

NACHHALTIGKEITS- BERICHT

2018

Beiersdorf

Beiersdorf im Überblick

Beiersdorf ist ein weltweit agierendes Unternehmen mit rund 20.000 Mitarbeitern und mehr als 160 Tochtergesellschaften. 2018 erzielte das Unternehmen – bestehend aus den beiden Unternehmensbereichen Consumer und tesa – einen Umsatz von 7.233 Millionen Euro.

Seit mehr als 135 Jahren setzt Beiersdorf immer wieder Meilensteine im Bereich der Hautpflege und der Klebtechnologie. Den Schwerpunkt unserer Aktivitäten bildet der Unternehmensbereich Consumer, der mit seinen Marken, wie NIVEA, Eucerin, Hansaplast und La Prairie, für innovative und hochwertige Haut- und Körperpflegeprodukte steht. Unser international erfolgreiches Markenportfolio orientiert sich an den Wünschen unserer Verbraucher und den jeweiligen lokalen Besonderheiten. Durch diese ausgeprägte Nähe zu Verbrauchern und Märkten und die konsequente

Weiterentwicklung unserer starken Hautpflegemarken überzeugen wir jeden Tag Millionen von Menschen.

Der Unternehmensbereich tesa ist ein wegweisender Hersteller von innovativen selbstklebenden Produkten und Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Konsumenten. Durch seine langjährige Erfahrung in der Beschichtungstechnologie und Entwicklung von Klebmassen zählt tesa in vielen Anwendungsbereichen zu den weltweiten Marktführern.

Unternehmerische Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt und nachhaltiges Denken und Handeln sind gelebte Bestandteile der Unternehmenskultur bei Beiersdorf und in den Geschäftsprozessen beider Unternehmensbereiche strategisch fest verankert.

Beiersdorf Markenportfolio



┌ Eine Beschreibung des Geschäftsmodells finden Sie im Kapitel „Geschäft und Strategie“ in unserem Konzernlagebericht des Geschäftsberichts 2018. └

Inhalt

Beiersdorf Consumer // tesa

- Beiersdorf im Überblick
- Vorwort
- Erklärung zum zusammengefassten Bericht

Beiersdorf Consumer



- S. c- **2** – Unternehmensbereich Consumer im Überblick
- S. c- **3** – Unsere Verantwortung
- S. c- **14** – Products
- S. c- **29** – Planet
- S. c- **39** – People
- S. c- **59** – Stakeholder Engagement

- S. c- **63** – Berichterstattung

tesa



- S. t- **3** – Vorwort
- S. t- **4** – Über diesen Bericht
- S. t- **5** – Das tesa Geschäftsmodell

- S. t- **7** – Unsere Verantwortung
- S. t- **12** – Compliance
- S. t- **15** – Mitarbeiter
- S. t- **26** – Umwelt
- S. t- **32** – Produktverantwortung
- S. t- **38** – Gesellschaftliches Engagement

Beiersdorf Consumer // tesa

- Prüfungsvermerk
- Impressum

Vorwort



STEFAN DE LOECKER
VORSITZENDER DES VORSTANDS



ZHENG RONG LIU
MITGLIED DES VORSTANDS
PERSONAL | NACHHALTIGKEIT | SERVICES

Liebe Leserinnen und Leser,

2018 war für Beiersdorf ein solides Jahr. Zu dem Wachstum haben beide Geschäftsbereiche – Consumer und tesa – beigetragen. Trotz des schwierigen Geschäftsumfelds in allen großen Märkten ist es uns gelungen, unser Geschäft im Einklang mit unserem langfristigen Nachhaltigkeitsengagement auszubauen.

Consumer

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie „We care.“ baut auf drei Säulen auf: „Products, Planet, People“. Damit deckt sie unsere Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette ab: von der nachhaltigen Rohstoffbeschaffung über die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter bis hin zur Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks sowie zur weltweiten Unterstützung sozial benachteiligter Familien.

Im Bereich „Products“ haben wir im Vergleich zum Vorjahr entscheidende Schritte nach vorne gemacht und sind unserem ambitionierten Ziel für 2020 deutlich näher gekommen – unter anderem durch die fortschreitende Umstellung unserer palmölbasierten Rohstoffbasis auf zertifizierte Inhaltsstoffe aus nachhaltigem Anbau. Zudem haben wir im Rahmen unseres Responsible Sourcing-Programms ein erstes Kleinbauern-Projekt in West-Kalimantan (Indonesien) initiiert. Gemeinsam mit dem „World Wide Fund for Nature“ (WWF) werden wir uns für den nachhaltigen Palmöl-

anbau und die Verbesserung der Lebensqualität der lokalen Bevölkerung engagieren.

Darüber hinaus zeigt die Arbeit an unserer „Product Sustainability Roadmap“, die wir 2017 erstellt haben, erste vielversprechende Ergebnisse. Diese werden in 2019, insbesondere im Bereich Plastikverpackungen, im Markt sichtbar sein. Gleichzeitig haben wir sehr gute Fortschritte bei der weltweiten Ausformulierung von Mikroplastik gemacht. In 2019 werden wir NIVEA Produkte auf den Markt bringen, in deren Formeln mikroplastikbasierte Trübungsmittel vollständig durch leicht biologisch abbaubare Alternativen ersetzt wurden.

Auch im Bereich „Planet“ konnten wir gute Fortschritte erzielen und unserem Ziel für 2025 näher kommen. Insbesondere konnten wir unsere CO₂-Emissionen pro Produkt im Berichtsjahr um 59% reduzieren und unseren Strombezug aus regenerativen Energiequellen weltweit auf 81% steigern. Darüber hinaus haben wir weiter an unserem Ziel „Zero Waste to Landfill“ gearbeitet und konnten 2018 neben den bereits etablierten 16 Produktionsstätten auch in 21 unserer Distributionszentren die Abfallentsorgung auf Depo-nien beenden.

Im Bereich „People“ engagieren wir uns auch über unser Unternehmensumfeld hinaus, um die Situation unserer Mitmenschen nachhaltig positiv zu beeinflussen, und viele unserer Mitarbeiter

sind passionierte Unterstützer unserer Projekte. 2013 haben wir uns das Ziel gesetzt, bis 2020 das Leben von einer Million Familien zu verbessern. Bis Ende 2018 haben wir das Leben von 961.936 Familien mit unseren globalen Initiativen positiv beeinflusst und haben damit unser Ziel in 2018 fast erreicht. Nun steht die Entwicklung einer neuen langfristigen sozialen Vision für uns im Mittelpunkt. Dabei werden wir uns an der „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ der Vereinten Nationen orientieren, die als Anker für die Formulierung neuer ambitionierter Ziele dient.

Wir danken allen Beiersdorf Mitarbeitern weltweit, die immer wieder neue Ideen einbringen und unsere Initiativen vorantreiben. Sie sind es, die täglich Nachhaltigkeit in ihre Arbeitsprozesse integrieren und wichtige Impulse für unser Unternehmen setzen. Wir kommen mit großen Schritten voran, unsere Nachhaltigkeitsagenda umzusetzen, das ist eine hervorragende Leistung.

tesa

Bei tesa ist Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil in allen Geschäftsprozessen fest verankert. Die Schwerpunkte bilden die vier strategischen Handlungsfelder Umwelt, Mitarbeiter, Produkte und Gesellschaft und werden regelmäßig überprüft.

In den Produktionsprozessen legt tesa den Fokus zum Beispiel auf die Reduktion der CO₂-Emissionen. Diese wird durch Energieeinsparungen, den Bezug von Strom aus regenerativen Quellen und die Eigenerzeugung von Strom erreicht. tesa hat sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 die spezifischen CO₂-Emissionen pro Tonne Endprodukt („location-based“) im Vergleich zum Referenzjahr 2015 um weitere 10% zu senken. Zum Berichtstichtag lag tesa bei -8,3% und befindet sich damit im Zielkorridor der angestrebten Reduktion.

Darüber hinaus arbeitet tesa kontinuierlich daran, seine Produktsortimente mithilfe von energieeffizienten, lösemittelfreien Herstellungsverfahren umweltfreundlicher zu gestalten. So hat tesa 2018 weitere Produktsortimente auf die ACX-Technologie umgestellt, was zu weiteren Energie-, Material- und Lösungsmittelleinsparungen führte. Wo möglich und sinnvoll, setzt tesa auch nachwachsende und recycelte Rohstoffe ein. Und im Rahmen des Corporate-Citizenship-Programms „tesa verbindet“ haben sich tesa Mitarbeiter weltweit auch im Berichtsjahr wieder in zahlreichen Initiativen ehrenamtlich engagiert.

2019: Nachhaltigkeit als Bestandteil der neuen Konzernstrategie

Wir verstehen Nachhaltigkeit als ganzheitlichen Ansatz – fest in der Unternehmenskultur und -strategie verankert und vollständig in die Entscheidungs- sowie Geschäftsprozesse integriert. Dieser Überzeugung folgend, werden wir die Wirksamkeit unserer Nachhaltigkeitsagenda in 2019 noch weiter intensivieren. Die geplante Überarbeitung der Konzernstrategie umfasst auch Nachhaltigkeit in Form neuer Initiativen und aktualisierter Zielsetzungen. Darüber werden wir im Geschäftsjahr 2019 ausführlich berichten.

Wir laden Sie nun dazu ein, sich auf den folgenden Seiten weiter über unsere Projekte und Aktivitäten aus dem Jahr 2018 zu informieren, und freuen uns über Ihre Anregungen.



STEFAN DE LOECKER



ZHENGRONG LIU

Erklärung zum zusammengefassten, gesonderten nichtfinanziellen Bericht des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG

Das „CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz“ (CSR-RUG) verpflichtet uns, wesentliche nichtfinanzielle Aspekte unserer Geschäftstätigkeit als Ergänzung zu unserer bestehenden Finanzberichterstattung offenzulegen. Dies sind insbesondere Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange sowie Aspekte hinsichtlich der Achtung der Menschenrechte und der Korruptionsbekämpfung.

In diesem Nachhaltigkeitsbericht ist der zusammengefasste, gesonderte nichtfinanzielle Bericht (NFB) des Beiersdorf Konzerns (Unternehmensbereiche Consumer und tesa) und der Beiersdorf AG gemäß § 315b HGB bzw. § 289b HGB integriert. Der Nachhaltigkeitsbericht wird am 27. Februar 2019 auf der [Beiersdorf Webseite](#) veröffentlicht.

Die wesentlichen nichtfinanziellen Themen der Unternehmensbereiche

Die Unternehmensbereiche Consumer und tesa haben im Jahr 2017 die für sie wesentlichen nichtfinanziellen Themen mithilfe einer Materialitätsanalyse (Unternehmensbereich Consumer Seite c-7, Unternehmensbereich tesa Seite t-11) identifiziert.

Für den Unternehmensbereich Consumer wurden Aus- und Weiterbildung, Beschäftigung, Arbeitssicherheit, Klima und Energie, Menschenrechte, Produktnachhaltigkeit, Produktsicherheit, soziale Bewertung der Lieferanten und wettbewerbswidriges Verhalten als wesentliche nichtfinanzielle Themen ermittelt. Für den Aspekt „Sozialbelange“ wurden keine wesentlichen NFB-relevanten Themen identifiziert.

Die wesentlichen nichtfinanziellen Themen des Unternehmensbereichs tesa sind Interne Nachbesetzung, Arbeitssicherheit, Klimaschutz und CO₂-Emissionen, Menschenrechte in der Lieferkette, Produktsicherheit sowie Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten.

Eine Übersicht der wesentlichen nichtfinanziellen Themen der Unternehmensbereiche Consumer und tesa sowie Kapitel- und Seitenangaben finden Sie in unserem Index zum nichtfinanziellen Bericht auf der nächsten Seite.

Die Angaben zu den wesentlichen nichtfinanziellen Themen erfolgen gesondert für die jeweiligen Unternehmensbereiche. Der Nachhaltigkeitsbericht für den Unternehmensbereich Consumer beinhaltet auch die Angaben für das Mutterunternehmen Beiersdorf AG. Grundsätzlich werden alle Informationen gemeinsam für den Beiersdorf Konzern und die Beiersdorf AG berichtet. Kennzahlen, die für die Beiersdorf AG separat erhoben werden, sind in einer Tabelle am Ende des Nachhaltigkeitsberichts für den Unternehmensbereich Consumer aufgeführt (Seite c-73).

Alle gesetzlich erforderlichen Angaben zu wesentlichen nichtfinanziellen Themen i. S. d. §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB sind in diesem Nachhaltigkeitsbericht seiten- oder absatzweise gekennzeichnet:

Unternehmensbereich Consumer

Unternehmensbereich tesa

Anwendung internationaler Rahmenwerke

Der Unternehmensbereich Consumer orientiert sich bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts an den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI). Der Nachhaltigkeitsbericht 2018 wurde erstmals anhand der GRI Standards in Übereinstimmung mit der Option „Kern“ erstellt.

Der Unternehmensbereich tesa ist seit über zehn Jahren Mitglied des „Global Compact der Vereinten Nationen“ (UNGC). In seinem Fortschrittsbericht informiert er zu den im Berichtszeitraum erzielten Erfolgen in den Themenfeldern Unternehmensführung, Mitarbeiter, Umweltschutz und Gesellschaftliches Engagement. Der Fortschrittsbericht wird als Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht und ist Teil des nichtfinanziellen Berichts des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG.

Aufgrund der unterschiedlichen Wesentlichkeitsanforderungen der GRI Standards beziehungsweise des UNGC und des CSR-RUG wurden für die Erstellung des nichtfinanziellen Berichts des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG keine internationalen Rahmenwerke gemäß § 315c Abs. 3 HGB i. V. m. § 289d HGB verwendet.

Index zum nichtfinanziellen Bericht (NFB)

		Kapitel im Nachhaltigkeitsbericht	Seite
Beschreibung des Geschäftsmodells	Eine Beschreibung unseres Geschäftsmodells finden Sie im Kapitel „Geschäft und Strategie“ in unserem Konzernlagebericht des Geschäftsberichts 2018.		
Wesentliche Risiken	Unternehmensbereich Consumer	Risikomanagement	Seite c-4
	Unternehmensbereich tesa	Risikomanagement	Seite t-11
NFB-Aspekt	Wesentliches nichtfinanzielles Thema	Kapitel im Nachhaltigkeitsbericht	Seite
Umweltbelange	Unternehmensbereich Consumer		
	Produktnachhaltigkeit	Unser Engagement im Bereich Products	Seite c-15
	Klima und Energie	Unser Engagement im Bereich Planet Energie Kennzahlen Beiersdorf AG	Seite c-30 Seite c-33 Seite c-73
	Unternehmensbereich tesa		
	Klimaschutz und CO ₂ -Emissionen	Klimaschutz und CO ₂ -Emissionen	Seite t-27
Arbeitnehmerbelange	Unternehmensbereich Consumer		
	Aus- und Weiterbildung	Menschen bei Beiersdorf Kennzahlen Beiersdorf AG	Seite c-47 Seite c-73
	Beschäftigung		
	Arbeitssicherheit	Arbeitsschutz Kennzahlen Beiersdorf AG	Seite c-54 Seite c-73
	Unternehmensbereich tesa		
	Interne Nachbesetzung	Interne Nachbesetzung	Seite t-16
	Arbeitssicherheit	Arbeitssicherheit	Seite t-17
Achtung der Menschenrechte	Unternehmensbereich Consumer		
	Menschenrechte	Menschenrechte	Seite c-10
	Soziale Bewertung der Lieferanten	Verantwortung in der Lieferkette	Seite c-11
	Unternehmensbereich tesa		
	Menschenrechte in der Lieferkette	Verantwortung in der Lieferkette	Seite t-33
Bekämpfung von Korruption und Bestechung (Compliance)	Unternehmensbereich Consumer		
	Wettbewerbswidriges Verhalten	Compliance Management Kennzahlen Beiersdorf AG	Seite c-8 Seite c-73
	Unternehmensbereich tesa		
	Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten	Compliance-Management-System Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten	Seite t-13 Seite t-13
Weitere Belange	Unternehmensbereich Consumer		
	Produktsicherheit	Sichere und verträgliche Produkte	Seite c-25
	Unternehmensbereich tesa		
	Produktsicherheit	Produktsicherheit	Seite t-34

Für den Aspekt „Sozialbelange“ wurden keine NFB-relevanten wesentlichen Themen identifiziert.

Nachhaltigkeitsbericht

2018

Unternehmensbereich Consumer



We care.

Our commitment to sustainability.

Beiersdorf

Inhalt

S. c- 2 – **Unternehmensbereich Consumer im Überblick**

S. c- 3 – **Unsere Verantwortung**

- S. c- 4 – Strategie
- S. c- 4 – Risikomanagement
- S. c- 5 – Fortschritte gegenüber unseren Zielen
- S. c- 6 – Organisatorische Verankerung und Ansprechpartner
- S. c- 7 – Materialitätsanalyse
- S. c- 8 – Compliance Management
- S. c- 10 – Menschenrechte
- S. c- 11 – Verantwortung in der Lieferkette
- S. c- 13 – Nachhaltigkeitsmanagement

S. c- 14 – **Products**

- S. c- 15 – Unser Engagement im Bereich Products
- S. c- 18 – Rohstoffe
- S. c- 23 – Verpackung
- S. c- 25 – Sichere und verträgliche Produkte

S. c- 29 – **Planet**

- S. c- 30 – Unser Engagement im Bereich Planet
- S. c- 33 – Energie
- S. c- 35 – Abfall
- S. c- 36 – Wasser

S. c- 39 – **People**

- S. c- 40 – Gesellschaftliches Engagement
- S. c- 47 – Menschen bei Beiersdorf

S. c- 59 – **Stakeholder Engagement**

- S. c- 60 – Engagement unserer Mitarbeiter
- S. c- 61 – Einbindung unserer Lieferanten
- S. c- 61 – Einbindung unserer Konsumenten

S. c- 63 – **Berichterstattung**

- S. c- 64 – Über diesen Bericht
- S. c- 71 – Ratings
- S. c- 72 – Kennzahlen Unternehmensbereich Consumer
- S. c- 73 – Kennzahlen Beiersdorf AG
- S. c- 74 – GRI Content Index 2018

Unternehmensbereich Consumer im Überblick

Seit **über 135 Jahren** steht Beiersdorf für innovative Hautpflege. Was uns ausmacht, sind einzigartige Marken und hochwertige Haut- und Körperpflegeprodukte, mit denen wir Millionen Menschen weltweit überzeugen – Tag für Tag.

Für sie entwickeln wir unser international erfolgreiches Markenportfolio konsequent weiter – allen voran unsere Kernmarken **NIVEA, Eucerin, La Prairie** und **Hansaplast**. Wir gehen auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Verbraucher ein und behalten dabei globale Trends sowie regionale Besonderheiten fest im Blick. Diese ausgeprägte Nähe zu Menschen und Märkten trägt dazu bei, dass wir mit unseren Innovationen regelmäßig neue Meilensteine in der Branche setzen.

Im Jahr 2018 erzielten wir im Unternehmensbereich Consumer mit 15.142 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 5.890 Millionen Euro.

Unser Erfolg basiert auf unserem strategischen Fokus, der in der „Blue & Beyond“-Strategie definiert ist und uns zu einem international erfolgreichen, wettbewerbsstarken Unternehmen gemacht hat. Unsere **Core Values**: Care, Simplicity, Courage und Trust – Werte, die das Unternehmen von Anfang an geprägt haben –, geben uns dabei Orientierung für unser Handeln.

Als Erfinder moderner Hautpflege ist **Care** für uns aber weit mehr als nur ein Teil unseres Kerngeschäfts. Wir bringen damit auch unsere Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt zum Ausdruck. So entwickeln wir nicht nur unser Geschäft konsequent weiter, sondern bauen auch unser Nachhaltigkeitsmanagement in den Bereichen **„Products, Planet, People“** stetig aus und stärken damit unsere Beziehungen zu Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden und Konsumenten.



UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



Unsere Verantwortung

Unser Ziel ist es, in den für uns relevanten Märkten und Kategorien die Nummer 1 in der Hautpflege zu sein. Dabei ist Wachstum für uns untrennbar mit unserer unternehmerischen Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt verbunden, wie es unsere Nachhaltigkeitsstrategie „We care.“ definiert.



Strategie

In einem Geschäftsumfeld, das durch wirtschaftliche Unsicherheit, soziales Ungleichgewicht und ökologische Herausforderungen gekennzeichnet ist, streben wir nach verantwortungsvollem Wachstum. Nachhaltigkeit ist seit jeher gelebter Bestandteil unserer Unternehmenskultur und tief in unseren Geschäftsprozessen verankert. Unsere globale „We care.“-Nachhaltigkeitsstrategie unterstützt uns dabei, unsere Verantwortung für Mensch und Umwelt konsequent wahrzunehmen. Sie definiert klare Ziele für verantwortungsvolles Handeln gegenüber

den Menschen, denen wir uns verpflichtet fühlen: den eigenen Mitarbeitern sowie unseren Stakeholdern außerhalb des Unternehmens (Seite c-59).

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie fußt auf drei Säulen: „Products, Planet, People“. Sie umfasst damit Themen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Rohstoffbeschaffung über Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter bis hin zu unserem sozialen Engagement außerhalb des Unternehmens.

Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette



 **ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE „WE CARE.“**

Risikomanagement











Konzernweites Risiko- und Chancenmanagement in Bezug auf nichtfinanzielle Aspekte

Unserem konzernweiten integrierten Risiko- und Chancenmanagement liegt ein strukturierter Prozess zur Risikoerfassung und -steuerung zu Grunde (Risikobericht im Konzernlagebericht: „Integriertes Risiko- und Chancenmanagementsystem“). In diesem Prozess wird nach operativen, funktionalen und strategischen Risiken unterschieden. Als erfolgsorientiertes und verantwortungsbewusstes Unternehmen ist es uns wichtig, etwaige finanzielle Konsequenzen und potenziell rufschädigende Aspekte solcher Risiken frühzeitig zu ermitteln. Im Rahmen unseres Compliance Managements führen wir darüber hinaus regelmäßig eine Inventur und Priorisierung der Risiken durch, die sich für uns aus der Nichteinhaltung externer regulatorischer und interner

Standards ergeben („Compliance Risk Assessment“). In beiden Prozessen werden die jeweils identifizierten Risiken nach ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und nach ihren Auswirkungen auf unser Unternehmen bewertet.

Wie bereits im Vorjahr haben wir die so identifizierten Risiken in einem abteilungsübergreifenden Workshop überprüft und anschließend hinsichtlich ihrer Auswirkung auf die nichtfinanziellen Aspekte beurteilt. Dabei wurden, nach Berücksichtigung der im Risikomanagement definierten Maßnahmen, keine Risiken mit hoher Eintrittswahrscheinlichkeit und potenziell schwerwiegenden Auswirkungen identifiziert. 2019 werden wir im finanziellen Risikomanagement weitere Schritte zur systemgestützten Erfassung der Auswirkungen auf die nichtfinanziellen Aspekte unternehmen.

