

20.04.2021 – 14:06 Uhr

PepsiCo weitet Maßnahmen für nachhaltige Landwirtschaft entschlossen aus



Neu-Isenburg (ots) -

- Beschaffung der wichtigsten Zutaten wird 100 Prozent nachhaltig
- Einsatz regenerativer Anbaumethoden wird bis 2030 auf sieben Millionen Hektar ausgeweitet und spart dadurch drei Millionen Tonnen CO₂
- PepsiCo entwickelt mit WWF Standard zur Messbarkeit nachhaltiger Landwirtschaft

PepsiCo, Inc. (NASDAQ:PEP) verschärft mit der "Positive Agriculture"-Agenda seine Ziele im Bereich nachhaltiger Landwirtschaft. Das Unternehmen setzt dazu bei der Beschaffung der wichtigsten Inhaltsstoffe seiner Produkte zu 100 Prozent auf Nachhaltigkeit. Weltweit verbessert PepsiCo im Zuge dessen zudem die Lebensbedingungen von

mehr als 250.000 Menschen, die entlang seiner landwirtschaftlichen Produktionskette beschäftigt sind. Zudem will PepsiCo bis 2030 den Einsatz von Anbaumethoden für regenerative Landwirtschaft auf eine Fläche von sieben Millionen Hektar ausweiten. Das entspricht nahezu dem gesamten landwirtschaftlichen Fußabdruck des Unternehmens und ist flächenbezogen äquivalent zu rund 50 Prozent der landwirtschaftlichen Flächen in Deutschland. Das Unternehmen schätzt, dass dadurch bis zum Ende des Jahrzehnts mindestens drei Millionen Tonnen an Treibhausgasemissionen eingespart werden können, das entspricht dem jährlichen CO₂-Ausstoß von rund 652.000 Autos.

"Jeder Plan, der die Bewältigung der drängendsten Herausforderungen unseres weltweiten Nahrungsmittelsystems in den Blick nimmt, muss sich mit der Landwirtschaft befassen. Die Landwirtschaft sichert die Ernährung von Milliarden von Menschen und ist ein zentraler Hebel beim Kampf gegen den Klimawandel und die soziale Ungleichheit. Wenn wir zusammenarbeiten, können wir unseren CO₂-Fußabdruck minimieren, die steigende Weltbevölkerung mit Nahrungsmitteln versorgen und für mehr Mitbürger ein soziales Auskommen generieren", so Ramon Laguarda, Chairman und CEO von PepsiCo.

Im Laufe des letzten Jahrhunderts haben konventionelle Anbaumethoden zu einem erheblichen Bodenverlust sowie einer Verschlechterung der Böden beigetragen. Gleichzeitig ist das heutige Nahrungsmittelsystem der Grund für etwa ein Drittel aller Treibhausgase. Die Landwirtschaft trägt derzeit also zu vielen der drängendsten ökologischen und sozialen Herausforderungen der Welt bei, kann aber auch ein Teil der Lösung sein. Das Unternehmen will seine Rolle als zweitgrößter, börsennotierter Lebensmittelkonzern der Welt nutzen, um den Zustand des Ökosystems wiederherzustellen und zu verbessern.

1. PepsiCo wird die wichtigsten Zutaten seiner Produkte nur noch aus Quellen beziehen, die zu 100 Prozent nachhaltig sind - und dabei werden nicht nur landwirtschaftliche Erzeugnisse berücksichtigt, die PepsiCo direkt bezieht, sondern auch wichtige Produkte von Drittanbietern, wie Pflanzenöle und Getreide.

- Beispielsweise stammen die von PepsiCo direkt bezogenen landwirtschaftlichen Erzeugnisse in 28 Ländern bereits heute zu 100 Prozent aus nachhaltigem Anbau und weltweit stammt der verwendete Rohrzucker zu 100 Prozent aus von Bonsucro zertifizierten Farmen.

2. PepsiCo will die Lebensgrundlage von mehr als 250.000 Menschen verbessern und die Gemeinschaften stärken, die Teil der landwirtschaftlichen Wertschöpfungskette seiner Produkte sind.

