass die Rate der Mitarbeitenden, die aufgrund von Unfall oder Krankheit ausfallen, möglichst tief ist. Ein Teil der Absenzen lässt sich kaum beeinflussen, so zum Beispiel bei Schwangerschaft oder schweren Krankheiten. Ebenso können wir bei der Vorbeugung von Nichtbetriebsunfällen nur sehr beschränkt Einfluss nehmen. Dort, wo wir mit unserem Wirken etwas verbessern können, tun wir das auch. Die Convenience-Firmen haben

ein begleitetes Absenzenmanagement eingeführt, wo zum Beispiel nach einer längeren Abwesenheit von über zwei Wochen ein Wiedereintrittsgespräch stattfindet oder während der Abwesenheit ein Kärtchen oder Blumen zugestellt werden. Durch den Austausch und damit das aktive Bekunden von Interesse am Gesundheitszustand der betroffenen Mitarbeitenden können merklich Ausfallzeiten reduziert werden.

Die Absenzzrate (pro Soll-Stunden), aufgeteilt nach Art der Abwesenheit, zeigt sich für die Jahre 2017 und 2018 wie nachfolgend dargestellt.

Absenzzrate nach Art der Abwesenheit



GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 403-3, GRI 403-6

Wir bieten unabhängige Beratung an

Wir wollen motivierte Mitarbeitende, die gesund sind, Freude haben an ihrer Arbeit und engagiert anpacken. Sowohl bei der Arbeit wie auch im Privatleben werden wir alle fortwährend mit vielen kleinen und grossen Dingen konfrontiert, die uns zusetzen. Hier kann Unterstützung hilfreich sein, sei es, um Unklarheiten zu besprechen, Herausforderungen mit jemandem zu reflektieren oder mit einer schwierigen Nachricht klarzukommen. Es ist uns ein grosses Anliegen, dass alle unsere Mitarbeitenden die Möglichkeit für Hilfe bekommen, auch wenn mal Familie oder Freunde nicht verfügbar sind oder das Bedürfnis nach einem Gespräch mit einer neutralen Person besteht. Deswegen haben wir uns zum Ziel gesetzt,

bis 2020 allen unseren Mitarbeitenden den Zugang zu einer unabhängigen externen Sozialberatungsstelle zu ermöglichen. ICAS ist eine solche unabhängige Beratungsstelle für unsere Mitarbeitenden und deren unmittelbare Familienangehörige. Seit Mitte 2019 sind in der Schweiz ausser Biotta alle Kompetenzzentren durch die Leistungen von ICAS abgedeckt. Die Einbindung von Biotta erfolgt bis spätestens 2020. Die Dienstleistung umfasst sowohl Beratungen am Telefon als auch persönliche Beratungssitzungen. Der Zugang ist unbeschränkt, vertraulich, nach Wunsch anonym und für die Mitarbeitenden unentgeltlich. Sowohl persönliche Themen in Bezug auf die Arbeit oder aus dem Privatleben als auch lebenspraktische und rechtliche Fragestellungen können rund um die Uhr mit professionellen Beratenden (Psychologen, Juristinnen oder Anwälten) besprochen werden. Darüber hinaus steht ICAS für alle Führungskräfte als Sparringpartner 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 Rapport mit anonymen Angaben zur Anzahl der Kontaktaufnahmen, zu der Art der Beratung und zu den Themenbereichen. Die Besprechung dieses Rapports und die Einleitung von Massnahmen wird durch die Champion-Gruppe «HR» vorangetrieben, welche an das Schweizer Management-Team rapportiert.

GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 403-5

Wir schulen unsere Mitarbeitenden

Wir setzen uns dafür ein, dass alle Mitarbeitenden bestens über die vor Ort gültigen Vorgaben zur Arbeitssicherheit informiert und geschult sind. Um dies sicherzustellen, werden über das Jahr verteilt mehrere stufengerechte Schulungen durchgeführt. Dabei ist das ganzheitliche Denken unserer Sicherheitsbeauftragten und Sicherheitsteams entscheidend. Wir schulen, fördern und fordern diese mit diversen Massnahmen, die speziell auf Sicherheitsteams zugeschnitten sind. Darüber hinaus sind psychosoziale Themen wie Umgang mit Druck oder Stress sowie das frühzeitige Erkennen schwieriger Situationen von Mitarbeitenden fester Bestandteil der Führungsschulungen. In einigen Kompetenzzentren weist das HR auch ausserhalb des Betriebs unkompliziert und engmaschig auf spezielle Gefahren hin. So werden Mitarbeitende zum Beispiel vor dem Winter daran erinnert, dass die Pneu gewechselt werden müssen oder dass vor jeder schnellen Skiabfahrt ein kurzes Aufwärmen sinnvoll ist. Dank der neuen Mitarbeitenden-App ORIORinside können solche Hinweise künftig noch einfacher abgesetzt werden.

Sicherheit über alles

Brandschutzschulung Fredag und Pastinella



Innert Sekunden richtig handeln, wenn es – trotz allen Vorkehrungen – brennt, ist enorm wichtig. In regelmässigen Abständen absolvieren die Mitarbeitenden eine Brandschutzschulung und lernen, wie im Notfall zu reagieren ist. Bei Fredag und Pastinella war es im Juni 2019 so weit. Für viele – und hoffentlich bleibt dies auch so – die einzige Gelegenheit, den Feuerlöscher tatsächlich zu betätigen.

