2020 Edition

innocent drinks

The Good Times

Druckfrisch: unser Nachhaltigkeitsbericht 2020

Viele arbeiten intensiv daran, 2020 endlich zu vergessen, aber wir von innocent wollen es für unseren Nachhaltigkeitsbericht noch ein letztes Mal Revue passieren lassen. Hier berichten wir, was wir im vergangenen Jahr richtig und falsch gemacht haben und was unsere großen Träume für die Zukunft sind. Lies noch mal alles über unser 2020, bevor wir das Jahr nicht mehr erwähnen.

Wonka war gestern

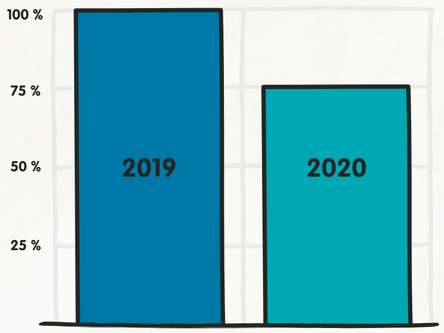
Es gibt eine noch aufregendere Fabrik als die legendäre Schokoladenfabrik. Zwar ohne kleine orangene Männer, aber dafür grüner als jede andere bisher.

Kleine Drinks, große Träume

Wir machen vielleicht nur kleine Drinks, aber wir haben große Träume, den Menschen zu helfen, gut zu leben und alt zu werden. Lies weiter, um zu erfahren, wie es läuft.

Scheck it out

Im vergangenen Jahr haben wir 1,6 Millionen Pfund (1,8 Millionen Euro) für wohltätige Zwecke gespendet. Allerdings nicht in Form von Schecks. Das wäre selbst uns zu 90er.



Jetzt noch besser

Dieser Bericht enthält 25 % weniger Diagramme als die Version von letztem Jahr.

Ein kurzes Vorwort von Douglas, unserem CEO und „Chief Squeezer"

Bei innocent wollen wir die Dinge schon immer besser hinterlassen, als wir sie vorgefunden haben. Das Jahr 2020 hat uns herausgefordert wie noch keines zuvor. Haben wir alles richtig gemacht? Bestimmt nicht. Sind wir als verantwortungsbewusstes, zukunftsorientiertes Unternehmen gewachsen und haben uns weiterentwickelt? Ja, auf jeden Fall.

Die Lebensmittelindustrie verdient ein großes Lob dafür, dass sie unsere Versorgung in der Pandemie am Laufen gehalten hat. Wir sollten allen, die das möglich gemacht haben, dankbar sein.

Auch bei innocent haben wir natürlich Unregelmäßigkeiten gespürt, aber glücklicherweise waren wir nicht so stark betroffen wie viele andere Unternehmen. Das On-the-Go-Geschäft unserer kleinen Drinks kam zwar zum Erliegen, aber unsere großen Flaschen verkauften sich weiterhin gut. So haben wir zwar unser Wachstumsziel verfehlt, aber unser Gewinnziel erreicht.

Bei innocent geht es aber um mehr als nur um Zahlen. Wir wollen unserem Geschäft auf die richtige Weise nachgehen, und ich bin stolz darauf, dass wir auch im Jahr 2020 unseren Werten treu geblieben sind. Bei so vielen Unbekannten war es wichtig, **wirtschaftlich** zu denken – wir haben aber auch **verantwortungsvoll** gehandelt und Dinge für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Zulieferer, den Handel und unsere Trinkerinnen und Trinker getan. Wir haben unsere **unternehmerischen** Ambitionen weiterverfolgt: das Wachstum unseres Asiengeschäfts, den Bau der weltweit nachhaltigsten Misch- und Abfüllanlage und die Umgestaltung unserer Systeme. Auch **großzügig** zu sein, war notwendig wie noch nie, und wir haben 1,6 Millionen Pfund (1,8 Millionen Euro) an diverse wohltätige Organisationen gespendet, damit sie weiterhin Bedürftigen helfen konnten.

Wir haben aber nicht alles richtig gemacht. Mit dem Mord an George Floyd und der „Black Lives Matter"-Bewegung wurden plötzlich Rassismus und soziale Ungleichheit in unser aller Fokus gerückt, und wir mussten uns selbst einige schwierige Fragen stellen. Es wurde klar, dass wir nicht genug getan haben, um Gleichstellung zu fördern. Das wollten wir besser machen. Wir haben zugehört und uns weiterentwickelt. Inklusion und Vielfalt sind jetzt eine Priorität, die wir in jedem Bereich berücksichtigen, vom Rekrutierungs-Prozess über unsere Unternehmenspolitik bis hin zu der Sprache, die wir verwenden. Ich bin zuversichtlich, dass wir auf dem Weg zur wahren Gleichberechtigung in die richtige Richtung unterwegs sind. Unsere neuen internen Affinitätsgruppen sind ein gutes Beispiel dafür.

Auch Nachhaltigkeit braucht einen ähnlich umfassenden Ansatz. Weil Klimaschutz wichtiger ist als je zuvor, stehen Unternehmen zu Recht unter Druck, Teil der Lösung und nicht des Problems zu sein. Wir wollen bis zum Jahr 2030 CO_2-neutral sein. Neben dem Bau unserer neuen Fabrik entwickeln wir unsere bisher nachhaltigste Flasche, die aus einem Mix aus recyceltem PET und pflanzenbasiertem PET besteht. Wir arbeiten hart dafür, die Lebensbedingungen unserer Landwirte zu verbessern, die Artenvielfalt zu schützen und unseren B-Corp-Punktestand weiter in die Höhe zu schrauben.

Ich bin stolz darauf, dass wir in einem Jahr, das wie kein anderes war, unseren Unternehmenszweck, unsere Vision und unsere Werte nie aus den Augen verloren haben. Wir haben auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geachtet und ein weiteres Jahr des Fortschritts erfolgreich hinter uns gebracht.

Meine abschließenden Worte möchte ich an die tollen Menschen wenden, die in 20 Ländern auf der ganzen Welt für innocent arbeiten: Danke für Eure Leidenschaft und Euer Engagement, das Ihr in den letzten zwölf Monaten gezeigt habt. Angesichts solcher Herausforderungen bin ich einmal mehr beeindruckt von dem, was Ihr alle erreicht habt.

Inhalt

2 Kleine Drinks, große Träume

3 B Corp

4 Gesund leben

6 Aufeinander achten

7 Wen wir unterstützen

8 Foundation

10 Menschen & Kultur

11 Inklusion & Diversität

13 Umwelt schützen

14 Unser neuer Blender

15 Landwirtschafts-Helden

18 Recycling-Aktivisten

19 Finanzen & Performance

21 Ein Blick in die Zukunft

Kleine Drinks, große Träume

Wir haben innocent 1999 mit dem Traum gegründet, es den Menschen leichter zu machen, sich selbst etwas Gutes zu tun. Seitdem sind unsere Träume immer größer geworden (während unsere Drinks ungefähr gleich groß geblieben sind). Jetzt haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, den Menschen zu helfen, gesund zu leben, jenen zu helfen, die uns am meisten brauchen, und dafür zu sorgen, dass auch unser Planet gesünder wird. Deshalb packen wir unsere kleinen Drinks voll mit guten Dingen, spenden jährlich 10 % unseres Gewinns für wohltätige Zwecke und wollen bis zum Jahr 2030 CO_2-neutral sein.

Gesund leben

Wir helfen den Menschen dabei, gesunde Dinge aus der Natur in ihre Körper zu bekommen, damit wir alle länger gut leben können.

Aufeinander achten

Wir ermöglichen ein gutes Miteinander und fördern eine gerechtere und integrativere Gesellschaft, in der sich alle wohlfühlen.

Umwelt schützen

Wir achten auf die Natur, damit sie uns weiterhin die besten Zutaten schenkt und Menschen und Planet gemeinsam aufblühen können.

Eine Kraft für das Gute

Wir glauben, dass wir den größten Einfluss haben, wenn jede und jeder, die oder der für innocent arbeitet, dazu beiträgt, dass wir uns als treibende Kraft für das Gute einsetzen. Um alle einzubinden, haben wir uns vier Rollen überlegt, aus denen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wählen können. Diese sind:

1 Initiator

Sucht nach Möglichkeiten, wie wir ein noch verantwortungsvolleres Unternehmen sein können

2 Botschafter

Teilt unsere Anstrengungen, eine Kraft für das Gute zu sein, mit anderen

3 Aktivator

Arbeitet an einem bestimmten Projekt, bei dem wir eine treibende Kraft für das Gute sind

4 Beschützer

Schützt unseren Ansatz, ein verantwortungsvolles Unternehmen zu sein

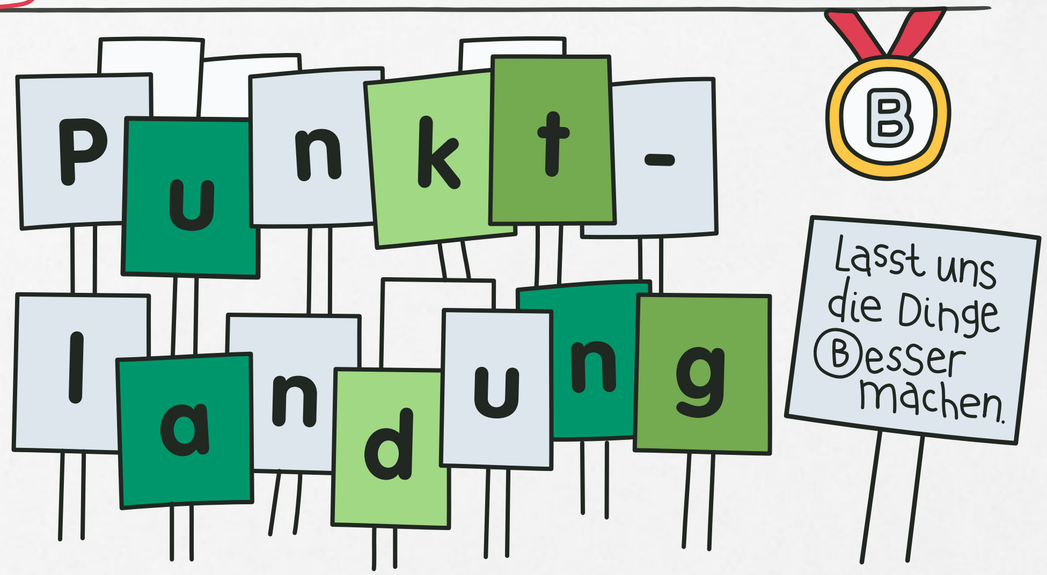
2019 haben 86 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine dieser vier Rollen gewählt. Im Jahr 2020 wollten wir diese Zahl auf 90 % erhöhen, haben unser Ziel aber mit 88 % knapp verfehlt. Das ist schade. 2021 wollen wir es endlich schaffen, 90 % zu erreichen.

B Corp

Unser großer Traum ist es, ein erfolgreiches Unternehmen zu sein und gleichzeitig den Menschen und dem Planeten dabei zu helfen, gut zu leben und alt zu werden - und wir wollen andere dazu inspirieren, das Gleiche zu tun. Wir haben nicht immer die richtigen Antworten, aber wir glauben, dass Fortschritt entsteht, wenn wir mit anderen Unternehmen zusammenarbeiten und voneinander lernen.