- Unter anderem durch eine finanzielle Besserstellung von Kartoffelbauern in Märkten wie der Türkei, Ukraine oder Ungarn beispielsweise durch Vorauszahlungen und die Erschließung neuer Umsatzmöglichkeiten wodurch ohne Verschuldung Dünger und Samen gekauft werden können.

Die Anbaumethoden für eine regenerative Landschaft werden auf sieben Millionen Hektar ausgeweitet- das entspricht etwa 100 Prozent der Fläche, auf der PepsiCo weltweit Zutaten für seine Produkte anbauen lässt und ist flächenbezogen äquivalent zu rund 50 Prozent der gesamten landwirtschaftlichen Flächen in Deutschland. Dies führt zur Reduktion der CO₂-Emissionen von mindestens drei Millionen Tonnen, was der Menge entspricht, die rund 652.000 Autos jährlich ausstoßen.

- Beispielsweise durch die Entwicklung neuer Technologien wie die in Großbritannien vor kurzem eingeführte "Circular Potato"-Technologie, welche Kartoffelschalen der Chipsproduktion dazu nutzt emissionsarmen und nährstoffreichen Dünger herzustellen. Diese Technologie wird ab 2022 auch in Deutschland zum Einsatz kommen.

Messbarkeit regenerativer Landwirtschaft

PepsiCo setzt sich für die Etablierung von branchenweiten Standards und Messungen für eine regenerative Landwirtschaft ein. In Ermangelung solcher Standards wird PepsiCo selbst den Fortschritt bei der Umsetzung seiner "Positive Agriculture"-Ziele messen. Dazu gehören die Verbesserung der Bodengesundheit und -fruchtbarkeit, die Bindung von CO₂ in den Böden und das Einsparen von Emissionen, die Verbesserung der Gesundheit des Wassereinzugsgebiets, die Erhöhung der Biodiversität sowie die Verbesserung der Lebensgrundlage der Landwirte. PepsiCo arbeitet dabei mit führenden Organisationen wie dem World Wildlife Fund (WWF) zusammen, um eine Methode zur Festlegung wissenschaftlich fundierter Ziele für das Wasser zu entwickeln, die die Vorteile regenerativer und widerstandsfähiger Anbausysteme und -praktiken für die Wasserqualität und -menge berücksichtigt.

"Die Zusammenarbeit über die gesamte Lieferkette hinweg ist notwendig, wenn wir das Nahrungsmittelsystem umgestalten, CO₂-Emissionen reduzieren, gesunde Wassereinzugsgebiete stärken, die Artenvielfalt wiederherstellen und Lebensgrundlagen verbessern wollen", so Sheila Bonini, Senior Vice President of Private Sector Engagement beim World Wildlife Fund (WWF). "Es ist ermutigend, dass PepsiCo einen Ansatz für seine

landwirtschaftlichen Lieferketten ankündigt, der sowohl für die Natur als auch für die Menschen positiv sein kann. Der WWF freut sich auf die Zusammenarbeit mit PepsiCo im Rahmen seiner ehrgeizigen Agenda für eine regenerative Landwirtschaft."

* * *

Über PepsiCo

PepsiCo Produkte werden von Verbrauchern pro Tag mehr als eine Milliarde Mal in über 200 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt konsumiert. Mit seinem umfangreichen Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana und SodaStream gehören, erzielte PepsiCo 2020 einen Nettoumsatz von mehr als 70 Milliarden US-Dollar. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine Vielzahl an genussvollen Lebensmitteln und Getränken, darunter 23 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz generieren.

PepsiCo wird von der Vision geleitet, der globale Marktführer für Convenient Foods and Beverages zu sein - durch "Winning with Purpose". "Winning with Purpose" steht für unser Ziel, langfristig im Markt zu gewinnen und Nachhaltigkeit in alle Bereiche unseres Geschäfts zu integrieren. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com und www.pepsico.de.