GRI 103-3

Ausblick

Die Einführung der Modelllösung und damit das Ablösen der bestehenden Sicherheitskonzepte wird viel Zeit in Anspruch nehmen. Das gruppenweite Leitbild ist nun formuliert und wird in der zweiten Hälfte 2019 vom Schweizer Management-Team bewilligt. 2020 werden wir das Leitbild an allen Standorten implementieren und gleichzeitig mit der Formulierung der individuell auf die Kompetenzzentren zugeschnittenen Sicherheitsziele beginnen. Parallel dazu werden wir mit der Erarbeitung eines übergreifenden Sicherheitshandbuchs starten. Dieses zeigt alle wichtigen Prozesse auf, legt die Verantwortlichkeiten fest und dient als Nachschlagewerk zur Erfüllung der gruppenweiten Vorgaben.

ORIORinside wird verstärkt auch in die Schulung zu Arbeitssicherheit und Gesundheit eingebunden. Angedacht sind engmaschige Refresh-Schulungen in Form von kurzen Informationshäppchen sowie kleinen Tests. Und auch Hinweise zu weiteren Gefahren wie zum Beispiel in Zusammenhang mit dem Wetter oder der Jahreszeit sollen künftig über ORIORinside erfolgen.

Die Resultate aus der Mitarbeiterumfrage werden nun ausgewertet und geeignete Massnahmen formuliert und eingeleitet. Auch wenn wir bei keinem Themenbereich eine rote Flagge sehen, ist es Teil unserer Aufgabe, trotzdem dranzubleiben und noch besser zu werden.

5.3 Wirtschaftliche Auswirkungen

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.

GRI 103-2



Unsere Ambition: Wir setzen auf stetige Wertsteigerung für alle Stakeholder.

Folgende Unterziele tragen hierzu bei:

- Wir wollen ein nachhaltiges Wachstum von 1-2% pro Jahr und eine kontinuierliche Steigerung des absoluten EBITDA realisieren.
- Wir bieten regelmässige Mitarbeiterbeteiligungsprogramme mit attraktiven Bezugskonditionen.
- Wir wollen die absolute Dividende stetig erhöhen.
- Wir bekennen uns zu unseren Produktionsstandorten und stärken diese, um damit Arbeitsplätze zu sichern und neue Arbeitsplätze zu schaffen.

GRI 103-1

Die Bedeutung für ORIOR

Die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit ist essenziell für die langfristige und nachhaltige Existenz eines Unternehmens. Wir sind der Überzeugung, dass Erfolg nur dann möglich ist, wenn alle wichtigen und richtigen Parameter zusammenspielen und mit Engagement und Freude von motivierten Mitarbeitenden vorangetrieben werden. Unser übergeordnetes Ziel einer stetigen Wertsteigerung für alle Stakeholder verpflichtet uns auch, unser Tun und Handeln an unterschiedlichen Blickwinkeln und Bedürfnissen auszurichten und gesamtheitlich anzugehen.

GRI 103-2, GRI 103-3

Wie wir unsere Ziele erreichen

Im Herbst 2015 haben wir unsere Strategie ORIOR 2020 lanciert. Sie bildet mit den fünf strategischen Eckpfeilern «Innovations-Haus», «Marken stärken und ausbauen», «Agilität und Kosteneffizienz», «Die ORIOR Verantwortung» sowie «Wir sind ORIOR» die Grundlage, um die Erfolgsgeschichte von ORIOR nachhaltig und rentabel weiterzuschreiben (siehe S.15). Ein weiteres Erfolgsmerkmal von ORIOR ist die gelebte und 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. Gemeinsame, kompetenzzentren- und/oder gruppenübergreifende Möglichkeiten fördern und realisieren wir unter anderem in unserem intradisziplinären Champion-Modell.

Entscheidend für den Erfolg und die Erreichung unserer Ziele sind motivierte und engagierte Mitarbeitende sowie das konsequente und kraftvolle Arbeiten an allen strategischen Eckpfeilern, Initiativen und Massnahmen.

Die Wertsteigerung verfolgen wir über das Unterziel, ein nachhaltiges und rentables Wachstum von 1 bis 2% pro Jahr zu realisieren und den absoluten EBITDA jedes Jahr zu steigern. Gleichzeitig bekennen wir uns zu unseren Standorten und investieren laufend in unsere Werke, Maschinen und Prozesse. Damit positionieren wir uns am Markt weiterhin als starke und führende Lebensmittelgruppe, und wir sichern bestehende und schaffen neue Arbeitsplätze. Unsere Mitarbeitenden sehen wir als Schlüssel zum Erfolg, denn sie sind es, die tagtäglich die kleinen und grossen Dinge anpacken und umsetzen und uns als ganze Gruppe voranbringen. Dank nachhaltigen Wirtschaftens können wir laufend in die Entwicklung investieren und gestalten mit unseren Innovationen den Markt an vorderster Front, was unseren Kunden sowie Konsumentinnen und Konsumenten zugute kommt. Mit unseren Lieferanten pflegen wir eine enge, zuverlässige und faire Partnerschaft. Zu guter Letzt wollen wir auch für unsere Aktionärinnen und Aktionäre Mehrwert schaffen und stehen für die stetige Steigerung der absoluten Dividende ein.