Deshalb sind wir eine B Corp. Wir sind der Meinung, dass das der beste Weg ist, um beurteilen zu können, ob Unternehmen einen positiven Einfluss ausüben.

Um eine B Corp zu sein, muss man einen strengen Bewertungsprozess durchlaufen, der jeden Aspekt der Geschäftstätigkeit beleuchtet, vom Umgang mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bis hin zum Umgang mit unserem Planeten. Inzwischen halten weltweit 4.000 Unternehmen aus 74 Ländern die B-Corp-Flagge hoch. Das zeigt, dass immer mehr Unternehmen einen Beitrag leisten und eine positive Zukunft gestalten wollen. Wir sind wirklich stolz darauf, ein Teil der B-Corp-Bewegung zu sein.



Um eine B Corp zu werden, muss man im Bewertungsprozess 80 Punkte erreichen. Im Jahr 2018 haben wir 92,5 Punkte erreicht. Die offiziellen Prüfungen von B Corp finden alle drei Jahre statt, aber um sicherzustellen, dass wir unsere Standards beibehalten, führen wir jedes Jahr unsere eigene Probebewertung durch. Wir wollen mehr Punkte haben als Jay-Z Probleme und streben daher an, bis zum Jahr 2023 unser Ziel von 100+ Punkten zu erreichen.

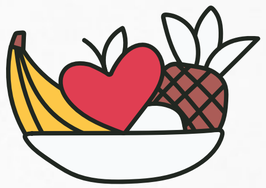
Unsere Rolle spielen

Wir wissen, dass – auch wenn wir uns anstrengen – unser Beitrag allein nicht genug ist. Die Welt braucht jede und jeden Einzelnen von uns. Aus diesem Grund haben wir uns mit Hunderten von britischen B Corps und anderen gleichgesinnten Unternehmen zusammengetan und den „Better Business Act" ins Leben gerufen. Mit dieser Kampagne wollen wir einen Teil des britischen Gesetzes ändern und es Unternehmen leichter machen, sich auf ihren positiven Einfluss zu fokussieren, anstatt ihre Gewinne um jeden Preis zu maximieren. Wir sind stolz darauf, dass Douglas (unser Chief Squeezer, CEO und derjenige, der das Intro zu diesem Nachhaltigkeitsbericht geschrieben hat) der stellvertretende Vorsitzende ist. Unter **betterbusinessact.org** findest Du mehr Infos dazu.

better business act

Rundum besser werden

Es ist toll, eine B Corp zu sein. Noch toller ist es, dass es die Bewertungskriterien, die dafür erfüllt werden müssen, gleichzeitig leicht machen, Bereiche zu finden, in denen wir uns verbessern können. Im Jahr 2020 haben wir einen neuen Verhaltenskodex erstellt, neue globale Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien eingeführt, und 77 % von uns haben ihren jährlichen Volunteering Day in Anspruch genommen. Und das, obwohl – fast hätten wir es vergessen – eine Pandemie geherrscht hat. Wir platzen fast vor Stolz darüber, dass jede und jeder in unserem Unternehmen an einem Strang zieht. Wir alle haben uns verpflichtet, bei all unseren Entscheidungen auf das Gleichgewicht zwischen Menschen, Gewinn und Planet zu achten. Ein großer Schritt auf unserem Weg, ein rundum gutes Unternehmen zu sein.

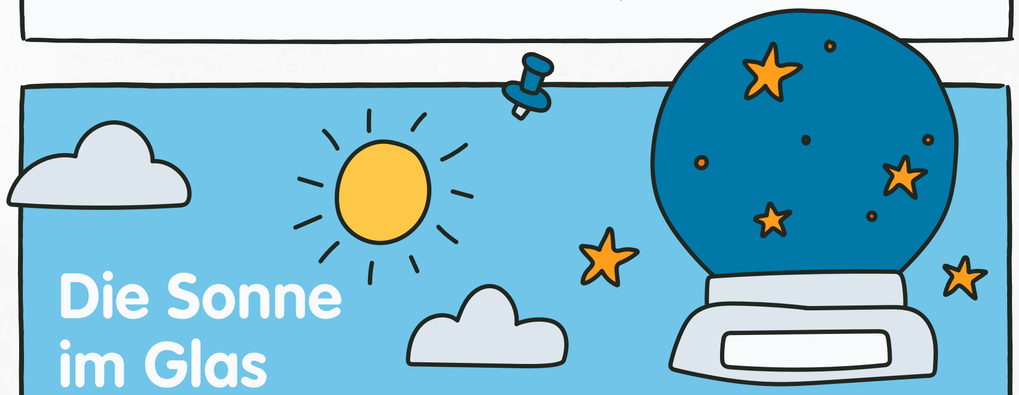


Gesund leben

Mission gute Ernährung

Unser Traum ist es, jedem Menschen dabei zu helfen, genug Gutes zu essen, um besser und länger zu leben. Ein ziemlich großer Traum für Leute, die meist damit beschäftigt sind, Äpfel und Bananen in Flaschen zu pressen. Aber die Wahrheit ist: Viel Obst und Gemüse zu essen, ist eine der einfachsten Arten, sich selbst etwas Gutes zu tun. (Das wussten schon unsere Mütter.) Letztes Jahr haben wir den Menschen mit unseren Drinks 1,3 Milliarden Portionen Obst und Gemüse serviert. Seit es innocent gibt, sind es somit stolze 11 Milliarden Portionen. Etwas genauer gesagt: Das ist ganz schön viel.

Wir haben fünf Versprechen im Hinblick auf Ernährung abgegeben, an die wir uns halten: gesunde Getränke, mehr Ballaststoffe, weniger Zucker, weniger Kalorien, mehr Auswahl. Hier kannst Du nachlesen, wie wir diese Versprechen erfüllen.



Die Sonne im Glas

Wir achten darauf, dass jedes Getränk, das wir verkaufen, gesund ist und kein komisches Zeug enthält. Letztes Jahr haben wir zum ersten Mal Drinks auf den Markt gebracht, die eine Quelle von Vitamin D sind. Vitamin D unterstützt das normale Wachstum Deiner Knochen, Zähne und Muskeln und die normale Funktion Deines Immunsystems. Der Körper bildet Vitamin D, wenn er genügend Sonnenstrahlen abbekommt, und da wir plötzlich alle zu Hause festgesessen sind, hätte unser Timing nicht besser sein können. Wir wussten, dass sich die Investition in unsere Kristallkugel irgendwann auszahlen würde.

Ballast einwerfen

Erwachsene brauchen etwa 30 g Ballaststoffe pro Tag, aber die meisten nehmen nur etwa halb so viel zu sich. Deshalb stellen wir sicher, dass alle unsere klassischen Smoothies und Smoothie Plus eine Quelle von Ballaststoffen sind. Unser Smoothie Plus „Frühschlück" hat satte 8 g in jeder kleinen Flasche. In unserem „Kiwi, Apfel & Limette"-Smoothie stecken 4,5 g Ballaststoffe in 250 ml. Geballte Ballaststoff-Leistung also.

Liebling, ich habe die Drinks geschrumpft

Wir haben die Größe einiger unserer Getränke reduziert. Zum Beispiel haben wir unser Smoothie-Plus-Sortiment überarbeitet, den Gehalt von natürlichem Zucker in den Rezepten gesenkt und die Flaschengröße von 360 ml auf 300 ml verkleinert. Jetzt haben alle Smoothie Plus weniger als 180 Kalorien. Und das ist uns ganz ohne Schrumpfstrahler gelungen.

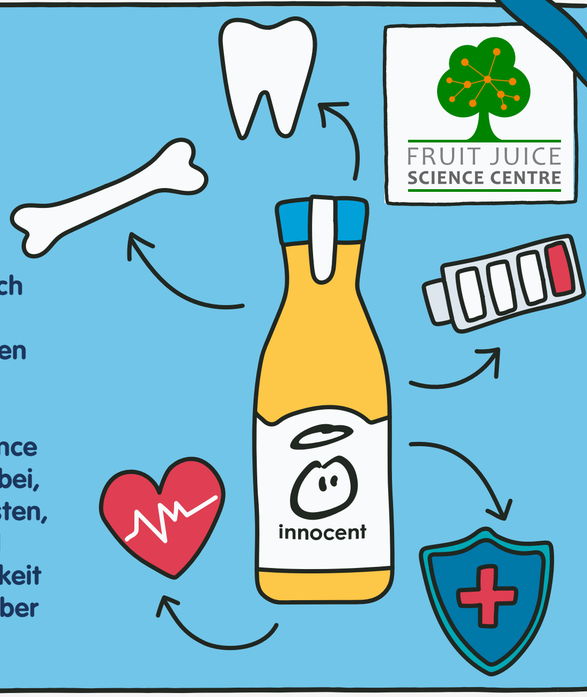
Weniger ist mehr

Wir fügen unseren Drinks niemals Zucker hinzu und arbeiten daran, den Anteil an natürlich enthaltenem Zucker in unseren Getränken laufend zu reduzieren. Unser gelber innocent Plus namens „Yeah, Yeah, Yellow" enthält zum Beispiel 12 % weniger natürlichen Zucker als der Rest unserer Säfte.

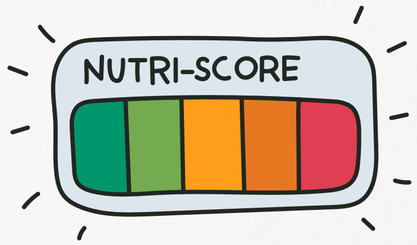
Wir haben unseren alten Super Smoothie mit Kakao durch unseren Smoothie Plus „Blaulenzer" ersetzt. Er enthält 18 % weniger natürlichen Zucker und ist in etwa 376 % blauer. Außerdem haben wir innocent Power Shots auf den Markt gebracht. Diese Saft-Shots sind von all unseren Produkten das Sortiment mit dem niedrigsten Zuckergehalt und haben jeweils weniger als 50 Kalorien. Ganz anders als die Shots, die wir getrunken haben, als wir noch studiert haben.

Es ist eine Wissensaft

Gesunde Ernährung ist ein Mann-safts-sport. (Sorry, auch den konnten wir uns nicht verkneifen.) Um den Menschen die Vorteile von Fruchtsäften näherzubringen, sind wir Mitglied des „Fruit Juice Science Centre" und unterstützen dabei, Journalistinnen und Journalisten, Gesundheitsexpertinnen und -experten und die Öffentlichkeit mit allen möglichen Fakten über Fruchtsäfte zu versorgen.



Was ist der „Nutri-Score"?



Von Ampel-Etiketten in Großbritannien bis hin zu Nutri-Score in Europa gibt es viele verschiedene Arten, die Nährwerte von Lebensmitteln und Getränken auf einen Blick darzustellen. Auch wir wollen den Menschen helfen, gesunde Entscheidungen zu treffen, deshalb suchen wir aktuell nach der besten Methode, den Nährwert unserer Drinks anzugeben.