Fortschritte gegenüber unseren Zielen

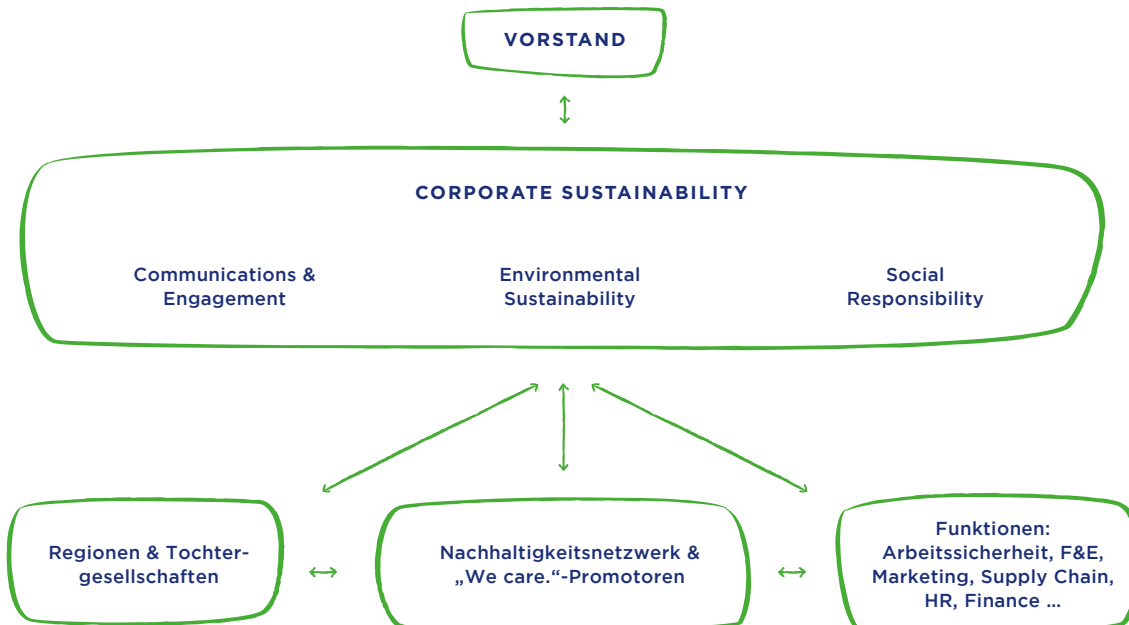
 PRODUCTS	 PLANET	 PEOPLE
UNSERE ZIELE		
<p>Bis 2020 50 % unseres Umsatzes durch Produkte mit verbessertem Umwelteinfluss erzielen. (Basisjahr 2011)</p>	<p>Senkung unserer energiebezogenen CO₂-Emissionen pro hergestelltem Produkt um 70 % bis 2025. (Basisjahr 2014)</p> <p>Bezug von 100 % des Stroms aus erneuerbaren Energiequellen bis 2020.</p>	<p>Bis 2020 eine Million Familien erreichen und dazu beitragen, ihr Leben zu verbessern. (Basisjahr 2013)</p>
FORTSCHRITTE GEGENÜBER UNSEREN ZIELEN		
<p>Mindestens 49 % unseres Umsatzes durch Produkte mit verbessertem Umwelteinfluss erzielt. (Basisjahr 2011)</p> <p>49% 50%</p>	<p>59 % weniger energiebezogene CO₂-Emissionen pro hergestelltem Produkt. (Basisjahr 2014)</p> <p>81% Strombezug aus erneuerbaren Energiequellen.</p> <p>59% 70%</p>	<p>961.936 Familien durch unser globales gesellschaftliches Engagement nachhaltig unterstützt. (Basisjahr 2013)</p> <p>961.936 1 Million</p>
<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Rohstoffe: 63 % Umstellung auf massenbilanziertes Palm(kern)öl und entsprechende Derivate.</p> <p>Abdeckung der verbleibenden 37 % durch „RSPO Credits“.</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div> <p>Verpackung: Die Umstellung von 34,959 t konventionellem Kunststoff auf recycelten Kunststoff in unseren Trays: Dies zählt direkt in unser übergeordnetes Ziel der Kreislaufwirtschaft ein.</p> <p>„Nachhaltige Papierverpackungs-Richtlinie“ (2018): 100 % unserer papierbasierenden Materialien müssen ab 2020 aus FSC-zertifizierten Quellen bezogen werden.</p>	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Stationäre Energie: -8% Energieverbrauch*</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div> <p>Abfall: +4% Abfälle*</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div> <p>Wasser: -7% Wasserverbrauch* -13% Abwasservolumen*</p> <p style="font-size: small; text-align: center;">* In unseren Produktionszentren pro Produktionseinheit. (Basisjahr 2014)</p>	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter: Ausfalltage durch Unfälle in den Produktionswerken wurden um über 25 % reduziert.</p> <p>Reduzierung der „Accident Frequency Rate“ von 2,2 auf 1,9 in unseren Produktionszentren gegenüber dem Vorjahr.</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div> <p>Gesellschaftliches Engagement: 44 Länder haben soziale Aktivitäten durchgeführt.</p>

Organisatorische Verankerung und Ansprechpartner

Die Abteilung Corporate Sustainability ist für die Entwicklung und globale Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich und berichtet direkt an den Vorstand. Expertenteams und Entscheidungsträger mit regionalen und/oder funktionalen Verantwortungsbereichen werden in die Entwicklungs- und Umsetzungsprozesse miteinbezogen. Sie passen die globale Nachhaltigkeitsstrategie an die besonderen lokalen beziehungsweise funktionalen Gegebenheiten an. Auf diese Weise sorgt ein zentral gesteuertes, aber lokal und fachbereichsspezifisch

agierendes Netzwerk dafür, dass die strategischen Vorgaben umfassend, maßgeschneidert und bestmöglich umgesetzt werden.

Darüber hinaus ermuntern wir unsere Mitarbeiter nachdrücklich, sich persönlich in unserem unternehmensweiten „We care.“-Engagementprogramm einzubringen. Wir wollen, dass sich jeder Mitarbeiter mit der globalen Beiersdorf Nachhaltigkeitsstrategie identifiziert und motiviert ist, einen Beitrag zu ihrer erfolgreichen Umsetzung zu leisten.



Ansprechpartner



INKEN HOLLMANN-PETERS
VICE PRESIDENT CORPORATE
COMMUNICATIONS &
SUSTAINABILITY



DORLE BAHR
HEAD OF ENVIRONMENTAL
SUSTAINABILITY & SECURITY



CHRISTIANE HÖLSCHER
GLOBAL
CSR MANAGER

Materialitätsanalyse

Der regelmäßige Dialog mit unseren Stakeholdern ist uns sehr wichtig: So können wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten fortlaufend überprüfen und mit Blick auf gesellschaftliche Entwicklungen weiterführen. Mithilfe der Materialitätsanalyse fokussieren wir uns auf die Nachhaltigkeitsthemen, die aus Sicht unserer Stakeholder und für Beiersdorf als Unternehmen besonders relevant sind.

Fortlaufende Weiterentwicklung unseres Nachhaltigkeitsmanagements

Bereits 2011 haben wir unsere erste Materialitätsanalyse durchgeführt und die Ergebnisse in unsere „We care.“-Nachhaltigkeitsstrategie eingebunden. So konnten wir herausarbeiten, an welchen Stellen unserer Wertschöpfungskette unsere Aktivitäten und Produkte auf Gesellschaft und Umwelt einwirken. Unter Berücksichtigung der Erwartungen und Anforderungen unserer internen und externen Stakeholder wurden Themen und Fragestellungen identifiziert, die globale Herausforderungen einbeziehen und Einfluss auf unseren langfristigen Erfolg haben. Unsere Nachhaltigkeitsleistung messen wir anhand festgelegter Kennzahlen.

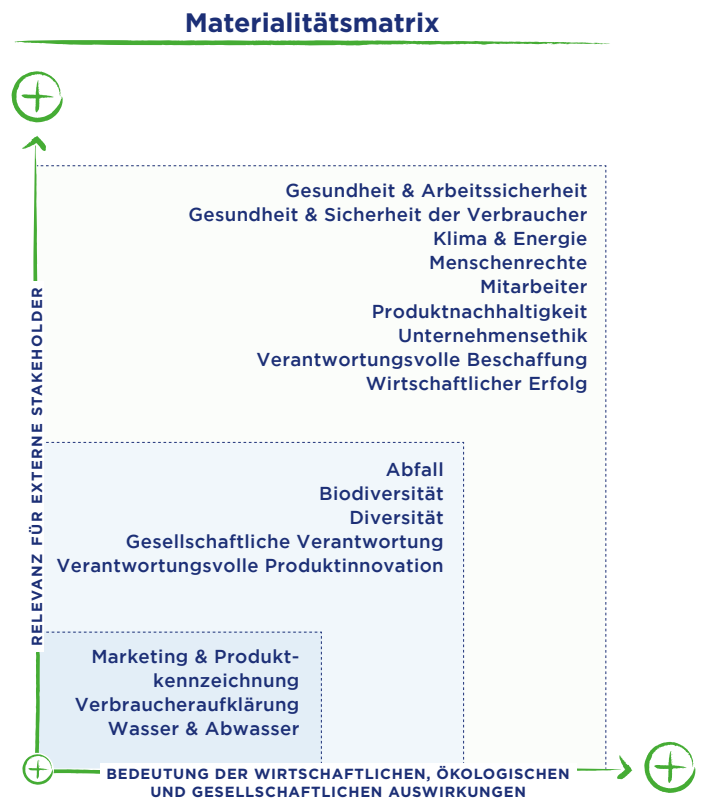
Eine Überprüfung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten führten wir 2014 im Rahmen einer zweiten Materialitätsanalyse durch. Eine fachbereichs- und länderübergreifende Online-Befragung interner und externer Stakeholder ließ uns ein umfassendes Meinungsbild ermitteln. Durch vertiefende Interviews mit externen Nachhaltigkeitsexperten und in internen Workshops konnten wir die globalen Herausforderungen identifizieren, die für unsere Stakeholder und unser Unternehmen im Nachhaltigkeitskontext wesentlich sind.

Regelmäßige Überprüfung unserer Aktivitäten

Im Jahr 2017 haben wir unsere Materialitätsmatrix mit Blick auf unsere Wirkung auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft aktualisiert, um die sich verändernden Einflüsse auf unsere Geschäftstätigkeit und die aktuellen Anforderungen unserer Stakeholder mit einzubeziehen. Interne Workshops

dienten uns dazu, die Einschätzungen von Kollegen aus zentralen Unternehmensbereichen zu den materiellen Themen zusammenzutragen und diese in Bezug auf ihre Relevanz zu bewerten. Die Erkenntnisse aus den Workshops wurden anschließend durch eine Online-Befragung mit internationalen Kollegen sowie externen Stakeholdern überprüft. Alle Ergebnisse sind in unsere aktuelle Materialitätsmatrix eingeflossen.

Unsere Materialitätsmatrix zeigt die 17 Themen, die unsere Stakeholder und wir als wesentlich ansehen.



Wir führen in regelmäßigen Abständen Materialitätsanalysen durch, um ihre Aktualität zu gewährleisten.

ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE MATERIALITÄTSANALYSE

Compliance Management

Vertrauen als Leitlinie und Grundwert

Unsere Core Values **Care, Simplicity, Courage** und **Trust** bestimmen unser Handeln und sind für alle Mitarbeiter bindend im Code of Conduct (CoC) aufgenommen. Dieser übergeordnete Verhaltensleitfaden reflektiert unsere gesellschaftliche Verantwortung und bietet Handlungsorientierung für alle Bereiche unseres Geschäftes.

Konzernweit wirksames Compliance Management

Durch unser konzernweites Compliance Management-System wollen wir sicherstellen, dass sich alle Beiersdorf Mitarbeiter und Führungskräfte an geltende rechtliche Bestimmungen und interne Regeln halten – in allen Ländern, in denen wir tätig sind. Um dieses Ziel zu erreichen, legen wir drei Ansätze zu Grunde.

Verhindern: Wir verankern präventive Maßnahmen, um unrechtes Verhalten zu vermeiden.

Erkennen: Kontrollinstrumente unterstützen dabei, regelwidriges Handeln offenkundig zu machen.

Reagieren: Etwaige Verstöße gegen gesetzliche und interne Vorgaben ahnden wir dem Einzelfall entsprechend angemessen.

Der Fokus unserer Compliance-Programme liegt derzeit auf Korruptionsprävention, kartellrechtskonformem und datenschutzkonformem Verhalten. In unseren Tochtergesellschaften haben wir lokal verantwortliche Compliance-Beauftragte installiert, die dazu beitragen, dass unsere Mitarbeiter alle Elemente dieser Compliance-Programme kennen und beachten. Die zentrale Compliance Management-Abteilung in Hamburg berät und unterstützt jederzeit Compliance-Beauftragte und das lokale Management. Darüber hinaus stellt sie sicher, dass alle Bestandteile unseres Compliance-Systems in unseren Tochtergesellschaften verankert sind und diese stetig überwacht und verbessert werden. Eine weitere unabhängige Überwachung findet im Rahmen der regelmäßigen Prüfungen durch die interne Revision statt.

Risiken erkennen, Schaden vermeiden

Die Analyse der Compliance-Risiken bildet für uns die Basis unseres Compliance Management-Systems und unserer Compliance-Programme. Hierzu identifizieren wir alle zwei Jahre bestehende und künftige Compliance-Risiken unseres Geschäfts-

modells und unserer geografischen Ausrichtung, um diese dann zu bewerten und zu priorisieren. In einem zweiten Schritt werden die Themen identifiziert, die eine mittlere bis hohe Eintrittswahrscheinlichkeit beziehungsweise eine mittlere bis hohe Schadenshöhe haben. Diese als kritisch bewerteten Themen werden im Detail analysiert, um sicherstellen zu können, dass angemessene Gegenmaßnahmen existieren oder ergriffen werden. Kriterien für die Risikoanalyse sind dabei insbesondere Risikoindeizes, Vorfälle in der Vergangenheit, das Geschäftsmodell, der Standort, die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie die Umsatzgröße. Die Ergebnisse werden dem Vorstand vorgestellt und von uns genutzt, um unsere globalen und lokalen Compliance-Programme und sonstigen Aktivitäten laufend anzupassen und zu verbessern.

Kartellrecht haben wir als wesentliches Thema im Sinne des „CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes“ (CSR-RUG) identifiziert. Grund hierfür sind das Geschäftsmodell von Beiersdorf sowie die Komplexität der Rechtsmaterie und die weltweit gestiegene und sich verbreiternde Verfolgungstätigkeit von Kartellbehörden.



„Wir haben ein starkes Compliance-Rahmenwerk bei Beiersdorf implementiert, das im vergangenen Jahr um das Thema Datenschutz erweitert wurde. Es ist mein persönliches Anliegen, dass dieses Regelwerk weltweit verinnerlicht und gelebt wird, um damit Schaden von unserem Unternehmen, unseren Mitarbeitern und unseren Marken abzuwenden.“

EBERHARD VON KLINGGRÄFF
VICE PRESIDENT CORPORATE LEGAL
AFFAIRS & COMPLIANCE MANAGEMENT

Als Markenartikelhersteller ist Beiersdorf maßgeblich auf den Vertrieb seiner Produkte durch Groß- und Einzelhändler sowie andere Absatzmittler angewiesen. Darin liegen erhöhte Risiken. Verfolgt und mit sehr empfindlichen Bußgeldern geahndet werden mittlerweile nicht mehr nur klassische Kartellvereinbarungen wie illegale Preisabsprachen zwischen Wettbewerbern, sondern auch verstärkt wettbewerbswidrige Beschränkungen zwischen Lieferanten und deren Abnehmern. Das enorme Sanktionspotenzial hat sich zudem dadurch weiter erhöht, dass im Anschluss an die von den Wettbewerbsbehörden geführten Kartellverfahren regelmäßig mit Schadensersatzklagen von Abnehmern zu rechnen ist, die durch den Kartellrechtsverstoß finanziell geschädigt wurden.

Information als Grundpfeiler wirksamer Compliance

Kernelemente unserer Compliance-Programme sind neben praxisorientierten Schulungs- und Beratungsangeboten auch verschiedene Richtlinien. So enthalten die Richtlinien über den Kontakt und den Austausch von Informationen mit Wettbewerbern, die Kommunikation mit Kunden (zum Beispiel Einzelhändlern) im Zusammenhang mit Verkaufspreisen, zum Category Management sowie Dos and Don'ts klare Verhaltensregeln und Handlungsanweisungen zum kartellrechtskonformen Verhalten.

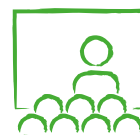
Unsere Antikorruptionsrichtlinie dient als Handlungsleitfaden bei Interessenkonflikten, Einladungen oder persönlichen Zuwendungen. Unsere Datenschutzrichtlinie beschreibt insbesondere, wie wir die Grundsätze der europäischen „Datenschutz-Grundverordnung“ (DSGVO) für die rechtmäßige Verarbeitung von Daten in unseren EU-Gesellschaften sicherstellen. Darüber hinaus hat das Datenschutz-Team interne Partnerschaften mit datenschutzrelevanten Schlüsselfunktionen wie Cyber Security und dem Einkauf etabliert.

Alle risikoexponierten Mitarbeiter und Führungskräfte erhalten in regelmäßigen Abständen gezielte Schulungen. Diese Schulungen werden als Präsenzschiulung oder E-Learning durchgeführt und dienen dazu, unsere Mitarbeiter zu sensibilisieren und aufzuzeigen, wo weitere Unterstützung eingeholt werden kann. Zudem werden alle Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder regelmäßig über relevante Compliance-Themen unterrichtet.

Die Trainingsteilnahmequoten für das Jahr 2018 finden Sie in der folgenden Abbildung.

Teilnahmen an Compliance-Schulungen zum Thema Kartellrecht

Teilnahmequote 2018 (global)



94,9 %

Teilnahmen an Compliance-Schulungen zum Thema Korruptionsprävention

Teilnahmequote 2018 (global)



93,8 %

Aufmerksam und verantwortungsvoll handeln

Das persönliche Engagement jedes Mitarbeiters ist von zentraler Bedeutung, um Compliance nachhaltig zu leben. Beiersdorf hat eine Reihe von Möglichkeiten eingerichtet, damit Mitarbeiter – auf Wunsch anonym – über Compliance-Verstöße informieren können. Wir wollen damit sicherstellen, dass unsere Verhaltensleitlinien eingehalten werden, und tragen so zu einem aufmerksamen und verantwortungsvollen Miteinander bei. Unsere Mitarbeiter werden regelmäßig über die bestehenden Kanäle informiert und geschult.

Konzernweit betreiben wir die auf der BKMS®-Technologie basierende „Speak up. We care.“-Hinweisgeberplattform. Diese ist weltweit und rund um die Uhr zugänglich. In Deutschland setzen wir zudem einen externen Ombudsmann ein. Dieser nimmt ebenfalls vertrauliche Mitteilungen zu potenziellen Compliance-Verstößen entgegen. Darüber hinaus

haben wir eine interne Compliance-Hotline eingerichtet. An der Aufklärung sind die relevanten Fachfunktionen sowie in der Regel die interne Revision beteiligt. Hinweise auf Kartellrechtsverstöße werden von einer spezialisierten Expertenfunktion innerhalb der Rechtsabteilung aufgeklärt und nachverfolgt.

Wirksamkeit kontinuierlich sicherstellen

Ein Bild zur Wirksamkeit unseres Compliance Management-Systems machen wir uns durch ein regelmäßiges konzernweites Compliance-Reporting. Dabei erfassen wir den Stand der Umsetzung unserer Compliance Management-Programme und weltweite Compliance-Vorfälle – sowohl für unsere Tochtergesellschaften als auch für die Zentrale. Anhand der Ergebnisse können wir weiteren Handlungsbedarf ableiten und entsprechende Maßnahmen umsetzen. Selbstverständlich werden wir über materielle Compliance-Vorfälle auch

außerhalb der Reportingzyklen umgehend informiert, um sofort reagieren zu können.

Wir begreifen unser Compliance Management-System als wichtigen Beitrag dazu, nachhaltig und zukunftsorientiert zu handeln und damit der Beiersdorf Tradition als verlässliches und vertrauenswürdiges Unternehmen gerecht zu werden.]



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER COMPLIANCE MANAGEMENT

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



Menschenrechte

Verantwortung für Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette

Wir sehen uns in der Verantwortung, aktiv für die Einhaltung der Menschenrechte entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette einzustehen, und erkennen diesbezügliche Risiken vor allem in der uns vorgelagerten Lieferkette. In unseren internen und externen Verhaltenskodizes haben wir daher verbindliche Vorgaben verankert. So fördern und fordern wir die Einhaltung der Menschenrechte durch unsere Mitarbeiter und Lieferanten. Wir dulden keinerlei Korruption, Zwangsarbeit, Kinderarbeit und Diskriminierung – weder im eigenen Unternehmen noch bei Geschäftspartnern.

Einheitliche Verhaltensstandards für Mitarbeiter weltweit

Unser Code of Conduct (CoC) für Mitarbeiter verpflichtet alle Führungskräfte und Mitarbeiter weltweit, unsere Werte und Regeln einzuhalten. Dieser Verhaltensleitfaden wurde 2018 zuletzt aktualisiert. Unser konzernweites Compliance Management (Seite c-8) überprüft die Einhaltung des CoC im gesamten Unternehmen regelmäßig.

Lieferanten-Code of Conduct: gemeinsames Verständnis ethischer Standards

Auch außerhalb unseres direkten Einflussbereichs setzen wir uns für verantwortungsvolles Handeln nach ethischen und rechtlichen Standards ein. In unserem Lieferanten-CoC fordern wir sowohl die Einhaltung von Gesundheits- und Sicherheitsstandards als auch die Berücksichtigung grundlegender Arbeitnehmerrechte hinsichtlich Arbeitszeit, Arbeitsentgelt, Versammlungsfreiheit und Kollektivverhandlungen. Er bildet die Basis jeglicher Zusammenarbeit mit externen Partnern, denn die schriftliche Erklärung zur Einhaltung unseres Lieferanten-CoC ist verpflichtend für alle Lieferanten des Beiersdorf Netzwerks. Seine Umsetzung wird im Rahmen unseres Responsible Sourcing-Programms (Seite c-11) unter anderem durch risikobasierte Lieferanten-Audits überprüft.]

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



Verantwortung in der Lieferkette

Unsere 17 Produktionszentren in den vier geografischen Hauptregionen Europa, Nord- und Südamerika, Naher Osten und Afrika sowie Asien-Pazifik werden von einem weltweiten Netzwerk aus rund 24.000 Direktlieferanten in knapp 110 Ländern unterstützt. Sie liefern uns Rohstoffe, Verpackungs- und andere Materialien sowie Dienstleistungen und erweitern somit unseren sozialen und ökologischen Fußabdruck. Daher ist es uns wichtig, unser eigenes unternehmensweit gelebtes Verantwortungsbewusstsein gegenüber Mensch und Umwelt auch auf die mit uns verbundenen Partner in der Lieferkette zu übertragen.

Unser Lieferanten-Code of Conduct

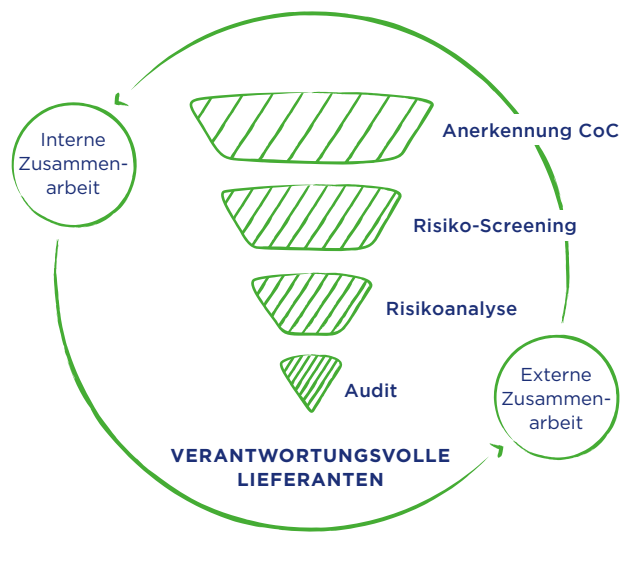
Wir haben einen Verhaltenskodex für unsere Lieferanten (Lieferanten-Code of Conduct, CoC) und ein Steuerungskonzept für unsere direkte Lieferantenbasis entwickelt. Sie legen die Richtlinien einer verantwortungsvollen Unternehmensführung für unsere Lieferkette fest und verlangen auch deren Weitergabe an Vorlieferanten. Der Lieferanten-CoC basiert auf den „Prinzipien der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen“ (UN), den „Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation“ (ILO) und den „Leitsätzen für multinationale Unternehmen“ der „Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung“ (OECD). Er bezieht sich auf vier kritische Einflussbereiche: Unternehmensintegrität, Menschenrechte und Arbeitsstandards, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sowie Umweltschutz.

Der Implementierungsprozess im Detail*

Der gesamte Implementierungsprozess unseres CoC für Lieferanten wird über unseren Einkauf gesteuert und trägt dazu bei, das Risiko von Verstößen gegen unsere Richtlinien zu minimieren. Wie im Vorjahr konnten wir auch 2018 circa 90% unseres Einkaufsvolumens über Partner abdecken, die sich schriftlich zur Einhaltung des Lieferantenkodex verpflichtet haben.

Die schriftliche Anerkennung des CoC ist integraler Bestandteil der Vertragsgestaltung mit unseren Lieferanten und der erste von vier wichtigen Schritten im CoC-Implementierungsprozess. Auf die schriftliche Anerkennung folgen ein initiales Risiko-Screening, eine umfassende Risikoanalyse der Lieferanten und schließlich die Durchführung eines Audits bei Lieferanten mit hohem Risiko von Verstößen.

Implementierungsprozess des Lieferanten-CoC



Bei unseren rund 24.000 direkten Lieferanten führt das Responsible Sourcing-Team ein Risiko-Screening durch, das auf den Ländern basiert, aus denen wir unsere Ware beziehen. Dabei werden auch diejenigen Lieferanten mit einbezogen, die den CoC noch nicht schriftlich anerkannt haben. Das Screening unterscheidet zwischen den Risikostufen gering, hoch und extrem hoch und bewertet die Lieferanten entsprechend. Dabei wird sowohl das länderbezogene Risiko**, das sich aus den vier kritischen Einflussbereichen des Lieferantenkodex

* Bei unserem Implementierungsprozess des Lieferanten-CoC betrachten wir nur den Massenmarkt und das Dermokosmetikgeschäft. La Prairie nutzt einen inhaltlich identischen Lieferanten-CoC, der ebenfalls integraler Bestandteil des Vertragsabschlusses ist.

** Ermittelt basierend auf der Länderrisikobewertung der internationalen Organisationen: Transparency International (TI), Walk Free Foundation, Internationaler Gewerkschaftsbund (IGB) und Yale Center für Umweltrecht und -politik, Yale University.

ergibt, berücksichtigt als auch die Bedeutung des einzelnen Lieferanten für Beiersdorf in Bezug auf Einkaufsvolumen und Markennähe.



Direkte Lieferanten mit einem hohen oder einem extrem hohen Risiko müssen über die Sedex-Plattform eine umfassende Selbstauskunft mit dem Ziel einer vertieften Risikobewertung abgeben. Daraufhin entscheidet das Responsible Sourcing-Team, ob ein anschließendes Audit erforderlich ist. Audits werden durch externe akkreditierte Auditoren im Auftrag des Lieferanten nach dem standardisierten „Sedex Members Ethical Trade Audit“ (SMETA) 4-Säulen-Auditprotokoll durchgeführt. Seine vier Säulen korrespondieren mit den vier kritischen Einflussbereichen unseres Lieferanten-CoC und die Ergebnisse des Audits dienen als Basis für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Sie zeigen konkrete Herausforderungen und Handlungsfelder auf, für die unsere Lieferanten mit unserer Unterstützung Maßnahmenpläne erarbeiten. In Extremfällen können die Audit-Ergebnisse auch zum Ausschluss von Lieferanten führen.