Verantwortlich für die Erreichung der stetigen Wertsteigerung sind in letzter Instanz der Group CEO und die Konzernleitung, in deren Hände die operative Führung der Geschäfte durch den Verwaltungsrat gelegt wird. Die Konzernleitung wird von der Erweiterten Konzernleitung unterstützt, um die strategische Weiterentwicklung der Gruppe zu stärken. Die CEOs der Kompetenzzentren erstellen mit ihren Geschäftsleitungen ein individuelles Strategiepapier, das sich von der Gruppenstrategie ableitet und eng verknüpft ist mit den Gruppeninitiativen. Für dessen erfolgreiche Umsetzung tragen sie auch die Verantwortung. Das saubere Kaskadieren von Zielen

und das Setzen von Prioritäten sind dabei ganz entscheidend. Die Konzernleitung, die Erweiterte Konzernleitung, Mitglieder des Managements sowie alle Schlüsselmitarbeitenden erhalten neben einer fixen Vergütung eine variable Vergütung, die sich entsprechend der Zielerreichung bemisst. Die Höhe der Dividende wird jährlich – in Abhängigkeit von der Geschäftsentwicklung – durch den Verwaltungsrat festgesetzt und der Generalversammlung zur Genehmigung vorgelegt.

GRI 103-2, GRI 103-3

Nachhaltiges rentables Wachstum

Nur mit rentablem Umsatz sind wir auch langfristig in der Lage, für alle unsere Stakeholder einen Mehrwert zu realisieren. Vor diesem Hintergrund legten wir vorgängig genanntes Umsatzwachstumsziel von 1-2% fest. Dabei wird in unserem Verständnis das nachhaltige – und somit unternehmerisch sinnvolle – Wirtschaften der reinen Umsatzsteigerung immer vorgezogen.

Wichtige Elemente unseres nachhaltigen rentablen Wachstums sind die konsequente Stärkung der Kompetenzzentren und das breite Aufstellen der Gruppe. Mit den Übernahmen von Culinor in Belgien im Jahr 2016 und Biotta im Jahr 2018 sowie mit der schrittweisen

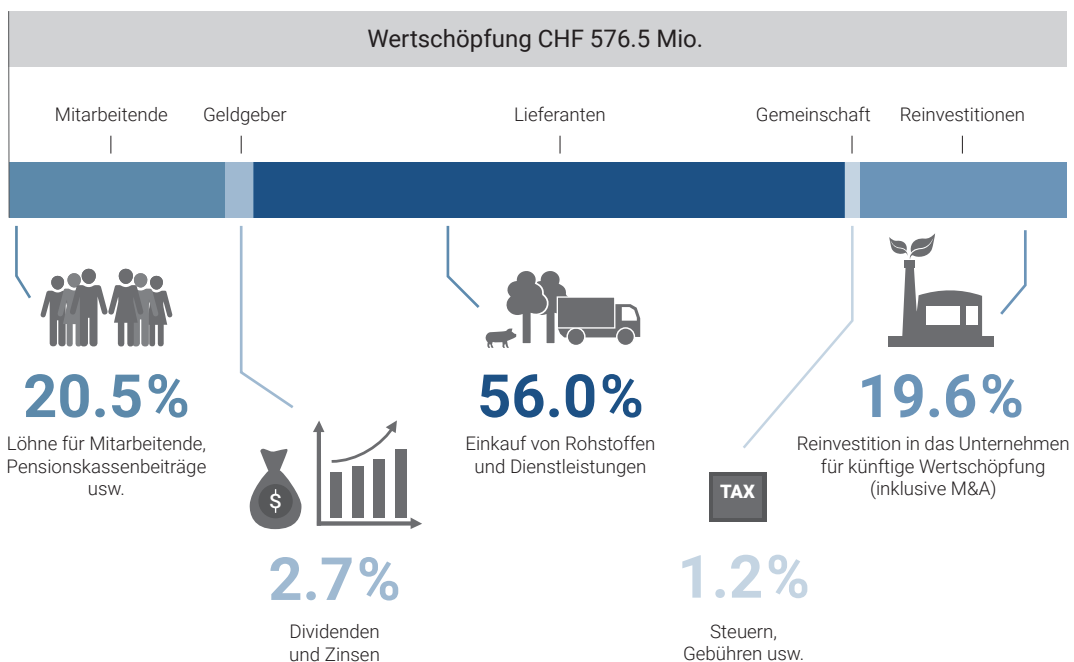
Übernahme von Casualfood in Deutschland in den Jahren 2018 bis 2022 hat sich ORIOR strategisch wegweisend für die Zukunft aufgestellt: Die damit erlangte Diversifikation in den Kategorien, in den Kanälen, bei den Kunden und auch geografisch schafft für ORIOR neue, einzigartige Möglichkeiten und steigert die Resilienz.

Die zwei Segmente Refinement und Convenience, die dieser Bericht abdeckt, erreichten im Geschäftsjahr einen Umsatz von CHF 460.7 Mio., was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 6.7% entspricht. Diese gute Entwicklung setzt sich zusammen aus einem akquisitorischen Wachstum von 3.5% durch die per Mitte Mai 2018 neu zur Gruppe hinzugekommene Biotta und einem organischen Wachstum von 3.1%.

