

Gut für die Umwelt, gut für den Lohn des Nestlé-Chefs

Mark Schneider will den Konzern grüner machen. Wenn ihm das gelingt, verdient er neu auch mehr



Ehrgeizige Ziele:
Nestlé-CEO
Mark Schneider

Foto: AFP

Erich Bürgler

Das Geschäft mit Billigwasser aus Plastikflaschen in den USA hat Nestlé verkauft. Für Rindfleisch, Poulet und Thunfisch bietet der Multi pflanzliche Alternativen an, den Schokoladenriegel KitKat gibt es neu auch in vegan, und das Hundefutter können Tierhalter unverpackt kaufen. Der weltgrösste Nahrungsmittelkonzern macht auf umweltfreundlich. Nestlé-Chef Mark Schneider hat dem Unternehmen ehrgeizige Klimaziele verordnet. Ab diesem Jahr wird sich Umweltschutz auch auf seinen Lohn auswirken.

Umwelt- und soziale Kriterien sind bonusrelevant

Laut dem diese Woche veröffentlichten Vergütungsbericht werden ab 2021 für die Berechnung des kurzfristigen Bonus neu Umwelt- und soziale Kriterien angewendet. Details dazu werde Nestlé später im Jahr bekannt geben, sagt ein Sprecher.

Antoinette Hunziker-Ebnetter, Geschäftsführerin der auf nachhaltige Anlagen spezialisierten Investmentfirma Forma Futura, begrüsst den Schritt von Nestlé. «Erst wenige Konzerne haben Nachhaltigkeitskriterien als Bestandteil bei der Entlohnung des Managements eingeführt», sagt sie. Doch die Details der neuen Richtlinien bei den Managerlöhnen sind wichtig, um deren Wirksamkeit beurteilen zu können. «Entscheidend ist, wie stark dabei die ökologischen und sozialen Aspekte gewichtet sind

und an welchen konkreten Kriterien sie gemessen werden», sagt Hunziker-Ebnetter.

Seit Mark Schneider 2017 den Chefposten bei Nestlé übernommen hat, steht das Thema Nachhaltigkeit weit oben auf der Agenda des Konzerns. Bis 2050 will das Unternehmen klimaneutral sein, bis 2030 sollen die Treibhausgasemissionen halbiert werden. Dabei berücksichtigt Nestlé auch Abgase, die beim Anbau der Rohstoffe für die Produkte des Unternehmens entstehen.

Schneider sieht die Anstrengungen als Wettbewerbsvorteil für Nestlé und nicht als philanthropisches Unterfangen. Doch auch viele andere Konzerne haben sich Klimaziele gesetzt. An der Medienkonferenz diese Woche betonte der Unternehmenschef denn auch, Nestlé habe als einer der ersten Konzerne einen detaillierten Fahrplan zur Klimaneutralität bekannt gegeben.

Und wie steht Nestlé wirklich im Vergleich mit anderen Unternehmen da? «Bei Nestlé merkt man, dass Nachhaltigkeit unter der Führung von Mark Schneider ein vordringlicheres Anliegen geworden ist», sagt Antoinette Hunziker-Ebnetter. Die Umweltziele von Nestlé seien ehrgeizig. Doch jetzt müsse der Konzern Beweise liefern. Dabei steht Nestlé wie andere Konzerne gleich von allen möglichen Seiten unter Druck, weniger Umweltschäden anzurichten.

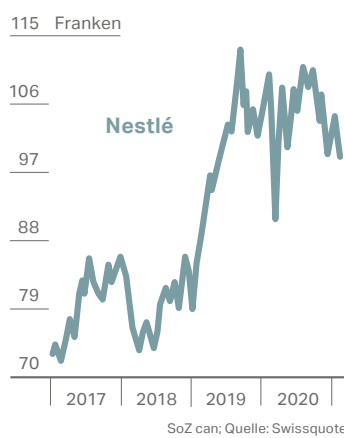
Die Kunden beobachten die Geschäftsgebaren internationaler Multis schon länger kritisch. Es sei

klar, dass Konsumenten immer mehr Wert auf Transparenz in Umweltfragen legen, schreibt Mark Schneider in einem Beitrag des Magazins «Fortune». «Wenn wir deren Bedürfnisse ignorieren, werden sie unsere Produkte ignorieren», so Schneider.

Aber auch die Anleger schauen immer genauer hin, sagt Jon Cox, Konsumgüteranalyst beim Finanzdienstleister Kepler Chevreux. «Investoren wollen von den Unternehmen wissen, wie sie die Klimaneutralität erreichen.» Eine wichtige Rolle spiele aber auch, wie viel das Ganze kostet und ob die Gewinnmargen dadurch beeinträchtigt werden. Nestlé will in den nächsten fünf Jahren 3,2 Milliarden Franken für den Klimaschutz ausgeben.

Das soll sich auch für die Nestlé-Aktionäre lohnen. Im Dezember haben 30 Fondshäuser, die Vermögen von insgesamt 9 Billio-

Kurs unter CEO Schneider



nen Dollar verwalten, bekannt gegeben, ihre Portfolios bis 2050 auf netto null Treibhausgasemissionen umzustellen. Gelingt es Unternehmen wie Nestlé, ihre Umweltziele zu erreichen, werden sie attraktiver für solche Vermögensverwalter.

Daneben steigt der regulatorische Druck. In der EU sind grosse Unternehmen bereits dazu verpflichtet, einen Bericht über ihre Umwelt- und Nachhaltigkeitsziele zu veröffentlichen. Weitere Verschärfungen zeichnen sich ab.

Und noch ein Faktor drängt die Firmen zu mehr Umweltschutz. Im weltweiten Rennen um die besten Mitarbeiter sind laut Mark Schneider Unternehmen im Vorteil, die das Thema Nachhaltigkeit ernst nehmen.

Danone schneidet besser ab als Nestlé

Ohne grundlegende Anpassungen des Geschäftsmodells seien die Ziele von Nestlé kaum zu erreichen, sagt Antoinette Hunziker-Ebnetter. Dazu gehören mehr pflanzliche Produkte, der Einsatz von erneuerbaren Energien und umweltfreundliche Verpackungen. Es reicht nicht, einfach Emissionszertifikate zu kaufen.

Derzeit erfüllt Nestlé die strengen Nachhaltigkeits-Kriterien für die Aufnahme ins Anlageuniversum von Forma Futura noch nicht. Die Fortschritte will man dort jährlich überprüfen. Ein Konkurrent von Nestlé steht bereits auf der Empfehlungsliste: Der französische Lebensmittelkonzern Danone.