Branchenübergreifende Zusammenarbeit durch Sedex und AIM-PROGRESS

Die branchenübergreifende Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen hilft uns dabei, wertvolle Synergien zu erschließen und unsere Nachhaltigkeitsleistungen entlang der Lieferkette in Zusammenarbeit mit unseren direkten Lieferanten und durch die Einbindung verschiedener interner und externer Stakeholder zu verbessern. Durch die Nutzung von Kollaborationsplattformen wie Sedex und AIM-PROGRESS können wir unser Nachhaltigkeitsengagement entlang der Lieferkette kontinuierlich verbessern.

Sedex

Mit mehreren Firmenkunden zugleich können Lieferanten über die Kollaborationsplattform Sedex die Kerndaten zu ihren Beschaffungspraktiken teilen, um so ihr verantwortungsvolles Handeln einfacher transparent zu machen. Lieferanten und ihre Kunden können unmittelbar und gemeinsam konkrete Fortschritte in den kritischen Nachhaltigkeitsbereichen verfolgen.

AIM-PROGRESS

„Gemeinsam mehr erreichen“ – mit diesem Slogan wirbt die weltweite Plattforminitiative AIM-PROGRESS, eingeführt von AIM in Europa und GMA in Nordamerika, für eine enge Zusammenarbeit von Herstellern und Lieferanten bei den Nachhaltigkeitsbestrebungen in der Lieferkette. Beiersdorf nutzt die Plattform als einer von über 40 weltweit führenden Herstellern von „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG).



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



Nachhaltigkeitsmanagement

Nachhaltigkeitsmanagement mit System

Um die nachhaltige Wirkung unserer Aktivitäten und Prozesse besser zu steuern, optimieren wir unser Nachhaltigkeitsmanagement kontinuierlich. Dafür nutzen wir verschiedene Standards und Tools, zum Beispiel auditieren wir unsere internen Managementsysteme und nutzen eine Nachhaltigkeitsmanagement-Software zur Evaluation der Nachhaltigkeitsleistung unserer Standorte. Zur ganzheitlichen Bewertung der Umwelteinflüsse unserer Produkte führen wir außerdem in ausgewählten Fällen Lebenszyklusanalysen durch.

ESMAS – Audit der Umwelt- und Arbeitsschutzstandards an allen Produktionsstandorten weltweit

Für uns sind Umweltschutz und Arbeitssicherheit an allen unseren Standorten von zentraler Bedeutung. Sämtliche Beiersdorf Werke durchlaufen unser Audit nach dem „Environmental Protection and Safety Management Audit Scheme“, kurz ESMAS. Mit dem Audit, das alle drei Jahre wieder durchgeführt wird, gewährleisten wir, dass geeignete Maßnahmen zur Einhaltung unserer weltweit gültigen Umwelt- und Arbeitsschutzstandards an allen Standorten umgesetzt werden. 2018 wurden die Beiersdorf Werke in Argenton (Spanien) und Malang (Indonesien) auditiert. Für 2019 sind weitere Audits in unseren Werken in Nairobi (Kenia), Itatiba (Brasilien), Bangkok (Thailand) sowie unseren chinesischen Produktionsstätten in Shanghai, Wuhan und Xiantao geplant.

Ein global tätiger Zertifizierungsdienstleister führt die Audits seit 2013 für uns durch, indem er alle Standorte nach unserem ESMAS-System bewertet. Dieses orientiert sich an den international anerkannten Normen ISO 14001 (Umweltmanagementsysteme) sowie an der im März 2018 in Kraft getretenen DIN ISO 45001 (Managementsysteme für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit).

Unsere Produktionszentren können die Ergebnisse und die Maßnahmenplanungen der Audits in einer SharePoint-basierten Datenbank abrufen. Diese transparente Erfassung ermöglicht den jeweiligen Standorten eine erleichterte Vorbereitung sowie Durchführung der Betriebsprüfungen. Auch die Umsetzung gezielter Optimierungsmaßnahmen wird so vereinfacht – von der Planung bis zur Erfolgskontrolle.

„susy“ – fortlaufende Optimierung der globalen Datenerhebung

Seit 2014 erheben wir Nachhaltigkeitskennzahlen mithilfe unserer globalen Management-Software „susy“. Sie ermöglicht uns, relevante globale Daten, zum Beispiel CO₂-Emissionen, zentral zu erfassen, zusammenzuführen und zu analysieren. Dabei optimieren wir die Datenerhebung fortlaufend, um die Qualität der Daten sowie Hochrechnungen zu verbessern und um unsere Leistungen so genau wie möglich abbilden zu können.



**ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER
NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT**

Products

Wir entwickeln innovative, qualitativ hochwertige Hautpflegeprodukte und sind mit unserer über 135-jährigen Firmengeschichte und damit verbundenen Erfahrung in Forschung und Entwicklung eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich der Hautpflege.

Wir richten unsere Produkte konsequent an den Bedürfnissen und Wünschen unserer Konsumenten aus. Dies bezieht sich auch auf die kontinuierlichen Verbesserungen, die wir unternehmen, um unsere Produkte nachhaltiger und umweltverträglicher zu gestalten.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER ENGAGEMENT IM BEREICH PRODUCTS

Unser Engagement im Bereich Products

Unsere Marken und Produkte stehen weltweit für Innovation, hohe Qualität und herausragende Pflege. Dieses Versprechen umfasst auch die stetige Verbesserung der Umweltverträglichkeit unserer Produkte. Deswegen haben wir uns das Ziel gesetzt, bis 2020 die Hälfte unseres weltweiten Umsatzes mit Produkten zu erzielen, die gegenüber dem Vergleichsjahr 2011 einen verbesserten Umwelteinfluss aufweisen.*

Von der Auswahl der Rohstoffe über Produktion, Verpackung und Transport bis hin zur Entsorgung – im gesamten Produktlebenszyklus suchen wir gezielt nach Optimierungspotenzialen. Lebenszyklusanalysen (LZA) für ausgewählte Produkte haben gezeigt: Der Umwelteinfluss unserer Produkte außerhalb der Nutzungsphase wird überwiegend durch die ökologischen Parameter der eingesetzten Rohstoffe und die Ressourceneffizienz unserer Verpackungen bestimmt. Deswegen liegt hier auch der Fokus unserer Kriterien zur Nachhaltigkeitsbewertung.

Rohstoffe und Verpackungen

Die Umweltverträglichkeit unserer Produkte bewerten wir hinsichtlich der verwendeten Rohstoffe und Verpackungen. In diesen Bereichen haben wir verbindliche Kriterien. Da sich unsere Auswirkungen auf Biodiversität und Entwaldung hauptsächlich durch die von uns eingesetzten Materialien bestimmen lassen, beziehen unsere Nachhaltigkeitskriterien entsprechende Zertifizierungssysteme mit ein.

→ Bei unseren Verpackungen beurteilen wir neben den erzielten Materialreduktionen auch den Einsatz von „Forest Stewardship Council“ (FSC)-zertifizierten Eingangsmaterialien, die Nutzung von Nachfüllkonzepten und den Rezyklatanteil, also die Nutzung wiederverwerteter Materialien. Bei einem Austausch von Materialien bewerten wir die Veränderung in der Umweltverträglichkeit anhand eines vereinfachten LZA-Tools, das wir 2015 auf Basis von LZA-Analysen entwickelt haben und seither kontinuierlich weiterentwickeln.

→ Bei der Bewertung unserer Produktformeln ist wie im Vorjahr neben dem Einsatz von nachhaltig zertifizierten palm(kern)ölbasierten Rohstoffen vor allem der Verzicht auf Mikroplastik-Partikel gemäß der Definition des UNEP, dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen, für uns von zentraler Bedeutung. Die Verwendung von erneuerbaren Inhaltsstoffen stellt ein weiteres Kriterium dar. In diesem Bereich konnten wir im Berichtsjahr durch die Ausformulierung von petrochemischen Rohstoffen in unserem Lippenpflege-Sortiment erhebliche Verbesserungen erreichen.

Relaunches und neue Produkte

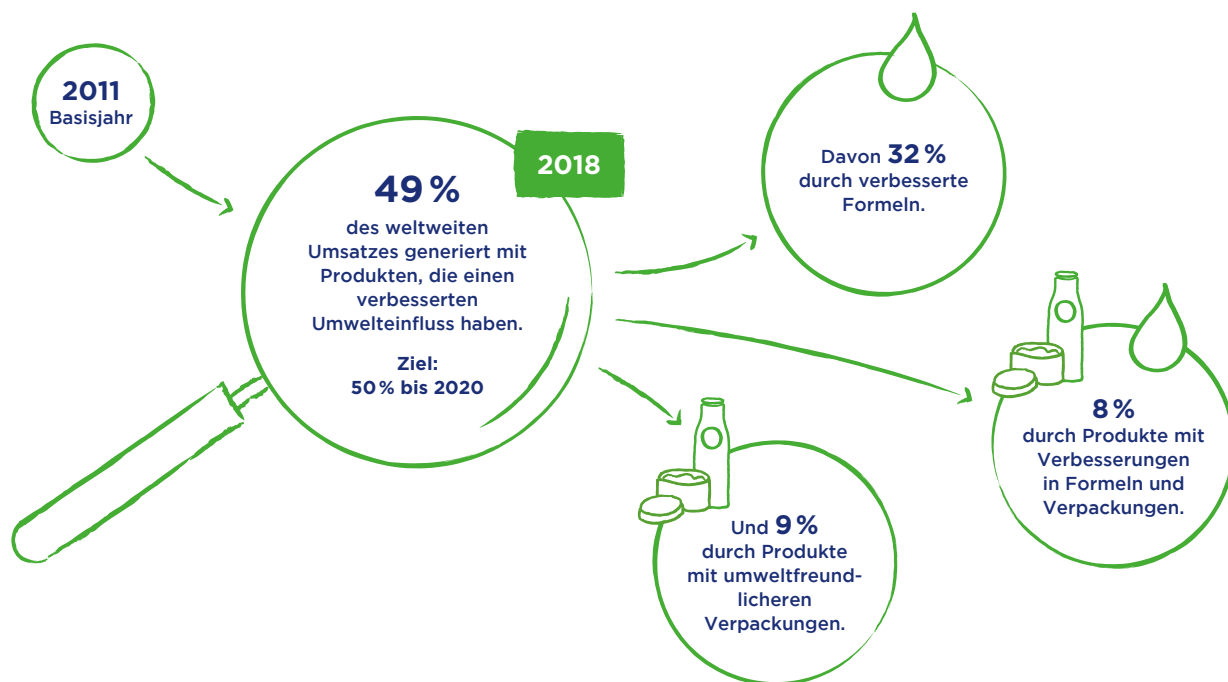
Die Nachhaltigkeit unserer Produkte spielt vom Beginn des Innovationsprozesses an eine wichtige Rolle. Dafür haben wir 2014 eine „Product Sustainability Scorecard“ entwickelt, die die oben genannten Bewertungskriterien erfasst. Sofern wir eine vereinfachte oder komplexe LZA für ein Produkt durchgeführt haben, fließen auch deren Ergebnisse in die „Scorecard“ mit ein.

Sofern ein Produkt in der „Product Sustainability Scorecard“ im Vergleich zu seiner Vorgängerversion eine verbesserte Bewertung erhält, fließt der jährliche Umsatz, den wir mit ihm erzielen, in die Erfassung des Produkt-Nachhaltigkeitsziels mit ein. Neuentwicklungen ohne Vorgängerversion werden mit möglichst ähnlichen Produkten verglichen.

Auch im Berichtszeitraum haben wir den „Scorecard“-Prozess und unsere Nachhaltigkeitskriterien durch interne Schulungen aller wichtigen Stakeholder noch fester im Unternehmen verankert.

2018 haben wir mindestens 49% des Umsatzes mit Produkten erzielt, die im Vergleich zu 2011 einen verbesserten Umwelteinfluss aufweisen. Davon sind rund 9% ausschließlich auf Verbesserungen im Bereich Verpackung wie Materialeinsparungen und der Einsatz von FSC-zertifiziertem Karton zurückzuführen. Circa 32% ergeben sich aus Verbesserungen in der Produktformel. In diesem Bereich hat die Umstellung von zahlreichen Palm(kern)-

* Bei unserem Produktziel betrachten wir nur den Massenmarkt und das Dermokosmetikgeschäft. Das Premiumsegment mit La Prairie wird nicht betrachtet, da es für den ökologischen Fußabdruck des Consumer-Geschäfts nicht wesentlich ist und zudem in einer separaten Organisation geführt wird.



ölderivaten auf nach dem „Round Table on Sustainable Palm Oil“ (RSPO)-Standard massenbilanzierte Rohstoffe im Berichtsjahr zu einer deutlichen Steigerung der Zielerreichung geführt. Der größte Anteil hiervon entfällt auf den Einkauf von massenbilanziertem palm(kern)ölbasiertem Glycerin, ein Rohstoff, der in zahlreichen Cremes und Lotionen eingesetzt wird. Ein Anteil von 8% hat sich sowohl im Bereich Verpackung als auch in Bezug auf die Produktformel verbessert.

Stakeholder Involvement – Projektteams und regelmäßige Berichte

Der Vorstand steuert die Produktnachhaltigkeit auf Marken- und Unternehmensebene – vornehmlich auf Basis regelmäßiger Berichte und der Teilnahme an Strategie-Workshops. Zudem werden Senior Management-Teams von Marketing und Forschung und Entwicklung (F&E) regelmäßig über das Thema Nachhaltigkeit informiert, um das Thema intern zu stärken. Projektteams aus den Bereichen Packaging, F&E sowie Marketing arbeiten bei der Entwicklung von neuen Produkten und Relaunches mit einem verbesserten ökologischen Profil eng zusammen. Auch der Bereich Corporate Sustainability und strategische Lieferanten werden dabei schon frühzeitig mit einbezogen.

Go-live für unser „Green Point“-Bewertungssystem für Produktformeln

Im Berichtsjahr haben wir mit der systematischen Erfassung der 2016 definierten Nachhaltigkeits-

kriterien für unsere Rohstoffe begonnen. Ebenso konnten wir die Integration des sogenannten „Green Point“-Scores in das IT-System des Bereichs F&E im vierten Quartal abschließen und werden diesen zukünftig zur Bewertung unserer Produktformeln anwenden. Er umfasst die Erneuerbarkeit der Eingangsmaterialien, die Zertifizierung nach Nachhaltigkeitsstandards, die aquatische Toxizität und biologische Abbaubarkeit wasserlöslicher Stoffe sowie die Nachhaltigkeitsleistung des Rohstofflieferanten. Zukünftig wird somit bereits während der Formelentwicklung auf Basis der Nachhaltigkeitskriterien eine ökologische Bewertung der Formeln ermöglicht. Im Berichtsjahr erfolgte diese noch nach den oben beschriebenen Kriterien.

„Circular Economy“ für nachhaltige Verpackungen

Für Beiersdorf spielt das Thema Kreislaufwirtschaft, die sogenannte „Circular Economy“, eine zentrale Rolle und ist Grundsatz für die zukünftige Entwicklung nachhaltiger Verpackung. Durch Recycling wird zum einen die Umwelt entlastet und zum anderen tragen die Aufbereitung und Wiederverwendung von Material zu einer erheblichen Einsparung wertvoller Ressourcen und Rohstoffe bei.

Der Einsatz von recyceltem Verpackungsmaterial in unseren Verpackungen ist daher ein wichtiges Thema. In enger Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten arbeiten abteilungsübergreifende

Teams daran, optimale Lösungen für nachhaltige, sichere und ansprechende Verpackungen zu entwickeln.

Darüber hinaus wollen wir die Recyclbarkeit unserer Verpackungen erhöhen und führen mit externen lokalen Partnern Recyclbarkeitsstudien durch. Dadurch erhalten wir wertvolle Erkenntnisse über verfügbare Entsorgungsinfrastrukturen und -praktiken.

Die „Nachhaltigkeits-Roadmap“ – individuelle Möglichkeiten ausloten

Bei der Erarbeitung unserer „Nachhaltigkeits-Roadmap“ definieren wir die Potenziale und Ziele künftig für jede Produktkategorie individuell, denn die Herausforderungen variieren je nach

Kategorie teils erheblich. Die Menge an freigesetzten CO₂-Emissionen beispielsweise, die mit der Nutzungsphase in Verbindung stehen, ist bei unseren Duschprodukten höher als bei den Lotionen. Das hauptsächlich eingesetzte Verpackungsmaterial wiederum gibt vor, wie viel recyceltes Material in der Verpackungsproduktion eingesetzt werden kann. Im Mai 2018 haben wir einen abteilungsübergreifenden Workshop zur „Nachhaltigkeits-Roadmap“ durchgeführt. Die dabei identifizierten Optimierungspotenziale werden nun sukzessive in die Innovationsprozesse der einzelnen Produktkategorien übertragen, um entsprechende Maßnahmen abzuleiten.

 **ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER PRODUCTS-ZIEL**

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



Rohstoffe

Zur ausgezeichneten Qualität und Sicherheit unserer Produkte trägt die Auswahl hochwertiger Rohstoffe bei. Um knappe Ressourcen zu schonen und die Auswirkungen unserer Produkte auf die Umwelt zu minimieren, verfolgen wir bereits bei der Gewinnung unserer Rohstoffe hohe ökologische und soziale Standards, die wir im Rahmen unseres Responsible Sourcing-Programms definiert haben.

NACHHALTIGES PALM(KERN)ÖL

Wir beziehen Palm(kern)öl nicht direkt, aber setzen dessen Derivate ein. Unser jährlicher Bedarf liegt bei rund 37.000t – das entspricht 0,05%* der jährlichen Produktionsmenge an Palm(kern)öl weltweit. Bis 2020 wollen wir in allen Beiersdorf Produkten ausschließlich Palm(kern)öl aus nachhaltigen Quellen einsetzen. Dabei folgen wir unserer „Palm Sustainability Roadmap“: Mit ihrer Hilfe steuern wir unsere Aktivitäten auf dem Weg zu einer nachhaltigen Rohstoffbeschaffung und überprüfen sie kontinuierlich hinsichtlich ihrer Wirksamkeit. Zusätzlich initiieren wir Projekte, um eine nachhaltige Palm(kern)öl-Wirtschaft zu fördern.



„In diesem Jahr haben wir unser Engagement im Bereich nachhaltiges Palmöl durch mehr Transparenz in der Lieferkette und die Unterstützung von Kleinbauern deutlich gestärkt.“

JULIA BEIER
RESPONSIBLE SOURCING MANAGER

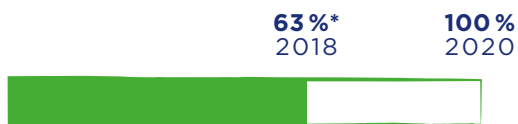
Die Lieferketten für Palm(kern)öl sind sehr komplex: Das Palm(kern)öl durchläuft auf dem Weg von der Plantage bis zum finalen Rohstoff mehrere Produktionsstufen. Um Verantwortung für die Herkunft unserer Rohstoffe übernehmen zu können, wollen wir größtmögliche Transparenz entlang der gesamten Lieferkette herstellen. Es ist uns wichtig, dass die Gewinnung der von uns verwendeten Palm(kern)öl-Rohstoffe keinen Beitrag zur Entwaldung leistet und auch andere Anforderungen, die wir in Bezug auf Nachhaltigkeit stellen, erfüllt. Da sich die meisten Nachhaltigkeitsrisiken in der uns vorgelagerten Lieferkette verbergen, die sich unserem unmittelbaren Einfluss entzieht, streben wir eine möglichst genaue Kenntnis der Arbeits- und Lebensbedingungen und der Maßnahmen zum Umweltschutz rund um die Rohstoffgewinnung und -verarbeitung an. Nur so können wir Optimierungspotenziale identifizieren und gemeinsam mit Lieferanten und lokalen Gemeinschaften die notwendigen Verbesserungen implementieren. Um dies zu erreichen, fokussieren wir uns auf mehrere strategische Ansatzpunkte:

1. Zertifizierung

Bereits seit 2011 orientieren wir uns bei der Beschaffung von Palm(kern)öl an dem „RSPO Supply Chain Certification Standard“ des „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO) und haben seit der ersten Lieferung von zertifiziertem Palm(kern)öl im Jahr 2015 den Anteil an massenbilanziertem Palm(kern)öl stetig ausgebaut. 2018 konnten wir insgesamt 63% unseres Rohstoffbedarfs über massenbilanziertes Palm(kern)öl abdecken. Unser Ziel ist es, bis 2020 alle palm(kern)öl-basierten Inhaltsstoffe in unseren Produkten auf physisch nachhaltig zertifizierte massenbilanzierte Rohstoffe umzustellen. Bis dahin gleichen wir den verbleibenden Anteil über RSPO „Book and Claim“-Zertifikate aus. Im Berichtsjahr durchliefen das Headquarter sowie die drei südamerikanischen Werke in Chile, Argentinien und Brasilien erfolgreich ein Überwachungsaudit nach dem „RSPO Multi-Site Supply Chain Certification Standard“ (SCCS). Die globale Implementierung des SCCS trägt dazu bei, unsere Aktivitäten im gesamten Beiersdorf Netzwerk noch besser zu steuern und den Weg für eine nachhaltige Palm(kern)öl-Lieferkette mit zertifizierten Quellen bei der Rohstoffbeschaffung weltweit zu gewährleisten.

* Landwirtschaftsministerium der Vereinigten Staaten 2018.

Unser nachhaltiges Palm(kern)öl-Commitment



* Fortschritt bei der Umstellung auf RSPO-zertifizierte massenbilanzierte Palm(kern)öle und entsprechende Derivate.

2. Transparenz

Nur wenn wir unsere Lieferkette genau kennen, können wir unsere Nachhaltigkeitskriterien wirksam implementieren und auf neue Herausforderungen zeitnah reagieren. Transparenz ist der Schlüssel zu einem wirkungsvollen Engagement. Deshalb wollen wir durch eine enge Kooperation mit unseren Lieferanten sicherstellen, dass wir die von uns eingesetzten Rohstoffe bis zu ihrer Quelle zurückverfolgen können. 2018 haben wir ein Projekt zur Rückverfolgung unserer palm(kern)ölbasierten Rohstoffe über unsere Tier-1-Lieferanten hinaus bis zu den Raffinerien und Mühlen initiiert. Ziel des Projektes ist es, die Transparenz in unserer Palm(kern)öl-Lieferkette weiter zu steigern, Hotspots zu identifizieren und gezielt Projekte vor Ort zu unterstützen. Unsere größten Rohstofflieferanten (Tier 1) sind in das Projekt integriert, sodass wir schon jetzt die genaue Herkunft von 92% unseres Einkaufsvolumens für palm(kern)ölbasierte Rohstoffe kennen.

3. Transformation

Im Rahmen eines Kooperationsprojektes mit dem „World Wide Fund for Nature“ (WWF) in West-Kalimantan (Indonesien) arbeiten wir seit Mitte 2018 daran, die Lebensgrundlagen von Palm(kern)öl-Kleinbauern zu verbessern. Wir möchten die Kleinbauern davon überzeugen, dass der nachhaltige Anbau ölhaltiger Palmen ohne weitere Entwaldung zur Verbesserung der Lebens- und Einkommenssituation lokaler Gemeinschaften beiträgt. Über einen Zeitraum von drei Jahren unterstützen wir daher 300 Kleinbauern durch die Vermittlung von landwirtschaftlichem und wirtschaftlichem Know-how dabei, eine nachhaltige Bewirtschaftung ihrer Plantagen zu erreichen. Die Gründung von Koopera-

tiven ermöglicht ihnen darüber hinaus den Zugang zu wichtigen Märkten sowie staatlicher Finanzierung und sorgt so für sichere Einnahmen und Entwicklungsmöglichkeiten. Davon profitieren nicht nur die Kleinbauern, sondern insgesamt drei Dörfer mit rund 4.500 Einwohnern. In Zukunft wollen wir auch mit anderen Partnern Projekte umsetzen, die solche Veränderungen in der globalen Palm(kern)öl-Lieferkette bewirken. So schaffen wir gezielt Möglichkeiten, um die Lebensbedingungen entlang unserer Lieferkette positiv zu beeinflussen. Die Erkenntnisse aus unserem Lieferketten-Rückverfolgbarkeitsprojekt unterstützen uns bei der Auswahl und Umsetzung von Projekten. Die lokalen Bedürfnisse und die spezifischen Fragestellungen in den Beschaffungsregionen stehen dabei stets im Vordergrund.



4. Externes Engagement

Wir engagieren uns beim RSPO und beim Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP). Mit der Teilnahme an diesen Initiativen bringen wir unsere eigene „Palm Sustainability Roadmap“ voran und tragen dazu bei, eine nachhaltige Palm(kern)öl-Wirtschaft insgesamt zu fördern.

Die RSPO-Prinzipien definieren einen verantwortungsvollen Mindeststandard, während sich das FONAP mit weiterführenden Zertifizierungskriterien noch stärker für die Belange von Umwelt und lokalen Gemeinschaften einsetzt.