Der EBITDA wird entlang der Darstellungsmöglichkeiten des Rechnungslegungsstandards Swiss GAAP FER auf Gruppenstufe offengelegt. Er erhöhte sich dank Kostendisziplin, Stärkung des nachhaltigen Portfoliomanagements und Verbesserungen der Produktivitäts- und Nachhaltigkeitskennzahlen um 4.9% auf CHF 58.6 Mio. (Vorjahr CHF 55.8 Mio.). Getragen wird diese sehr gute Entwicklung von allen Segmenten, wobei ein materieller Beitrag der Übernahme von Biotta zuzuschreiben ist.

GRI 201-1

Verteilung des erzeugten und ausgeschütteten wirtschaftlichen Werts der gesamten ORIOR Gruppe



GRI 103-2, GRI 103-3

Regelmässige Aktienbeteiligungsprogramme für Mitarbeitende mit attraktiven Bezugskonditionen

Rund alle zwei Jahre besteht im Rahmen eines Mitarbeiterbeteiligungsprogramms für die Top100 sowie für weitere Mitarbeitende mit für uns relevanten fachlichen und persönlichen Fähigkeiten die Möglichkeit, sich zu bevorzugten Konditionen an ORIOR zu beteiligen.

Der CEO bestimmt zusammen mit seinen Kollegen aus der Erweiterten Konzernleitung und dem Schweizer Management-Team den Kreis der teilnahmeberechtigten Mitarbeitenden sowie die Höhe des Aktienangebots und unterbreitet dies dem Verwaltungsrat zur Genehmigung. Für den CEO und die Konzernleitung werden Höhe und Umfang des Angebots vom Verwaltungsrat festgesetzt. Der Aktienpreis entspricht einem volumengewichteten Durchschnittskurs der vorangegangenen sechs Monate, abzüglich eines Discounts von 25%. Die Aktien unterliegen einer Sperrfrist von 3 Jahren. Mit dem Aktienbeteiligungsprogramm wollen wir unseren Schlüsselpersonen die Möglichkeit geben, am Erfolg der ganzen Gruppe teilzuhaben und sie auch für die Zukunft zu begleiten. In der Regel wird das Aktienbeteiligungsprogramm zusätzlich zur vertraglichen Lohnvereinbarung angeboten und reflektiert so eine zusätzliche Lohnkomponente. Die Teilnahme am Programm ist frei-

willig, wobei die Vergangenheit gezeigt hat, dass sehr viele Mitarbeitende das attraktive Angebot wertschätzen. So haben 77% der teilnahmeberechtigten Mitarbeitenden das Aktienangebot angenommen und sich am Programm beteiligt.

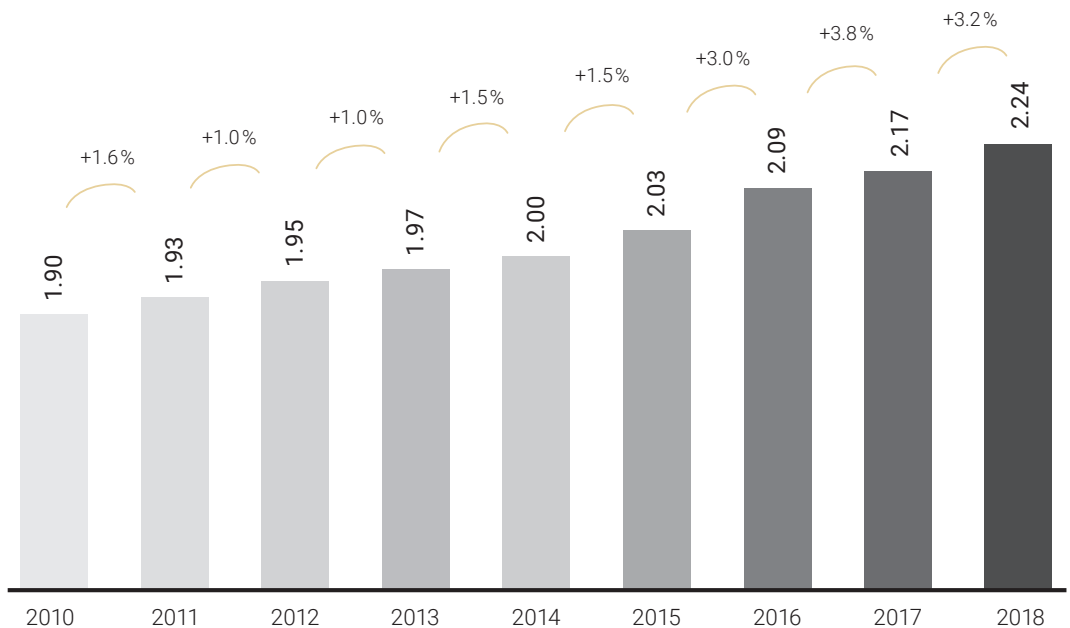
Das nächste Aktienbeteiligungsprogramm planen wir für das Jahr 2020; voraussichtlich wird der Kreis der teilnahmeberechtigten Mitarbeitenden mindestens gleich gross sein wie im Jahr 2018. Aufgrund der sehr positiven Resonanz bei den Mitarbeitenden werden wir auch eine allfällige Ausweitung des teilnahmeberechtigten Kreises prüfen.

