

# Kriterienübersicht: Die VIER PFOTEN Atlas Challenge

Umfrage zur Fleisch- und Fischreduktion als Ansatz für eine nachhaltige und innovative Strategie

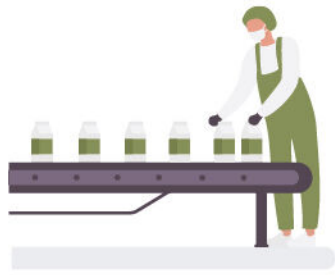
Die Übersicht zeigt die Märkte, in denen die untersuchten Lebensmittelhersteller präsent sind. (HS) wurde neben dem Land hinzugefügt, in dem das Unternehmen seinen Hauptsitz hat.



Lebensmittelhersteller	Märkte (HS = Hauptsitz)
Unilever 	Deutschland, Österreich, Schweiz, Vereinigtes Königreich (HS); weltweit
Nestlé 	Deutschland, Österreich, Schweiz (HS), Vereinigtes Königreich; weltweit
Dr. Oetker 	Deutschland (HS), Österreich, Schweiz, Vereinigtes Königreich; 40 Länder weltweit
Kraft Heinz 	Deutschland, Österreich, Schweiz, Vereinigtes Königreich; Vereinigte Staaten von Amerika (HS); weltweit
Nomad Foods 	Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Italien, Irland, Niederlande, Norwegen, Österreich, Portugal, Schweden, Schweiz, Spanien, Ungarn, Vereinigtes Königreich (HS)
Continental Foods 	Deutschland, Belgien (HS), Finnland, Frankreich, Schweden
Nissin Foods 	Deutschland, Österreich, Schweiz, Vereinigtes Königreich; Japan (HS); weltweit
Bofrost 	Deutschland (HS), Österreich, Schweiz, Belgien, Frankreich, Griechenland, Italien, Kroatien, Luxemburg, Niederlande, Slowenien, Spanien
Frosta 	Deutschland (HS), Österreich, Italien, Polen, Rumänien, Russland, Slowakei, Tschechien, Ungarn
Struik Foods Europe 	Deutschland, Niederlande (HS), Vereinigtes Königreich; Europa
Premier Foods 	Australien, Deutschland, Irland, Österreich, Vereinigtes Königreich (HS), Vereinigte Staaten von Amerika
Princes Group 	Österreich, Vereinigtes Königreich (HS); zunehmende Präsenz in Europa
Oriental Food Express 	Vereinigtes Königreich (HS); Europa
Mr. Lee's Noodles 	Vereinigtes Königreich (HS); weltweit
Orkla Group 	Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Indien, Lettland, Litauen, Norwegen (HS), Österreich, Rumänien, Russland, Schweden, Schweiz, Slowakei, Tschechien, Ungarn, Vereinigtes Königreich
Maresi 	Österreich (HS), Rumänien, Slowakei, Tschechien, Ungarn
Hero 	Deutschland, Schweiz (HS), Vereinigtes Königreich; weltweit
Meica 	Deutschland (HS), Österreich, Schweiz, Vereinigtes Königreich; weltweit

Die Tabelle auf den folgenden zwei Seiten gibt einen Überblick über die wichtigsten Indikatoren, auf denen das Ranking der führenden Hersteller von Convenience Food (Fertigprodukten) basiert. Für die Auswertung wurden die Indikatoren in vier Bereiche unterteilt. Bitte beachten Sie, dass aufgrund des spezifischen Bewertungssystems des Fragebogens auch bei Erfüllung aller oder vieler Kriterien das Unternehmen nicht automatisch die höchste Punktzahl im Ranking erreicht hat.

## Firmenname



## Markenbeispiele

Unilever		Nestlé		Dr. Oetker		Kraft Heinz		Nomad Foods		Continental Foods		Nissin Foods Europe		Bofrost		Frosta		Struik Foods Europe		Premier Foods		Princes Group		Oriental Food Express		Mr. Lee's Noodles		Orkla Group		Maresi		Hero		Meica	
DACH*	UK*	DACH*	UK*	DACH*	UK*																														
Knorr, Pfanni	Pot Noodle	Maggi, Wagner, Findus	Ristorante Pizza	Chicago Town	WW, Heinz Beanz	Iglo, BirdsEye	Erasco, Heisse Tasse	Cup Noodles										Sonnen Basser mann	Aahi/Bistro, Batchelors	Hunger Breaks, Crosse & Blackwell	Kung Fu Food														