Vorbehaltserklärung

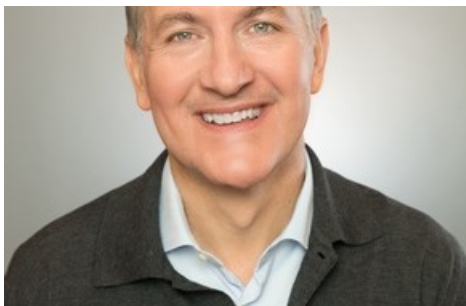
Diese Pressemitteilung enthält Aussagen, die unsere Ansichten über unsere zukünftigen Leistungen widerspiegeln und "zukunftsgerichtete Aussagen" im Sinne des Private Securities Litigation Reform Act von 1995 darstellen. Zukunftsgerichtete Aussagen sind im Allgemeinen durch die Verwendung von Wörtern wie "zielen", "antizipieren", "glauben", "vorantreiben", "einschätzen", "erwarten", "anstreben", "beabsichtigen", "können", "planen", "projizieren", "Strategie", "Ziel" und "werden" oder ähnliche Aussagen oder Variationen solcher Begriffe und andere ähnliche Ausdrücke gekennzeichnet. Zukunftsgerichtete Aussagen sind naturgemäß mit Risiken und Ungewissheiten verbunden, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in solchen Aussagen vorhergesagten abweichen, einschließlich der Auswirkungen der Verbreitung von COVID-19; der zukünftigen Nachfrage nach PepsiCo-Produkten aufgrund von Änderungen der Verbraucherpräferenzen oder anderweitig; Gesetzesänderungen in Bezug auf die Verwendung oder Entsorgung von Kunststoffen oder anderen Verpackungen von PepsiCo-Produkten; Änderungen oder Nichteinhaltung geltender Gesetze und Vorschriften; Auferlegung oder vorgeschlagene Auferlegung neuer oder erhöhter Steuern, die auf PepsiCo-Produkte abzielen; Auferlegung von Kennzeichnungs- oder Warnhinweisen für PepsiCo-Produkte; die Fähigkeit von PepsiCo, wirksam zu konkurrieren; politische Bedingungen, zivile Unruhen oder andere Entwicklungen und Risiken auf den Märkten, auf denen PepsiCo-Produkte hergestellt, vertrieben oder verkauft werden; die Fähigkeit von PepsiCo, sein Geschäft in Entwicklungs- und Schwellenländern auszubauen; unsichere oder ungünstige wirtschaftliche Bedingungen in den Ländern, in denen PepsiCo tätig ist; die Fähigkeit, Informationssysteme vor einem Vorfall oder einer anderen Störung der Cybersicherheit zu schützen oder wirksam darauf zu reagieren; erhöhte Kosten, Lieferunterbrechungen oder Engpässe bei Rohstoffen und anderen Vorräten; Wasserknappheit; Geschäftsunterbrechungen; Produktverunreinigung oder -manipulation oder Probleme oder Bedenken hinsichtlich Produktqualität, -sicherheit und -integrität; Schädigung des Rufs oder des Markenimages von PepsiCo; Versagen bei der erfolgreichen Durchführung, Integration oder Verwaltung von Übernahmen und Joint Ventures in die bestehenden Betriebe von PepsiCo oder bei der Durchführung oder Verwaltung von Veräußerungen oder Neuausrichtungen; die Fähigkeit von PepsiCo, Schlüsselmitarbeiter oder hoch qualifizierte und vielfältige Arbeitskräfte anzuwerben, einzustellen oder zu halten; Verlust oder eine erhebliche Verringerung der Verkäufe an Schlüssellkunden; Störungen in der Einzelhandelslandschaft, einschließlich des schnellen Wachstums des E-Commerce-Kanals und der Harddiscounter; Klimawandel oder rechtliche, regulatorische oder marktbezogene Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels; potenzielle Verbindlichkeiten und Kosten aus Rechtsstreitigkeiten, Forderungen, Gerichts- oder Regulierungsverfahren, Untersuchungen oder Ermittlungen; und andere Faktoren, die den Preis der öffentlich gehandelten Wertpapiere von PepsiCo und die finanzielle Leistung negativ beeinflussen können. Weitere Informationen zu diesen und anderen Faktoren, die dazu führen könnten, dass sich die tatsächlichen Ergebnisse von PepsiCo erheblich von den hier dargelegten unterscheiden, finden Sie in den Einreichungen von PepsiCo bei der Securities and Exchange Commission, einschließlich des jüngsten Jahresberichts auf Formular 10-K und nachfolgender Berichte auf den Formularen 10-Q und 8-K. Investoren werden davor gewarnt, sich in unangemessener Weise auf solche zukunftsgerichteten Aussagen zu verlassen, die nur zum Zeitpunkt ihrer Abgabe Gültigkeit haben. PepsiCo übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren, sei es aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen.