GRI 103-2, GRI 103-3

Stetige Erhöhung der absoluten Dividende

Wir verfolgen eine langfristig ausgerichtete, verlässliche und attraktive Dividendenpolitik und haben die stetige Erhöhung der absoluten Dividende als Messgrösse für uns definiert. Auch hier werden nur die Werte auf Gruppenstufe, und nicht für einzelne Segmente, offengelegt. Für das Geschäftsjahr 2018 hat die Generalversammlung der ORIOR AG eine Dividende von CHF 2.24 je ORIOR Aktie gutgeheissen, was einer Erhöhung der Dividende von 3.2% entspricht (2017: CHF 2.17). Damit steigerte ORIOR die Dividende seit dem Börsengang im Jahr 2010 zum achten Mal in Folge.

Dividende pro Aktie in CHF



GRI 103-2, GRI 103-3

Wir investieren in unsere Standorte

Wir bekennen uns zu unseren Produktionsstandorten und investieren laufend in den Unterhalt und die Modernisierung unserer Werke. Die eingangs erwähnte dezentrale Kompetenzzentren-Philosophie lebt von den eigenständigen Kulturen der Standorte, die mit ihren Mitarbeitenden, den Werten und den Sortimenten regional stark verwurzelt sind. Entwicklung und Fortschritt sind nur mit gut funktionierenden Prozessen, ausgeklügelten Systemen und entsprechend funktionsfähigen Produktionsstätten möglich. Modernisierung und Automation von Produktionsstätten geht nicht per se im Gleichschritt mit Stellenabbau. Im Gegenteil: 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.

Im Jahr 2018 investierte ORIOR rund CHF 13.5 Mio. in die Aufrechterhaltung und Modernisierung der Schweizer Produktionsstätten (2017: CHF 12.4 Mio.). Das materielle Plus von CHF 1.1 Mio. ist auf die Übernahme von Biotta im Mai 2018 zurückzuführen. Anteilig zum Umsatz beträgt die in Schweizer Werke investierte Summe 2.9% und liegt damit auf dem Vorjahresniveau von ebenfalls 2.9%. Erklärtes Ziel ist die laufende Investition in unsere Werke. Unser Ziel besteht jedoch nicht darin, die Investitionen per se jedes Jahr zu erhöhen. Die Höhe der Investition wird nach der Notwendigkeit, den Möglichkeiten und dem unternehmerischen Ermessen der Konzernleitung jährlich festgesetzt.

Mit unserem Bekenntnis zu den Standorten wollen wir auch hiesige Arbeitsplätze sichern und neue Arbeitsplätze schaffen. Im Geschäftsjahr 2018 beschäftigte ORIOR in der Schweiz 1155 Vollzeitangestellte (Ø FTE), was einer Zunahme von 3.4% oder 38 Vollzeitstellen gegenüber dem Vorjahr entspricht. Hauptgrund für diesen relevanten Zuwachs an Mitarbeitenden ist die Übernahme von Biotta.

GRI 103-3

Ausblick

Um unser Ziel der stetigen Wertsteigerung für alle unsere Stakeholder zu erreichen, werden wir weiterhin konsequent die Initiativen und Massnahmen unserer Strategie ORIOR 2020 mit ihren fünf strategischen Eckpfeilern «Innovations-Haus», «Marken stärken und ausbauen», «Agilität und Kosteneffizienz», «Die ORIOR Verantwortung» sowie «Wir sind ORIOR» vorantreiben und umsetzen. Die Weiterentwicklung der Biotta Gruppe

sowie die erwartete Übernahme der zweiten Tranche von Casualfood im Herbst 2019 werden uns zusätzliche und neuartige Möglichkeiten eröffnen.

Im Jahr 2019 steigen wir zudem in die Ausarbeitung der Strategie ORIOR 2025 ein. Eines ist bereits jetzt klar: Die bewährten fünf strategischen Eckpfeiler der Strategie bleiben bestehen. Wir planen, die Strategie ORIOR 2025 im Rahmen einer entsprechenden Kommunikation im Frühling 2020 zu präsentieren. Ein wesentlicher und gegenüber der Strategie ORIOR 2020 noch stärker gewichteter Teil wird dabei den Nachhaltigkeitsthemen gewidmet sein.

6.1 GRI-Inhaltsindex

GRI 101: Grundlagen 2016			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016			
GRI-Standard	Angabe	Seitennummer(n) und/oder URL(s)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
Organisationsprofil			
GRI 102 Allgemeine Angaben 2016	102-1 Name der Organisation		ORIOR AG
	102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	S. 6	
	102-3 Hauptsitz der Organisation	S. 6	
	102-4 Betriebsstätten	S. 6–10	
	102-5 Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	S. 6	Detaillierte Angaben zur rechtlichen Struktur der ORIOR Gruppe können im Geschäftsbericht nachgelesen werden.
	102-6 Belieferte Märkte	S. 6	
	102-7 Grösse der Organisation	S. 6–7	Informationen zum Gesamtkapital werden im Geschäftsbericht publiziert.
	102-8 Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitenden	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 zusätzliche Mitarbeitende mit befristeten Verträgen ein. Diese sind in den Zahlen unter 102-8 enthalten.
	102-9 Lieferkette	S. 22	
	102-10 Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		Im Berichtszeitraum hat ORIOR das Unternehmen Thurella (Biotta) und eine Beteiligung von 35% an Casualfood übernommen. Casualfood sowie das gesamte Segment International sind von diesem Bericht ausgeschlossen.
	102-11 Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	S. 13	
	102-12 Externe Initiativen		Keine
102-13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	S. 27	<ul style="list-style-type: none"> • Aargauische Industrie- und Handelskammer (AIHK) • Brennpunkt Nahrung • Camera di Commercio Cantone Ticino (Cc-Ti) • Culinarium Alpinum (Kompetenzzentrum für Kulinarik im Alpenraum) • Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) • Europäischer Verband des Wild- und Geflügel-Gross- und Aussenhandels (EPG) • Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittelhersteller (FIAL) • Friends of the Sea • Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden • Industrie- und Handelskammer Zentralschweiz (IHZ) • Interessengemeinschaft BIO Schweiz (IG BIO) • Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF) • Schweizer Seafood Verband • Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie (SVG) • Schweizerische Gesellschaft für Lebensmittelhygiene (SGLH) • Swiss Association for Quality (SAQ) • Swiss Convenience Food Association (SCFA) 	

