

Unilever

Aktives Engagement



AUGUST 2023

Marketing-Dokument



Thema.

Unilever, Marktführer für Haushalts- und Körperpflegeprodukte (64 %), zählt zudem zu den fünf größten Herstellern verpackter Lebensmittel (21,8 Mrd. € oder 36 % des Umsatzes).¹ Das Unternehmen hat seinen Sitz in London, beschäftigt Mitarbeiter in 100 Ländern und vertreibt Produkte in 190 Ländern. Die Regierungen versuchen weltweit, Adipositas zu bekämpfen, deren Vorkommen sich laut der Weltgesundheitsorganisation seit 1975 nahezu verdreifacht hat.² Eine Zunahme der Vorschriften und Verbrauchertrends fordern gesündere Ernährung.

Als Branchenführer und wohl das geografisch weltweit am stärksten vertretene Lebensmittelunternehmen war Unilever eines der ersten Unternehmen, das die Lebensmitteltransparenz angegangen ist. Es spielt zwangsläufig eine Rolle bei der Schaffung weltweiter Standards und bewährter Praktiken für verpackte Lebensmittel.

Das Unternehmen ist führend im Bereich Lebensmitteltransparenz mit Hinsicht auf verpackte Lebensmittel, doch Candriam und auch andere Anleger sind der Ansicht, dass die gesamte Branche ihre Produkte und Berichterstattung nur langsam verbessert hat.

Unilever verfügt über sein eigenes Nutrient Profiling Model (Nährwertprofil-Modell – NPM) ³, es war jedoch unklar, ob es den von der Regierung befürworteten Standards/Vorschriften entspricht. Das Unternehmen veröffentlichte Ziele und verfolgte diese dann, wie beispielsweise Salz in seiner gesamten Produktlinie und Zucker in seiner Eislinie. Laut Angaben von Unilever stammten 61 % seines Umsatzes im Jahr 2020 mit Lebensmitteln und Getränken von Produkten mit „hohen Ernährungsstandards“ und das Unternehmen verpflichtete sich, diese Zahl bis 2022 auf 70 % zu steigern.⁴

Candriam und auch andere Anleger befürchteten, dass Unilever nicht die erforderlichen Informationen preisgibt, um die Fortschritte des Unternehmens mit Hinsicht auf die Standards und Vorschriften der Regierungen und Behörden unabhängig nachzuverfolgen. Berechnungen der ATNI (siehe Kasten) zufolge könnten lediglich 17 % der weltweiten Lebensmittel- und Getränkeprodukte von Unilever als „gesündere“ ⁵ Produkte angesehen werden. Damit steht Unilever in der Branche auf Platz zwei, die Anleger wünschen sich allerdings erneut eine branchenweite Verbesserung.

¹ Nach Umsatz. Jahresbericht 2022 von Unilever, Seiten 52-3. [Unilever-annual-report-and-accounts-2022.pdf](#). Aufgerufen am 27. Juni 2023.

² Weltgesundheitsorganisation, Newsroom, 9. Juni 2021. [Obesity and overweight \(who.int\)](#). Aufgerufen am 10. Juli 2023.

³ Beim „Nutritional Profiling Model“ handelt es sich um Unilevers internes und geschütztes Lebensmittelmodell und entsprechende Standards.

⁴ ShareAction, 2022. Special health diets resolution at Unilever PLC for consideration at 2022 AGM. [Unilever-Resolution-2022.pdf \(assets.servd.host\)](#), aufgerufen am 27. Juni 2023.

⁵ ATNI, jüngster Bericht über Unilever, 2021. [Unilever – Access to Nutrition](#). Aufgerufen am 10. Juli 2023.

Transparenz und Berichterstattung: **ATNI**

Die ATNI, oder die [Access to Nutrition Initiative](#), ist die weltweit führende Organisation für den Vergleich von Lebensmitteln. Die gemeinnützige Initiative wurde im Jahr 2013 gegründet, um den Markt für verpackte Lebensmittel zu verändern, sodass diese Produkte nachhaltig, erschwinglich und Teil einer „gesunden“ Ernährung sein können. Sie arbeitet hierzu mit Lebensmittelunternehmen, Anlegern, politischen Entscheidungsträgern und Verbrauchergruppen zusammen. Candriam konsultiert gemeinsam mit weiteren Anlegern die ATNI für unabhängige und vergleichbare Daten.

Die Organisation ist führend bei der Definition von Vergleichen für Lebensmittel und veröffentlicht alle zwei (oder drei) Jahre den Global ATNI Index.