## CSR / Jahresbericht / Philosophie

1. Zugänglichkeit des Jahresberichts / CSR	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	✓	⊘	✓	✗	✓	⊘	✓	✓	⊘	⊘	✓	✓	⊘	⊘	✓	✓	✓	⊘	⊘	✓	✓	✓	✓	⊘	
2. Nachhaltige Ernährung ist Teil des Jahresberichts	✓	✓	✓	✗	⊘	✓	✓	⊘	✓	✗	✓	⊘	✓	✗	✓	⊘	✓	⊘	✓	✓	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘
3. Nachhaltigkeit als unternehmerische Verantwortung zur Reduzierung ökologischer Folgen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	⊘	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. Stellungnahme / Richtlinie zu ökologischer Nachhaltigkeit	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	✓	⊘	✓	✓	✓	⊘	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	⊘	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	
5. Stellungnahme / Richtlinie zu pflanzlichen Proteinen	✓	✓	✓	✗	⊘	⊘	✓	⊘	✓	✗	✓	⊘	✗	✗	⊘	⊘	✓	⊘	✗	✗	⊘	⊘	✓	✓	⊘	⊘	✓	✓	⊘	⊘	
6. Stellungnahme / Richtlinie zur Reduzierung von Fleisch	✗	✗	✗	✗	⊘	⊘	✗	⊘	✗	✗	✓	⊘	✗	✗	⊘	⊘	✓	⊘	✗	✗	⊘	⊘	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	⊘	
7. Stellungnahme / Richtlinie zu Fisch / Meeresfrüchten	—	—	✓	✓	⊘	✓	✓	⊘	✓	✓	✓	⊘	✓	✓	—	✓	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	—	—	
8. Stellungnahme / Richtlinie zu innovativem pflanzlichem Fleischersatz	✓	⊘	✓	✓	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	✗	✓	⊘	✗	✗	⊘	⊘	✓	⊘	✗	✗	⊘	⊘	✓	✓	⊘	⊘	✓	✓	⊘	✓	

## Produktportfolio

1. Bieten rein pflanzliche Produkte an	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗
2. Bieten vegetarische Produkte an	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. Bieten pflanzliche Fleischersatz- / innovative Produkte an	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	⊘	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	✓
4. Bieten Fisch- / Meeresfrüchte-Ersatzprodukte an	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
5. Entfernen fleischhaltiger Zutaten / Ersetzen durch pflanzliche	✗	⊘	✓	✗	⊘	⊘	✗	⊘	⊘	✓	✓	⊘	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘
6. Reduzieren von Produkten mit Fisch / Meeresfrüchten	—	—	⊘	✗	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	✗	✓	—	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	—	—	—	



## Firmenname



## Markenbeispiele

Firmenname	Unilever	Nestlé	Dr. Oetker	Kraft Heinz	Nomad Foods	Continental Foods	Nissin Foods Europe	Bofrost	Frosta	Struik Foods Europe	Premier Foods	Princes Group	Oriental Food Express	Mr. Lee's Noodles	Orkla Group	Maresi	Hero	Meica
Knorr, Pfanni																		
	DACH*	UK*	DACH*	UK*														
Pot Noodle																		
Maggi, Wagner, Findus																		
Ristorante Pizza																		
Chicago Town																		
WW, Heinz Beanz																		
Iglo, BirdsEye																		
Erasco, Heisse Tasse																		
Cup Noodles																		
Sonnen Bassermann																		
Aah!Bistro, Batchelors																		
Hunger Breaks, Crosse & Blackwell																		
Kung Fu Food																		
Felix																		
Inzersdorfer																		

## Marketing

1. Hervorheben pflanzlicher Produkte	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗
2. Stellen pflanzliche und Fleischersatz-Produkte auf Website in Mittelpunkt	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗
3. Heben pflanzliche und Fleischersatz-Produkte unter diversen Gesichtspunkten hervor	✓	✓	✓	✗	⊖	✓	✓	⊖	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗
4. Weisen auf Vorteile und Wichtigkeit von Fleischreduktion hin	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗	⊖	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗

## Bereitschaft &amp; Engagement in Zukunft

1. Teilnahme an Partnerschaften / Initiativen / Programmen zur Förderung von Fleischreduktion und pflanzlichen Produkten	✓	✓	✗	✗	⊖	✓	✓	⊖	✗	✓	⊖	✓	⊖	⊖	✓	✓	✗	⊖	⊖
2. Verpflichten sich zu Ansätzen / Strategien zur Fleischreduktion	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	✗	⊖	✗	✓	⊖	✗	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖
3. Verpflichten sich zu Ansätzen / Strategien zur Reduktion von Fisch / Meeresfrüchten	—	—	✓	✗	⊖	⊖	✓	⊖	✗	✓	—	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	—	—	
4. Ausweitung / Entwicklung von pflanzlichen Lebensmitteln und/oder Fleischersatz	✓	✓	✓	✓	⊖	⊖	✓	✓	✓	✓	⊖	✓	⊖	⊖	✓	✓	⊖	⊖	

## Zusätzliche Punkte

i Antwort erhalten	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗
ii Transparenz / Zugänglichkeit der Informationen	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✗

Legende: ✓ = Ja ✗ = Nein — = Nicht zutreffend / Nicht Teil des Produktportfolios

⊖ = Im Rahmen des Recherchezeitraums konnten keine öffentlich zugänglichen Informationen gefunden werden

\* DACH: Abkürzung für Deutschland (DE), Österreich (AT) + Schweiz (CH)

\*\* UK = United Kingdom = Vereinigtes Königreich

**Haftungsausschluss:** Der Zeitraum für Recherche und Datenerhebung durch VIER PFOTEN erstreckte sich von Dezember 2019 bis 30. Juni 2020. Eventuelle Änderungen seitens der Unternehmen, die nach dem 30. Juni 2020 vollzogen wurden und das Ergebnis des Rankings beeinflussen könnten, wurden nicht mehr berücksichtigt. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an: [TheAtlasChallenge@vier-pfoten.org](mailto:TheAtlasChallenge@vier-pfoten.org)