GRI-Standard	Angabe	Seitennummer(n) und/oder URL(s)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
GRI 102 Allgemeine Angaben 2016	102-13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	S. 27	<ul style="list-style-type: none"> • Promarca • Proviande • Schweizer IT Fachverband (SwissICT) • Schweizerische Vereinigung für die Berufsbildung in der Logistik (SVBL) • Swiss Export (Verein) • Switzerland Global Enterprise (SGE) • Verband Schweizer Bündnerfleischproduzenten VBF • Verband Wirtschaft Thun • Wirtschaftskammer Basel
Strategie			
GRI 102 Allgemeine Angaben 2016	102-14 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	S. 4–5	
Ethik und Integrität			
GRI 102 Allgemeine Angaben 2016	102-16 Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	S. 5, S. 11	
Unternehmensführung			
GRI 102 Allgemeine Angaben 2016	102-18 Führungsstruktur	S. 16	Die Führungsstruktur der Organisation, einschliesslich der Gremien des höchsten Kontrollorgans, ist detailliert im ORIOR Geschäftsbericht beschrieben.
Einbindung von Stakeholdern			
GRI 102 Allgemeine Angaben 2016	102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen	S. 14	
	102-41 Tarifverhandlungsvereinbarungen		31.12.2018: 70.6% (exkl. Biotta) 31.12.2017: 70.7%
	102-42 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	S. 14	
	102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 14	
	102-44 Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	S. 14	
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
GRI 102 Allgemeine Angaben 2016	102-45 Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	S. 6, S. 17	Das Segment International von ORIOR ist in diesem Bericht noch nicht abgedeckt. Weitere Details siehe ORIOR Geschäftsbericht.
	102-46 Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der wesentlichen Themen	S. 12	
	102-47 Liste der wesentlichen Themen	S. 13	
	102-48 Neudarstellung von Informationen		Da es sich hierbei um den ersten Nachhaltigkeitsbericht von ORIOR handelt, gibt es keine Neudarstellungen von Informationen zu berichten.
	102-49 Änderungen bei der Berichterstattung		Da es sich hierbei um den ersten Nachhaltigkeitsbericht von ORIOR handelt, gibt es keine Änderungen bei der Berichterstattung zu berichten.
	102-50 Berichtszeitraum		01.01.2018 bis 31.12.2018
	102-51 Datum des letzten Berichts		Es handelt sich hierbei um den ersten Nachhaltigkeitsbericht von ORIOR nach GRI.
	102-52 Berichtszyklus		ORIOR plant, ab diesem Jahr jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht zu publizieren.

GRI-Standard	Angabe	Seitennummer(n) und/oder URL(s)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
GRI 102 Allgemeine Angaben 2016	102-53 Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	S. 66	
	102-54 Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	S. 66	
	102-55 GRI-Inhaltsindex	S. 60–66	
	102-56 Externe Prüfung		Der vorliegende Bericht wurde nicht extern geprüft.

Wesentliche Themen

Nachhaltige Rohstoffe

GRI 103 Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 13, S. 20	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 20–23	c. Für das Management des Themas aufgewendete Ressourcen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 20–23	

GRI G4 Food Processing 2014	FP2 Prozentanteil der Einkäufe mit international anerkannten Nachhaltigkeitsstandards	S. 21	GRI G4 FP2 kann dieses Jahr noch nicht vollumfassend berichtet werden, da die Datengrundlage noch nicht vollständig ist. ORIOR arbeitet daran, diese für den nächsten Bericht zu ergänzen.
-----------------------------	---	-------	--

Folgende Nachhaltigkeitslabels dienen als Grundlage unserer Berechnungen:

Bio: Bio Weide-Beef (Migros), EU-Bio-Label, Demeter, Knospe Bio / Knospe Bio Suisse, Migros Bio, Natur Aktiv (Aldi), Naturafarm (Coop), Naturaplan (Coop), Naturland und Schweizer Bio-Verordnung. Zudem folgende Bio Labels, unter welchen ORIOR derzeit jedoch keine Produkte herstellt: Bio Natur Plus (Manor), Biotrend (Lidl), Natura Beef Bio und Spar Natur Pur.