Ready, Set, Grow

Umso jünger die Menschen damit beginnen, sich gesund zu ernähren, desto besser. Kinder essen eher Obst und Gemüse, wenn sie wissen, woher es kommt. Deshalb veranstalten wir in Großbritannien jedes Jahr den sogenannten „Big Grow". Dabei lernen die Kinder, wie sie ihr eigenes Gemüse anbauen können (und haben darüber hinaus eine Ausrede, um mit Matsch zu spielen). Normalerweise führen wir die Aktion gemeinsam mit Schulen durch, aber da im Jahr 2020 der Unterricht meistens an Küchentischen stattgefunden hat, haben wir zusätzliche 91.000 Pfund (102.000 Euro) in „Big Grow"-Sets gesteckt und in Summe 168.000 Menschen zum Mitmachen begeistern können. Nach unseren Berechnungen sind das 1,3 Millionen grüne Finger und Tausende von grünen Daumen.

Apropos 1,3 Millionen: Spannenderweise haben zufällig genauso viele Menschen an der von uns gesponserten „Healthy Eating Week" der British Nutrition Foundation teilgenommen. Wir wissen nicht, wie es Dir geht, aber für uns ist 1,3 irgendwie eine Glückszahl.

Aufeinander achten

Wir träumen davon, anderen etwas zurückzugeben (sowohl in der Nähe als auch in der Ferne), und arbeiten als Unternehmen täglich daran, diesen Traum wahr zu machen. Seit unserer Gründung spenden wir jährlich 10 % unseres Gewinns für wohltätige Zwecke. Der größte Teil davon geht an die innocent Foundation - eine unabhängige Wohltätigkeitsorganisation, die wir 2004 gegründet haben, um den Hungernden der Welt zu helfen. Wir haben bisher mehr als 10,7 Millionen Pfund (12 Millionen Euro) gespendet, womit die Stiftung Projekte auf der ganzen Welt unterstützt. Auf Seite 8 kannst Du mehr darüber lesen.

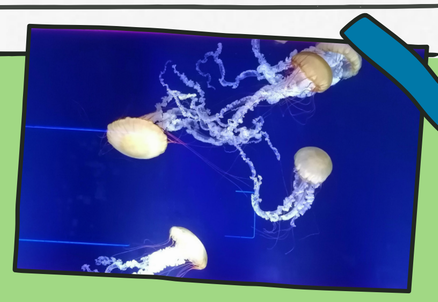
Und das ist nicht alles. Wir geben jeder innocent-Mitarbeiterin und jedem innocent-Mitarbeiter einen Volunteering Day, verschenken unsere Überproduktion und arbeiten mit vielen weiteren Wohltätigkeits-organisationen, wie zum Beispiel „Age UK", zusammen. Wir sammeln schon seit Jahren Spendengelder für diese Organisation, indem wir kleine Strickmützchen auf unsere Smoothies setzen. Seit dem Jahr 2003 haben diese Mützchen fast 3 Millionen Pfund (3,4 Millionen Euro) für „Age UK" und auch viel Geld für ähnliche Wohltätigkeitsorganisationen in ganz Europa eingebracht. In diesem Abschnitt erfährst Du mehr darüber, was wir tun, um etwas zurückzugeben.

lokal	regional	weltweit
Einen Volunteering-Tag pro Mitarbeiterin und Mitarbeiter pro Jahr	5,7 Millionen Pfund/ 6,4 Millionen Euro	the innocent foundation 10,7 Millionen Pfund/ 12 Millionen

Verschenken statt verschwenden

Da wir nicht wollen, dass auch nur einer unserer Drinks weggeworfen oder verschwendet wird, versuchen wir immer, 100 % unserer Überproduktion an Wohltätigkeitsorganisationen und Tafeln abzugeben. Da die Kaffeehäuser im letzten Jahr geschlossen waren und niemand in der Mittagspause spontan auf einen Smoothie vorbeigekommen ist, hatten wir 2020 mehr Smoothies und Säfte übrig als sonst. Wir haben auf Hochtouren daran gearbeitet, sie an Menschen zu verschenken, die sie wirklich brauchen konnten, und so verhindert, dass sie im Müll landen. Eine Win-Win-Situation für Mensch und Umwelt.

Volunteering der Spitzenklasse



Wir alle bekommen jedes Jahr einen bezahlten Arbeitstag zur Verfügung gestellt, den wir in den Dienst einer Sache stellen können, die uns am Herzen liegt und unseren lokalen Gemeinden hilft. Trotz der herrschenden Pandemie haben 77 % von uns im letzten Jahr von diesem Tag Gebrauch gemacht. Im Jahr 2019 waren es 66 %. Letztes Jahr haben sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für alles Mögliche engagiert, von der Säuberung von Seen bis zur Bekämpfung von Lebensmittelarmut.

Unser Mitarbeiter Precious aus dem Logistik-Team hat seinen Tag mit „Independent Visitors" verbracht, einer Organisation, die erwachsene Freiwillige mit jungen Menschen in Betreuung zusammenbringt. Das hat ihn so begeistert, dass er sich auch weiterhin in seiner Freizeit ehrenamtlich für sie engagiert. Über seine Erfahrung sagt Precious:

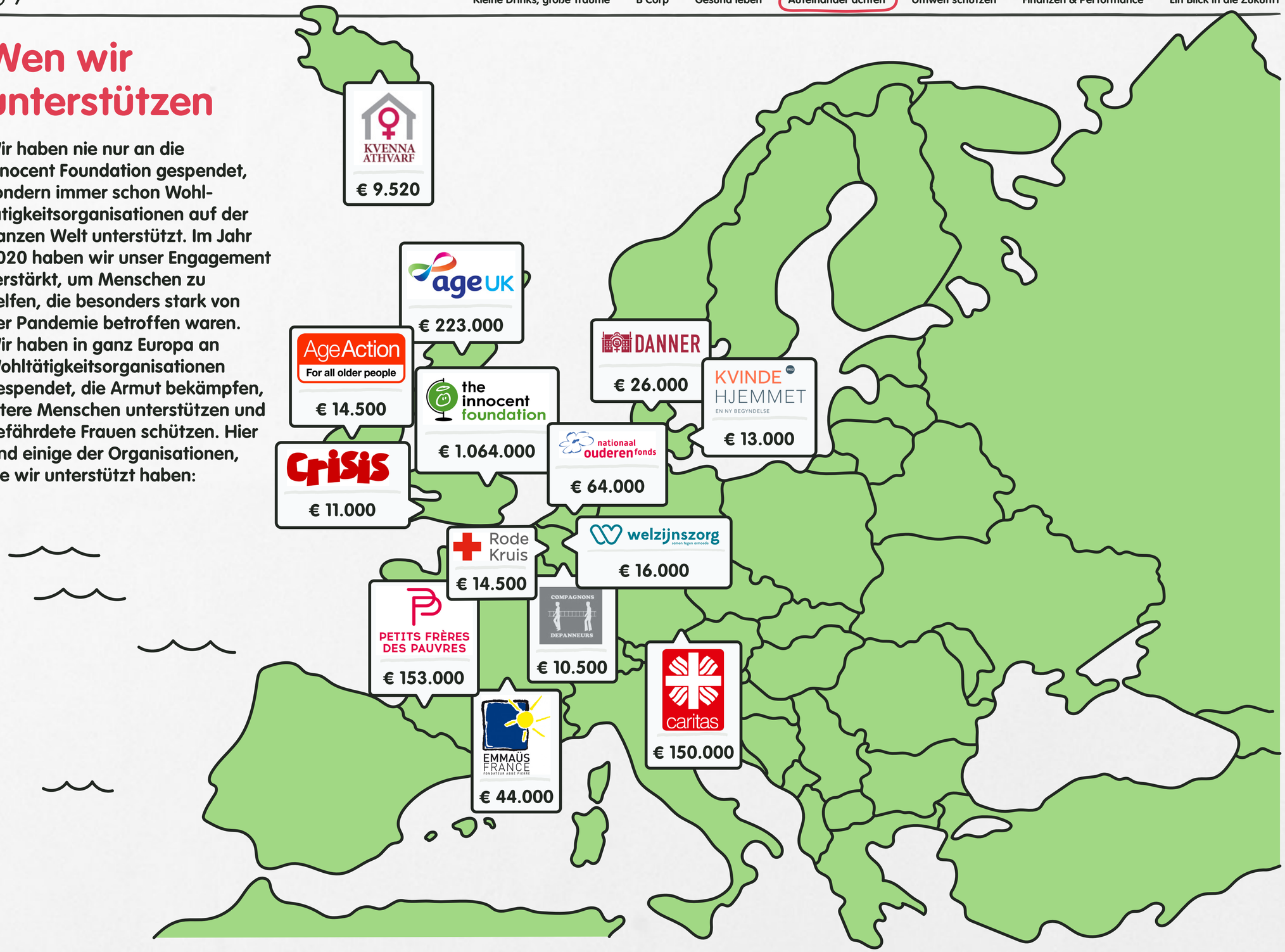
„Einige der schwierigen Phasen in meinem Leben wären wahrscheinlich glatter gelaufen, wenn ich jemanden gehabt hätte, der mir mit Rat und Tat zur Seite gestanden hätte. Deshalb möchte ich jetzt als diese Person für andere da sein. Es gibt schwierige Themen, wie etwa Mobbing, aber es gibt auch wirklich schöne Momente, wie zum Beispiel, als ich das große Kind in mir nach dem Ende des Lockdowns bei einem gemeinsamen Ausflug ins „Sea Life London" rauslassen konnte. Ich bin im Grunde genommen ein freiwilliger großer Bruder, und ich kann es jedem nur empfehlen."

Lockdown-Legenden

Die Pandemie hat das Leben für Menschen, die vorher schon Probleme hatten, nicht wirklich leichter gemacht. Deshalb haben wir geholfen, wo wir konnten. Wir haben nicht nur Drinks verschenkt, sondern auch zusätzliche an „Age UK" gespendet, um bei der Bekämpfung von Einsamkeit zu helfen. In Deutschland und Österreich haben wir darüber hinaus 150.000 Euro an die Caritas gespendet, um sie bei der Bereitstellung von Lebensmittelpaketen, Notunterkünften, medizinischer Hilfe, telefonischer Beratung und Mietzuschüssen für Menschen zu unterstützen, die während des Lockdowns in finanzielle Not geraten sind.

Wen wir unterstützen

Wir haben nie nur an die innocent Foundation gespendet, sondern immer schon Wohltätigkeitsorganisationen auf der ganzen Welt unterstützt. Im Jahr 2020 haben wir unser Engagement verstärkt, um Menschen zu helfen, die besonders stark von der Pandemie betroffen waren. Wir haben in ganz Europa an Wohltätigkeitsorganisationen gespendet, die Armut bekämpfen, ältere Menschen unterstützen und gefährdete Frauen schützen. Hier sind einige der Organisationen, die wir unterstützt haben:



Foundation

Unser bisher stärkstes Jahr

Wir haben schon immer jährlich 10 % unseres Gewinns für wohltätige Zwecke gespendet. 2004 wurde die innocent Stiftung mit dem Ziel gegründet, den Hungernden der Welt zu helfen. 2020 mag privat ein ruhiges Jahr für uns alle gewesen sein – für die Stiftung war es das bisher arbeitsreichste. Die Foundation hat mehr Geld als je zuvor gespendet, Wege gefunden, um globale Beschränkungen zu bewältigen, und sogar einen schicken Briefbeschwerer gewonnen. Wirf einen Blick auf die Highlights und klicke auf **innocentfoundation.org**, um alle Projekte zu sehen, die die Foundation unterstützt.