Weiterführende Informationen zu unserem Engagement finden Sie auf der [RSPO-Webseite](#) unter unserer Mitgliedsseite und auf der Webseite von [FONAP](#).

Zudem unterstützen wir das Kleinbauernprojekt „Impact of the FONAP Add-on Criteria on Small Producers in Malaysia“ des FONAP. Es wird in Kooperation mit dem WWF Deutschland von der Nichtregierungsorganisation „Wild Asia“ in Perak (Malaysia) im Zeitraum von September 2018 bis Juli 2019 durchgeführt. Ziel des Projektes ist es, vor Ort Feedback zu den vier Zusatzkriterien des FONAP einzuholen:

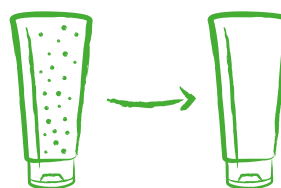
- Stopp des Anbaus auf Torfböden und anderen Flächen mit hohem Kohlenstoffgehalt,
- Stopp der Nutzung hochgefährlicher Pestizide (Konventionen von Rotterdam und Stockholm, WHO 1a und 1b sowie Paraquat),
- Anwendung strenger Reduktionsziele für Treibhausgase,
- ausschließliche Verwendung von Ölpalmfrüchten („Fresh Fruit Bunches“) aus legalem Anbau.

„Wild Asia“ arbeitet vor Ort bereits mit 261 Kleinbauern zusammen und schult diese im nachhaltigeren Anbau von Palmöl. In einem Teil des Projektes testen einige dieser Kleinbauern (mit jeweils weniger als 40 Hektar) die Anwendbarkeit und Umsetzbarkeit der FONAP-Zusatzkriterien.

MIKROPLASTIK

Unser Anspruch: hochwertige Pflegeprodukte ohne Mikroplastik

Wir forschen und arbeiten kontinuierlich an Möglichkeiten, die Umweltverträglichkeit unserer Produkte weiter zu verbessern. Daher widmen wir bei Beiersdorf auch der Diskussion um Mikroplastik in den Weltmeeren bereits seit 2013 unternehmensweit hohe Aufmerksamkeit und sind aktiv dabei, feste synthetische Polymere in unseren Produktformeln konsequent zu ersetzen und zukünftig ganz zu vermeiden.



Wir haben 2018 weltweit 25% weniger Rohstoffe auf Mikroplastikbasis eingesetzt (Basisjahr 2016; der bereits 2015 erfolgte vollständige Verzicht auf Polyethylenpartikel wird bei dieser Fortschritts-erhebung nicht mitberücksichtigt).

Bei Beiersdorf bewerten wir alle festen, nicht biologisch abbaubaren, synthetischen Polymere als Mikroplastik. Damit folgen wir dem „Umweltprogramm der Vereinten Nationen“ (UNEP), das Mikroplastik-Partikel als feste Kunststoffteilchen mit weniger als 5mm Durchmesser, die nicht biologisch abbaubar und nicht wasserlöslich sind, definiert.

Mikroplastik gelangt auf verschiedenen Wegen in die Meere und Flüsse, vorrangig jedoch durch den Zerfall größerer Plastikteile, die an Land oder auf See als Müll falsch entsorgt und im Wasser durch Wettereinwirkungen und Erosion zersetzt werden. Auch synthetische Textilfasern, der Abrieb von Autoreifen oder Straßenfarbe sowie Plastikpartikel aus Verbraucherprodukten des täglichen Bedarfs gelten als Quellen für die kleinen Kunststoffteilchen.

Wir haben in Bezug auf Mikroplastik für uns als Konsumgüterunternehmen bereits frühzeitig Handlungsbedarf gesehen und unternehmensweit Maßnahmen ergriffen, um mikroplastikbasierte Rohstoffe aus unseren Produkten auszuschließen.

Daher untersuchen wir bei allen synthetischen Polymeren, die wir in unseren Produkten einsetzen, ob sie potenziell zur Belastung der Meere beitragen, und prüfen mögliche Alternativen. Alle potenziellen Alternativstoffe müssen unseren hohen Anforderungen an Qualität, Sicherheit, Wirksamkeit und Hautverträglichkeit gerecht werden.

Ambitionierte Ziele bis 2020

2015 konnten wir mit der Ausformulierung aller Polyethylenpartikel aus unseren Hautpflegeprodukten das erste Zwischenziel erreichen. Bis Ende 2020 haben wir uns per Selbstverpflichtung weitergehende ambitionierte Ziele gesetzt:

→ Alle „Rinse-off“-Produkte, die der Konsument nach der Anwendung sofort wieder abwäscht – wie beispielsweise Shampoos und Duschgele –, werden bis spätestens 2020 frei von Mikroplastik sein. Bei ihnen verzichten wir auf die Trübungsmittel in Form fester synthetischer Polymere, die beispielsweise für die charakteristische Farbe der Produktformel verantwortlich sind.

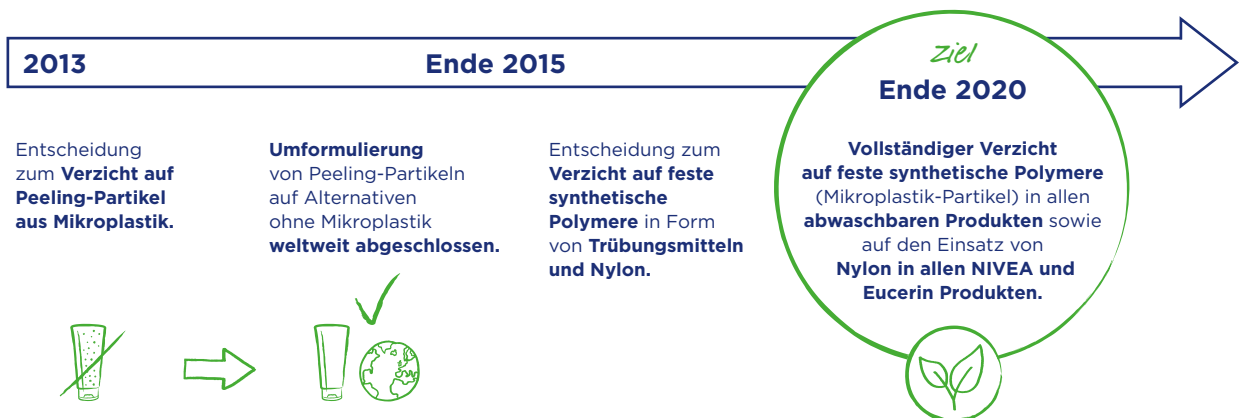
→ Über „Rinse-off“ hinaus werden wir auch unsere Formeln für Produkte, die auf der Haut verbleiben („Leave-on“) und den Inhaltsstoff Nylon enthalten, verändern. Bis Ende 2020 werden wir Nylon damit vollständig aus den Produkten unserer Marken NIVEA und Eucerin ausformulieren.

Deutliche Fortschritte weltweit

Die Projekte zum Verzicht auf Trübungsmittel und Nylon haben bei Beiersdorf einen hohen Stellenwert und werden weltweit mit intensivem Ressourceneinsatz erfolgreich vorangetrieben. 2018 haben wir die eingesetzte Menge an Rohstoffen auf Basis fester synthetischer Polymere im Vergleich zu 2016 bereits effektiv um rund 25 % reduziert. Das heißt, wir haben im Berichtsjahr global rund ein Viertel weniger Rohstoffe auf Mikroplastikbasis von unseren Lieferanten bezogen und in den Produktformeln verwendet als noch vor zwei Jahren – und werden die Einsatzvolumina 2019 weiter signifikant reduzieren. Da der vollständige Verzicht auf Polyethylenpartikel wie oben beschrieben bereits 2015 erfolgte, wird er bei dieser Fortschrittserhebung nicht mitberücksichtigt.

Mit großem Engagement sorgen unsere globalen Forschungs- und Entwicklungsteams dafür, dass wir auch in Zukunft unsere ambitionierten Ziele im Bereich Mikroplastik effizient weiterverfolgen und sicher erreichen.

Unser Engagement im Zeitverlauf



LABELLO

Unsere Lippenpflegeprodukte werden noch besser – und nachhaltiger

Über 100 Jahre Erfahrung prägen unsere starken und erfolgreichen Formeln, die Labello zur weltweit führenden Marke in der Lippenpflege machen. Die Ansprüche, Wünsche und Rückmeldungen unserer Konsumenten fließen nahtlos in die kontinuierliche Weiterentwicklung mit ein. 2018 haben wir die größte Formeländerung in der Geschichte der Marke vorgenommen und die eingesetzten Inhaltsstoffe grundlegend modifiziert. Wir verwenden in unseren Lippenpflegeprodukten nunmehr ausschließlich erneuerbare Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs wie Bienen- und Sonnenblumenwachs oder Raps- und Rizinusöl. Auf diese Weise ersetzen wir Stoffe wie Mineralöl, die in der öffentlichen Wahrnehmung als problematisch empfunden werden, bei gleichzeitig verbesserter Performance und Hautverträglichkeit. Damit einhergehend hat die Überarbeitung des Labello-Verpackungsdesigns den Auftritt der Marke noch moderner und emotionaler gemacht und dazu beigetragen, die nachhaltigen Formelverbesserungen überzeugend zu kommunizieren.



„Unser Anspruch und zugleich eine besondere Herausforderung lag darin, über den Einsatz von erneuerbaren Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs die Performance und Hautverträglichkeit unserer Lippenpflegeprodukte noch weiter zu verbessern.“

URTE KOOP
R&D-MANAGER LIP



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE ROHSTOFFE

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



Verpackung

Vermeiden, reduzieren, wiederverwenden und recyceln: Diesen vier Nachhaltigkeitsprinzipien folgen wir bei der Entwicklung und Weiterentwicklung unserer Verpackungen. Denn wir suchen konsequent nach umwelt- und ressourcenschonenden Optimierungspotenzialen. Wir wollen den Einsatz von Ressourcen und Materialien auf allen Ebenen nachhaltig gestalten, unabhängig davon, ob es dabei um Packstoffe, Energieverbrauch oder CO₂-Emissionen geht. Denn unsere Verpackungen müssen nicht nur attraktiv sein und zugleich produktspezifische Sicherheitsanforderungen erfüllen, sondern auch unsere eigenen und die gestiegenen ökologischen Ansprüche unserer Konsumenten berücksichtigen. Mit dem Einsatz von recycelten Materialien, einem auf unseren Nachhaltigkeitsprinzipien basierenden Design sowie der Förderung der Materialsammlung und -sortierung arbeiten wir zielgerichtet auf eine Kreislaufwirtschaft hin.

Weniger ist mehr – Verpackungsmaterial reduzieren

Ein nachhaltiger Umgang mit Materialien bedeutet für uns, kontinuierlich das Einsparungspotenzial unserer Verpackungen zu ermitteln. 2018 haben wir bei der Verpackung des neuen Hidrofugal Duschgels die Wandstärke der 250-ml-Packung minimiert und damit das Verpackungsgewicht der Flaschen um ganze 4g verringert. Mithilfe dieser für Konsumenten unscheinbaren Veränderung ließen sich allein seit dem dritten Quartal 2018 20t Verpackungsmaterial vermeiden. Zusätzlich haben wir die Etiketten der Flaschen aus „PET Liner“ um 5,5cm² verkleinert und dadurch auch noch 2.750m² Material eingespart.



Während transparente Trays derzeit schon über einen Recycling-Anteil von 20% verfügen, werden weiße Trays sogar bereits zu 100% aus wiederverwertetem Plastik produziert.

Recyclingfähigkeit als Gestaltungselement

Ein neues Projekt im Rahmen der NIVEA Baby Micellar Cleansing-Produktreihe setzt auf „Design for Recycling“ und damit auf die frühestmögliche Berücksichtigung des Recyclinggedankens bei der Verpackungsentwicklung. Die Flasche wird farblos, also durchsichtig und ohne farbige Kunststoffadditive (sogenannte „Masterbatches“), produziert. Dadurch wird die Recyclingqualität verbessert und eine Wiederverwertung optimiert.

Kunststoffe wiederverwenden – Einsatz von Rezyklaten

Bei unseren Produktverpackungen setzen wir zunehmend auf Recyclingmaterial. Die Primärverpackung der Wechselklingen unserer NIVEA Systemrasierer besteht beispielsweise bereits zu 100% aus recyceltem Kunststoff. Damit unterstützt sie den Gedanken der Wiederverwendung und der Abfallvermeidung, der unseren Systemrasierern zu Grunde liegt.

Für Produkte wie NIVEA Sun, NIVEA Face, NIVEA Men, Eucerin, Atrix und Florena werden weltweit jährlich bereits rund 9,28 Millionen Trays mit recyceltem Kunststoff hergestellt. Die Möglichkeiten der Ressourcenschonung sind enorm. Während transparente Trays derzeit schon über einen Recycling-Anteil von 20% verfügen, werden weiße Trays sogar bereits zu 100% aus wiederverwertetem Plastik produziert. Trotz einer noch limitierten Verfügbarkeit von nutzbaren Recyclingmaterialien

konnten wir bereits 34,959 t konventionelles Material auf Recyclingmaterial umstellen, das sind circa 43% der gesamten Materialmenge dieser Trays pro Jahr.

Emissionen vermeiden durch kluge Logistik

Eine Umstellung der NIVEA Hand Trays hat dazu geführt, dass wir ganze Produktpaletten bereits für den Transport optimieren und damit die Umweltbelastung reduzieren konnten. Nunmehr platzieren wir sechs Produkte hintereinander im Tray – vorher waren die Produkte wechselnd nebeneinander angeordnet. Konkret bedeutet das: Pro Europalette können 840 Produkte mehr transportiert werden als zuvor, sodass nicht nur weniger Paletten, sondern auch weniger Fahrten für die gleiche Menge an Produkten nötig sind. Damit entlasten wir die Umwelt und vermeiden CO₂.

Unser Commitment für nachhaltige Verpackungen

Teile unserer Produktverpackungen werden aus Papier- und Pappmaterial hergestellt. Schon jetzt nutzen wir vorwiegend vom „Forest Stewardship Council“ (FSC) zertifizierte Materialien. Der FSC setzt sich für den Schutz und die Erhaltung der Wälder durch eine nachhaltige Waldwirtschaft ein. Besonders bei Neuprodukten produzieren wir bereits alle papierbasierten Verpackungen nach FSC-Standards. 2018 haben wir mit der „Sustainable Paper Packaging Guideline“ zudem eine Richtlinie für nachhaltige Verpackungen verabschiedet, die für alle papierbasierten Produkte von Beiersdorf gilt und mit der wir eine klare Zielsetzung verfolgen: Ab 2020 werden wir weltweit



„Wir wollen in Zukunft mit dem steigenden Einsatz von recycelten Materialien aktiv zur Kreislaufwirtschaft beitragen. Ebenso werden wir durch neue, innovative Lösungen und ein nachhaltiges Design unserer Verpackungen dies noch weiter vorantreiben und fördern.“

SABRINA STIEGLER

GLOBAL SUSTAINABILITY PACKAGING
DEVELOPMENT

ausschließlich nachhaltige Papier- und Pappmaterialien beziehen und einsetzen. Dies erreichen wir vor allem, indem wir unseren Beschaffungsvorhaben Nachhaltigkeitskriterien zu Grunde legen und damit recycelte und zertifizierte Materialien verwenden. Für alle unsere neuen papierbasierten Verpackungen bedeutet das einen Rohstoffbezug aus gänzlich nachhaltiger Forstwirtschaft.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE VERPACKUNGEN

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



Sichere und verträgliche Produkte

Die Sicherheit unserer Produkte und ihre unbedenkliche Nutzung haben für uns höchste Priorität. Durch die Einhaltung strikter gesetzlicher Vorgaben und eigener Leitlinien möchten wir die Sicherstellung unseres hohen Qualitätsanspruchs gewährleisten.

Unser Verständnis von Qualität geht weit über unsere Produkte hinaus. Wir sehen Qualität als einen Prozess der kontinuierlichen Verbesserung, der alle Aspekte unserer unternehmerischen Leistung umfasst. Dieses Verständnis haben wir in der „Beiersdorf Quality Policy“ formuliert, die unser Top-Management und unsere Mitarbeiter in ihrem täglichen Handeln leitet. Sie trägt dazu bei, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und unsere Wettbewerbsfähigkeit langfristig sicherzustellen.

Sicherheitsbewertung aller Rohstoffe und Formeln

Um unserem Qualitätsanspruch gerecht zu werden, beschäftigen wir ein Team von erfahrenen und hoch qualifizierten Sicherheitsbewertern. Erst nachdem die gesetzlich geforderte Freigabe der Rohstoffe und Formeln durch einen Sicherheitsbewerter erfolgt ist, dürfen sie in unseren Produkten eingesetzt werden.

Die Sicherheitsbewerter arbeiten eng mit angrenzenden Fachfunktionen, beispielsweise Forschung, Produkt- oder Packmittelentwicklung, zusammen und bewerten jeden unserer eingesetzten Rohstoffe und jede von uns entwickelte oder zugekaufte Formel in Bezug auf ihre Sicherheit und Verträglichkeit für den Verbraucher. Für die Sicherheitsbewertung kosmetischer Produkte zählt neben Erfahrung und Know-how insbesondere der wissenschaftliche Austausch, auch bezüglich neuester Erkenntnisse. Es ist uns daher wichtig, dass sich unsere Sicherheitsbewerter auf Kongressen, in Arbeitsgruppen, Expertenteams und gegebenenfalls auch in speziellen Fachtrainings international austauschen und fortbilden.

Auch unsere externen Dienstleister, wie etwa Parfum- und andere Rohstoffhersteller, beziehen wir in die Umsetzung unseres hohen Qualitätsanspruchs mit ein, zum Beispiel indem wir uns die Einhaltung besonderer, über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinausgehender Anforderungen von diesen bestätigen lassen.

Weltweit verbindliche Beiersdorf Sicherheitsanforderungen

Unsere hohen Sicherheitsanforderungen haben wir in der „Beiersdorf Product Safety Policy“ niedergelegt. Sie ist weltweit verbindlich, denn bei der Sicherheitsbewertung von Rohstoffen, Formeln und Produkten unterscheiden wir nicht nach Region oder Standort, sondern wenden weltweit die gleichen Maßstäbe an.

Neben den Leitlinien des Wissenschaftlichen Ausschusses „Verbrauchersicherheit“ sind dabei die Vorgaben der „EU-Kosmetik-Verordnung 1223/2009“ für uns von besonderer Bedeutung. Die „EU-Kosmetik-Verordnung“ regelt einerseits die Anforderungen an die Sicherheit eines Produkts. Andererseits definiert sie auch Anforde-



rungen zur korrekten Kennzeichnung von Produkten und zur Bereitstellung von Informationen, um einen sicheren Transport und Umgang mit den Produkten zu gewährleisten.

Die rechtlich globalen Anforderungen an die Produktsicherheit verändern sich kontinuierlich. Um dem Risiko, gegen aktuelle Regulierungen zu verstoßen, präventiv zu begegnen, arbeitet unser zentrales Regulatory Affairs-Team mit einem globalen Netzwerk aus „Regulatory Affairs Officers“ zusammen, die alle regulatorischen Anforderungen und deren Änderungen an den weltweiten Beiersdorf Standorten verfolgen. Bereits im Verlauf der Entwicklung eines Produkts wollen wir auf diese Weise sicherstellen, dass alle für die jeweiligen Vertriebsländer aktuell gültigen Anforderungen erfüllt werden.

Vom Rohstoff zum fertigen Kosmetikum – die Sicherheitsbewertung im Detail

Die umfassende Sicherheitsbewertung bei der Entwicklung oder dem Relaunch eines Produkts bezieht sich gleichermaßen auf die Rohstoffe, die kosmetische Formel und die Verpackung.

Rohstoffe

Ob und wie ein bestimmter Rohstoff in der Produktentwicklung angewendet werden darf, entscheidet sich zunächst durch das Chemikalienrecht – in Europa geregelt durch die REACH-Verordnung – und, ausdrücklich bezogen auf die kosmetischen Produkte, über die Rohstofffreigabe – beispielsweise durch die „Cosmetics, Toiletries and Fragrance Association“ (CTFA). Im nächsten Schritt bewerten unsere eigenen Wissenschaftler den infrage kommenden Ausgangsstoff anhand von Analyseergebnissen, unter anderem zu Reinheit und Rückständen, sowie Daten zur Toxikologie und Hautverträglichkeit. Auch dabei orientieren wir uns an international anerkannten Standards und Vorgaben, wie zum Beispiel den „Notes of Guidance for the Testing of Cosmetic Ingredients and their Safety Evaluation“ des „Scientific Committee on Consumer Safety“ (SCCS).

Produktsicherheit – vom Rohstoff zum fertigen Produkt



Alle relevanten Informationen werden bei Beiersdorf in einem zentralen System zusammengefasst und dort von unseren Produktentwicklern abgerufen. Auf dieser breiten Basis an Informationen wird eruiert, wie ein Rohstoff im Rahmen von Vorgaben und Grenzen für die Entwicklung neuer Produktformeln verwendet werden darf, sodass schließlich der Produkteinsatz, das heißt Produkttyp und Einsatzmenge des Rohstoffes, klar definiert ist.

Kosmetische Formel

Ein zentraler Aspekt der Sicherheitsbewertung ist die mikrobiologische Stabilität der kosmetischen Formeln. Kosmetische Produkte sind im Rahmen der Herstellung und auch später bei der Anwendung immer wieder dem Einfluss von Mikroorganismen, beispielsweise Bakterien und Pilzen, ausgesetzt. Sie können das Produkt verderben und den Verbraucher gefährden. Daher muss die kosmetische Formel in der Lage sein, die Ausbreitung von Mikroorganismen zu verhindern beziehungsweise deren mögliche Auswirkungen komplett zu unterdrücken. Deshalb unterziehen wir alle Formeln zum Beispiel einem speziellen Testverfahren zur mikrobiologischen Belastbarkeit. Darüber hinaus überprüfen wir unsere Produkte mit dem sogenannten „Bioburden“-Test schon

während des Herstellungsprozesses auf eine mögliche Verkeimung.

Ein weiterer wichtiger Schritt bei der Sicherheitsbewertung ist die Analyse des Zusammenspiels der Rohstoffe innerhalb der kosmetischen Formel. Mehrere verschiedene Testverfahren stellen die Verträglichkeit der Gesamtformel sicher. Gemeinsam mit dem Testcenter der Beiersdorf AG führen wir verschiedene Probandenstudien zur Verträglichkeit der neuen Formeln durch. Zeigen die Tests und Studien, dass die Formeln sehr gut verträglich sind, sind wir dem Produktionsstart ein ganzes Stück näher gekommen. Nur wenn unsere Produkte alle Tests zu unserer vollsten Zufriedenheit bestehen, ist der Weg zum Verbraucher frei.

 **ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE PRODUKT- UND VERBRAUCHERFORSCHUNG**

Verpackung

Neben den Rohstoffen und den kosmetischen Formeln werden auch Packmittel einer intensiven Sicherheitsüberprüfung unterzogen. Zusammen mit den Formeln setzen wir die Packmittel verschiedenen Temperatur- und Lagerbedingungen aus, um ihre Reaktion zu untersuchen. So können wir ausschließen, dass schädliche Komponenten aus den Verpackungen in die Formel

übergehen oder es im Laufe der Lebensdauer unserer Produkte zu anderen verpackungsbedingten Qualitätseinbußen kommt.

 **ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE FORMEL- UND VERPACKUNGSENTWICKLUNG**

Kontinuierliche Überprüfung der Produkte

Auch nach dem Übergang in die Vermarktung übernehmen wir weiterhin die Verantwortung für die Qualität und Sicherheit jedes neuen Produkts. Über unser globales Netzwerk an Qualitätsmanagern sammeln wir kontinuierlich Informationen zu etwaigen Reklamationen und unerwünschten (Haut-)Reaktionen. Unsere Sicherheitsbewerter fassen alle entsprechenden Erkenntnisse zusammen. So sind wir stets in der Lage, zum Beispiel im Falle einer Unverträglichkeit sofort zu reagieren. Bei Neuentwicklungen oder Formeländerungen kommen uns die Beobachtungen und genauen Produktkenntnisse insofern zugute, als sinnvolle Anpassungen frühzeitig identifiziert und bei den Produkten der nächsten Generation von Beginn an berücksichtigt werden können. Dies trägt dazu bei, unserem Anspruch an die Verträglichkeit und Sicherheit unserer Produkte dauerhaft und auf höchstem Niveau gerecht zu werden.

 **ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG**

PRODUCTS - FACT SHEET 2018



Unsere Erfolge

- ✓ 63% Umstellung auf massenbilanziertes Palm(kern)öl und entsprechende Derivate. Abdeckung der verbleibenden 37% durch „RSPO Credits“.
- ✓ 92% unserer palm(kern)ölbasierten Rohstoffe sind rückverfolgbar bis zu den Raffinerien und Mühlen.
- ✓ Implementierung eines Projektes zur Unterstützung von Palmöl-Kleinbauern in West-Kalimantan (Indonesien) in Zusammenarbeit mit dem WWF.
- ✓ Durchführung von RSPO-Überwachungsaudits zur Aufrechterhaltung der „RSPO Supply Chain Certification Standard“-Zertifizierung.
- ✓ Verabschiedung einer Richtlinie für nachhaltige papierbasierte Verpackungen.
- ✓ Implementierung des IT-Tools zur Bewertung der Nachhaltigkeit von Rohstoffen und Formeln.