Nachhaltig: Aus der Region, ASC (Aquaculture Stewardship Council), Bergzone, Bio Weide-Beef, Demeter, Friend of the Sea, FSC (Forest Stewardship Council), Heidi, KAGfreiland, Knospe Bio / Knospe Bio Suisse, Max Havelaar, Migros Bio, Miini Region, MSC (Marine Stewardship Council), Natur Aktiv (Aldi), Natura-Beef, Naturafarm (Coop), Naturaplan (Coop), Nature Suisse (Aldi), Naturland, Pro Montagna, RSPO Identity Preserved (IP), RSPO Segregation (SG), Schweizer Tierschutz STS, Suisse Garantie, Suisse Quality Beef, TerraSuisse (Migros), V-Label (vegan, vegetarisch), WWF Score 1–3 sowie die Tierwohlprogramme des Bundes BTS (Besonders Tierfreundliche Stallhaltungssysteme) und RAUS (Regelmässiger Auslauf im Freien). Zudem folgende Nachhaltigkeits-Labels, unter welchen ORIOR derzeit jedoch keine Produkte herstellt: Agri Natura, Bio Natur Plus (Manor), Biotrend (Lidl), Claro Fair Trade, Natura Beef Bio, Rainforest Alliance, Spar Natur Pur und UTZ Certified.

GRI-Standard	Angabe	Seitennummer(n) und/oder URL(s)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
Tierwohl			
GRI 103 Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 13, S. 24	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 24–27	c. Für das Management des Themas aufgewendete Ressourcen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 24–27	
ORIOR eigener Indikator	Prozentanteil der eingekauften Tierprodukte, die aus der Schweiz stammen, im Ausland zu Schweizer Tierwohlstandards hergestellt wurden oder ein Bio-/Nachhaltigkeitslabel tragen	S. 25	<p>Folgende Nachhaltigkeitslabels dienen als Grundlage unserer Berechnungen:</p> <p>Bio: Bio Weide-Beef (Migros), EU-Bio-Label, Demeter, Knospe Bio / Knospe Bio Suisse, Migros Bio, Natur Aktiv (Aldi), Naturafarm (Coop), Naturaplan (Coop), Naturland und Schweizer Bio-Verordnung. Zudem folgende Bio Labels, unter welchen ORIOR derzeit jedoch keine Produkte herstellt: Bio Natur Plus (Manor), Biotrend (Lidl), Natura Beef Bio und Spar Natur Pur.</p> <p>Nachhaltig: Aus der Region, ASC (Aquaculture Stewardship Council), Bergzone, Bio Weide-Beef, Demeter, Friend of the Sea, FSC (Forest Stewardship Council), Heidi, KAGfreiland, Knospe Bio / Knospe Bio Suisse, Max Havelaar, Migros Bio, Miini Region, MSC (Marine Stewardship Council), Natur Aktiv (Aldi), Natura-Beef, Naturafarm (Coop), Naturaplan (Coop), Nature Suisse (Aldi), Naturland, Pro Montagna, RSPO Identity Preserved (IP), RSPO Segregation (SG), Schweizer Tierschutz STS, Suisse Garantie, Suisse Quality Beef, TerraSuisse (Migros), V-Label (vegan, vegetarisch), WWF Score 1–3 sowie die Tierwohlprogramme des Bundes BTS (Besonders Tierfreundliche Stallhaltungssysteme) und RAUS (Regelmässiger Auslauf im Freien). Zudem folgende Nachhaltigkeits-Labels, unter welchen ORIOR derzeit jedoch keine Produkte herstellt: Agri Natura, Bio Natur Plus (Manor), Biotrend (Lidl), Claro Fair Trade, Natura Beef Bio, Rainforest Alliance, Spar Natur Pur und UTZ Certified.</p> <p>KAT-Zertifizierung: KAT (kontrollierte alternative Tierhaltungsformen) ist ein Qualitätszertifikat und eine Kontrollinstanz zur Herkunftssicherung und Rückverfolgung von Eiern in Deutschland und den benachbarten EU-Ländern. Die KAT-Kriterien gehen über die Anforderungen des deutschen Tierschutzes und der Nutztierhaltungsverordnung hinaus.</p>
Sichere und gesunde Nahrungsmittel			
GRI 103 Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 28	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 28–31	c. Für das Management des Themas aufgewendete Ressourcen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 28–31	
GRI G4 Food Processing 2014	FP5 Prozentanteil des Produktionsvolumens aus Betrieben, die nach einem international anerkannten Standard auf Lebensmittelsicherheit geprüft wurden	S. 31	

GRI-Standard	Angabe	Seitennummer(n) und/oder URL(s)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
ORIOR eigene Indikatoren	Anteil Clean-Label an Gesamtsortiment und bei ORIOR Marken	S. 29	
	Salz pro Kilogramm produziertes Volumen	S. 29	
Verpackung und Food Waste			
GRI 103 Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 13, S. 34	c. ORIOR berichtet vorläufig darüber, wie das Thema im eigenen Betrieb angegangen wird.
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 34–37	c. Für das Management des Themas aufgewendete Ressourcen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 34–37	
GRI 306 Abwasser und Abfall 2016	306-2 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	S. 36	ORIOR rapportiert nicht das Gesamtgewicht, sondern den Abfall pro kg Produktion. Das Gesamtgewicht der Abfälle ist eine vertrauliche Grösse. Die Entsorgungsverfahren werden aufgrund fehlender Datenverfügbarkeit nicht berichtet. ORIOR berichtet die eigenen Abfall-Kategorien «Prozessabfall» und «Verschrottung».
Klima und Energie			
GRI 103 Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 13, S. 38	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 38–41	c. Für das Management des Themas aufgewendete Ressourcen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 38–41	
GRI 302 Energie 2016	302-3 Energieintensität	S. 40	c. Energieverbrauch umfasst Treibstoff (Transport), Strom, Heizöl und Erdgas. d. Innerhalb der Organisation
GRI 305 Emissionen 2016	305-4 Intensität der Treibhausgasemissionen	S. 41	c. Scope 1 und Scope 2 d. alle Treibhausgase wurden einbezogen (Ausnahme: Strommix Schweizer Lieferanten Liefermix 2018)
Wasser			
GRI 103 Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 13, S. 42	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 42–45	c. Für das Management des Themas aufgewendete Ressourcen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 42–45	
GRI 303 Wasser 2018	303-1 Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	S. 42	
	303-2 Umgang mit Auswirkungen der Wasserrückführung.		Diese Anforderung trifft für ORIOR nicht zu und wird daher ausgelassen. Wasserrückführung ist für ORIOR kein wesentliches Thema.
	303-5 Wasserentnahme	S. 44	Aus Vertraulichkeitsgründen berichtet ORIOR zurzeit nur die Wasserentnahme pro Produktion (l pro hergestelltes kg Produkt).