Pressekontakt:

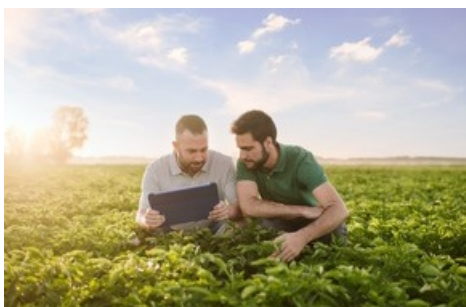
Adriana Cerami

Lead Corporate Communications D/A/CH

Medieninhalte



"Jeder Plan, der die Bewältigung der drängendsten Herausforderungen unseres weltweiten Nahrungsmittelsystems in den Blick nimmt, muss sich mit der Landwirtschaft befassen. Die Landwirtschaft sichert die Ernährung von Milliarden von Menschen und ist ein zentraler Hebel beim Kampf gegen den Klimawandel und die soziale Ungleichheit. Wenn wir zusammenarbeiten, können wir unseren CO2-Fußabdruck minimieren, die steigende Weltbevölkerung mit Nahrungsmitteln versorgen und für mehr Mitbürger ein soziales Auskommen generieren", so Ramon Laguarta, Chairman und CEO von PepsiCo. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



"Jeder Plan, der die Bewältigung der drängendsten Herausforderungen unseres weltweiten Nahrungsmittelsystems in den Blick nimmt, muss sich mit der Landwirtschaft befassen. Die Landwirtschaft sichert die Ernährung von Milliarden von Menschen und ist ein zentraler Hebel beim Kampf gegen den Klimawandel und die soziale Ungleichheit. Wenn wir zusammenarbeiten, können wir unseren CO2-Fußabdruck minimieren, die steigende Weltbevölkerung mit Nahrungsmitteln versorgen und für mehr Mitbürger ein soziales Auskommen generieren", so Ramon Laguarta, Chairman und CEO von PepsiCo. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



"Jeder Plan, der die Bewältigung der drängendsten Herausforderungen unseres weltweiten Nahrungsmittelsystems in den Blick nimmt, muss sich mit der Landwirtschaft befassen. Die Landwirtschaft sichert die Ernährung von Milliarden von Menschen und ist ein zentraler Hebel beim Kampf gegen den Klimawandel und die soziale Ungleichheit. Wenn wir zusammenarbeiten, können wir unseren CO2-Fußabdruck minimieren, die steigende Weltbevölkerung mit Nahrungsmitteln versorgen und für mehr Mitbürger ein soziales Auskommen generieren", so Ramon Laguarta, Chairman und CEO von PepsiCo. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



"Jeder Plan, der die Bewältigung der drängendsten Herausforderungen unseres weltweiten Nahrungsmittelsystems in den Blick nimmt, muss sich mit der Landwirtschaft befassen. Die Landwirtschaft sichert die Ernährung von Milliarden von Menschen und ist ein zentraler Hebel beim Kampf gegen den Klimawandel und die soziale Ungleichheit. Wenn wir zusammenarbeiten, können wir unseren CO2-Fußabdruck minimieren, die steigende Weltbevölkerung mit Nahrungsmitteln versorgen und für mehr Mitbürger ein soziales Auskommen generieren", so Ramon Laguarta, Chairman und CEO von PepsiCo. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.