Da die Hersteller oftmals ihre eigenen Messungen vornehmen und die Regierungen nationale Definitionen und Standards aufweisen, bietet die ATNI Messungen, die einen Vergleich zwischen Herstellern und Ländern ermöglichen und unabhängig überprüft werden können.

Positive Ernährung | Unilever



Die Situation bis heute.

Das Engagement kann zu einer „**positiven Dynamik**“ führen.

Seit dem Jahr 2018 ist Candriam Mitglied einer ATNI-Arbeitsgruppe und arbeitet aktiv mit Unilever, um die Praktiken und Transparenz des Unternehmens in Bezug auf die Ernährung zu verbessern. Wir haben uns auch seit 2019 persönlich mit Unilever zum Thema Zucker in Lebensmittelprodukten zusammengesetzt. Die Ernährung ist eng mit der Gesundheit verknüpft und eine schlechte Ernährung ist eng mit einer Reihe von chronischen Krankheiten verknüpft, wobei es sich wiederum um einen wesentlichen Kostenpunkt für die Volkswirtschaften mit Hinsicht auf die Produktivität der Arbeitskräfte und in vielen Fällen für die Haushalte der Regierungen handelt. Die Länder führen zunehmend regulatorische Auflagen oder Steuern ein, um so eine bessere Ernährung zu fordern oder zu fördern. Die Erwartungen der Verbraucher an die Ernährung und die Transparenz von Ernährungsinformationen steigen und die Anleger nehmen dies zur Kenntnis.

Unilever hat zwar Fortschritte gemacht, aber so wie auch die Fortschritte der Agrar- und Lebensmittelbranche insgesamt lag dies hinter unseren Erwartungen. Im Jahr 2021 haben wir gemeinsam mit dem Investoren-Netzwerk Healthy Markets, das von ShareAction geleitet

wird, eine Aktionärsbeschluss zu Ernährungszielen und Ernährungstransparenz für die JHV 2022 eingereicht. Einer der Gründe, warum wir Unilever wählten, war sein **Einfluss** in einer wettbewerbsintensiven Branche, seine Größe, der Umfang seiner Lieferkette und sein Fokus auf positive Ernährung sowie Gesundheit und Wohlbefinden im Rahmen seines Leitbilds.

Im März 2022 [verkündete Unilever](#) seine Entscheidung, die Leistung seines weltweiten Produktportfolios und sechzehn spezifische Märkte anhand sechs von der Regierung befürworteten Nutrition Profile Models zu veröffentlichen sowie seine eigenen höchsten Ernährungsstandards sowohl in Bezug auf das Volumen als auch den Umsatz. Es ist das erste weltweit tätige Lebensmittelunternehmen, das solch eine Verpflichtung eingeht. Die Aktionärsgruppe **zog unseren Beschluss zurück** und erklärte sich dazu einverstanden, den Leistungsvergleich von Unilever genau zu beobachten und währenddessen mit Unilever in Kontakt zu bleiben.

Im Oktober 2022 hat Unilever dies mit seinem NPM [in die Praxis umgesetzt](#). Unilever nutzte Ernährungsumfragen aus dem Vereinigten Königreich, Frankreich, Brasilien, den USA und China, um die geringere Aufnahme von Kalorien, Zucker, Salz und gesättigten Fettsäuren zu zeigen.

Und erneut.

Ein Erfolg! Unilever hat mit seinen Aktionären zusammengearbeitet und „seine Leistung gesteigert“. Darüber hinaus, und wie dies von aktiven Anlegern erwartet wird, haben seitdem zwei der fünf weltweit größten Lebensmittelunternehmen nachgezogen und so die Vergleichsbasis der Branche gesteigert.

Im November 2022 verpflichtete sich **Nestlé**, das nach Umsatz weltweit größte Lebensmittelunternehmen, öffentlich zur Transparenz im Bereich Ernährung und genauer gesagt zur Verwendung der weit anerkannten

ATNI-Methodik und der Berichterstattung zu ausgewählten Produktportfolios in 14 Ländern jeweils nach den von der Regierung der Länder befürworteten Methoden. Nestlé lag zwar von 2018 bis 2021 auf dem ersten Platz des Global ATNI Index, wir arbeiten jedoch weiter eng mit dem Unternehmen an Umformulierungen und Strategien zusammen, um den Anteil des auf gesunde Produkte entfallenden Umsatzes zu steigern.⁶

Im März 2023 änderte ein weiteres der fünf weltweit größten Lebensmittelunternehmen, **Danone**,

⁶ Alarabiya.net, Bloomberg, 22. März 2023. [Nestlé gets a third of sales from foods considered unhealthy, as per firm's rating | Al Arabiya English](#), aufgerufen am 6. Juli 2023. Pressemitteilung von Nestlé, 17. November 2022.