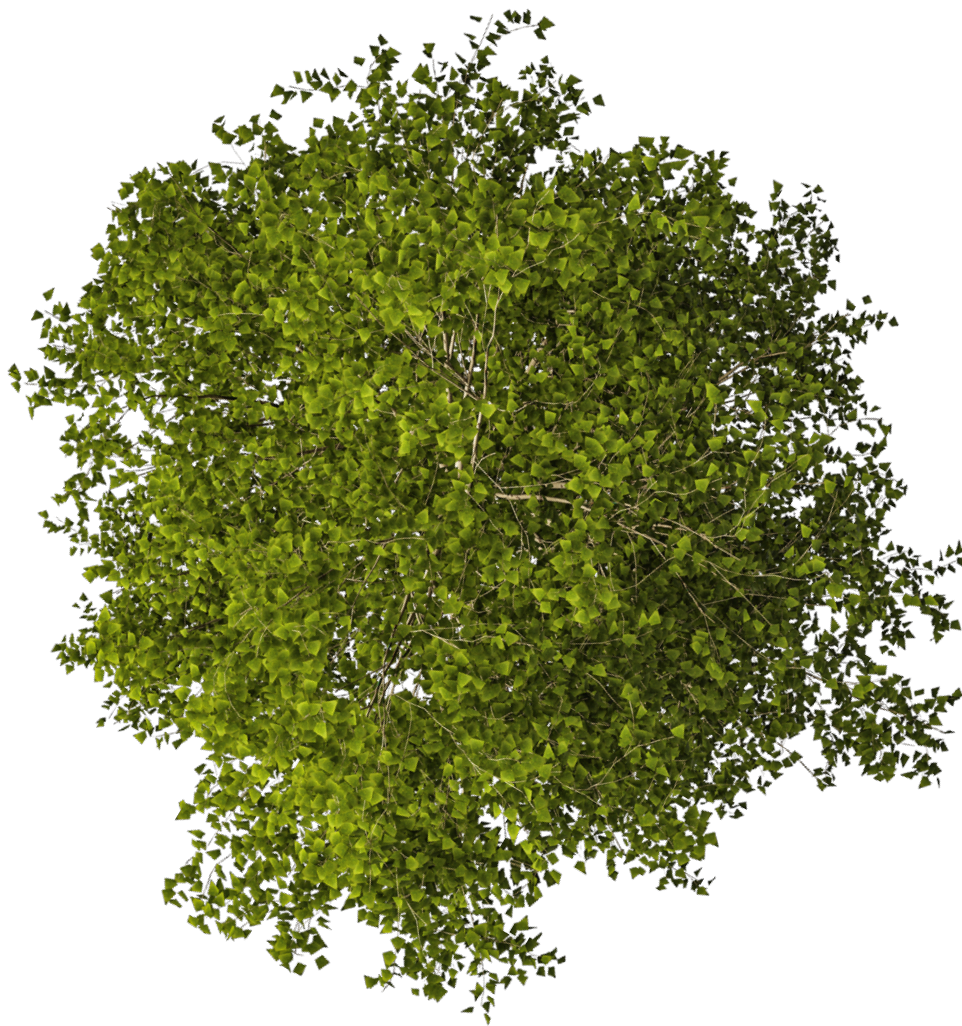


Unsere nächsten Schritte

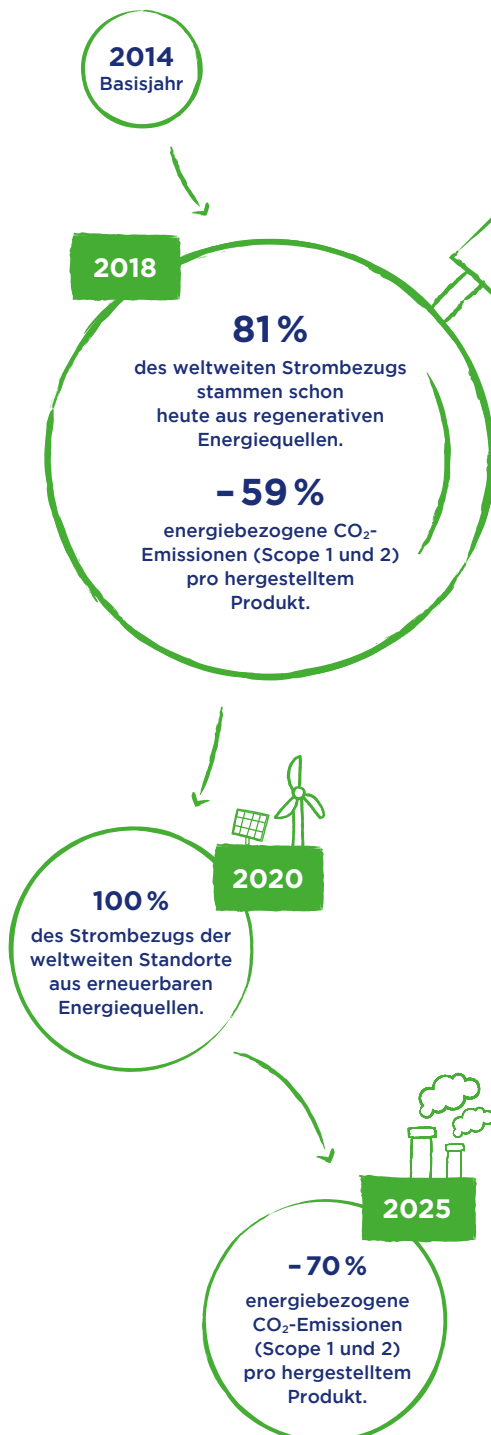
- Ausbau unseres Engagements zur Unterstützung von Palmöl-Kleinbauern.
- Einführung von Produkten, deren Verpackungen recyceltes PET enthalten.
- Verabschiedung von unternehmensweiten Nachhaltigkeitszielen im Bereich Plastikverpackung.
- Entwicklung weiterer Ziele im Bereich Produktnachhaltigkeit.

Planet

In einer Zeit vielfältiger ökologischer Herausforderungen geht es darum, alle nötigen Maßnahmen zu ergreifen, um dem Klimawandel entgegenzuwirken: sei es konkret Wasser zu sparen, den Energieverbrauch signifikant zu reduzieren oder unnötigen Abfall zu vermeiden. Als global agierendes Unternehmen arbeiten wir auf allen Ebenen an Lösungen, um unserer Verantwortung gerecht zu werden.



Unser Engagement im Bereich Planet



Als global agierendes Unternehmen übernehmen wir Verantwortung und streben danach, unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und Ressourcen zu schonen. Um kontinuierlich Verbesserungspotenziale zu identifizieren und Maßnahmen erfolgreich umzusetzen, stehen wir in engem Austausch mit unseren internen und externen Stakeholdern. Dazu gehört beispielsweise die jährliche Teilnahme an der Befragung des „Carbon Disclosure Project“ (CDP), bei der wir umfassende Umweltdaten sowie Informationen zu unseren Managementansätzen im Bereich Klimaschutz zur Verfügung stellen. Für das Berichtsjahr konnten wir im CDP „Climate Change Program“ eine „B“-Bewertung erreichen.

Die globalen Risiken des Klimawandels betreffen auch unsere Lieferketten und wir nehmen die Verantwortung für die mit unserer Geschäftstätigkeit verbundenen Treibhausgasemissionen an. Um einen Beitrag zur Verlangsamung der globalen Erwärmung zu leisten, haben wir 2017 ein neues Klimaziel zur Unterstützung des Abkommens der UN-Klimakonferenz in Paris 2015 (COP 21) entwickelt.

Unser Klimaziel*

2017 haben wir uns das Ziel gesetzt, im Vergleich zum Basisjahr 2014 unsere energiebezogenen CO₂-Emissionen (Scope 1 und 2) pro hergestelltem Produkt bis 2025 um 70% zu senken. Die sukzessive, weltweite Umstellung aller Standorte auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen bis 2020 sowie weitere Energieeffizienzmaßnahmen in unseren Produktionszentren stellen die wesentlichen Eckpfeiler unserer Klimastrategie dar, mit denen wir unsere Zielerreichung bis 2025 sicherstellen wollen.

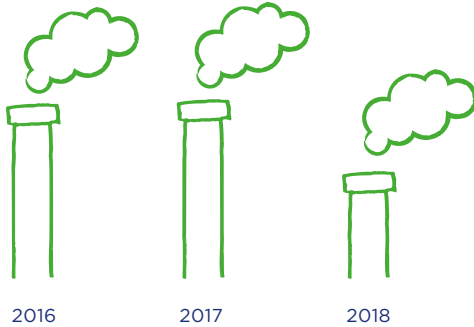
Im zweiten Jahr seit der Veröffentlichung unseres ambitionierten Klimaziels konnten wir 2018 die CO₂-Emissionen pro hergestelltem Produkt im Vergleich zu 2014 bereits um 59% reduzieren. Und insgesamt 81% des weltweiten Strombezugs stammen schon heute aus regenerativen Energiequellen.

* Bei unseren Klimazielen betrachten wir nur den Massenmarkt und das Dermokosmetikgeschäft. Das Premiumgeschäft mit La Prairie wird in einer separaten Organisation ohne eigene Produktionswerke geführt. Die Scope-1- und Scope-2-Emissionen von La Prairie sind für die Gesamtemissionen des Consumer-Geschäfts nicht wesentlich. Alle in diesem Abschnitt dargestellten CO₂-Emissionen basieren auf der „market-based“-Methode. Die „location-based“-Methode finden Sie in unserem [GRI Content Index \(305-2\)](#).

Beiersdorf CO₂-Emissionen Scope 1 und Scope 2*

(t CO₂e)

78.605 79.456 52.960



* Im Rahmen der Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit wurden ausschließlich die Daten des Jahres 2018 geprüft.

Weltweite Datenerhebung zur Berechnung unserer CO₂-Emissionen

Um die Wirksamkeit unserer Maßnahmen zu überprüfen und Einsparpotenziale zu erkennen, erfassen, konsolidieren und analysieren wir Daten zu unseren weltweiten CO₂-Emissionen. Wir berücksichtigen bei unseren Berechnungen sowohl direkte Emissionen, die durch die Verbrennung von Gas oder Heizöl entstehen, als auch indirekte Emissionen, die durch den Bezug von Strom, Wärme oder Dampf verursacht werden.

Wir erheben Energieverbrauchsdaten aller Produktionsstandorte (mit Ausnahme von Nigeria), unserer Bürostandorte (seit 2018 ab 50 Vollzeit-äquivalenten) und für drei durch uns betriebene Lager. In den vergangenen Jahren ist es uns gelungen, unsere Datenerhebung der weltweiten Scope-1- und Scope-2-Emissionen kontinuierlich zu verbessern und die Qualität unserer Daten zu steigern.

Die Vorgaben des „Greenhouse Gas (GHG) Protocol“ – mit den Emissionsdaten des „Intergovernmental Panel on Climate Change“ (IPCC) und der „Internationalen Energieagentur“ (IEA) – bilden die Grundlage für die Berechnung unserer energie-

bezogenen direkten und indirekten CO₂-Emissionen. Dabei dienen unter anderem Energieverbrauchsdaten und Rechnungen der Energielieferanten als Kalkulationsbasis. Der von uns gewählte Konsolidierungsansatz für die Emissionsberechnung ist die operative Steuerung.

Unsere CO₂-Emissionen berichten wir nach der „market-based“-Methode, die auch die Basis für unser Klimaziel bildet. Hierbei haben wir im Berichtsjahr eine Korrektur im Hinblick auf die Nutzung von lieferantenspezifischen Emissionsfaktoren und „residual mix“-Emissionsfaktoren* vorgenommen und unsere Basisjahr-Emissionen angepasst. Parallel dazu berichten wir nach der „location-based“-Methode ([GRI Content Index 305-2](#)). Dies ermöglicht uns aufzuzeigen, welchen Beitrag Strom aus erneuerbaren Energien zur Erreichung unserer Klimaziele leistet.

Ein sehr geringer Anteil unserer Scope-2-Emissionen entsteht durch den Bezug von Dampf oder Wasser aus Fernwärme- oder Kaltwasseranlagen. Die Berechnung der daraus resultierenden Emissionen erfolgt unter Anwendung der Emissionsfaktoren des Bilanzierungstools GaBi und des britischen Umweltministeriums (Defra).

Erfassung von Scope-3-Emissionen

Die indirekten Emissionen aus bezogenen Waren und Dienstleistungen, die sogenannten Scope-3-Emissionen, übersteigen unsere Scope-1- und Scope-2-Emissionen erheblich. Deswegen haben wir für 2014 die Emissionen unserer Lieferketten auf Basis eines Input-Output-Modells ermittelt und die wichtigsten Kategorien unserer Scope-3-Emissionen identifiziert. Diese Analyse werden wir 2019 für das Geschäftsjahr 2018 erneut durchführen.

Wesentliche Scope-3-Emissionen entstehen vor allem in den Bereichen Verpackungen und Rohstoffe. Hier nutzen wir die Ergebnisse der Input-Output-Analyse, um Potenziale zur Emissionsreduktion innerhalb dieser beiden wichtigen Einkaufskategorien zu ermitteln. Diese adressieren wir bereits über Maßnahmen zur Produktnachhaltigkeit wie Materialeinsparungen, Einsatz von nachhaltig produzierten Rohstoffen und der zunehmenden Verwendung von recycelten

* „Residual mix“-Emissionsfaktoren sind optimierte Netzeissionsfaktoren, die verwendet werden, um die doppelte Zählung derselben Elektrizitätsmenge aus einer bestimmten Energiequelle zu vermeiden. Mehr Informationen finden Sie in der [GHG Protocol Scope 2 Guidance](#).

Materialien (Seite c-23). Die fehlende Methode zur Quantifizierung dieser Effekte werden wir 2019 erarbeiten und etablieren.

Scope-3-Emissionen aus Kundentransporten, Geschäftsreisen und Fremdherstellung erfassen wir bereits über unseren Datenerhebungsprozess.

Transportbedingte CO₂-Emissionen für Lieferungen zu unseren Kunden berechnen wir mithilfe des „EcoTransIT“-Tools nach den Vorgaben der europäischen Norm DIN EN 16258 für die Regionen Europa, Nord- und Südamerika, Naher Osten und Afrika sowie Asien-Pazifik.

Bei der Berechnung der indirekten CO₂-Emissionen aus Geschäftsreisen wenden wir die Vorgaben des „GHG Protocol“ an. Als Kalkulationsgrundlage dienten 2018 sowohl Daten aus dem unternehmenseigenen Erfassungssystem für Geschäftsreisen als auch – für einige Länder – die „Green Reports“ von „AirPlus“, einem Anbieter für Geschäftsreiseabrechnungen. „AirPlus“ berechnet Emissionen mit dem Emissionsrechner der gemeinnützigen Klimaschutzorganisation „atmosfair“.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER PLANET-ZIEL

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



Energie

Unser Energiemanagement fokussiert darauf, unseren direkten und indirekten Verbrauch fossiler Brennstoffe zu reduzieren. Um dies zu erreichen, stellen wir unsere Stromversorgung weltweit zu 100% auf regenerative Energien um. Darüber hinaus definieren wir an allen Standorten Potenziale zur Energieeinsparung sowie Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz und realisieren diese sukzessive.

100% erneuerbare Energien im Jahr 2020

Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis 2020 alle unsere globalen Produktions- und Bürostandorte auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen umzustellen.

Seit 2018 beziehen bereits alle Beiersdorf Produktionsstandorte weltweit, mit Ausnahme von Mexiko und Nigeria, Strom aus regenerativen Energiequellen. Neben den bereits seit Längerem umgestellten Standorten in Deutschland und Spanien werden seit diesem Jahr auch unsere Produktionen in Chile und Polen direkt mit Strom aus erneuerbaren Energien beliefert. In vielen anderen Ländern ist eine direkte Belieferung

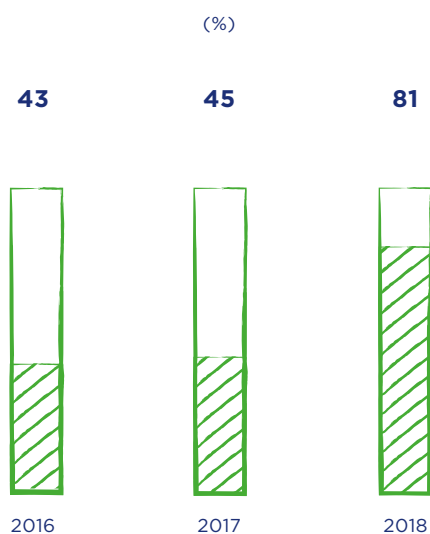
derzeit noch nicht oder nur bedingt möglich. Daher erwerben die übrigen Produktionsstandorte zurzeit sogenannte „International Renewable Energy Certificates“ (I-RECs) für den eingekauften Strom.

Darüber hinaus sind wir mit der Umstellung unserer Büros einen großen Schritt vorangekommen: 26 weitere Bürostandorte weltweit beziehen seit 2018 Strom aus erneuerbaren Energien. Auch hier erfolgt die Umstellung durch eine direkte Belieferung, den Kauf von I-RECs oder europäischen Herkunftsnachweisen („Guarantees of Origin“). Hierdurch haben wir im Vergleich zum Vorjahr 2.679 tCO₂e weniger Emissionen verursacht. Im kommenden Jahr werden weitere Bürostandorte folgen.

Einen Teil unseres Strombedarfs decken wir auch über Photovoltaik-Anlagen, die wir an einigen unserer Produktions- und Bürostandorte betreiben. Unsere Produktionsstandorte in Shanghai und Thailand haben mit dem Bau eigener Anlagen begonnen.

2018 produzierten unsere Photovoltaik-Anlagen weltweit 838 MWh an umweltfreundlicher Energie. Das entspricht dem jährlichen Stromverbrauch von circa 168 deutschen Drei-Personen-Haushalten (siehe [Statistisches Bundesamt](#)).

Beiersdorf Stromanteil aus erneuerbaren Energien*



* Im Rahmen der Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit wurden ausschließlich die Daten des Jahres 2018 geprüft.

Energiemanagement nach definierten Standards

In einer seit 2017 bei Beiersdorf geltenden „Standard Operating Procedure“ (SOP) haben wir verbindliche Minimalanforderungen an das Energiemanagement festgelegt. Die Minimalanforderungen sehen unter anderem vor, dass Optimierungspotenziale systematisch analysiert, erfasst und umgesetzt werden. Darüber hinaus legt die SOP fest, dass in jedem Neubau- oder Erweiterungsprojekt für unser Produktionsnetzwerk bereits im Rahmen der Planung Energieeffizienzmaßnahmen berücksichtigt werden. Am Produktionsstandort Hamburg wurde zudem ein ISO-50001-zertifiziertes Energiemanagementsystem betrieben. Die Werke in Berlin und Waldheim führen stattdessen Energieaudits entsprechend dem deutschen Energiedienstleistungsgesetz durch.

Energieeffizienz-Initiative „Blue Production Center“

Der Energieverbrauch an unseren Standorten hängt von verschiedenen individuellen Rahmenbedingungen ab, von der Reduzierung der Heißwassertemperatur in der Produktion über Gebäudeisolierungen bis zur Nutzung von Abwärme. Im Rahmen unserer „Blue Production Center“-Initiative ermitteln alle Produktionsstandorte weltweit systematisch und kontinuierlich Potenziale zur Energieeinsparung und planen standortspezifische Maßnahmen, um die Energieeffizienz zu verbessern.



Durch die Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungsanlage können wir am Standort Mexiko bereits einen Teil des Energiebedarfs decken und CO₂-Emissionen reduzieren.

Nahezu alle Produktionsstandorte konnten 2018 entsprechende Planungen finalisieren und erste Maßnahmen umsetzen. Im Produktionszentrum Mexiko wurde beispielsweise eine kombinierte

Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungsanlage in Betrieb genommen, die bereits einen Teil des Strombedarfs deckt und das Werk langfristig vollständig versorgen soll. Da die Anlage auch deutlich weniger CO₂ pro Megawattstunde freisetzt als externe Kraftwerke, sinken zudem unsere CO₂-Emissionen.

Um die lokal gewonnenen Erkenntnisse global zu nutzen, werden Best-Practice-Erfahrungen in unserem internationalen Netzwerk regelmäßig ausgetauscht.

Zusammenarbeit in der Logistik steigert Effizienz und reduziert Emissionen

Im Sinne der systematischen Senkung transportbedingter Emissionen setzt Beiersdorf auf nachhaltige Logistiklösungen. Dazu zählt die regelmäßige Optimierung der Containerbeladung von Schiffen ebenso wie die verbesserte Ausnutzung von Lkw-Kapazitäten und Transportrouten. Auch durch kollaborative Projekte wie „NexTrust“ werden unsere Logistikprozesse effizienter und nachhaltiger gestaltet. Dieses von der EU finanzierte Projekt fördert die Zusammenarbeit von 31 Partnern in der Logistikbranche. Eine sechswöchige Pilotphase zeigte 2018, dass durch die enge Zusammenarbeit der Logistikpartner wertvolle Synergien durch eine bessere Auslastung von Transportkapazitäten erzielt werden können. Beispielsweise lassen sich Leerfahrten und somit CO₂-Emissionen vermeiden. Weitere Vorteile, die sich aus der Kooperation ergeben, sind die langfristige Reduktion des Verwaltungsaufwands und eine insgesamt schnellere Logistikabwicklung.



**ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER
ENGAGEMENT IM BEREICH ENERGIE**

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



Abfall

Wir treiben die Vermeidung und Verwertung von Abfällen voran, denn nur so kann auch im Abfallmanagement ein wichtiger Beitrag zur CO₂-Reduzierung und damit zum Klimaschutz geleistet werden. In unseren weltweiten Produktionswerken werden bereits etablierte Maßnahmen zum Umgang mit Abfällen laufend weiter optimiert beziehungsweise neu eingeführt. Die Abfallentsorgung auf Deponien – auch „Landfilling“ genannt – stellt eine besondere Belastung für unsere Umwelt dar. Aus diesem Grund haben wir uns 2015 zu dem ambitionierten Ziel „Zero Waste to Landfill“ verpflichtet. 2018 haben wir die Deponierung von Abfällen aus den Distributionszentren in den USA und Kanada beendet. Somit haben insgesamt 16 von 17 Produktionsstätten sowie 21 Distributionszentren bereits das „Zero Waste to Landfill“-Ziel erreicht.

Trennen, verwerten, vermeiden

Abfall ist in den meisten Fällen ein kostbarer Rohstoff, der bei richtiger Trennung und Behandlung häufig einem neuen Produktionsprozess zugeführt werden kann. Daher bemühen wir uns intensiv um Lösungen für die Verbesserung der Abfalltrennung in unseren Werken. Mit der Planung diesbezüglicher Prozesse gehen allgemeine Überlegungen zur Effizienzsteigerung einher. Zum Beispiel soll durch die Optimierung der Planung unserer weltweiten Lagerbestände die Vernichtung von Fertigware reduziert und Abfallmengen entsprechend gesenkt werden.

Bodenuntersuchungen bei Werks-erweiterungen weltweit

An unserem Standort in Malang (Indonesien) führen wir aktuell Untersuchungen des Bodens durch, um im Zuge der geplanten Werkserweiterung mögliche Verunreinigungen zu ermitteln und gegebenenfalls betroffenes Erdreich umweltfreundlich zu entsorgen. Diese Untersuchungen nehmen wir grundsätzlich im Rahmen von Tiefbauarbeiten auf eigenen Grundstücken vor.



 **ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER ENGAGEMENT IM BEREICH ABFALL**

Abfallmengen (Produktionszentren)

(Tonnen)

20.699

26.560

27.333



2016



2017



2018

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS

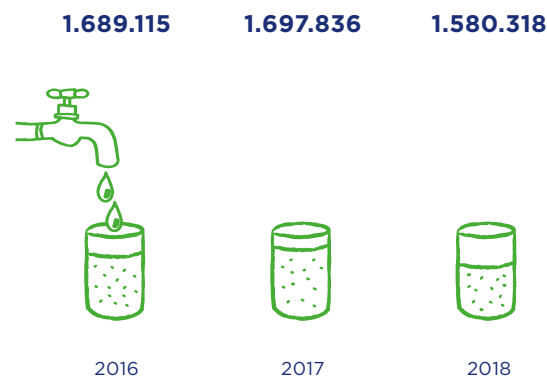


Wasser

Wasserknappheit ist heute besonders in Regionen mit einem hohen standortspezifischen Wasser- risiko eine Bedrohung. Weltweit wird sauberes Trinkwasser durch den Klimawandel und die wachsende Weltbevölkerung knapper. Das „World Economic Forum“ (WEF) hat die Verknappung von sauberem Trinkwasser bereits 2013 als eines der größten globalen Risiken identifiziert. Auch wir betrachten Wasser als einen der kostbarsten lebenswichtigen Rohstoffe. Deshalb ist es uns ein besonderes Anliegen, in allen Unternehmensbereichen und bei allen Prozessen konsequent Möglichkeiten zu finden und geeignete Maßnahmen umzusetzen, um den Wasserverbrauch und damit das Abwasseraufkommen zu minimieren.