Was die Foundation bisher erreicht hat

17 Jahre aktiv

42 Länder

54 Partner-Organisationen

85 Projekte

6 Soforthilfen-Projekte im Jahr 2020

9,5m Millionen Euro gespendet

930.000 Menschen konnte geholfen werden

Fast and ~~furiobst~~ flexibel

Die Foundation musste sich schnell auf Lockdowns, Flugverbote und geschlossene Friseure einstellen. Sie hat schnellstmöglich einen Notfallfonds eingerichtet und 398.000 Euro für vier wichtige Projekte in einigen der ärmsten Länder der Welt gespendet. Auch die tägliche Arbeit der Stiftung ist nicht liegen geblieben, und so konnte die Stiftung trotz der neuen Herausforderungen und ins Gesicht hängenden Stirnfransen 19 Projekte zur Bekämpfung des Hungers in 11 verschiedenen Ländern unterstützen.

Im Rahmen eines der Projekte hat die Stiftung mit „KickStart International" zusammengearbeitet, um 180 Bewässerungspumpen für Bauern in Kenia zu finanzieren. Die Pumpen tragen dazu bei, den Ernteertrag zu steigern, sodass 900 Menschen nicht nur die nötige Versorgung erhalten, sondern ihre Familien durch den Verkauf der überschüssigen Lebensmittel aus der Armut herausführen können.

Da das Projekt so erfolgreich war, arbeitet die Stiftung nun mit „KickStart" zusammen, um die Pumpen in sieben weiteren afrikanischen Ländern einzuführen.

„Ich kann Euch gar nicht sagen, wie sehr mir diese Pumpe geholfen hat. Eine sechsköpfige Familie zu ernähren, die wegen des Corona-Virus zu Hause gesessen hat, wäre ohne sie nicht möglich gewesen."
- Joseph

Auf unsere Partner aufpassen

Unsere Partner-Organisationen mussten feststellen, dass ihre Finanzierung durch die Pandemie stark beeinträchtigt wurde. Deshalb hat die Stiftung einen neuen Partnerschafts-Fonds eingerichtet, aus dem „Action Against Hunger UK" (647.000 Euro) und „Send a Cow" (398.000 Euro) Zuschüsse ohne Auflagen erhalten haben. Die Foundation wollte damit dazu beitragen, die laufende Arbeit der beiden Organisationen zu schützen. Denn nur so konnten sie weiter auf ihre gemeinsamen Ziele hinarbeiten: zu verhindern, dass Kinder an akuter Unterernährung sterben, und den ärmsten Familien zu helfen, sich selbst zu ernähren. Mit der Unterstützung der Foundation konnten die beiden Wohltätigkeitsorganisationen ihre IT-Systeme weiterentwickeln und ihre Websites aktualisieren, was eine große Investition in die Zukunft ist. So wurden bereits einige tolle Ergebnisse erzielt - der Winterappell von „Action Against Hunger" hat etwa, verglichen mit letztem Jahr, doppelt so viele Online-Spenden generiert. **Hier** kannst Du mehr darüber lesen, wie das Projekt helfen konnte.

Stevens/for Action Against Hunger

Etwas, das wir uns über den Kamin hängen können

Ein großer Vorteil im Jahr 2020 bestand darin, dass wir in Jogginghosen an eleganten Preisverleihungen teilnehmen konnten. Die innocent Foundation durfte sich über den Gewinn des „2020 Philanthropy Award" bei den renommierten „Better Society Awards" freuen. Die Jury bezeichnete die innocent Stiftung als „eine echte Inspiration in einem Unternehmen, das seinen sozialen Zweck in allem, was es tut, wirklich lebt". Wir sind so rot geworden, dass wir unsere Laptop-Kameras kurz ausschalten mussten.

Die Partner der Foundation im Jahr 2020

Victoire Hubert / ALIMA

Concern Worldwide, 2020

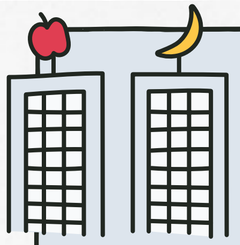
Klicke hier, um alle Projekte und Partner zu finden.

Menschen & Kultur

Ohne die Menschen, die bei innocent arbeiten, wären wir nicht da, wo wir heute sind. Wir legen großen Wert darauf, eine Kultur zu fördern, in der sich jede und jeder frei entfalten kann und gerne zur Arbeit geht. Auch an einem Montag.

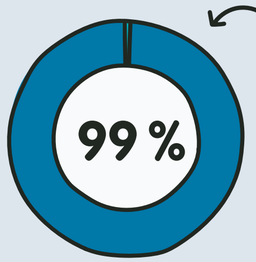
Unsere B-Corp-Punktezahl bestätigt das: Mehr als die Hälfte unserer Punkte haben wir nämlich dafür bekommen, wie gut wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern und unterstützen. Das reicht von unserer Karriereplanung, dem Prozess unserer Jahresgespräche und -bewertungen bis hin zu Dingen wie flexiblem Arbeiten und unseren Mental-Health-Programmen. Letztere waren in der Pandemie wichtiger denn je.

Aber wir ruhen uns nicht auf unseren Lorbeeren aus. Wir sind immer auf der Suche nach Möglichkeiten, noch besser zu werden. Deshalb machen wir uns laufend Gedanken darüber, wie das Arbeitsleben bei innocent nach der Pandemie aussehen soll. Unser Traum ist es, eine Kultur zu schaffen, in der jeder Mensch, der für uns arbeitet, sein volles Potenzial ausschöpfen und sein Bestes geben kann. Egal, ob er im Büro sitzt oder von zu Hause aus arbeitet. Dieser Abschnitt beschäftigt sich damit, wie wir diesen Traum in die Tat umsetzen.

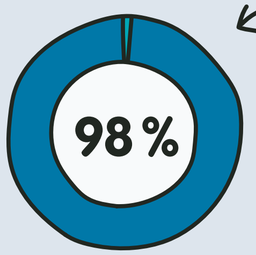


Unsere Büros

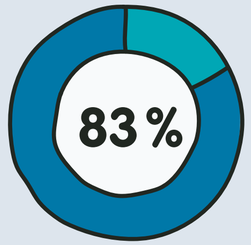
Eine B Corp zu sein, bedeutet auch, einen sicheren, nachhaltigen und integrativen Arbeitsplatz zu bieten. Deshalb haben wir im Jahr 2020 unser allererstes Versprechen für ein nachhaltiges Büro abgegeben. Es beinhaltet alle Informationen, die unsere Büros benötigen, um zwei Dinge zu tun: Erstens, dazu beizutragen, dass wir unsere ins Auge gefasste B-Corp-Punktezahl erreichen. Und zweitens, unser Engagement zu unterstützen, dass wir als Unternehmen unsere Klimaziele erreichen. Oh, und natürlich sollen unsere Büros auch immer gute Orte zum Arbeiten sein. Eine B Corp zu sein hilft uns jedenfalls auch dabei, jene Bereiche zu identifizieren, wo wir uns verbessern können. Hier sind einige der Verbesserungen, die wir im Jahr 2020 vorgenommen haben:



unserer Büros haben Maßnahmen zur Senkung des Wasserverbrauchs gesetzt, wie zum Beispiel Wasserhähne mit geringerer Durchflussmenge.



unserer Büros nutzen unsere „Guides für lokales Einkaufen", um Dinge wie Schreibwaren und Reinigungsprodukte nachhaltig und lokal zu kaufen.



unserer WCs sind jetzt geschlechtsneutral.

An einem Strang ziehen

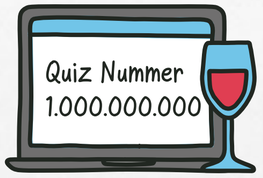
Seit Beginn der Pandemie war es unsere oberste Priorität, dass wir uns gut um die Menschen kümmern, die bei innocent arbeiten. Wir wollten es jeder und jedem ermöglichen, so zu arbeiten, wie es für sie oder ihn passt. Dank flexiblen Arbeitens konnten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten, wann es für sie am besten war. Und wir konnten darauf vertrauen, dass sie ihre Aufgaben pflichtbewusst erledigen. Das war besonders hilfreich für Eltern und Erziehungsberechtigte, die den Unterricht zu Hause mit ihrem Berufsleben und allem anderen unter einen Hut bringen mussten.

Hier sind einige weitere Maßnahmen, die wir im Jahr 2020 gesetzt haben, um dafür zu sorgen, dass das Team von innocent gut durch die Pandemie kommt:

Mehr Unterstützung bei mentaler Gesundheit und Teamführung.

Ein „Work From Home"-Fonds für notwendige Ausrüstung, um bequem von zu Hause arbeiten zu können.

Regelmäßige interne Kommunikation mit wöchentlichen Newslettern und monatlichen Video-Updates.



Organisation von regelmäßigen virtuellen Veranstaltungen. (Wir kennen inzwischen jede Art von Online-Quiz.)

Vereinfachung der Halbjahres-Mitarbeitergespräche – Ziel war es, die Auslastung zu managen und die wichtigsten Ziele zu fokussieren.

Im Juni haben alle einen zusätzlichen freien Tag bekommen.

Inklusion & Diversität

Bei innocent ist jede und jeder willkommen. Egal, ob Du bei uns arbeitest, zu einem Vorstellungsgespräch vorbeikommst oder einfach nur auf Besuch bist, weil Dich eine unserer Flaschen dazu aufgefordert hat. Deshalb setzen wir uns intensiv mit Inklusion und Diversität auseinander. Wir führen jedes Jahr eine interne Umfrage zu diesen Themen durch, um einerseits unsere Fortschritte zu verfolgen und andererseits Verbesserungspotenziale aufzudecken. Im Jahr 2020 haben 75 % von uns unsere Inklusion-&-Diversitäts-Umfrage ausgefüllt. 2019 waren es erst 50 %.

Im Jahr 2019 haben wir fünf Prinzipien entwickelt, mit denen wir ein völlig integratives Unternehmen werden wollen. 2020 haben wir auf Basis dieser Prinzipien und den Ergebnissen unserer Umfrage damit begonnen, die Bereiche zu priorisieren, in denen wir am meisten zu tun haben. Darunter fielen zum Beispiel der Anteil von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus ethnischen Minderheiten und leichterer Zugang zu Beschäftigung für Menschen aus sozial benachteiligten Gruppen. Und auch wenn wir in den letzten beiden Jahren viele Fortschritte gemacht haben, gibt es immer noch genug zu tun. Hier siehst Du auf einen Blick, welche Änderungen wir gerade vornehmen:

Den Mund aufmachen

Sich der eigenen Vorurteile bewusst zu sein, ist ein erster Schritt, aber das allein reicht noch nicht. Wir müssen auch daran arbeiten, sie zu überwinden. Daher haben wir unser Training, das früher „Unconscious Bias" (auf Deutsch „Unbewusste Voreingenommenheit") hieß, kurzerhand zu „Conscious Inclusion" (auf Deutsch „Bewusste Inklusion") umbenannt. Dieses Training hilft uns, Vorurteile zu bekämpfen und zu verstehen, wie jede und jeder von uns aktiv ein inklusives Arbeitsumfeld schaffen kann. Inklusion und Diversität ist darüber hinaus jetzt ein Teil unseres Onboardings für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wo Vortragende mit unterschiedlichen Hintergründen ihre Erfahrungen teilen und zeigen, wie das Leben für andere aussieht.