[Nestlé to provide transparency on nutritional value of its portfolio \(nestle.com\)](#), aufgerufen am 6. Juli 2023.

⁷ FoodNavigator Europe, 6. und 21. März 2023. [„90 % of our portfolio will be HFSS-compliant“: A deep dive into Danone's new health commitments in UK and Ireland](#), aufgerufen am 6. Juli 2023. Die Abkürzung HFSS steht für *high in fat, salt, and sugar* (hoher Anteil an Fett, Salz und Zucker). Unilever



seine Ernährungsziele und die entsprechende Berichterstattung, wenngleich lediglich im Vereinigten Königreich und in Irland.⁷ Danone verpflichtete sich zudem, dass 90 % seines Umsatzes nach Volumen laut dem Health Star-System der ATNI als „gesund“ eingestuft werden wird. Wir arbeiten weiter gemeinsam mit dem Unternehmen zusammen, das im Global ATNI Index auf dem vierten Platz liegt, damit es seine Ernährungsziele auf das gesamte Unternehmen erweitert.

Die restliche Lebensmittelbranche, darunter auch Kraft Heinz und Kellogg aus den USA, veröffentlichen Ernährungsdaten nach ihren eigenen Kriterien. Wir würden es bevorzugen, dass sie Standards verwenden würden, die den Aktionären und Stakeholdern einen einfacheren Vergleich ermöglichen.

Und die nächsten Schritte?

Wir arbeiten weiter individuell und gemeinsam mit den führenden Unternehmen für verpackte Lebensmittel zusammen. Wir sehen uns als Partner und möchten die Emittenten dabei begleiten, ihre Transparenz und Praktiken zu verbessern. Die Arbeit mit Unilever und seinen Pendanten sowie die Weitergabe bewährter Praktiken von einem Marktführer zu anderen führenden

Branchenakteuren schafft eine positive Dynamik, die sich auf den gesamten Markt und die gesamte Lieferkette auswirkt.

Anstatt einen endgültigen Standard festzulegen, hoffen wir, gemeinsam auf lange Sicht für Anleger und die Gesellschaft Verbesserungen herbeizuführen.



**Zwei weitere der fünf größten
Lebensmittelunternehmen
haben nachgezogen und somit die
Branchenstandards gesteigert.**



139 € Mrd.

verwaltetes Vermögen
Stand: Dezember 2022*



600

experten in
Ihrem Dienst



+25 Jahre

Vorreiter für
nachhaltiges Investieren

Dieses Marketing-Dokument dient ausschließlich Informationszwecken und stellt, vorbehaltlich ausdrücklicher anders lautender Vereinbarungen, weder ein Kauf- oder Verkaufsangebot für Finanzinstrumente noch eine Anlageempfehlung oder Transaktionsbestätigung dar. Candriam lässt bei der Auswahl der in diesem Dokument genannten Daten und ihrer Quellen größte Sorgfalt walten. Dennoch können Fehler oder Auslassungen nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden. Candriam haftet nicht für direkte oder indirekte Schäden oder Verluste, die aus der Verwendung dieses Dokuments entstehen könnten. Die Rechte von Candriam am geistigen Eigentum sind jederzeit zu wahren. Eine Vervielfältigung des Inhalts dieses Dokuments ist nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung seitens Candriam zulässig.

Candriam rät Anlegern stets, vor einer Anlage in einen unserer Fonds die Wesentlichen Anlegerinformationen, den Verkaufsprospekt sowie alle sonstigen relevanten Informationen, einschließlich des Nettoinventarwerts („NAV“) des Fonds zu lesen, die auf der Website www.candriam.com zur Verfügung stehen. Diese Informationen sind auf Englisch oder in den Landessprachen der Länder verfügbar, in denen der Fonds zum Vertrieb zugelassen ist.

*Per 31.12.2022 hat Candriam die Berechnungsmethode für das verwaltete Vermögen geändert. Das verwaltete Vermögen umfasst nun bestimmte Vermögenswerte, wie nicht diskretionär verwaltetes Vermögen, externe Fondsauswahl, Overlay-Services, einschließlich ESG-Screening-Services, [Beratungs-] Services, White-Label-Services und Modellportfolio-Lieferservices, die laut Definition der Form ADV der SEC nicht als „Regulatory Assets Under Management“ einzustufen sind. Das verwaltete Vermögen ist in USD angegeben. Nicht in USD angegebenes verwaltetes Vermögen wird zum Kassakurs per 31.12.2022 umgewandelt.



CANDRIAM. INVESTING FOR TOMORROW.
WWW.CANDRIAM.COM

CANDRIAM 
A NEW YORK LIFE INVESTMENTS COMPANY