Wasserverbrauch (Produktionszentren)

(m³)



Neueste Technologien zur Reduzierung des Wasserverbrauchs

Wir wollen den Wasserverbrauch in unseren Produktionsprozessen, Gebäuden und allen anderen Bereichen reduzieren. Insbesondere bei verbrauchsintensiven Reinigungsprozessen setzen wir dabei auf hochmoderne Anlagen und innovative Technologien. Auch an anderen wassersensiblen Stellen im Produktionsprozess sowie im Rahmen von Werkserweiterungen passen wir bestehende Technologien zur Reduzierung des Wasserverbrauchs an und optimieren sie weiter. Entstehende Abwässer werden mithilfe neuester technischer Verfahren gereinigt und zum Beispiel zur Kühlung, zur

Bewässerung von Grünanlagen oder für sanitäre Zwecke eingesetzt. Um auf die künftigen Anforderungen am neuen, erweiterten Standort in Hamburg schon heute bestmöglich vorbereitet zu sein, planen wir dort die Inbetriebnahme einer neuen Abwasser-Neutralisationsanlage.

Regelmäßige Wasserrisikobewertung weltweit

Das „World Resources Institute“ (WRI) stellt mit dem „Aqueduct Water Risk Atlas“ ein Datentool zur Verfügung, mit dem wir alljährlich das Wasser- risiko an unseren Standorten bewerten. So stellen wir die Wasserversorgung in unserem Produktions- netzwerk sicher, ohne dabei die Versorgung der lokalen Bevölkerung zu beeinträchtigen. Die aktuellen Daten helfen uns dabei, Entwicklungen und Herausforderungen zu identifizieren und mit standortbezogenen geeigneten Maßnahmen prä- ventiv darauf zu reagieren.

Optimierte Wasseraufbereitung in Mexiko

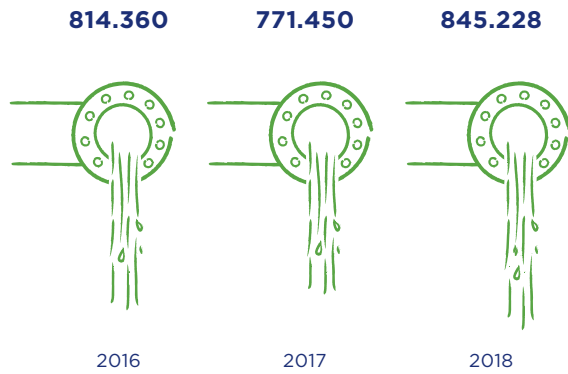
In unserem Werk in Mexiko haben wir die von uns eingesetzte Umkehrosiose-Anlage weiter opti- miert. Die Anlage dient der Vorreinigung des von uns bezogenen Quellwassers, das anschlie- ßend in der Produktion eingesetzt wird. Durch die Optimierungsmaßnahmen wird das Wasser nun mit weniger Aufwand gründlicher und effi- zienter gereinigt. Dadurch können wir signifikante Wassereinsparungen erzielen und Wasserverluste im Aufbereitungsprozess reduzieren. Auch die Menge der eingesetzten Energie sinkt durch die optimierten Prozesse.

Durch die Optimierung der Wasser- aufbereitung in Mexiko konnten wir Wasserverluste reduzieren.



**Abwasservolumen
(Produktionszentren)**

(m³)



Verbesserte Abwasserreinigung durch Best-Practice-Austausch

Seit diesem Jahr arbeiten wir an der Optimierung der Abwasserreinigungsanlagen an allen Produktionsstandorten weltweit. Ziel der Maßnahmen ist der kontinuierliche Austausch von Best-Practice-Erfahrungen zwischen den Werken, um vergleichbare Standards zu etablieren und Prozesse rund um die Abwasseraufbereitung effizienter zu gestalten. Dabei erwägen wir auch die Modernisierung oder den Austausch von technischen Anlagen. So können wir den Anteil an wiederverwendbarem Wasser kontinuierlich steigern, bei gleichzeitig reduzierten Kosten und vermindertem Energieeinsatz.

 **ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER ENGAGEMENT IM BEREICH WASSER**

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



PLANET - FACT SHEET 2018



Unsere Erfolge

- ✓ Unsere Produktionszentren:
 - 8% stationäre Energie*
 - 57% CO₂-Emissionen*
 - 82% Strom aus erneuerbaren Energien
- ✓ Unsere Büros:
 - 77% Strom aus erneuerbaren Energien
- ✓ Beendigung der Deponierung von Abfällen aus den Distributionszentren in den USA und Kanada.
- ✓ Optimierte Wasseraufbereitung in Mexiko.
- ✓ Verbesserte Abwasserreinigung durch Best-Practice-Austausch.

*In unseren Produktionszentren pro Produktionseinheit. (Basisjahr 2014)



Unsere nächsten Schritte

- Strom aus erneuerbaren Energien für Produktionsstätten in Nigeria und Mexiko und weitere Bürostandorte.
- Detaillierte Analyse der wichtigsten Kategorien unserer Scope-3-Emissionen.
- Maßnahmen zur weiteren Verringerung der CO₂-Emissionen aus fossilen Brennstoffen an unseren Produktionsstätten.
- Entwicklung von Methoden zur Quantifizierung bereits umgesetzter Maßnahmen zur Emissionsreduktion in den Bereichen Verpackungen und Rohstoffe.
- LEED-Zertifizierung der Erweiterung des Produktionswerks in Malang (Indonesien).
- Deponierung von Abfällen des Produktionswerks in Nigeria und des Lagers in Peru einstellen.
- Inbetriebnahme von Photovoltaik-Anlagen an den Produktionsstandorten Shanghai und Bangkok.
- Weitere Verbesserung der Abwasserreinigung an Produktionsstandorten.

People

Das Wohlergehen unserer Mitarbeiter hat innerhalb unserer Nachhaltigkeitsstrategie eine besondere Priorität. Ein gesundes und attraktives Arbeitsumfeld mit vielfältigen Entwicklungsmöglichkeiten ist für unseren Erfolg von grundlegender Bedeutung.

Wir fördern reflektiertes und wertebasiertes Handeln, denn es bildet die Grundlage für erfolgreiche Zusammenarbeit und emotionale Mitarbeiterbindung.

Über das Unternehmensumfeld hinaus stärken wir benachteiligte Familien über eine Vielzahl lokaler Initiativen.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER ENGAGEMENT IM BEREICH PEOPLE

Gesellschaftliches Engagement

Verantwortung für das eigene Umfeld übernehmen und die Situation unserer Mitmenschen nachhaltig positiv beeinflussen – das ist für uns als global agierendes Unternehmen selbstverständlich. Unser Core Value **Care** gibt das Leitmotiv vor, auf dessen Basis wir eine Vielzahl von Gesundheits- und Sicherheitsinitiativen für unsere Mitarbeiter unterstützen. Gemeinsam mit lokalen Experten setzen wir zudem weltweit langfristige soziale Projekte um: So helfen wir benachteiligten Menschen – auch jenseits unserer Wertschöpfungskette. Auf dieser Basis haben wir im Jahr 2013 unser Ziel im Schwerpunktbereich „People“ formuliert: Bis 2020 wollen wir eine Million Familien erreichen und ihr Leben verbessern.

Dieses ambitionierte Ziel verfolgen wir mithilfe von zwei Instrumenten: den sozialen Sponsoring-Aktivitäten unserer Marken und dem philanthropischen Engagement auf Unternehmensebene. Beide Ansätze folgen demselben Grundprinzip der Hilfe zur Selbsthilfe, nutzen aber unterschiedliche Wege der Umsetzung und Kommunikation.

Nachhaltige Unterstützung für Familien – angepasst an die lokalen Bedürfnisse

Im Mittelpunkt unseres Engagements im Bereich „People“ stehen sozial benachteiligte Familien. Damit folgen wir der Unternehmenstradition von Beiersdorf und füllen die Werte unserer Marken mit Leben: Die Familie ist als kleinste Einheit der Gesellschaft ein wichtiger Ansatzpunkt, wenn es darum geht, soziale Herausforderungen zu überwinden und gesellschaftlichen Wandel zu fördern. Wir möchten langfristige und ganzheitliche Unterstützung bieten. Deshalb ist es uns wichtig, die gesamte Familie in unsere Projekte einzubinden – so beziehen wir beispielsweise auch die Eltern ein, wenn es um Ausbildungsprojekte für Kinder geht.

Wir setzen unsere Familieninitiativen in fünf zentralen Projektkategorien um:

- Kindzentrierte Familienunterstützung: Wir möchten die Zukunftschancen von sozial benachteiligten Kindern verbessern.
- Kompetenzausbau und Trainings für Familien: Wir fördern Fähigkeiten, um die Lebensqualität von Familien zu steigern.
- Infrastruktur für Familien: Wir unterstützen Einrichtungen, mit deren Hilfe Familien mehr Zeit gemeinsam verbringen können.
- Unterstützung und Begleitung älterer Menschen: Wir setzen uns für die Fürsorge und Inklusion älterer Menschen ein.
- Familien mit besonderen Herausforderungen: Wir unterstützen Familien, die durch Erkrankungen oder Behinderungen einzelner Familienmitglieder besonders belastet sind.

Auch wenn ein einzelnes Projekt unmittelbar auf einzelne Familienmitglieder ausgerichtet sein kann, tragen letztlich alle Projekte zum Wohlbefinden der ganzen Familie bei. Dieser Rahmen gibt uns auch die Möglichkeit, unser gesellschaftliches Engagement und die Initiativen, die wir unterstützen, individuell an die spezifischen lokalen Bedürfnisse der Familien anzupassen. Obwohl wir möglichst viele Familien mit unserem Engagement erreichen möchten, legen wir auf einen Aspekt besonderen Wert: Wichtiger, als unser quantitatives Ziel zu erreichen, ist uns, die Lebensbedingungen vor Ort effektiv und nachhaltig zu verbessern.

Vertrauensvolle Partnerschaften aufbauen

Wir arbeiten mit lokalen Non-Profit-Organisationen zusammen, die die sozialen Projekte entwickeln und durchführen. Unsere Tochtergesellschaften vor Ort wählen die Projekte aus und prüfen ihre Umsetzung sorgfältig. So stellen wir sicher, dass ein potenzieller Partner unsere Auswahlkriterien erfüllt:

- Die Organisation verfügt über fundiertes lokales Know-how in der gewählten Projektkategorie und kann belegen, dass sie bereits ähnliche Projekte effektiv umgesetzt hat.
- Die Organisation besitzt einen guten Ruf und wird von unabhängigen Institutionen, zum Beispiel in Rankings, als vertrauenswürdig angesehen.
- Die Organisation arbeitet transparent und verwendet mindestens 75% ihrer Einnahmen direkt für die Projektfinanzierung.

Schwerpunkte des gesellschaftlichen Engagements bei Beiersdorf



→ Die Organisation ist nicht auf Profit ausgerichtet, besitzt keine politische Zugehörigkeit und verfolgt keine primär religiöse Mission.

Diese Standards, ein offener Dialog und die regelmäßige Abstimmung von Verantwortlichkeiten und Erwartungen gewährleisten stabile, langfristige und effiziente Partnerschaften – und sichern damit die Grundlage für nachhaltige soziale Initiativen.

Neben finanzieller Unterstützung umfasst unser soziales Engagement auch bedarfsorientierte Produktspenden sowie das persönliche Engagement unserer Mitarbeiter.

Das soziale Engagement unserer Marken

Unsere Marken unterstützen Familien sehr gezielt. Dabei konzentrieren sie sich jeweils auf die Bereiche, die sowohl zu ihrer Markenidentität und -kompetenz passen als auch auf die sozialen Bedürfnisse vor Ort und die Anliegen unserer

Verbraucher ausgerichtet sind. Wir möchten nachhaltige gesellschaftliche Verbesserungen erreichen – und gleichzeitig die soziale Reputation der Marken steigern.

Wir informieren unsere Konsumenten kontinuierlich und transparent über unser soziales Engagement und laden sie gleichzeitig ein, sich auch selbst aktiv an diesem Engagement zu beteiligen.

Mit „NIVEA cares for family“ setzt sich unsere Kernmarke in drei Schlüsselbereichen für Familien ein: Kompetenzaufbau für Kinder, Stärkung von Müttern und Bereitstellung von familienfreundlichen Orten und Einrichtungen.

Hansaplast verfolgt das Ziel, die Erste-Hilfe-Kenntnisse von Kindern zu verbessern und ihnen so bereits frühzeitig lebensrettendes Wissen und Können zu vermitteln, das sie im Alltag anwenden können. Dazu arbeitet Hansaplast mit nationalen Rotkreuz-Gesellschaften zusammen.

Philanthropisches Unternehmensengagement

Beiersdorf engagiert sich auch als Unternehmen für gemeinnützige Initiativen. Im Gegensatz zu den Engagements unserer Marken stehen dabei nicht Sponsoring-Aktivitäten im Mittelpunkt, sondern Geld- und Produktpenden. So unterstützen wir beispielsweise Menschen, die von unvorhergesehenen Situationen und Ereignissen betroffen sind, etwa Opfer von Naturkatastrophen. Da sich viele dieser Maßnahmen jedoch nur schwer quantifizieren lassen, zahlen sie nicht immer auf unser „People“-Ziel ein. Hier greift die Maßgabe, dass eine effektive und schnelle Hilfe wichtiger ist als die quantitative Zielerreichung.

Globale Bewertung unseres lokalen sozialen Engagements

Bis zum Jahr 2020 wollen wir eine Million Familien erreichen und ihr Leben verbessern. Dieses ambitionierte Ziel im Themenfeld „People“ verfolgen wir im Wesentlichen mit unseren sozialen Sponsoring-Aktivitäten und unserem philanthropischen Engagement auf Unternehmensebene. Seit 2013 evaluieren wir jährlich alle sozialen Projekte, die wir weltweit unterstützen, und behalten so unsere Fortschritte kontinuierlich im Blick. Die Projektverantwortlichen in unseren Tochtergesellschaften sammeln alle lokal relevanten Daten und melden sie in unserer Nachhaltigkeitsmanagement-Software „susy“. Diese Daten zu standardisieren, um unsere Aktivitäten global analysieren zu können, ist eine Herausforderung – denn unsere weltweiten Projekte unterstützen Familien auf sehr unterschiedliche Weise. Die

Prinzipien und Standards, die wir bei der Analyse anwenden, bilden auch die Basis für die ganzjährige Zusammenarbeit zwischen unserer globalen Abteilung für soziale Verantwortung und dem lokalen Netzwerk der Promotoren. Die Ergebnisse der globalen Analyse sind eine wichtige Informationsgrundlage für die interne Steuerung, aber auch ein integraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Auch wenn uns die Qualität unserer Projekte zu jeder Zeit wichtiger ist als ihr quantitativer Beitrag zur Zielerreichung, behalten wir auch die Zahlen stets im Auge: 121.241 Familien haben wir im Jahr 2018 mit unseren sozialen Projekten unterstützt und somit seit 2013 insgesamt 961.936 Familien mit unserem Engagement erreicht. Auf diese Leistung sind wir stolz – und können schon jetzt sagen, dass wir unser quantitatives Ziel bis 2020 erreicht haben werden.

Transparente Berichterstattung über unsere Fortschritte

Völlig zu Recht erwarten unsere internen und externen Stakeholder, dass wir auch außerhalb unserer Wertschöpfungskette gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und dieses Engagement transparent kommunizieren. Diese Erwartungen erfüllen wir durch unsere globalen Initiativen, über die wir in unserem jährlichen Nachhaltigkeitsbericht sowie in aktuellen Beiträgen auf unserer Unternehmenswebsite berichten.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER PEOPLE-ZIEL

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



NIVEA | SISTER2SISTER AUSTRALIEN

10 Jahre NIVEA Partnerschaft mit „Sister2sister“

Bereits seit zehn Jahren engagiert sich NIVEA Australien für das Mentorenprogramm „Sister2sister“ der „Life Changing Experiences Foundation“. Die Frühinterventionsinitiative unterstützt Mädchen in besonders schwierigen Lebenssituationen bei ihrer Entwicklung zu eigenständigen jungen Frauen. Sie lernen, wie sie selbst Veränderungen in ihrem eigenen Leben erreichen können, um dadurch den oft über mehrere Generationen etablierten Kreislauf von Leid zu unterbrechen. Schon mehr als 300 junge Mädchen im Alter von zwölf bis 18 Jahren haben an dem von NIVEA unterstützten Programm teilgenommen. Über das langfristige finanzielle Engagement von NIVEA Australien hinaus leisten auch die Mitarbeiter durch aktiven Einsatz einen persönlichen Beitrag zur Zukunft der Teenager.



„Unsere Partnerschaft mit ‚Sister2sister‘ besteht bereits seit über zehn Jahren. Ich habe selbst miterlebt, wie die Organisation das Leben gefährdeter junger Mädchen positiv verändern kann - dabei stehen ihre Mentorinnen ihnen als erfolgreiches weibliches Rollenvorbild zur Seite. An diesem Programm beteiligt zu sein, ist eine inspirierende Erfahrung. Es passt sehr gut zu unserer Marke.“

CLYNTON BARTHOLOMEUSZ
MANAGING DIRECTOR BEIERSDORF AUSTRALIEN

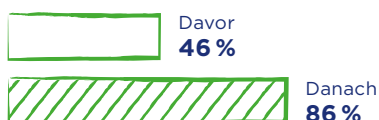
Starkes Selbstvertrauen durch einjähriges Mentorenprogramm

Die jungen Teilnehmerinnen von „Sister2sister“ haben häufig traumatische Erlebnisse gehabt, wachsen in zerrütteten Familienverhältnissen auf oder sind von Armut, Obdachlosigkeit oder Missbrauch bedroht. Ihre schwierige Lebenssituation erschwert es den Teenagern, ihre eigene Zukunft positiv zu gestalten. „Sister2sister“ stellt den jungen

Frauen eine persönliche Mentorin – eine „große Schwester“ – zur Seite. Sie kann Perspektiven aufzeigen, ist positives Rollenvorbild und unterstützt sie auf verschiedenen Ebenen. Die vertrauensvolle und stabile Beziehung zu ihren Mentorinnen und programmbegleitende Workshops helfen den

Kleine Schwestern vor und nach der Teilnahme am „Sister2sister“-Programm *

Können Beziehungen erkennen, die schlecht für sie sind



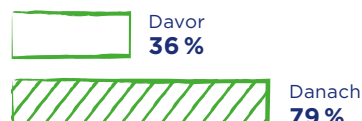
Sehen einen höheren Schulabschluss als wichtig für ihre Zukunft an



Sind selbstsicher in sozialen Situationen



Haben Selbstvertrauen



* „Sister2sister“ Jahresbericht 2016.

„kleinen Schwestern“, mit Risiken und Herausforderungen umzugehen. Nach Abschluss des Programms sagen 79% der Teenager von sich selbst, dass sie ein stärkeres Selbstvertrauen haben, zu Beginn sind es nur 36%. Andere messbare Veränderungen sind der Rückgang von Alkohol- und Drogenkonsum, die Zunahme sicherer Arbeitsverhältnisse und eine Stabilisierung persönlicher Beziehungen.

Erfolgreich dank langfristig angelegtem Konzept

Erlernte Verhaltensmuster können vor allem dann nachhaltig verändert werden, wenn sich positive Erlebnisse über einen längeren Zeitraum wiederholen. Das gilt auch nach Abschluss des Programms, denn oft erwächst aus dem Mentoring eine lebenslange Verbundenheit. 95% der Mentorinnen unterstützen ihre „kleinen Schwestern“ auch nach Programmabschluss weiter. Die guten Ergebnisse und die tief greifenden persönlichen Erfahrungen der engagierten Mitarbeiter inspirieren weitere Aktivitäten. Mehrere NIVEA Mitarbeiterinnen haben als Mentorinnen gefährdete Mädchen aktiv durch das Programm begleitet. Andere Mitarbeiter setzen sich bei Spendensammlungen und Veranstaltungen für das Projekt ein und überraschen die „little sisters“ zu Weihnachten mit Geschenken. Darüber hinaus leistet NIVEA Australien auch infrastrukturelle Unterstützung und stellt regelmäßig Technik und Marketingleistungen für Aktivitäten zur Verfügung oder bietet Büroräume für die Durchführung der Trainingsprogramme an.

Nachhaltiges Engagement von NIVEA Australien

Die Erfolge des Programms und die positiven Erfahrungen sind ein Ansporn für die Zukunft: 2019 startet NIVEA Australien daher eine „Social Awareness“-Kampagne, um besonders Konsumenten verstärkt auf die Arbeit von „Sister2sister“ aufmerksam zu machen und zur aktiven Unterstützung einzuladen. Auch die Leistungen der „big sisters“ sollen im Rahmen der Kampagne zusätzlich betont werden. Bis zum Jahr 2020 hat NIVEA Australien sich außerdem das Ziel gesetzt, 100 weiteren großen und kleinen Schwestern die Teilnahme an „Sister2sister“ zu ermöglichen. Ein Beitrag, um möglichst vielen Teenagerinnen in persönlichen Krisensituationen positive Impulse für ihre Zukunft zu geben und so die Erfolgsgeschichte fortzuschreiben.



HANSAPLAST | „KEINER IST ZU KLEIN, UM HELFER ZU SEIN“ DEUTSCHLAND

Hansaplast Deutschland führt erfolgreiche Initiative weiter fort

„Bringing First Aid Home“ – unter diesem Motto fördert Hansaplast gemeinsam mit nationalen Rotkreuz-Gesellschaften schon seit mehreren Jahren weltweit Initiativen im Bereich Erste Hilfe. Ziel ist es, das Bewusstsein für Erste Hilfe zu stärken und jeden Einzelnen zu befähigen, im Bedarfsfall wirksame Hilfe leisten zu können. In Deutschland kooperiert Hansaplast bereits seit 2014 mit dem „Deutschen Roten Kreuz“ (DRK). Die gemeinsame Initiative „Keiner ist zu klein, um Helfer zu sein“ zielt darauf ab, Kinder für die Wichtigkeit von Erster Hilfe zu sensibilisieren und sie schrittweise mit Erste-Hilfe-Maßnahmen vertraut zu machen.

Junge Ersthelfer lernen spielerisch für den Ernstfall

Unfälle von Kindern geschehen häufig in Alltagssituationen, in denen kein Erwachsener in der Nähe ist. Deshalb hat das DRK spezielle Kurse entwickelt, in denen Kindern an Grundschulen Themen wie Unfallverhütung, Erste Hilfe und Wundversorgung altersgerecht vermittelt werden. Wichtige Fragen wie zum Beispiel: Was muss ich bei der Versorgung eines aufgeschlagenen Knies beachten? Wie funktioniert die stabile

Seitenlage?, werden dabei spielerisch beantwortet. Auf diese Weise werden die Motivation und die Fähigkeit der Kinder zu helfen bereits früh gefördert und ein wichtiger Grundstein für umfassende Ersthelfer-Kompetenzen gelegt.

Hansaplast und das DRK bringen Erste Hilfe in Schulen

Um die Kinder bereits in der Grundschule zu erreichen, schult das DRK Lehrkräfte für die Durchführung der Junior-Ersthelfer-Kurse. Die geschulten Lehrkräfte bilden daraufhin die Schüler und Schülerinnen in ihren Klassen in Erster Hilfe aus. Das Angebot wird durch zusätzliche Kurse ergänzt, die das Rote Kreuz bei Bedarf direkt an den Schulen durchführt. Hansaplast unterstützt finanziell, unternimmt begleitende Marketingaktivitäten und stellt Materialien und Produkte für die jungen Ersthelfer zur Verfügung. Dazu zählt auch ein Starterset, mit dem Kinder ihr Wissen anwenden und dadurch festigen können. Das Ziel der Initiative ist, bis Ende 2019 50.000 Kinder in Deutschland zu Junior-Ersthelfern auszubilden.



Kinder werden schon früh an das Thema Erste Hilfe herangeführt. So können sie im Ernstfall sicher und selbstbewusst helfen.

EUCERIN | DEUTSCHLAND

Neurodermitis-Pflegeberatung für mehr Lebensqualität

Weltweit leiden 10% bis 20% aller Kinder an Neurodermitis*. Die bisher nicht heilbare Hautkrankheit

schränkt Kinder und Jugendliche in ihrem Alltag erheblich ein, besonders Säuglinge und Kleinkinder belastet der quälende Juckreiz oft schwer. Die spezielle Situation fordert die gesamte Familie. Häufig wissen Eltern nicht, wo sie Hilfe finden und wertvolle Pflegeempfehlungen erhalten können. Eucerin bietet gemeinsam mit der „Arbeitsgemeinschaft Neurodermitisschulung e.V.“ (AGNES) seit 2011 eine individuelle Neurodermitis-Pflegeberatung an, in der zielgerichtete Maßnahmen den Leidensdruck der kleinen Patienten und ihrer Familien lindern und so die Lebensqualität messbar steigern.

Individuelle Beratung für Betroffene

In den speziell entwickelten interdisziplinären Gruppen- und Patientenschulungen der AGNES finden betroffene Kinder und ihre Eltern Unterstützung über die häufig begrenzte ärztliche Beratung hinaus. Eucerin ergänzt das Angebot mit einer individuellen Neurodermitis-Pflegeberatung. Familien, die zum Beispiel aus verschiedenen Gründen nicht an den Gruppenangeboten teilnehmen können, werden hier direkt betreut. Die speziell geschulten Neurodermitis-Trainer aus dem Fachbereich Pflege sind besonders erfahren im Umgang mit jungen Menschen und gehen rücksichtsvoll mit deren Sorgen und Ängsten um. Jährlich finanziert Eucerin bis zu 1.000 Pflegeberatungen. Zusätzlich stellt Eucerin Produkte und Materialien bereit.