Alle unter einem Dach

91 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben bei unserer Umfrage angegeben, dass sie bei der Arbeit ganz sie selbst sein können.

Letztes Jahr haben wir die ersten vier Affinitätsgruppen gegründet, um unsere Team-Mitglieder mit diversen Hintergründen zu unterstützen. Die Gruppen befassen sich mit ethnischer Zugehörigkeit, sexueller Orientierung, Behinderung & Neurodiversität sowie Geschlechtern. Sie bieten uns geschützte Räume, in denen wir uns gegenseitig unterstützen und Änderungen vorschlagen können, die es braucht. Jede dieser vier Gruppen verfügt über ein eigenes Budget und ein Vorstandsmitglied ist ihr Sponsor.

Den Einstellungsprozess neu denken

Unsere Vielfalt im Hinblick auf Bildungshintergrund hat sich im Jahr 2020 leicht erhöht. 14 % der Befragten gaben an, keinen höheren Schulabschluss zu haben. 2019 lag diese Zahl bei 10 %.

17 % der Personen in unserem Londoner Büro, die unsere Umfrage beantwortet haben, gaben an, einer in Großbritannien anerkannten ethnischen Minderheit anzugehören. (In London liegt diese Zahl gesamt bei etwa 40 %.)

Um diese Zahlen zu verbessern, optimieren wir unseren Einstellungsprozess laufend. Deshalb steht auch nicht mehr in jeder unserer Stellenanzeigen, dass alle Bewerberinnen und Bewerber einen Hochschulabschluss brauchen. Stattdessen findet man dort nur noch die Fähigkeiten und Erfahrungen, die erforderlich sind, um den ausgeschriebenen Job zu meistern. Wir haben auch damit begonnen, offene Stellen in unterschiedlichen Jobbörsen auszuschreiben, und wollen auch Jobbörsen testen, die Menschen mit Behinderungen und Menschen aus anderen unterrepräsentierten Gruppen ansprechen.

Darüber hinaus haben wir unser „Early Careers Programme" verbessert, um Menschen, die nicht studiert haben, bessere Karrieremöglichkeiten zu bieten. Auch über unser „Apprenticeship Scheme" wollen wir zusätzliche Möglichkeiten bieten. **Hier** kannst Du nachlesen, was Ellie (Auszubildende in unserem Londoner Büro) über ihre Arbeit bei innocent erzählt, die überraschend wenig mit Kopieren und Kaffeeholen zu tun hat.

Wertvolle Initiativen

Von allen, die im Jahr 2020 an unserer Umfrage teilgenommen haben, haben nur 6 % angegeben, eine Behinderung zu haben. Verglichen mit dem europäischen Durchschnitt von 11 % ist das wenig. Deshalb arbeiten wir in Großbritannien aktuell daran, die Zertifizierung "Disability Confident" zu erhalten. Wir haben uns darüber hinaus auch der globalen Initiative „Valuable 500" angeschlossen, deren Ziel es ist, das Thema Behinderung für Führungskräfte relevant zu machen.

Mentoring

Wir versuchen auf verschiedenste Arten, Menschen aus unterrepräsentierten Bevölkerungsschichten zu helfen, in die Berufswelt zu starten. Letztes Jahr hat zum Beispiel Nick Canney (unser European Managing Director) im Rahmen des „PSALT Rise Mentoring Programme" einen Studenten als Mentor betreut. Über seine Erfahrung kannst Du **hier** mehr lesen.

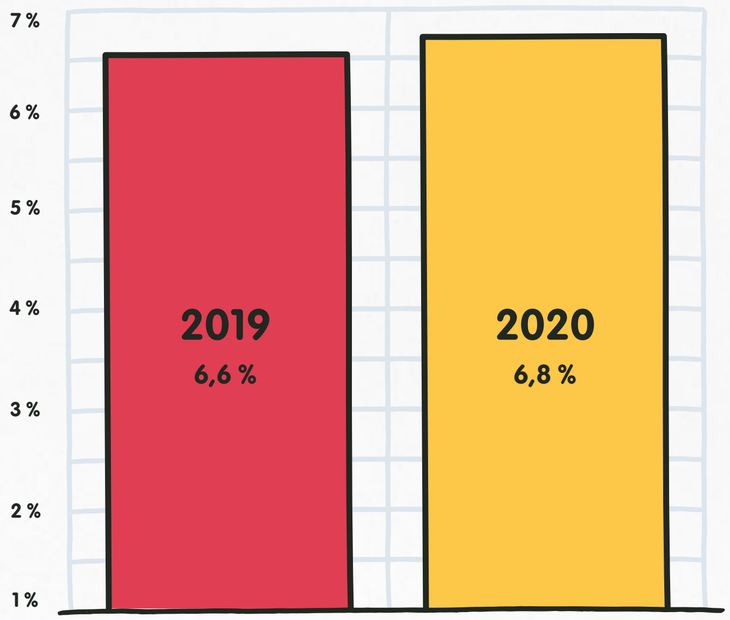
Diverse Jobbörsen

Wir veranstalten laufend interne Trainings, sind auf jobverde.de vertreten und mit myAbility.jobs in Kontakt. Wir arbeiten laufend daran, mit unseren Stellenausschreibungen ein breiteres, diverseres Publikum zu erreichen.

Inklusion & Diversität

Unser Gender Pay Gap

Gender Pay Gaps – auf Deutsch: das geschlechtsspezifische Gehaltsgefälle, das beschreibt, wie viel Frauen weniger verdienen als Männer – sollten grundsätzlich nicht existieren. Es hat uns sehr enttäuscht, dass sich unser geschlechtsspezifisches Lohngefälle im vergangenen Jahr in die falsche Richtung entwickelt hat. In unserem Londoner Büro betrug es im letzten Jahr 6,8 %. Das ist ein leichter Anstieg, verglichen mit 6,6 % im Jahr 2019. Wir tun unser Bestes, diese Entwicklung wieder umzukehren, und werden die Bemühungen nicht einstellen, bis dieser Wert bei null liegt. Um hier aber doch noch mit einer positiven Nachricht abzuschließen: Mehr als die Hälfte unseres Führungsteams besteht inzwischen aus Frauen (18 Frauen und 15 Männer).



Mentale Gesundheit

Das Jahr 2020 war wohl für die mentale Gesundheit eines jeden Menschen eine ziemliche Herausforderung. Deshalb haben wir unser Mental-Health-Angebot verstärkt und so umgestaltet, dass es auch virtuell funktioniert. Das waren die drei wichtigsten Maßnahmen, die wir gesetzt haben:

- Zusätzliche Online-Trainings, die Führungskräften helfen sollen, sich gut um ihre Teams zu kümmern. Wir haben die Anzahl der Trainings erhöht und ein breiteres Spektrum an Themen abgedeckt.
- Eine 12-wöchige Videoreihe über den Umgang mit der eigenen mentalen Gesundheit in seltsamen Zeiten wie diesen. Darin geht es unter anderem darum, mit dem Team verbunden zu bleiben, eine Wachstumsmentalität zu entwickeln und optimistisch zu bleiben.
- Aufstockung der externen Ressourcen für mentale Gesundheit, sodass Spezialistinnen und Spezialisten rund um die Uhr verfügbar sind und beratend zur Seite stehen können.

Über Kurs oder lang

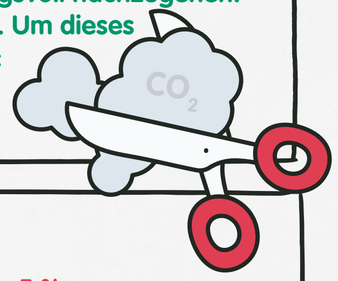
Wir wollen das Beste aus jeder und jedem herausholen und bieten daher eine Reihe von Kursen an. Letztes Jahr haben wir mit dem Kurs „Wandel verstehen" begonnen, um den Menschen bei innocent zu helfen, Wandel als Chance zum Lernen zu sehen. Außerdem haben wir einige unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Coaches ausgebildet, damit sie anderen helfen können, Herausforderungen zu meistern und sich weiterzuentwickeln. Und schließlich möchten wir auch noch unser eigenes Mentor-Programm erwähnen, an dem 65 Mentorinnen und Mentoren teilnehmen, die 75 Mentees unterstützen.

Mental Health First Aider
MHFA G+

In jedem unserer Büros gibt es Ersthelferinnen und Ersthelfer, die zur Stelle sind, falls sich jemand beim etwas zu heftigen Formatieren einer Excel-Tabelle die Schulter ausrenkt. Um sicherzustellen, dass unsere mentale Gesundheit und unser Geist die gleiche Unterstützung erfahren, haben wir begonnen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Mental Health First Aiders (MHFA) auszubilden. Inzwischen sind es 29 MHFAs, deren Aufgabe es ist, ohne Vorurteile zuzuhören, Verständnis zu zeigen und verschiedene Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Unser Ziel ist es, so schnell es geht, in jedem unserer Länder mindestens einen MHFA zu haben.

Umwelt schützen

Wir wollten die Dinge schon immer besser hinterlassen, als wir sie vorgefunden haben. Deshalb strengen wir uns jeden Tag an, unseren Geschäften verantwortungsvoll nachzugehen. Unser Traum ist es, dass alles, was wir bei innocent tun, dem Planeten hilft. Um dieses Ziel zu erreichen, teilt sich unsere Nachhaltigkeitsstrategie in drei Bereiche: Klimaschützer, Landwirtschafts-Helden und Recycling-Aktivisten.



Klimaschützer

Jedes Unternehmen muss einen Beitrag leisten, wenn wir die globale Erwärmung unter 1,5 °C halten und die schlimmsten Auswirkungen der Klimakrise vermeiden wollen. Wir haben uns zwei Ziele gesetzt, die 2020 von der „Science Based Targets" -Initiative bestätigt wurden und uns helfen werden, bis zum Jahr 2030 CO_2-neutral zu sein.

