

## 2020 Scorecard

Unser Anspruch ist unser Antrieb: Better Food Today. A Better World Tomorrow. Dies zeigen unsere drei miteinander verknüpften Bereiche für zielgerichtetes Wachstum: Ausgewogenere Lebensmittel, Förderung von gemeinsamen Mahlzeiten und Nachhaltigkeit. Diese Übersicht zeigt unsere Fortschritte auf dem Weg zu unseren ehrgeizigen Zielen.

### Ausgewogenere Lebensmittel

Seit wir 2016 unsere Health & Wellbeing Ambition ins Leben gerufen haben, haben wir auf ein klares, ehrgeiziges Ziel hingearbeitet: Bis 2021 sollen weltweit eine Milliarde ausgewogene Mahlzeiten mehr auf die Esstische kommen.



**Unser Ziel: Weltweit 1 Milliarde ausgewogene Mahlzeiten mehr** auf den Esstischen bis 2021.

1 Mrd.



**95% unserer Produkte erfüllen bis 2021 die Empfehlungen der WHO** für die Zufuhr von Kalorien, Zuckerzusätzen, Salz und Fetten. Bisher erfüllen 84% der Produkte diese Empfehlung.

84%



**20% Natrium** wird bis 2021 weltweit im Durchschnitt in unseren Produkten **reduziert**.

21.3%



**50% unserer Reis- und Getreideprodukte** enthalten bis 2021 eine Portion Vollkorn oder Hülsenfrüchte.

31.5%



**100% unserer Soßen auf Tomatenbasis** enthalten eine Portion Obst oder Gemüse pro Portion.

100%



**100% unserer Standorte bieten ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ausgewogene Kantinenkost und Weiterbildungen zu Ernährung an.**

100%



**Wir unterstützen Verbraucherinnen und Verbraucher dabei, bewusstere Entscheidungen zu treffen.** Alle Produkte erfüllen unsere Zusagen zur Nährwertkennzeichnung auf der Verpackungsvorderseite und wir aktualisieren unsere Rezepte, um zu ausgewogenen Mahlzeiten zu inspirieren.

### Wir fördern gemeinsames Essen

Zusammen schmeckt es am besten, deshalb engagieren wir uns für gemeinsames Kochen und Essen.



**Wir heben die Bedeutung gemeinsamer Mahlzeiten hervor**, um Menschen zu gemeinschaftlichem Kochen und Essen zu inspirieren. Mit Hilfe unserer beliebten Marken weisen wir auf die Vorteile gemeinsamer Mahlzeiten in unseren Marketingaktivitäten, Kampagnen und durch unsere Online-Aktivitäten hin.



**Wir haben Kindern geholfen, kochen zu lernen.** In den vergangenen acht Jahren hat unser Programm BEN'S BEGINNERS™ weltweit über 30.000 Kinder und Familien dabei unterstützt, kochen zu lernen.



**Wir ermöglichen es unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, mehr gemeinsame Mahlzeiten zu Hause zu genießen.** In unseren Büros bieten wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Produkte zum Mitnehmen an. Außerdem teilen wir wöchentlich Rezeptinspirationen.

### Nachhaltigkeit

Wir leisten Pionierarbeit im Bereich des nachhaltigen Reisanbaus: Wir haben uns als erstes Unternehmen der Branche verpflichtet, bis 2020 100 % unseres Reises von Bäuerinnen und Bauern zu beziehen, die auf einen SRP\*-Standard (Sustainable Rice Platform) hinarbeiten.



**100%** unseres Reises stammt bis 2020 von Bäuerinnen und Bauern, die auf den SRP\*-Standard hinarbeiten.

99%



**100%** unserer Bäuerinnen und Bauern arbeiten auf ein gesichertes Einkommen hin.

96%



Bis 2025 reduzieren wir **50%** unseres nicht nachhaltigen Wasserverbrauchs.