Ein leichter Alltag für Eltern und Kinder

Seit 2011 fanden 6.376 Familien Hilfe bei der Initiative von Eucerin und AGNES. Wie die Kombination aus kompetenter Beratung und wirksamen Produkten hilft, misst AGNES in regelmäßigen Befragungen der Eltern. Die Ergebnisse belegen den Erfolg der Arbeit: So nahmen die Hautsymptome der jungen Patienten um rund 50%** ab. Die Erleichterung zeigt sich gerade im Alltag, auch Juckreiz und Schlaflosigkeit der Kinder verbessern sich durchschnittlich um 50%.

* Lyons JJ et al., 2014, Atopic dermatitis in children: clinical features, pathophysiology, and treatment. Immunol Allergy Clin North Am. Darsow U et al., 2005, Position paper on diagnosis and treatment of atopic dermatitis. J Eur Acad Dermatol Venereol.

** Rolinck-Werninghaus C, Trentmann M, Reich A, Lehmann C, Staab D, 2015, Improved management of childhood atopic dermatitis after individually tailored nurse consultation: A pilot study - Pediatric Allergy and Immunology, DOI:10.1111/pai.12338.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT AM STANDORT HAMBURG

In Hamburg kooperieren wir mit über zehn gemeinnützigen regionalen Organisationen. Wir legen Wert auf eine nachhaltige Zusammenarbeit, die sich meist über einen Zeitraum von drei bis fünf Jahren erstreckt. Gemeinsam mit den Organisationen ermitteln wir, wie und wo Beiersdorf ihre Tätigkeit vor Ort unterstützen kann. Dabei ist es uns wichtig, dass sich dort, wo es sinnvoll erscheint, auch unsere Mitarbeiter persönlich einbringen können. Wir beziehen unsere Kooperationspartner in firmeninterne Aktionen und Initiativen mit ein, zum Beispiel als Empfänger des Glückscents, bei gemeinsamen Spendenaktionen mit „betterplace.org“ oder bei dem seit sechs Jahren stattfindenden Mitarbeiter-Weihnachtsmarkt, bei dem alle Einnahmen gespendet werden. Durch die Kontinuität und die Vielfältigkeit der Zusammenarbeit mit unseren gemeinnützigen Partnern entwickeln unsere Mitarbeiter ein tieferes Verständnis für deren Arbeit, und manchmal führen die von uns initiierten Aktivitäten zu einem regelmäßigen, teils sogar weitergehenden privaten Engagement.

Feste Partnerschaften in der Flüchtlingshilfe

Mit dieser Art der direkten Zusammenarbeit machen wir am Headquarter seit 2015 ebenfalls gute Erfahrungen in der Flüchtlingshilfe. Über Produktspenden, Teamtage in Erstunterkünften und Integrationspraktika entwickelten sich dauerhafte und verbindliche Partnerschaften mit engagierten Hamburger Organisationen. Über das Netzwerk „Chancen am Fluchtort Hamburg“ konnten wir vor allem mit dem Verein „Verikom - Verbund für interkulturelle Kommunikation und Bildung e.V.“ eine enge Beziehung etablieren, in deren Rahmen wir bis heute Bewerbungstrainings unterstützen und Kommunikations- oder Computerkurse mit finanzieren. Gemeinsam mit Verikom und „W.I.R. - work and integration for refugees“ konnte Beiersdorf bis Ende 2018 bereits 37 sechswöchige beziehungsweise dreimonatige Praktika für Geflüchtete ermöglichen. Für die Absolventen ist ein Integrationspraktikum häufig die erste Gelegenheit, in einem deutschen Unternehmen zu arbeiten, um ihre Qualifikationen und Deutschkenntnisse im Arbeitsleben unter Beweis zu stellen.



Damit wollen wir ein Zeichen für die gesellschaftliche und berufliche Integration von Geflüchteten setzen. Wir bringen die Bewerber in den zu ihrer Qualifikation passenden Fachabteilungen unter, zum Beispiel in den Bereichen Real Estate, Legal, in der Forschung und Entwicklung (F&E) oder in der Produktionstechnik. Auf Wunsch suchen wir einen „Buddy“, einen ehrenamtlichen Mitarbeiter, der dem Geflüchteten für den Zeitraum des Praktikums (oder darüber hinaus) als Vertrauensperson und zum Netzwerken zur Seite steht.

Bis 2020 stellen wir an unserem Headquarter insgesamt 100 Praktikumsplätze für Geflüchtete zur Verfügung.



**ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT**

Menschen bei Beiersdorf

Unsere Mitarbeiter machen uns zu dem, was wir sind. Gleichzeitig ist unser unternehmerischer Erfolg ein Spiegel dessen, wie gut wir im Umgang mit unseren Beschäftigten sind. Denn neben ihrer fachlichen Qualifikation trägt insbesondere ihr Engagement, das maßgeblich durch ihr Wohlergehen beeinflusst wird, zu unserem unternehmerischen Erfolg bei. Diese Kerngedanken sind fest in unseren Unternehmenswerten (Core Values) sowie in unserer „Roadmap 2020“ verankert.

Wir möchten der Arbeitgeber erster Wahl sein. Das gilt sowohl für unsere Mitarbeiter als auch für potenzielle Bewerber. Daher bieten wir gerade in Zeiten tief greifender Veränderungen in der Arbeitswelt attraktive und sichere Arbeitsplätze, umfassende Qualifizierungs- und Entwicklungsmöglichkeiten sowie ein umfassendes Portfolio in Bezug auf die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.

Zum 31. Dezember 2018 beschäftigten wir im Unternehmensbereich Consumer 15.142 Mitarbeiter und damit 4,6% mehr als im Jahr zuvor (14.477). Von ihnen waren 8.188 in Europa (+6,3% zum Vorjahr), 4.426 in der Region Afrika/Asien/Australien (+4,8% zum Vorjahr) und 2.528 in der Region Amerika (-0,9% zum Vorjahr) beschäftigt.



Die Grundlage guter Personalarbeit: Unsere „People Agenda“

Als Teil der „Roadmap 2020“ haben wir vor drei Jahren mit der „People Agenda“ ein Programm aufgestellt, bei dem der Fokus gezielt auf den Bereichen Mitarbeiter und Organisation liegt. Im Berichtsjahr haben wir weiter an den strategischen Schwerpunkten dieses Programms gearbeitet, die im Folgenden kurz dargestellt sind:

→ **„Employee Engagement“:** Die emotionale Mitarbeiterbindung ist für uns ein entscheidendes Kriterium. Seit 2013 ist eine jährliche und konzernweite Mitarbeiterbefragung unser Instrument, um nötige Handlungsbedarfe auf Team- und Organisationsebene zu identifizieren. Im Geschäftsjahr 2018 haben wir die Umfrage weiterentwickelt und in ausgewählten Regionen ein schnelleres und flexibleres Befragungstool genutzt. Dieses soll im Jahr 2019 global ausgerollt werden.

→ **Schlanke Strukturen und verbesserte Prozesse:** Im Dezember des Berichtsjahres haben wir ein neues, globales Steuerungselement für die Personalarbeit etabliert. Damit haben wir einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung digitalisierte Zukunft gemacht und deutlich bessere technische Voraussetzungen für innovative Personalarbeit geschaffen. Das Online-Tool vereint alle relevanten Informationen über einen Mitarbeiter und erlaubt, alle Prozesse rund um die Themen „Talent Review“, Mitarbeiterentwicklung sowie Trainingsauswahl und -buchung an einem zentralen Ort zu bündeln. Es sorgt zugleich für mehr Transparenz und Übersicht für alle Seiten – für jeden einzelnen Mitarbeiter, für die Vorgesetzten und den Personalbereich.

→ **„Talent Development“ und Personalentwicklung:** Eine professionelle HR-Organisation ist die Basis für eine optimale Entwicklung unserer Mitarbeiter. Wir fördern Talente und Potenziale unserer Belegschaft individuell und bieten allen Mitarbeitern die Möglichkeit, ihre Karriere entsprechend den eigenen Fähigkeiten und Interessen aktiv zu gestalten. Unser Weiterbildungsangebot umfasst Nachwuchsprogramme, Sprachkurse, fachspezifische Trainings und spezielle Führungskräfteprogramme. Wir streben an, dass Managementpositionen mit Talenten aus den eigenen Reihen besetzt werden, und ermöglichen dies durch die zielgerichtete Vorbereitung unserer Mitarbeiter auf die neue Rolle. Im Jahr 2018 haben wir 75% der Stellen der ersten Managementgruppe (Vorjahr: 75%, „Roadmap 2020“-Ziel: 75%) und 80% der zweiten Managementgruppe (Vorjahr: 88%,

„Roadmap 2020“-Ziel: 90 %) an interne Kandidaten vergeben.*

Um eine starke Management-Pipeline sowie eine höhere Transparenz über die Potenziale in der Organisation sicherzustellen, haben wir im Berichtsjahr den „Talent Review“-Prozess überarbeitet und weltweit vereinheitlicht. Hieran können alle Mitarbeiter ab der oberen tariflichen Gehaltsstufe oder im außertariflichen Bereich freiwillig teilnehmen. Sie erhalten im Anschluss ein zusätzliches persönliches Feedback durch den Vorgesetzten.

Die Identifizierung und nachhaltige Entwicklung von Nachwuchskräften fördert Beiersdorf auf vielfältige Weise. Allein in Hamburg haben wir im Berichtsjahr 112 junge Menschen in neun verschiedenen Berufen ausgebildet. Welchen Stellenwert die frühzeitige Ansprache von potenziellen Mitarbeitern hat, zeigt eine besondere Initiative unseres Recruitings: die „International Internship Challenge“. Bereits im fünften Jahr in Folge haben wir im Geschäftsjahr 2018 aus rund 1.500 Bewerbungen die 32 besten Studenten aus aller Welt zu einem zweitägigen Karriere-Event in unsere Konzernzentrale in Hamburg eingeladen. Am Ende der „Challenge“ wurden vier Auslandspraktika in den Bereichen Brand Management & Digital Marketing, Sales & eCommerce, Supply Chain Management sowie Finance & Controlling vergeben.]

→ **Internationalisierung:** Als global agierendes Unternehmen mit einer Vielzahl kultureller und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen investieren wir kontinuierlich in den Ausbau der internationalen und bereichsübergreifenden Erfahrungen unserer Mitarbeiter. Zum Berichtsjahresende waren für uns Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 100 Nationen tätig (Vorjahr: 98). 39% unserer Führungskräfte aus den ersten drei Managementgruppen haben für mindestens drei Jahre im Ausland gelebt und gearbeitet (Vorjahr: 37%).

→ **Führung und Lernkultur:** Wir fördern die Talente und Potenziale unserer Mitarbeiter und schaffen damit heute die Voraussetzungen

für morgen. Lebenslanges Lernen ist für uns mehr als ein Schlagwort – wir sehen darin die Notwendigkeit, um mit der Transformation der Arbeitswelt langfristig Schritt halten zu können. Wir haben daher eine Vielzahl an Angeboten etabliert (siehe „Wissen und Lernen“). Ergänzend zur Lernkultur ist gute Führung ein weiterer zentraler Aspekt unserer „People Agenda“. Gemäß unserem Führungsverständnis ist es unser Ziel, Führungskräfte zu entwickeln, die authentisch sind, inspirieren und ihr Team zu hervorragender Leistung befähigen (siehe „Führung und Mitarbeiterbindung“).

Neue Arbeitswelt – andere Arbeitsweisen*

Die Arbeitswelt ist geprägt durch tiefgreifende Veränderungen. Die Digitalisierung, der technische Wandel und die Volatilität der weltweiten Märkte fordern von unseren Mitarbeitern, aber auch von uns als Unternehmen vor allem eines: die ständige Bereitschaft, zu lernen und sich zu verändern. Als weltweit agierendes Unternehmen haben wir uns auf diese Notwendigkeit eingestellt. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter darin, das nötige Bewusstsein für den Wandel zu entwickeln, und fördern sie, neue Arbeitsmethoden und Lerntechniken in ihren Alltag zu integrieren und vernetzter und digitaler denn je zu denken. Damit schaffen wir heute die Voraussetzung für unseren Erfolg von morgen.

„We shape the way we work“

Mit der Initiative „We shape the way we work“ haben wir im Jahr 2017 unseren globalen Ansatz für agiles Arbeiten unternehmensweit implementiert. Dieses auf Mitarbeiterpartizipation beruhende Konzept haben wir auch im Geschäftsjahr weiter vorangetrieben und Maßnahmen um- und fortgesetzt, die auf die vier Themenfelder des agilen Arbeitens einzahlen:

→ Arbeitsumfeld

→ Wissen und Lernen

→ Führung und Mitarbeiterbindung

→ Partizipation und Teilhabe

* Alle Daten in diesem Kapitel beziehen sich, sofern nicht ausdrücklich anders ausgewiesen, auf das Consumer-Geschäft ohne La Prairie und Japan.]

Arbeitsumfeld

Um qualifizierte Mitarbeiter gewinnen, entwickeln und halten zu können, arbeiten wir ständig daran, unsere Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern. Wesentliches Ziel dabei ist, eine Arbeitskultur und Arbeitsbedingungen zu schaffen, die die Leistungsfähigkeit, die Leistungsbeurteilung und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter fördern.

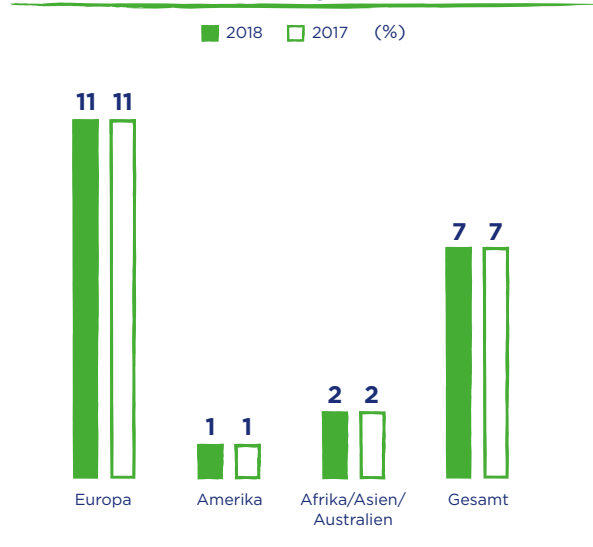
Weltweit achten wir auf eine wettbewerbsfähige, faire Vergütung unserer Fach- und Führungskräfte. Darüber hinaus liegen die Löhne und Gehälter im unteren Einkommensbereich stets deutlich über dem von Land zu Land differierenden Mindestlohn. Im Durchschnitt übertrafen die unteren 10% in der Einkommensskala den jeweils gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn im Berichtsjahr um den Faktor 2,5 (Vorjahr: 2,4). Über die landesspezifischen gesetzlichen Bestimmungen hinaus boten wir zudem überall freiwillige Sozialleistungen an, die sich an den lokalen Bedürfnissen orientiert haben. Am weitesten verbreitet waren eine von Beiersdorf finanzierte Zusatzkrankenversicherung (in 68% (Vorjahr: 62%) unserer Organisationen), eine zusätzliche Altersversorgung (in 65% (Vorjahr: 54%) unserer Organisationen) sowie Zuschüsse für Essen (in 76% (Vorjahr: 79%*) unserer Organisationen) und Transport/Mobilität (in 55% (Vorjahr: 59%*) unserer

Organisationen). Fast ein Drittel (Vorjahr: 35%) unserer weltweiten Organisationen investierte im Berichtsjahr zudem in Maßnahmen zur Kinderbetreuung. Mit der Kita „TroploKids“ am Unternehmenssitz in Hamburg unterhält Beiersdorf eine der ältesten betriebseigenen Kindertagesstätten Deutschlands. Über die Einrichtung, die im Berichtsjahr ihr 80-jähriges Jubiläum feierte, beschäftigte Beiersdorf zum 31. Dezember 2018 30 Erzieherinnen und Erzieher für insgesamt 100 Kinder im Alter zwischen neun Monaten und sechs Jahren.



Mit modernen Arbeitsbedingungen und unseren vielfältigen, auf Vertrauen basierenden Angeboten zum flexiblen Arbeiten unterstützen wir die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter und erleichtern ihnen, Beruf und Privatleben zu vereinbaren. 58% (Vorjahr: 56%) unserer Organisationen bieten Gleitzeit, 65% (Vorjahr: 63%) mobiles Arbeiten bzw. Homeoffice, 48% (Vorjahr: 45%) Teilzeitangebote, 21% (Vorjahr: 21%) Sabbaticals. Die links stehende Grafik zeigt den Anteil der in Teilzeit arbeitenden Mitarbeiter nach Regionen. Neben regulärer Teilzeit ist auch „Jobsharing“, ein Arbeitsmodell, bei dem sich zwei Beschäftigte eine Position teilen, bei uns bereits seit Jahren gelebte Praxis – auch auf Führungsebene. Auf der internen Online-Plattform „two:share“ können Jobsharing-Interessierte ihr eigenes – auf Wunsch anonymes – Profil anlegen und einen passenden Tandempartner suchen. Nach einem speziellen Matching-Algorithmus werden zudem passende Kandidaten aktiv vorgeschlagen (siehe auch „Chancengleichheit und Vielfalt“).

In Teilzeit arbeitende Mitarbeiter nach Regionen



* Vorjahreszahl aufgrund interner Berichtsstrukturänderungen angepasst.

Des Weiteren haben wir im Berichtsjahr erste Arbeitsplätze auf die neue „Office 365“-Technologie umgestellt. Ein großer Schritt in Richtung digitale Arbeitswelt der Zukunft, der uns in den kommenden Monaten helfen wird, noch vernetzter zusammenzuarbeiten und zielgerichteter zu kommunizieren. Im Geschäftsjahr 2019 soll der globale Roll-out von „Office 365“ abgeschlossen sein. Apps wie „Teams“ oder „Yammer“, eine Art internes Twitter, werden unsere Zusammenarbeit maßgeblich verändern und effizienter gestalten.

Mit einem konzerneigenen Gesundheitsmanagement, das von Jahr zu Jahr weiterentwickelt wird, fördert Beiersdorf ebenfalls die Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber. Ziel ist es, mit den Angeboten von „good for me“ die Mitarbeitergesundheit und -leistungsfähigkeit langfristig und nachhaltig zu erhalten und den eigenverantwortlichen Umgang der Mitarbeiter mit ihrer Gesundheit zu fördern. Rund 92% (Vorjahr: 82%) der weltweiten Organisationen bieten Maßnahmen zur Gesundheitsförderung an.



Wissen und Lernen

In der sich rasant verändernden Arbeitswelt von heute nimmt die Bedeutung des lebenslangen Lernens stetig zu. Wir investieren daher gezielt in die berufliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter und fördern ihre Talente individuell und nachhaltig. Damit stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiter mit aktuellen Entwicklungen Schritt halten können und über zukunftsfähige Kompetenzen verfügen. Auch im Geschäftsjahr 2018 profitierte unsere Belegschaft in allen Regionen von den Qualifizierungsangeboten der „Beiersdorf Academy“, die neben dem Lernen im Job und dem Lernen von Kollegen das Fundament für unser

kontinuierliches Lernen innerhalb der Organisation darstellt. Das Angebot der Weiterbildungsprogramme aus insgesamt zwölf funktionalen und funktionsübergreifenden Akademie-Segmenten, darunter Entwicklungsangebote für Führungskräfte, digitale Kompetenzen und agile Arbeitsmethoden, hat sich weiter erhöht. Neu hinzu kamen im Geschäftsjahr 2018 beispielsweise Akademien für die Bereiche „Sales“, „Plan“ und „Quality“ mit jeweils ganz neuen Trainingskonzepten. Inhaltlich setzen wir bei unserem Angebot auf eine Mischung aus Fachwissen und Praxisbeispielen. Unsere stetig steigende Anzahl an onlinebasiereten, virtuellen Lernformaten eröffnet unseren Mitarbeitern zudem jederzeit Zugang zu Wissen und unterstützt den kontinuierlichen Lernprozess.

Führung und Mitarbeiterbindung

Mit „Leadership the Beiersdorf Way“ haben wir im Jahr 2017 unser Verständnis einer guten Führungskultur bei Beiersdorf etabliert. Es basiert auf unseren Unternehmenswerten **Care, Simplicity, Courage** und **Trust**. Ziel von „Leadership the Beiersdorf Way“ ist es, Führungspersönlichkeiten zu entwickeln, die authentisch sind, inspirieren und ihr Team zu hervorragender Leistung befähigen. Dieser Ansatz erklärt Führung teilweise aus der Perspektive der Geführten, wodurch sich die Akzeptanz und die Einbindung aller Mitarbeiter erhöht.

Entsprechend der Beiersdorf Philosophie sind gute Führungskräfte Vorbilder und Treiber für die notwendigen Transformationsprozesse im Unternehmen in einer sich wandelnden Arbeitswelt. Sie fördern zugleich den Ansatz von „Empowerment“ und „Depowerment“. Demnach übertragen Führungskräfte ihren Mitarbeitern mehr Entscheidungsbefugnisse („Empowerment“) und akzeptieren im Sinne schnellerer Prozesse, eigene Entscheidungsbereiche abzutreten („Depowerment“). Um diese und andere Kompetenzen auszubilden, bietet Beiersdorf seinen Führungskräften vielfältige Qualifizierungsmöglichkeiten – unter anderem in Zusammenarbeit mit der renommierten „IMD Business School“. Neben maßgeschneiderten Führungsentwicklungsprogrammen umfasst das Angebot auch sogenannte „Open Enrollment“-Programme.

Einen weiteren Schwerpunkt sehen wir im Bereich der emotionalen Mitarbeiterbindung („Employee Engagement“). Seit 2013 fördern und unterstüt-

zen wir mit einer jährlichen Mitarbeiterbefragung den offenen Dialog in den Teams und fordern alle Mitarbeiter dazu auf, auf Basis der Umfrageergebnisse gezielte Maßnahmen eigenverantwortlich abzuleiten und umzusetzen. 2018 haben wir die Umfrage weiterentwickelt und in ausgewählten Regionen ein schnelleres und flexibleres Befragungstool genutzt. Eine globale Befragung fand daher im Berichtsjahr nicht statt. Die neue Befragungsplattform, die 2019 für die nächste konzernweite Befragung global ausgerollt werden soll, ermöglicht Echtzeit-Feedback und mobilen Zugriff.

Partizipation und Teilhabe

Beiersdorf lebt den Dialog auf Augenhöhe. Wir beteiligen unsere Mitarbeiter an wesentlichen Entscheidungsprozessen, die einen starken Einfluss auf den Erfolg unseres Unternehmens haben. Auch die enge Einbindung von Arbeitnehmervertretungen ist Teil unserer Unternehmenskultur. Ende 2018 verfügten 56 % (Vorjahr: 51 %) unserer Organisationen über einen Betriebsrat, eine Gewerkschaftsorganisation oder eine andere Form der Mitarbeitervertretung, obwohl dies lediglich für 45 % unserer Organisationen (Vorjahr: 37 %) gesetzlich vorgeschrieben ist.

Veranstaltungen auf globaler und lokaler Ebene, wie „Townhall-Meetings“, „Round Tables“ oder „Online Chats“, bieten unseren Mitarbeitern eine Möglichkeit zum direkten Austausch mit dem Vorstand und dem Top-Management. Darüber hinaus lassen wir unsere Belegschaft auf vielfältige Art und Weise die Arbeitswelt von morgen aktiv mitgestalten. Ein Großprojekt, bei dem die Mitarbeiterbeteiligung im Berichtsjahr ganz besonders im Fokus stand, ist der zukünftige Beiersdorf Campus. Die neue Konzernzentrale, deren Fertigstellung auf dem Werksgelände der Hamburger Troplowitzstraße für 2021 geplant ist, wird rund 3.000 hochmoderne Arbeitsplätze umfassen. Neben kontinuierlichen Projektupdates und „Townhall-Meetings“ initiierte das Projektteam verschiedene Online-Umfragen sowie eine interaktive Plattform, auf der rund 25 % der Hamburger Mitarbeiter ihre eigenen Ideen und Vorschläge

für den neuen Campus einbrachten. Alle Ideen wurden nach Ablauf der Aktion auf ihre Umsetzbarkeit überprüft und – je nach Ergebnis – in die weitere Projektplanung eingebunden. Neben den Themenbereichen Digitalisierung und Nachhaltigkeit wurden vor allem Fragen zu gewünschten Mitarbeiter-Services, dem zukünftigen Arbeitsplatz und zur Teamarbeit diskutiert.

Chancengleichheit und Vielfalt*

Als global agierendes Unternehmen verstehen wir die Vielfalt in unserer Belegschaft als Chance. Sie ist daher ein zentrales Element unserer strategischen Ausrichtung und trägt dazu bei, Beiersdorf als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren. Bei uns arbeiten Menschen aus unterschiedlichen Nationen, Kulturen und Generationen aller Geschlechter. Diese Vielfalt wollen wir gezielt fördern und sie für uns nutzen. Denn unterschiedliche Perspektiven stärken die Innovationskraft, unsere Wettbewerbsfähigkeit und lassen uns Kundenbedürfnisse besser verstehen.