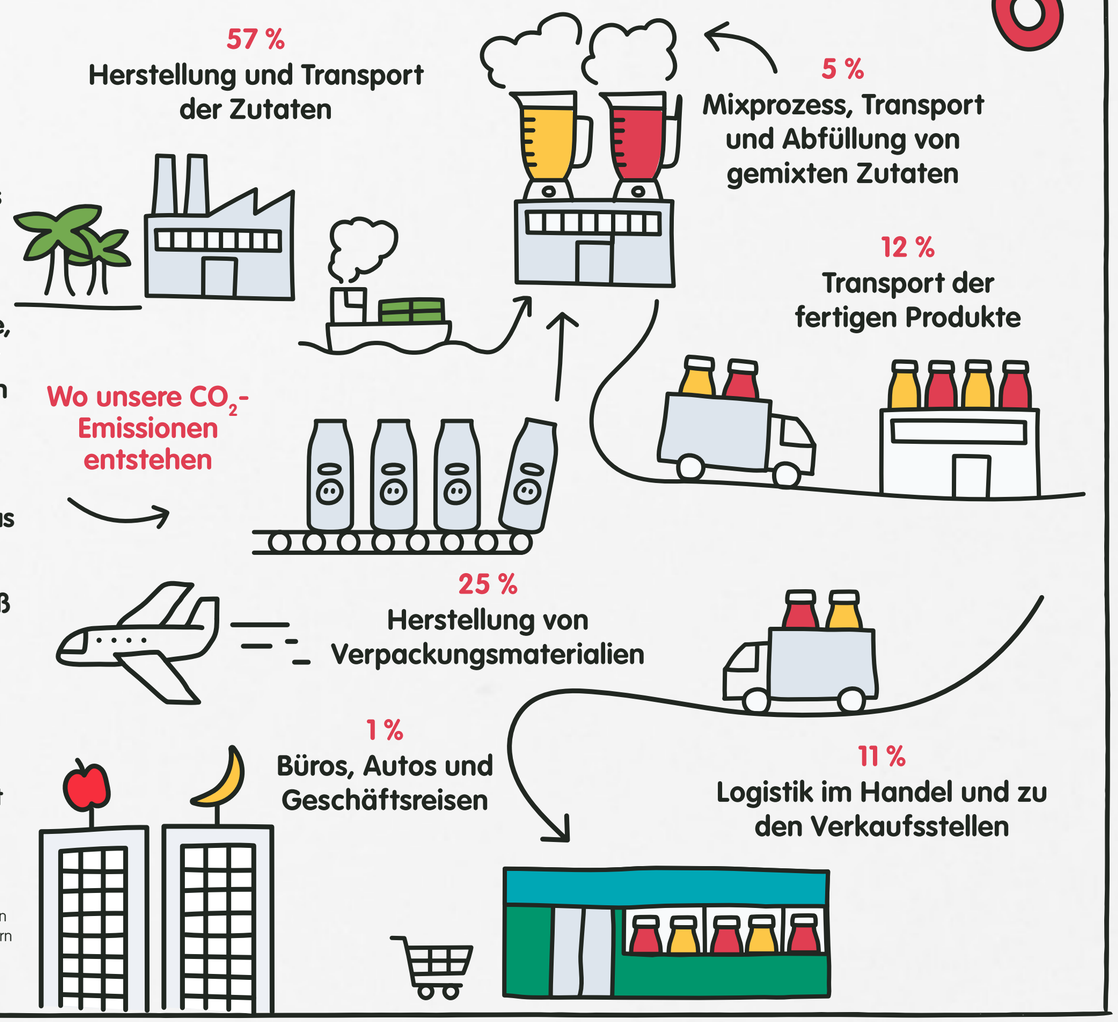
Ziel #1: Reduzierung der Emissionen unserer „Scope 1"- und „Scope 2" -Bereiche auf null. (Darunter fällt zum Beispiel die Stromversorgung unserer Büros.)

Ziel #2: Reduzierung der Emissionen unserer „Scope 3"-Bereiche um 50 % pro Liter Getränk, das wir herstellen. (Darunter fällt zum Beispiel der Transport unserer Drinks.)

Wir behalten unsere Emissionen genau im Auge: Im Jahr 2020 hatten wir einen CO_2-Fußabdruck in der Höhe von 212.707 Tonnen CO_2. Das sind etwa 5.000 Tonnen weniger als im Jahr 2019*. Unter anderem ist uns das gelungen, weil wir weniger PET für unsere Saftflaschen verwenden und die Transportkilometer auf der Straße reduzieren konnten. Eines der Projekte, das wir durchgeführt haben, hat über 4.800 Kilometer und über acht Tonnen CO_2 eingespart. Im Jahr 2020 wurden 86 % unserer Drinks mit Strom aus erneuerbaren Energien gemixt und abgefüllt. Bis zum Jahr 2023 sollen das alle unsere Getränke sein.

Insgesamt haben wir den CO_2-Ausstoß unserer Getränke seit 2019 um etwa 2 % pro Liter reduziert. Wir wissen, das muss noch schneller gehen, also bemühen wir uns, das Tempo zu erhöhen. Lies weiter, wenn Du erfahren willst, was wir bisher erreicht haben.

* Den besonders Aufmerksamen unter Euch ist vielleicht aufgefallen, dass wir in unserem Nachhaltigkeitsbericht 2019 von 275.000 Tonnen CO_2 geschrieben haben. Wir konnten unsere Datenqualität verbessern und haben auf Basis dessen für 2019 einen aktualisierten CO_2-Fußabdruck von 218.254 Tonnen berechnet.



Einfach blendend: unser neuer Blender

Wir bauen gerade unsere erste eigene CO_2-neutrale Misch- und Abfüllanlage. Sie wird die allererste ihrer Art sein, soll noch dieses Jahr in Betrieb gehen und wird Willy Wonka vor Neid erblassen lassen.

Vom Entwickeln der Pläne bis zum Bau unseres Blenders denken wir ständig an unseren Planeten und achten auf Umweltschutz. So sind die Fundamente aus recyceltem Beton, und Sonnenkollektoren und Windräder versorgen die Fabrik mit erneuerbarer Energie. Wir haben etwa 90 % unserer Bauabfälle recycelt und ein ausgeklügeltes Reinigungssystem installiert, das unseren Wasserverbrauch um 75 % reduziert. Wir wollen aber nicht nur, dass der Blender umweltfreundlich ist – er soll auch menschenfreundlich sein. Er ist deshalb so konzipiert, dass es viel Tageslicht und Bewegungsfreiheit gibt. Auch die Luftqualität soll gut und die Temperaturen sollen angemessen geregelt sein. Wir wollen nicht, dass sich irgendwer mit einem Thermostat herumärgern muss.

Und wenn wir uns schon so angestrengt haben, unseren Blender rundum gut zu machen, wollen wir auch anderen Unternehmen dabei helfen, dasselbe zu tun. Auf Konferenzen und mit Studien teilen wir das, was wir gelernt haben, mit allen, die es interessiert. (Ja, auch mit unserer Konkurrenz. Ihr könnt unsere Kontaktdaten auf der letzten Seite dieses Berichts finden.)

Auf & ab

Wir behalten den CO_2-Fußabdruck all unserer Drinks im Auge, um zu sehen, wo wir uns verbessern können. Das zweite Jahr in Folge verursachen unser Haferdrink die wenigsten und unser Ananassaft die meisten CO_2-Emissionen. Hafer wird in Europa angebaut, und für unsere Pflanzendrinks verwenden wir leichtere Verpackungen, während unsere Ananas in Costa Rica angebaut werden und nicht so saftig sind wie andere Früchte, weshalb es mehr davon braucht, um eine Flasche zu füllen. (Beide Produkte sind leider nicht in unserer Region erhältlich.)

Landwirtschaft der Zukunft

Im Jahr 2021 werden wir unseren „Farming Innovation Fund" starten. Mit diesem Innovationsfonds wollen wir Ideen für nachhaltige Landwirtschaft finanzieren. Der Fonds wird jedes Jahr einen anderen Schwerpunkt haben: Im ersten Jahr werden es CO_2-Emissionen sein, die von der Landwirtschaft verursacht werden. Derzeit machen diese 57 % unseres CO_2-Fußabdrucks aus, weswegen es ein sehr wichtiges Thema für uns ist.

Für den Transport unserer Zutaten probieren wir auch die weltweit ersten vollelektrischen 50-Tonnen-LKWs aus.

Landwirtschafts-Helden

Wir bekommen unsere Zutaten von vielen verschiedenen Farmen: von großen Plantagen, Genossenschaften, kleinen Familienbetrieben und allem, was dazwischen liegt. Wir investieren in Tausende von Farmen, um die Artenvielfalt zu schützen, nachhaltig zu produzieren und den Einsatz von Pestiziden zu reduzieren.

Darüber hinaus wollen wir uns auch um unsere Landwirte kümmern, indem wir ihr Land und ihre Lebensbedingungen verbessern.

Lies hier weiter, um zu erfahren, wie wir das machen.

Retterling vom Schmetterling

Drei Viertel unserer Nahrungsmittel gäbe es nicht ohne Bestäuber wie Bienen oder Schmetterlinge. Und diese Bestäuber werden immer weniger. In den letzten 30 Jahren sind fast 50 % aller Tagfalter in Europa verschwunden. Letztes Jahr haben wir daher die Kampagne „Werde Retterling vom Schmetterling" gestartet. In Deutschland, Österreich und der Schweiz haben wir geholfen, 86.000 m² Blumenwiesen zu pflanzen und 2.350 Hektar schmetterlingsfreundliche Flächen zu erhalten. Zusätzlich haben wir 25.000 Seedballs an unsere Trinkerinnen und Trinker verschickt, damit sie selbst schmetterlingsfreundliche Blumen pflanzen konnten. Die Aktion war ein so großer Erfolg, dass wir sie auch 2021 wiederholt haben.

Im Namen von uns allen und den Schmetterlingen Europas ein großes Dankeschön an unsere drei Partner - Netzwerk Blühende Landschaft, Naturschutzbund Österreich und WWF.

Wenn Dir das Leben Zitronen gibt …

Wir wollen, dass all unsere Zutaten nachhaltig angebaut werden. Leider gibt es nicht das eine Zertifizierungssystem, das für alle unsere Zutaten geeignet ist. Daher konzentrieren wir uns darauf, das „Farm Sustainability Assessment" der „Sustainable Agriculture Initiative" zu erfüllen. (Abgekürzt heißt es „SAI-FSA" und ist eine Nachhaltigkeitsbewertung für landwirtschaftliche Betriebe - **hier** kannst Du mehr darüber lesen.) Im Jahr 2019 haben wir es geschafft, dass 75 % unserer Zutaten verifiziert nachhaltig angebaut waren. Für 2020 haben wir uns vorgenommen, 88 % zu erreichen. Trotz einiger pandemiebedingter Hindernisse haben wir es sogar geschafft, dieses Ziel zu übertreffen: 2020 waren satte 90 % unserer Zutaten verifiziert nachhaltig angebaut. Und das alles dank der Fortschritte, die wir bei unseren Zitronen, Mangos, Aprikosen, Äpfeln und Trauben erzielen konnten. Wenn Dir das Leben also Zitronen gibt, achte darauf, dass sie aus nachhaltigem Anbau stammen.

Am richtigen Ende sparen

Wir haben in den letzten zehn Jahren mit der „Sustainable Agriculture Initiative" (SAI) zusammengearbeitet, um den Wasserverbrauch zweier unserer größten Beeren-Bauern in Spanien zu reduzieren. Wir haben intensive Schulungen für Landwirte, Arbeiterinnen und Arbeiter gemacht, die Bewässerung im Laufe der Jahreszeiten überwacht und neue Technologien angewandt, um so viel Wasser wie möglich zu sparen.

In der Anbausaison 2019 haben die 77 Landwirte, die an dem Projekt teilgenommen haben, 15 bis 20 % weniger Wasser verbraucht und konnten ihre Erträge trotzdem um bis zu 50 % steigern. Das Projekt ist so gut gelaufen, dass die EU und andere Unternehmen nun 2,2 Millionen Euro investieren, um diese Strategien in weiteren Teilen Spaniens sowie in Portugal und Frankreich einzuführen. Die Arbeit der letzten zehn Jahre hat sich also mehr als gelohnt.