GRI-Standard	Angabe	Seitennummer(n) und/oder URL(s)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
Aus- und Weiterbildung			
GRI 103 Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 13, S. 48	c. ORIOR berichtet vorläufig darüber, wie das Thema im eigenen Betrieb angegangen wird.
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 48–51	c. Für das Management des Themas aufgewendete Ressourcen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 48–51	
GRI 404 Aus- und Weiterbildung	404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	S. 50	Aus Vertraulichkeitsgründen berichtet ORIOR die Weiterbildungsstunden nicht nach Geschlecht aufgeschlüsselt.
ORIOR eigener Indikator	Anzahl Lehr- und Praktikumsstellen im Berichtszeitraum	S. 50	
Arbeitssicherheit und Gesundheit			
GRI 103 Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 13, S. 52	c. Dieser Bericht deckt nur die Arbeitssicherheit und Gesundheit in den eigenen Betrieben von ORIOR ab, nicht in den vorgelagerten Stufen.
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 52–55	c. Für das Management des Themas aufgewendete Ressourcen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 52–55	
GRI 403 Arbeitssicherheit und -gesundheit 2018	403-1 Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 52–53	
	403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	S. 52–54	c. Zurzeit ist auf Gruppenstufe keine Information darüber vorhanden, wie sich Mitarbeitende aus Gefahrensituationen entfernen können und wie sie vor Vergeltungsmassnahmen geschützt sind. ORIOR plant, diese Elemente für den nächsten Bericht aufzubereiten.
	403-3 Arbeitsmedizinische Dienste	S. 54–55	Nebst der Anlaufstelle ICAS verfügt ORIOR noch über keine arbeitsmedizinischen Dienste.
	403-4 Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 52–53	
	403-5 Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	S. 55	
	403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden	S. 54–55	
	403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz		Dieser Aspekt wird von ORIOR nicht berichtet, da nicht auf die entsprechenden Daten der Arbeitssicherheit und Gesundheit in unseren vor- und nachgelagerten Stufen zurückgegriffen werden kann.
	403-8 Mitarbeitende, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	S. 54	Aufgrund der Datenverfügbarkeit kann ORIOR momentan nur berichten, dass sämtliche Mitarbeitenden in der Schweiz durch ein Arbeitssicherheitskonzept des jeweiligen Kompetenzzentrums gedeckt sind. Die Aufschlüsselung der Daten nach interner und externer Prüfung möchten wir über die nächsten Jahre in die Berichterstattung integrieren.

GRI-Standard	Angabe	Seitennummer(n) und/oder URL(s)	Weitere Informationen und/oder Auslassungen
ORIOR eigener Indikator	Absenzrate, aufgeteilt nach Art der Abwesenheit	S. 54	
Wirtschaftliche Leistung			
GRI 103 Managementansatz 2016	103-1 Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	S. 13, S. 56	
	103-2 Der Managementansatz und seine Bestandteile	S. 56–58	c. Für das Management des Themas aufgewendete Ressourcen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht berichtet.
	103-3 Beurteilung des Managementansatzes	S. 56–58	
GRI 201 Wirtschaftliche Leistung 2018	201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	S. 57	Diese Angaben werden entlang des Rechnungslegungsstandards Swiss GAAP FER lediglich auf Gruppenstufe offengelegt.
ORIOR eigener Indikator	Anzahl Arbeitsplätze in der Schweiz	S. 59	
	Investitionen in Schweizer Werke in Prozentanteil des Umsatzes	S. 59	

6.2 Über diesen Bericht

GRI 102-50, GRI 102-53, GRI 102-54

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option «Kern» erstellt. Er umfasst das Nachhaltigkeitsmanagement und die Nachhaltigkeitsleistung der ORIOR Segmente «Refinement» und «Convenience» für das Jahr 2018.

Für Fragen zur Nachhaltigkeit bei ORIOR oder zum vorliegenden Bericht:

ORIOR AG
 Milena Mathiuet
 Dufourstrasse 101
 CH-8008 Zürich
 Tel. +41 44 308 65 13
 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

Fachliche Beratung GRI-Berichterstattung: BSD Consulting

Layout und Grafik: Lia Pulgar, ORIOR

Korrektur: Jacqueline Dougoud, Zürich

Druck: Neidhart + Schön Group, Zürich



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 65
CH-7220 Schiers
Tel. +41 81 308 03 08
www.albert-spiess.ch



Mösi 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
B-9070 Destelbergen
Tel. +32 9 229 05 11
www.culinor.com



ORIOR / Spiess Europe

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