10%



**100% unserer Kunststoffverpackungen sollen bis 2025 recycelbar, wiederverwendbar oder kompostierbar sein.**

**2019 baseline**

\* SRP (Sustainable Rice Platform): Multi-Stakeholder-Allianz mit über 100 institutionellen Mitgliedern aus dem öffentlichen und privaten Sektor, der Forschung, der Zivilgesellschaft und dem Finanzsektor. Die SRP arbeitet mit Partnern zusammen, um den globalen Reissektor zu verändern, indem sie die Lebensbedingungen von Kleinbäuerinnen und -bauern verbessert, den sozialen, ökologischen und klimatischen Fußabdruck der Reisproduktion reduziert und dem globalen Reismarkt eine gesicherte Versorgung mit nachhaltig produziertem Reis bietet.

## Unsere Mars Food 2025 Purpose-Ziele

Unser Ziel ist es, bis 2025 5,5 Milliarden ausgewogene Mahlzeiten zu liefern.

### Wir fördern gemeinsames Essen



Wir werden mehr Bewusstsein für den **gesellschaftlichen und gesundheitlichen Wert gemeinsamer Mahlzeiten** schaffen.



Über eine digitale Plattform werden wir Verbraucherinnen und Verbrauchern **in allen unseren Mars Food Märkten** Inspirationen für gemeinsame Mahlzeiten anbieten.



Wir unterstützen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dabei, ihre **Mahlzeit zu Hause** mit ihren Familien genießen zu können.



**80% unserer Aktivitäten im Rahmen des Mars Volunteering-Programms** werden darauf ausgerichtet sein, gemeinsame Mahlzeiten zu ermöglichen.

### Zugang zu besseren Lebensmitteln ermöglichen



**800 Millionen Portionen Gemüse**, eine **Steigerung der Ballaststoffportionen** in unseren Produkten um **30%** und eine **Reduzierung des Natriumgehalts** in unserem Portfolio **um 5%** bis 2025.



Bis 2025 **stellen wir 25 Millionen Mahlzeiten** durch strategische Partnerschaften für Menschen bereit, die eine ausgewogene Mahlzeit benötigen (5 Millionen pro Jahr).



**100% unserer Kunststoffverpackungen** sollen bis 2025 **recyclbar**, wiederverwendbar oder kompostierbar sein.\*



**Nachhaltiger Wasserbrauch entlang unserer Wertschöpfungskette**. Bis 2025 reduzieren wir **50%** unseres nicht nachhaltigen Wasserverbrauchs.\*



**100% der armutsgefährdeten Reisbäuerinnen und -bauern** in unserer Lieferkette bis 2025 mit unseren Programmen erreichen, die ihnen ein nachhaltiges Auskommen ermöglichen.

\*Mars Incorporated Sustainable in a Generation Ziel

### Den Purpose unserer Marken bei Verbraucherinnen und Verbrauchern, Kundinnen und Kunden sowie Partnern vorantreiben



Unsere Marke **Ben's Original™** wird Möglichkeiten schaffen, die jeder/jedem einen Platz am Tisch bieten und zwar durch unsere Community Outreach-Programme, unsere Seat at the Table™-Stipendienfonds und Inspirationen verschiedener Küchen und Kulturen.



Unsere Marke **Seeds of Change™** pflanzt für jedes gekaufte Seeds of Change™-Produkt nahrhafte Samen, damit Gemeinden vor Ort ausgewogene, nahrhafte Lebensmittel genießen können.



Unsere Marke **MasterFoods™** fördert in Australien unter dem Motto **Make Dinnertime Matter™** gemeinsame Mahlzeiten.



Unsere **Tasty Bite™ Stiftung** spendet 2% des Gewinns, um Bäuerinnen und Bauern in Indien zu unterstützen und damit die nachhaltige und integrative ländliche Entwicklung voranzutreiben.



Unsere Marke **Dolmio™** sorgt für Drama-freies Familienessen, indem sie ausgewogene und schmackhafte Produkte anbietet, die schnell zubereitet werden können.

Wir konzentrieren uns auf Bereiche, in denen wir den größten positiven Beitrag für Menschen, die Lebensmittelbranche und die Umwelt erzielen können. Wir werden jedes Jahr über unsere Fortschritte berichten.