Helden braucht das Land

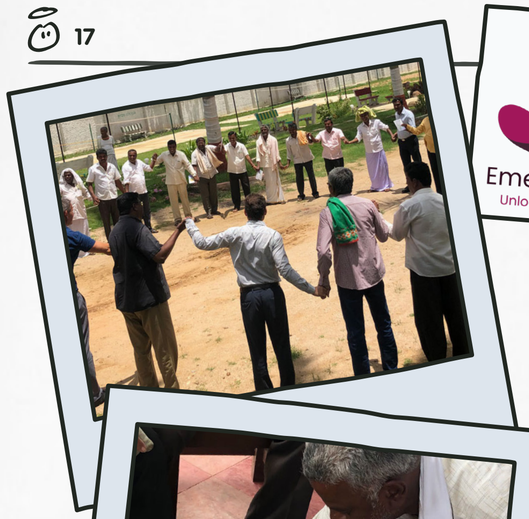
Wir möchten mit Menschen zusammenarbeiten, denen die gleichen Dinge am Herzen liegen wie uns. Deshalb gibt es unser „Hero Supplier"-Programm. Es besteht aus einer Reihe von Richtlinien, die unsere Zulieferer erfüllen müssen. Angefangen vom Wasserverbrauch über das Recycling bis hin zum Umgang mit den Menschen, die für sie arbeiten. Wir bewerten ihre Leistungen in jedem Bereich unserer Lieferkette auf einer Skala von 0 bis 3 und belohnen sie für gute Arbeit.

Für das Jahr 2020 haben wir uns ehrgeizige Ziele für Mischung, Abfüllung, Logistik und soziale Initiativen gesetzt (und alle davon erreicht). Auf die Bereiche Verpackung und Zutaten werden wir uns nächstes Jahr fokussieren. Und während es 2019 noch 23 waren, haben sich dieses Jahr 33 unserer Zulieferer für das Programm angemeldet. Das sind mehr Helden, als ein durchschnittlicher Action-Film zu bieten hat.

	2020	2021	2022	2023	2024
Mixen und abfüllen	2 „Dudes" oder mehr bis Jahresende		3 „Dudes" bis Jahresende		
Verpackung		2 „Dudes" oder mehr bis Jahresende		3 „Dudes" bis Jahresende	
Logistik	Alle Logistikpartner an Bord holen		2 „Dudes" oder mehr bis Jahresende		
Zutaten		Alle Lieferanten unserer Zutaten an Bord holen	Wir nennen unser Logo liebevoll den „Dude". Unsere „Hero Supplier" werden je nachdem, wie gut sie unsere Vorgaben umsetzen, auf einer Skala von 0 bis 3 „Dudes" bewertet. In den nächsten Jahren werden wir unser „Hero Supplier"-Programm auf neue Geschäftsbereiche ausweiten und bereits involvierte Partner dazu bringen, ihre Punktezahl so schnell wie möglich auf 2 oder 3 „Dudes" zu erhöhen.		
Weiteres	Soziale Aspekte des Programms ausarbeiten				

Ein leuchtendes Beispiel

86 % unserer Zutaten sind von Bestäubern wie Bienen und Schmetterlingen abhängig. Wie schon auf Seite 15 erwähnt, werden diese leider besorgniserregend schnell weniger. Deshalb haben wir ein Leuchtturm-Projekt (im Englischen besonders kreativ „Beacon Project" genannt) ins Leben gerufen, um zu beweisen, dass der Schutz von Bestäubern CO_2-Emissionen und Pestizid-Einsatz verringern und den Obstbauern zu mehr Ertrag verhelfen kann. Mit diesem Projekt wollen wir Pestizide und das damit verbundene Risiko um 50 % senken, CO_2-Emissionen um 10 % verringern und gleichzeitig die Gewinne der Betriebe um 10 % steigern. Wenn das Projekt erfolgreich ist, hoffen wir, das Programm in weiteren Ländern ausrollen zu können. (Sollte es nicht erfolgreich sein, werden wir wahrscheinlich ein bisschen schmollen.) Mach Dir einen Knoten in ein Taschentuch (oder eine Notiz in Deinen Kalender), damit Du daran denkst, nächstes Jahr nachzulesen, welche der beiden Optionen es geworden ist.



Emerging Leaders
Unlocking Human Potential

Emerging Leaders

Wir arbeiten in Indien mit der Institution „Emerging Leaders" (auf Deutsch„ Zukünftige Führungspersönlichkeiten") zusammen, um Landwirten eine Ausbildung zur Führungskraft zu ermöglichen. Das Projekt soll ihnen die Fähigkeiten vermitteln, um sich selbst und ihren Gemeinden zu helfen, und ihnen gleichzeitig nachhaltige Anbaumethoden näherbringen.

Von den 38 Landwirten, die wir im Jahr 2019 geschult haben, sind 34 inzwischen selbst Mentoren für andere Landwirte und geben ihr Wissen so weiter. Viele konnten ihr Einkommen steigern und arbeiten aktuell auf eine FSA-Verifizierung hin. Aufgrund der Pandemie hat sich das Training neuer Landwirte im Jahr 2020 verzögert, aber es haben sich zahlreiche Mango- und Guaven-Bauern für eine Schulung im Jahr 2021 angemeldet. Wir hoffen, das Programm bald auch auf andere Obstbauern ausweiten zu können. Wir werden Dich jedenfalls auf dem Laufenden halten.

Ab in die Schule

Um echte Landwirtschafts-Helden zu sein, ist es wichtig, dass wir unsere Landwirte und ihre Gemeinden unterstützen. Im Jahr 2020 haben wir 100.000 Pfund (112.000 Euro) in Projekte investiert, die Landwirten aus der Armut helfen und die Umwelt schützen sollen. Das waren 27.000 Pfund (30.000 Euro) mehr als im Jahr 2019. Bereits seit 2018 arbeiten wir mit CAMFED in Simbabwe an einem Projekt, das einigen der am stärksten an den Rand der Gesellschaft gedrängten Mädchen hilft, eine weiterführende Schule zu besuchen.

Unsere Investitionen umfassen zum Beispiel:

CAMFED
€ 10.526

Orangen-Bauern
€ 54.000

€ 6.720

Maracuja-Lieferkette
€ 14.524

Emerging Leaders
Unlocking Human Potential

Menschenrechts-Training …

Jeder Mensch verdient es, mit Würde, Respekt und Mitgefühl behandelt zu werden. Deshalb schulen wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darauf, erkennen zu können, wenn Menschenrechte verletzt werden. Bis zum Jahr 2020 wollten wir, dass alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unserer Lieferkette und im Personalbereich dieses Training durchlaufen. Dieses Ziel haben wir zwar leider verfehlt, aber wir konnten die letzten Nachzügler Anfang 2021 schulen. Außerdem haben wir im Rahmen einer Partnerschaft mit „Stronger Together" sieben unserer spanischen Zulieferer einen Kurs zum Thema moderne Sklaverei angeboten.

… und -Audit

Wir versuchen, alle Glieder unserer Lieferkette (dazu zählen Fabriken und Lager sowie Zutaten- und Verpackungs-Zulieferer) auf das Einhalten der Menschenrechte zu überprüfen. Im Jahr 2019 haben wir 95 % unserer Zulieferer auditiert. COVID-19 hat persönliche Inspektionen im Jahr 2020 zwar erschwert, aber dennoch haben wir es geschafft, 81 % unserer jährlichen Audits abzuschließen. 77 % davon haben unseren Richtlinien entsprochen. Wir arbeiten bereits daran, dass auch die restlichen Zulieferer unseren Ansprüchen gerecht werden, und wollen die fehlenden Audits 2021 abschließen.

Unser Statement gegen moderne Sklaverei

stronger together
tackling modern slavery in supply chains

Recycling-Aktivisten

Wir wollen beweisen, dass Plastik nicht automatisch Müll ist, und folgen daher der Maxime: Reduzieren, wiederverwenden, recyceln, wo es geht.

Reduzieren - Wir wollen die Menge an PET, die wir für jede unserer Flasche verwenden, reduzieren und so bis zum Jahr 2023 2.500 Tonnen Material einsparen.

Reduzieren - Wir sind Teil des „New Plastic Economy Commitment" der Ellen MacArthur Foundation und haben uns zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2025 15 % weniger PET zu verwenden.

Wiederverwenden - Wir beteiligen uns an Versuchsreihen zum Thema Wiederverwendung.

Recyceln - Wir arbeiten daran, bis zum Jahr 2030 jede einzelne unserer Flaschen zu sammeln und zu recyceln.

Der letzte Strohhalm

Wir haben im Jahr 2020 die Plastikstrohhalme unserer Kids Smoothies (die wir zum Beispiel in Großbritannien verkaufen) gegen Papierstrohhalme ausgetauscht. Dadurch sparen wir jedes Jahr etwa 110 Tonnen CO_2. Was etwa so viel ist, wie 202 Konzertflügel wiegen. Sofern man unserer Musikinstrument-Umrechentabelle Glauben schenken kann.

Wir machen halbe Sachen

Wir wollten schon immer, dass unsere Flaschen so nachhaltig wie möglich sind. Deshalb arbeiten wir gerade an einem Flaschen-Prototyp, der zu 50 % aus pflanzlichem PET und zu 50 % aus recyceltem PET (rPET) besteht.

Viele steigen gerade auf 100 % rPET um. Das ist zwar gut, um Recycling anzuregen, aber wir halten es nicht für die perfekte Lösung. PET kann nur etwa 10 Mal recycelt werden, bevor es nicht mehr für Lebensmittel verwendet werden kann. Das heißt, man muss laufend neues PET beimengen, das nach derzeitigem Stand aus Erdöl hergestellt wird. Unser Plan ist es, dieses erdölbasierte PET durch pflanzenbasiertes PET zu ersetzen. Denn dann können wir endlich völlig auf Erdöl verzichten.

Wir planen, diese neuen Flaschen, die jeweils zur Hälfte aus pflanzenbasiertem PET und recyceltem PET bestehen, noch in diesem Jahr zu testen, damit Du sie hoffentlich ab 2025 im Kühlregal Deines Vertrauens findest.

All unsere Saftflaschen bestehen jetzt zu 50 % aus rPET.

Wir haben unnötige Überverpackungen von unseren 1,35-Liter- und 1,5-Liter-Flaschen entfernt.

Wir haben unsere Flaschen leichter gemacht und dadurch 273 Tonnen PET gespart.

Wir sind dem schwedischen Pfandsystem beigetreten.

Auf ins gelobte Pfand

Pfandsysteme spielen eine große Rolle, damit wir unser Ziel erreichen, bis zum Jahr 2030 all unsere Flaschen zu recyceln. Einige Länder haben strenge Vorschriften und inkludieren Saft- und Smoothie-Flaschen nicht automatisch in ihr Pfandsystem. Und dann gibt es auch noch Länder, in denen es bisher noch gar kein Pfandsystem gibt. Wir finden Pfandsysteme super und beteiligen uns dort, wo es sie bereits gibt, gerne. Dort, wo es noch keine gibt, machen wir uns stark dafür, dass ein Pfandsystem eingeführt wird, damit wirklich alle Flaschen recycelt werden und auch in Zukunft genug recyceltes PET zur Verfügung steht.

Letztes Jahr haben wir uns dem schwedischen Pfandsystem und auch der österreichischen RecycleMich-Initiative angeschlossen. Diese Initiative belohnt Menschen fürs Recycling, indem sie Preise wie Essen oder Hotelübernachtungen verlost. Gleichzeitig haben wir uns dafür eingesetzt, dass Smoothie- und Saftflaschen auch endlich in Deutschland ins Pfandsystem aufgenommen werden. Mehr als 76.000 Menschen haben unsere PETition unterschrieben, und wir freuen uns, dass die deutsche Regierung endlich den Weg geebnet hat, dass wir uns (Achtung, Spoiler) im Jahr 2021 dem Pfandsystem anschließen können. In Deutschland werden über 96 % der PET-Flaschen im Pfandsystem nach der Verwendung wieder ins System rückgeführt, was zeigt, wie gut das Pfandsystem funktioniert. Umso besser, dass auch wir endlich Teil davon sind.

Auch die britische Regierung haben wir dazu aufgefordert, ein Pfandsystem einzuführen, damit die Recycling-Raten von Großbritannien mit jenen der anderen Länder gleichziehen können. Oder vielleicht sogar noch besser werden. Ein bisschen Wettbewerb kann schließlich nie schaden.

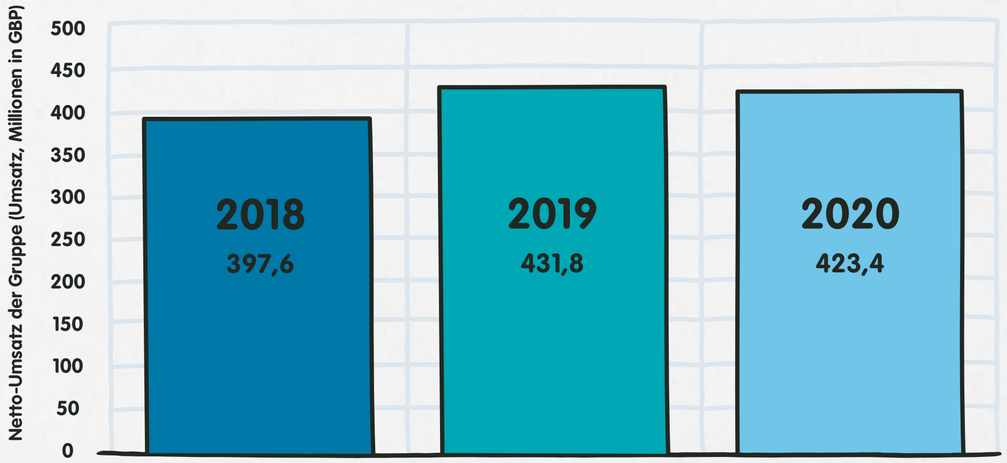
Finanzen & Performance

Schnapp Dir einen Abakus, es ist Zeit, über Geld zu reden. Wir haben immer davon geträumt, ein erfolgreiches Unternehmen zu sein, das genug verkauft, um größer und besser zu werden. Denn – je mehr wir verdienen, desto mehr können wir für den guten Zweck zurückgeben. Wir sind sehr stolz darauf, dass wir in den letzten zwölf Monaten so gut auf unsere Finanzen geachtet haben, dass wir selbst in diesen schwierigen Zeiten bedürftige Menschen unterstützen konnten.

Wir haben große Ambitionen, weiterhin zu wachsen, einen Umsatz von 1 Milliarde Euro zu erreichen und auch unsere Gewinne laufend zu steigern. Unser Horizont geht dabei über Europa hinaus, denn im Sommer 2020 haben wir auf dem chinesischen Markt Fuß gefasst. Das war unser erster Schritt auf dem Weg, Asiens beliebtestes Unternehmen für kleine, gesunde Drinks zu werden.

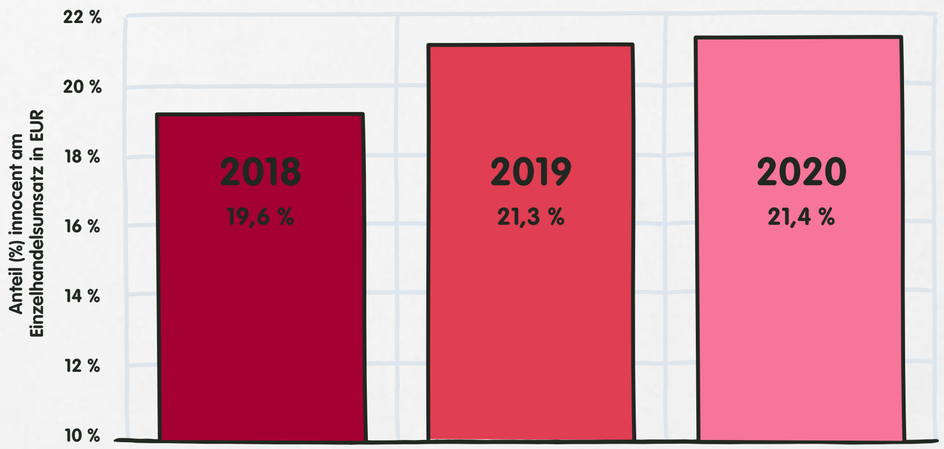
Wir sind davon überzeugt, dass wir unseren Geschäften auf die richtige Art und Weise nachgehen. Deshalb würden wir uns freuen, wenn uns andere Unternehmen schamlos kopieren würden. Um das zu ermutigen, wollen wir zeigen, dass wir wirtschaftlich erfolgreich sind. Deshalb öffnen wir hier all unsere Bücher und zeigen Dir alle Daten, von denen Du nie wusstest, dass Du sie unbedingt sehen musst.

Dieses Diagramm zeigt unseren Umsatz im Zeitverlauf

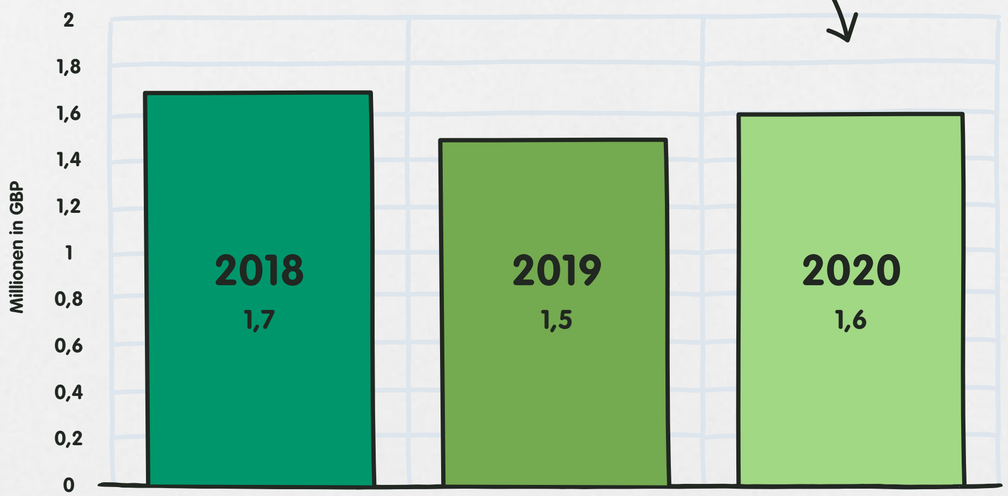


So viel kostet übrigens ein Bier in London

Dieses Diagramm zeigt unseren Marktanteil in der Kategorie „Gekühlte Säfte" in Europa



Dieses Diagramm zeigt unsere Spenden für gute Zwecke



Statistiken und so weiter

Umweltdaten

Treibhausgas-Emissionen			
Messwert	**2018**	**2019**	**2020**
Direkte Emissionen unserer „Scope 1"-Bereiche – Kraftstoffverbrauch, Kühlmittel & Geschäftsreisen (in Tonnen CO_2)	Keine Daten	1.947	474
Indirekte Emissionen unserer „Scope 2"-Bereiche – eingekaufte Energie (in Tonnen CO_2)	Keine Daten	14	11
Indirekte Emissionen unserer „Scope 3"-Bereiche – Wertschöpfungskette (in Tonnen CO_2)	Keine Daten	226.611	222.716
CO_2-Intensität			
„Scope 3" – Kilogramm CO_2 pro Liter Endprodukt	Keine Daten	0,85	0,83
Kreislaufwirtschaft & Ressourceneffizienz			
Gesamtmenge des redistribuierten Endprodukts (in Flaschen)	1.268.715	1.373.906	2.767.625
Gesamtgewicht der PET-Verpackungen (in Tonnen)	15.338,7	14.726,3	14.182
Davon recycelter Anteil	27 %	28 %	31 %
% der Produkte, die recycelbar sind	98,6 %	97,6 %	97,5 %
Lieferkette & Zutaten			
% der Zutaten, die nachhaltig angebaut wurden (FSA- oder gleichwertig verifiziert)	55 %	75 %	90 %
% unserer Zulieferer, mit Ausgaben von über 1 Mio. Euro, die an unserem „Hero Supplier"-Programm teilnehmen	36 %	Keine Daten	75 %

Sozialdaten

Mehr Tabellen, als Dein Herz begehrt.

Auswirkungen auf Gesellschaft & Gemeinden			
Messwert	**2018**	**2019**	**2020**
Gesamtsumme der für gute Zwecke gespendeten Mittel	£ 1,656 Mio.	£ 1,375 Mio.	£ 1,635 Mio.
Anzahl der Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter, die einen Volunteering-Tag absolviert haben	138	398	525
Gesamtvolumen der für gute Zwecke gespendeten Produkte (in Liter)	520.070	563.190	1.134.501
% unserer Zulieferer, die unser Menschenrechts-Audit erfolgreich absolviert haben	71 %	89 %	77 %

Geschlechterspezifische Aufstellung unseres Teams			
Messwert	**Gesamt**	**Männlich**	**Weiblich**
Direktionsebene	11	8	3
Senior Management (Area Chiefs und darüber)	33	15	18
Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter gesamt	776	368	408

Ein Blick in die Zukunft

Das Jahr 2021 hat bereits bewiesen, dass es nicht weniger aufregend ist als die Jahre davor: mit der Vorstellung unserer neuen Markenplattform „Kleine Drinks, große Träume", dem bereits erwähnten „Better Business Act" und der Eröffnung unserer brandneuen Misch- und Abfüllanlage. Das Jahr markiert auch die Halbzeit unserer Geschäftsstrategie, die wir für 2020 bis 2023 festgelegt haben. Das bedeutet, dass viele große Projekte in die heiße Phase gehen. Schau also auch nächstes Jahr wieder vorbei, um zu erfahren, wie es uns ergangen ist.

Transparenz und Verantwortungsbewusstsein sind für jedes Unternehmen wichtig, das sich als Kraft für das Gute einsetzt. Vielen Dank also, dass Du unseren Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2020 bis zum Schluss gelesen hast.

Wenn Dir das Lesen Spaß gemacht hat, kauf bitte einen Smoothie, damit wir die Person, die diesen Bericht geschrieben hat, weiter bezahlen können.

innocent

Komm vorbei

innocent Deutschland GmbH
Seidlstraße 28, 80335 München,
Deutschland

Melde Dich

Ruf uns am Bananafon an:

0800 7029960

hallo@innocentdrinks.de

Wir werden bis zum Jahr 2030 CO_2-neutral sein

Mehr dazu erfährst Du im nächsten Nachhaltigkeitsbericht.

Aus obstgerechter Haltung

Und niemals Zucker zugesetzt

Jetzt 2 kaufen und 2 bezahlen

innocent | Kleine Drinks Große Träume