Weltweit waren zum 31. Dezember 2018 Mitarbeiter aus 100 Nationen bei uns beschäftigt. Allein am Hauptsitz in Hamburg erhöhte sich der Anteil internationaler Mitarbeiter auf 17,1 % (Vorjahr: 16,5 %). 39 % unserer Führungskräfte aus den ersten drei Managementebenen verfügten zum Geschäftsjahresende über eine mindestens dreijährige berufliche Auslandserfahrung (Vorjahr: 37 %).

Neben dem Aspekt Internationalität ist uns das Thema „Gender Diversity“, die Chancengleichheit von Frauen und Männern bei ihrer beruflichen Entwicklung, seit vielen Jahren ein besonderes Anliegen.

Wir haben die Zielsetzungen der Beiersdorf AG zur Chancengleichheit der Geschlechter angepasst, sodass sie der deutschen Gesetzgebung von März 2015 entsprechen. Demnach betrachten wir die Berichtsebene der Führungskräfte für die Ermittlung der Kennzahl. Auf der ersten Führungsebene lag der Frauenanteil in der Beiersdorf AG Ende 2018 bei 24 % (Vorjahr: 26 %), auf der zweiten bei 48 % (Vorjahr: 46 %). Mit

* Alle folgenden Angaben in diesem Kapitel beziehen sich, sofern nicht ausdrücklich anders ausgewiesen, auf das Consumer-Geschäft ohne La Prairie und Japan.

Dessi Temperley, die zum 1. Juli 2018 die Position des Finanzvorstands übernommen hat, wurde zudem erstmals eine Frau in den Beiersdorf Vorstand berufen. Mit dieser Entwicklung ist Beiersdorf den im Sommer 2017 formulierten Fünf-Jahres-Zielen einen deutlichen Schritt näher gekommen: Demnach soll der Frauenanteil im Jahr 2022 im Vorstand 10% betragen, für die erste Führungsebene 35% und für die zweite Führungsebene 50%.



DESSI TEMPERLEY
MITGLIED DES VORSTANDS
FINANCE / QUALITY / IT

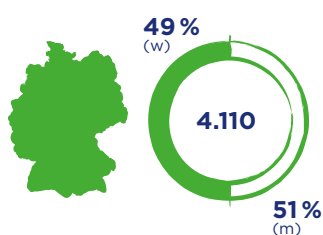
Für die globale Betrachtung ziehen wir die ersten drei Managementgruppen heran. Im Berichtsjahr lag der Frauenanteil bei 30% (Vorjahr: 29%; Ziel 2022: 35%).

Auch La Prairie fördert die Chancengleichheit von Frauen und Männern und hat bei der Rekrutierung der obersten Führungsebene viel Wert auf die Geschlechterverteilung gelegt. Der Frauenanteil liegt hier zum 31. Dezember 2018 bei 38% und damit über dem Zielwert von 30%.

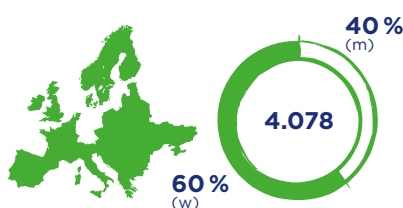
Um ein ausgeglichenes Verhältnis von Männern und Frauen auf allen Führungsebenen zu erreichen, hat Beiersdorf in den vergangenen Jahren vielfältige Maßnahmen ergriffen. Seit Mitte 2018 fassen wir all diese Aktivitäten unter unserer glo-

balen Initiative „enCourage“ zusammen. Sie umfassen die Dimensionen „Onboarding, Networking“, „Personal Development“ sowie „Job & Privatleben“ und richten sich bewusst nicht ausschließlich an Frauen. Einzelne Netzwerke und Entwicklungsangebote sind zwar speziell für Mitarbeiterinnen entwickelt, andere Angebote – zum Beispiel zur Vereinbarung von Beruf und Privatleben – richten sich ganz klar an die gesamte Belegschaft.]

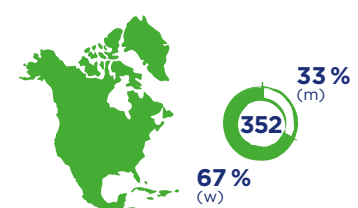
Geschlechterverteilung nach Regionen



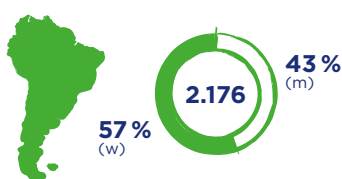
Deutschland



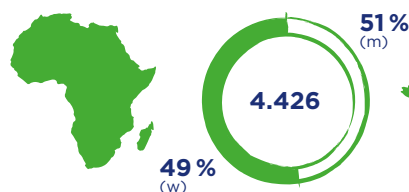
Europa (ohne Deutschland)



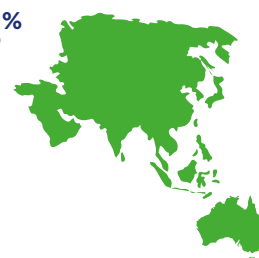
Nordamerika



Südamerika



Afrika/Asien/Australien



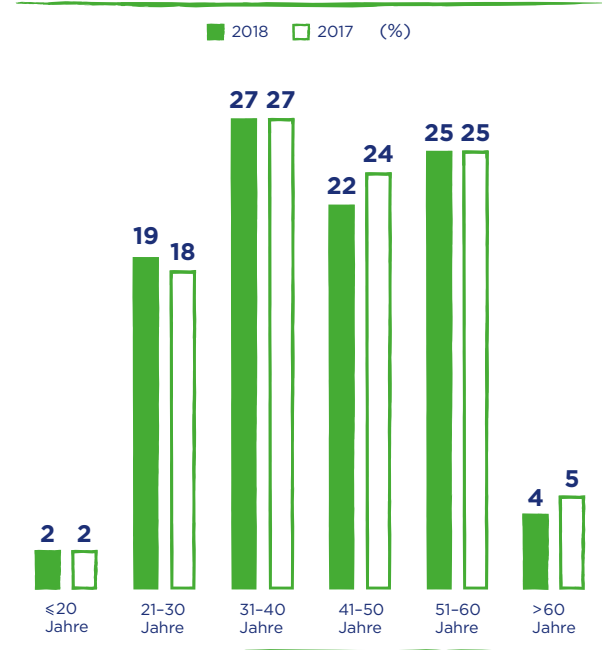
Ein weiterer Baustein in diesem Zusammenhang ist das Fördern von Jobsharing, das wir auf allen Ebenen ermöglichen und damit die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erleichtern. Zum Geschäftsjahresende waren bei uns in Deutschland 19 Jobsharing-Tandems beschäftigt, elf Tandems ermöglichten sich damit Führung in Teilzeit. Unsere im November 2016 etablierte Online-Plattform „two:share“ hilft unseren Mitarbeitern nicht nur gezielt auf der Suche nach dem passenden Tandempartner, sondern bietet allen Beiersdorfern umfassende Informationen rund um das Thema Jobsharing und unterstützt beim aktiven Netzwerken. Beiersdorf zählt damit zu einem der Pioniere der DAX 30-Konzerne, bei denen dieses agile Arbeitsmodell gelebte Praxis ist.

Die links stehende Grafik zeigt die Geschlechterverteilung zum 31. Dezember 2018 in den unterschiedlichen Regionen.

Die Altersvielfalt haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr ebenfalls weiter gefördert. Der Anteil an über 50-jährigen Arbeitnehmern im Consumer-Bereich in Deutschland stieg von 31% 2017 auf 32% an. Der Altersdurchschnitt der Beschäftigten lag zum 31. Dezember 2018 bei 42 Jahren (Vorjahr:

42 Jahre). Durch eine gute Altersmischung gelingt es uns, die Stärken der unterschiedlichen Generationen zu nutzen und Spitzen bei altersbedingten Austritten zu vermeiden.

Altersstruktur im Consumer Business Segment Deutschland



UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



ARBEITSSCHUTZ

Knapp ein Drittel weniger Ausfalltage durch wirkungsvolle Schutzmaßnahmen

Bei allem, was wir tun, steht Sicherheit an erster Stelle. Dabei geht es vor allem um Risikoanalyse und Prävention für mehr Schutz und Gesundheit am Arbeitsplatz, denn das Wohlergehen unserer Mitarbeiter genießt im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie eine besonders hohe Priorität. Daher verfolgt Beiersdorf im Bereich Arbeitsunfälle das Ziel „Zero Accidents“ („Null Unfälle“). Um dieses Ziel langfristig zu erreichen, wurden entsprechende Zielvorgaben formuliert, über deren Status der Vorstand regelmäßig informiert wird.

Es konnten Hauptursachen für schwere Unfälle identifiziert und passende Schutzmaßnahmen an allen globalen Standorten implementiert werden. Aufgrund der ergriffenen Schutzmaßnahmen konnten die Ausfalltage, die größtenteils aus schweren Unfällen resultieren, um mehr als 25% reduziert werden.

In unsere „Accident Frequency Rate“ (AFR) beziehen wir alle Unfälle ein, die zu mindestens einem Ausfalltag geführt haben. 2018 konnten wir in unseren globalen Produktionswerken im Vergleich zu 2017 die Arbeitsunfälle pro eine Million geleistete Arbeitsstunden von 2,2 auf 1,9 reduzieren.

Managementsysteme – Qualitätssicherung durch regelmäßige Audits

Wirksamkeit und Qualität der Managementsysteme, die uns dabei unterstützen, die strategischen Ziele in den Bereichen Sicherheit und Umweltschutz zu erreichen, bedürfen der regelmäßigen Überprüfung. Dabei geht es sowohl um die Funktionalität der Systeme selbst als auch um deren tägliche praktische Anwendung. Angelehnt an die einschlägigen, international anerkannten Standards ISO 14001, OHSAS 18001 und ISO 45001 führen wir in unserem globalen Produktionsnetzwerk Audits nach dem internen „Environmental

and Safety Management Audit Scheme“ (ESMAS) durch. Die Ergebnisse der Audits werden in einem Maßnahmenkatalog erfasst und nachverfolgt (Seite c-13).

Investitionen in die Sicherheit

Um das weltweite Wachstum zu unterstützen, erweitern wir ständig unsere Produktionskapazitäten. Dabei haben wir den Anspruch, mit jeder Investition in Gebäude oder Maschinen die Arbeitssicherheit unserer Mitarbeiter weiter zu erhöhen. Aus diesem Grund fließen globale Sicherheitsstandards immer bereits in die ersten Planungen von Neuanschaffungen mit ein. Der Großteil unserer Werkserweiterungen findet in wichtigen Wachstumsmärkten statt. Für Sommer 2019 ist beispielsweise die Inbetriebnahme des erweiterten Produktionsstandorts nahe Bangkok (Thailand) geplant und auch in Brasilien wollen wir bis Ende 2019 den Ausbau zusätzlicher Produktions- und Lieferkapazitäten abschließen. Neben den Investitionen, die der Sicherheit unserer Mitarbeiter an den erweiterten Standorten dienen, ist es uns wichtig, sicherzustellen, dass auch während der Bauarbeiten keine Mitarbeiter gefährdet werden.

Internationale Zusammenarbeit und globale Standards

Unser Team aus globalen und lokalen Sicherheitsmanagern hat auch 2018 wieder an weltweiten Sicherheitsstandards gearbeitet, um die Sicherheit im weltweiten Beiersdorf Produktionsnetzwerk zu erhöhen. Die Auswertung von Best-Practice-Beispielen einzelner Standorte gehört dabei ebenso dazu wie der persönliche Austausch auf regionalen Workshops und die Zusammenarbeit in standortübergreifenden Telefonkonferenzen. Die Vernetzung zwischen den Standorten hilft, Unfallpotenziale frühzeitig zu erkennen, Erfahrungen zu teilen und gemeinsam Lösungen zu erarbeiten. Alle Erfahrungen und Optimierungsmaßnahmen werden in einer internen Checkliste dokumentiert.



Brasilien – unfallfreie Erweiterung der Produktionskapazität

Unser Werk in Brasilien hat allen Grund zu feiern. 500.000 Arbeitsstunden wurden seit Ende 2017 bereits für die Erweiterung der Produktionskapazität erbracht – ohne Unfall. Dieses herausragende Ergebnis verdanken wir unserem lokalen Projektteam und unserem Partner, der die Sicherheit während der Bautätigkeiten verantwortet. Im Rahmen einer Feier mit allen am Bau beteiligten Arbeitern haben wir diese Leistung gewürdigt und vier von ihnen für ihr besonders vorbildliches Verhalten ausgezeichnet.

China – Sicherheitsmanagement zeigt Wirkung

Vier Jahre unfallfreie Arbeit: Dieses tolle Ergebnis an zwei der chinesischen Produktionsstandorte, Wuhan und Xiantao, zeigt, dass unsere Arbeitssicherheitsmaßnahmen wirken. Verantwortlich hierfür ist unser lokales Safety, Health and Environment (SHE)-Team, das mit der Unterstützung der Werksleitung und des globalen SHE-Teams Maßnahmen und Notfallpläne erarbeitet und Schulungen durchführt. Zudem investieren wir kontinuierlich in die Sicherheit unserer Maschinen und Logistikprozesse und motivieren Mitarbeiter, etwaige Sicherheitsbedenken zu melden. Im Rahmen einer kleinen Veranstaltung haben wir diese außerordentliche Leistung mit allen Mitarbeitern gefeiert.

Die nächsten Schritte

In den nächsten Jahren werden wir unser strategisches Ziel „Zero Accidents“ intensiv weiterverfolgen. Dafür haben wir ein Sicherheitsprogramm eingeführt, das wir laufend weiterentwickeln. Im Fokus steht die Beseitigung unsicherer Arbeitsbedingungen und riskanter Verhaltensweisen. Ein wesentlicher Baustein des Programms ist die Stärkung der internationalen Vernetzung der Produktionsstandorte, um Erfahrungen noch schneller und vollständiger auszutauschen und den lokalen Sicherheitsmanagern Standards für die wichtigsten Prozesse an die Hand zu geben. Neben klaren

Vorgaben für unsere Hauptproduktionsprozesse werden wir verstärkt daran arbeiten, unsere Mitarbeiter für Fragen der Arbeitssicherheit zu sensibilisieren und ihr Verhalten am Arbeitsplatz entsprechend positiv zu beeinflussen. Wir überwachen fortlaufend die Arbeitsbedingungen sowie die Prozesse an unseren Standorten und führen regelmäßig Überprüfungen durch. Dabei sorgen wir dafür, dass unsere Anlagen mit der neuesten Sicherheitstechnik ausgerüstet und unsere Mitarbeiter regelmäßig zum Thema Arbeitssicherheit geschult werden. In diesem Zusammenhang wurde ein Pilotprojekt gestartet, in dessen Rahmen wir alle Führungskräfte vor Ort zu sicherheitsrelevanten Themen schulen. 2019 werden wir das Programm an allen Produktionsstandorten ausrollen. Zusätzlich möchten wir die Arbeitssicherheit auch an allen Bürostandorten verbessern und haben dazu bereits ein Konzept entwickelt.



Unsere Arbeitssicherheitsmaßnahmen wirken: In Wuhan und Xiantao (China) haben wir im Oktober 2018 vier Jahre „Zero Accidents“ gefeiert.








ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER ENGAGEMENT IM BEREICH SICHERHEIT UNSERER MITARBEITER

GESUNDHEITSMANAGEMENT

„good for me“ – das Beiersdorf Gesundheitsmanagement

Seit 2014 ist das Gesundheitsmanagement „good for me“ ein zentrales Element unserer Personalpolitik an den Hamburger Standorten. Durch ein breites Leistungsangebot wollen wir die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter langfristig stärken, gezielt fördern und im Falle einer Erkrankung aktiv wiederherstellen. „good for me“ bündelt daher einen Strauß von Angeboten für die Mitarbeiter: vom betriebsärztlichen Dienst über die Gesundheitsförderung bis zur Sozialberatung. Darüber hinaus arbeitet „good for me“ aktiv mit den unternehmensinternen Stakeholdern zusammen, welche einen direkten Einfluss auf das gesundheitliche Wohlbefinden unserer Mitarbeiter haben: dem Catering und Arbeitsschutz, der DAK Gesundheit und unserer Sportgemeinschaft. Dabei engagieren wir uns besonders in fünf Fokusfeldern:

-  Vorsorge | Früherkennung
-  Bewegung
-  Ernährung
-  Balance
-  Arbeitsumfeld

Neue Zielgruppen durch lebensphasenorientiertes Gesundheitsmanagement

Die Anforderungen unserer Mitarbeiter an ihren Arbeitsplatz oder ihre gesundheitliche Betreuung unterscheiden sich je nach Lebensphase. Schwangere Mitarbeiterinnen haben zum Beispiel andere Bedürfnisse als Auszubildende oder Mitarbeiter in der Produktion. Aus diesem Grund wollen wir mit unserem Angebot immer neue Zielgruppen im Unternehmen ansprechen und entwickeln „good for me“ kontinuierlich und bedarfsorientiert weiter.



Stetig weiterentwickeltes Leistungsangebot

Auch 2018 konnten wir das Leistungsspektrum am Standort Hamburg erweitern. Regelmäßige Angebote zur Vorsorge wie den Gesundheitscheck oder das Hautscreening ergänzten wir über das Jahr hinweg mit „Let's talk about ...“. In diesem Format luden wir Mitarbeiter zum Mittagessen ein und informierten sie zu verschiedenen Gesundheitsthemen bei Beiersdorf.

Neu im Programm ist das „Personal Health Coaching“, das Mitarbeitern ermöglicht, gezielt und vertraulich individuelle Gesundheitsthemen zu bearbeiten. Gesundheitsexperten unterschiedlicher Fachrichtungen begleiten sie drei Monate lang bei der Umsetzung individueller Ziele, zum Beispiel der Reduktion von Rückenschmerzen,

Gewicht oder Stress. Durch persönliche Termine, Trainingspläne, Kurse und begleitende E-Mails sollen Gesundheitskompetenz und Eigenverantwortung gefördert werden.

In Zusammenarbeit mit einer Hamburger Praxis für Physiotherapie haben wir in unserem Headquarter außerdem eine Inhouse-Physiotherapie etabliert, die unsere Mitarbeiter von Montag bis Donnerstag in Anspruch nehmen können. Das neue Osteopathie-Angebot und Kinesio-Taping für Sportler beziehungsweise Mitarbeiter mit Verletzungen runden das Angebot ab, das bereits über 230 Beschäftigte regelmäßig wahrnehmen. Durch diese direkte Betreuung vor Ort können unsere Mitarbeiter ihre Termine einfach und sehr flexibel vereinbaren und in ihren Arbeitsalltag integrieren.

„good for us“ – bedarfsorientiertes Angebot für Teams

Führungskräfte wenden sich immer häufiger mit spezifischen Bedarfen ihrer Abteilung an das „good for me“-Team. Mit „good for us“ haben wir ein Format entwickelt, mit dem wir noch besser auf die individuellen Gesundheitsbedürfnisse ver-

schiedener Teams bei Beiersdorf eingehen können. Dabei entwickeln wir gemeinsam mit Führungskräften bedarfsorientierte Aktivitäten für ganze Abteilungen oder Bereiche. Für unsere Mitarbeiter werden das gemeinsame Wohlbefinden, gesundheitsorientierte Aktivitäten mit ihren Kollegen und die Atmosphäre am Arbeitsplatz immer wichtiger. Im Themenschwerpunkt Arbeitsumfeld haben wir zum Beispiel unter dem Motto „Achtsamkeit“ ein Sommerfest für 200 Mitarbeiter veranstaltet. In der Rallye „How to be mindful“ konnten sie vertiefende Einblicke in das Thema gewinnen und ihr Achtsamkeitslevel prüfen.

Ausblick – unternehmensweite Gesundheitsangebote

Andere Standorte und Unternehmenstöchter weltweit interessieren sich zunehmend für unser Gesundheitsprogramm, sodass wir die Zusammenarbeit auf diesem Gebiet in Zukunft ausbauen werden.



**ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER
ENGAGEMENT IM BEREICH GESUNDHEIT
UNSERER MITARBEITER**

PEOPLE – FACT SHEET 2018



Unsere Erfolge

- ✓ Entwicklung einer internen Checkliste mit 200 Punkten zum Thema Arbeitsschutz.
- ✓ Umsetzung von NIVEAs gesellschaftlichem Engagement in 37 Ländern.
- ✓ Bereitstellung von 37 Integrationspraktika für Geflüchtete in unserem Headquarter am Standort Hamburg.
- ✓ Mit unserem Gesundheitsmanagement „good for me“ haben wir erste Auslandsgesellschaften in Europa unterstützt.
- ✓ Im Rahmen unseres Gesundheitsmanagements „good for me“ wurden insgesamt 37 verschiedene Kurse an unserem Standort in Hamburg angeboten.
- ✓ An den kostenlosen Vorsorgeuntersuchungen nahmen insgesamt 1.348 Mitarbeiter in Hamburg teil.



Unsere nächsten Schritte

- ➔ Weltweite Schulung aller Führungskräfte zum Thema verhaltensbasierte Sicherheit.
- ➔ Weiterentwicklung des globalen sozialen Unternehmens- und Markenengagements.
- ➔ Kontinuierlicher Ausbau unseres Gesundheitsmanagements auf andere Standorte und Unternehmenstöchter.
- ➔ Ausweitung und Stärkung unserer internen Gesundheitsmarke „good for me“.

Stakeholder Engagement

Wir sind davon überzeugt, dass starke und beständige Partnerschaften und die Einbindung aller Interessengruppen entlang unserer Wertschöpfungskette der Schlüssel sind, um unsere ökologischen und sozialen Ziele schnell und effizient zu erreichen. Denn Nachhaltigkeit ist ein komplexes Thema mit vielen Einflussfaktoren, die über unsere Unternehmensgrenzen hinausreichen. Nur gemeinsam mit unseren Stakeholdern können wir Nachhaltigkeit entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette vorantreiben.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER STAKEHOLDER ENGAGEMENT

ENGAGEMENT UNSERER MITARBEITER

Soziales und ökologisches Engagement der Mitarbeiter ist bei Beiersdorf tief in der Unternehmenskultur verankert. Wir bestärken unsere Mitarbeiter, sich persönlich im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu engagieren, und schaffen die entsprechenden Bedingungen dafür. Das stärkt nicht nur die Motivation, sondern fördert auch die Identifikation der Mitarbeiter mit unserem Unternehmen und macht unsere Core Values erlebbar.

Erstes „Sustainability Forum“ - neues Format für mehr Dialog und Diskussion

Am 1. November fand in unserem Headquarter das erste „Sustainability Forum“ statt. Mit dem neuen Format wollen wir zentrale Elemente unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten kommunizieren, den Dialog zwischen Management und Mitarbeitern stärken und Wissen aufbauen.

In der ersten Veranstaltung drehte sich alles um das Thema Palmöl, ein Rohstoff, der in Form von Derivaten in verschiedenen unserer Produkte Verwendung findet. Der „World Wide Fund for Nature“ (WWF) Deutschland war zu Gast und sensibilisierte aus der Sichtweise einer global agierenden Non-Profit-Organisation (NPO) für die Vielzahl der Umweltprobleme, zu denen auch der nicht nachhaltige Anbau von Palmöl gehört. Ebenso wurden die Herausforderungen und Chancen verdeutlicht, die in der Zusammenarbeit des WWF mit Partnern aus Industrie und Handel entstehen. Unser Nachhaltigkeits-Team informierte darauf aufbauend über die „Sustainable Palm Oil Roadmap“ von Beiersdorf und das 2018 initiierte erste Kleinbauernprojekt in West-Kalimantan (Indonesien) (Seite c-19). Unser Vorstand sowie Führungskräfte aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Supply Chain und Forschung und Entwicklung (F&E) beantworteten Fragen der Mitarbeiter in einer anschließenden Podiumsdiskussion. Auf der begleitenden „Inspirational Fair“ hatten die Mitarbeiter zudem Gelegenheit, sich noch weitergehend zu informieren, unter anderem über die Komplexität der Palmöl-Lieferkette, unsere Zusammenarbeit mit dem WWF und über die wichtigsten palmölbasierten Rohstoffe, die in unseren Produktformeln zum Einsatz kommen.

Die Veranstaltung wurde sowohl vor Ort als auch international via Livestream sehr gut ange-



nommen, sodass wir weitere Veranstaltungen dieser Art auch für das kommende Jahr planen.

Gemeinsam mit Familie und Kollegen laufen für den guten Zweck

Seit dem ersten Startschuss im Jahr 2002 nehmen Mitarbeiter von Beiersdorf an dem jährlich stattfindenden „HSH Nordbank Run“ teil und laufen in der Hamburger HafenCity vier Kilometer für den guten Zweck. Aus den ursprünglich 74 Teilnehmern im ersten Jahr sind bis 2018 rund 1.000 geworden. Damit läuft Beiersdorf inzwischen mit dem größten der insgesamt 715 Firmenteams auf.

„Eine großartige Veranstaltung“, resümiert Felix Popp, Business Partner in unserer Personalabteilung, der mit Frau und Kindern zum ersten Mal bei

Norddeutschlands größtem Spendenlauf an den Start ging. „Auch wenn ich nicht wirklich dafür trainiert habe – gemeinsam mit Familie und Kollegen etwas Gutes zu tun, ist die beste Motivation!“



Die Erlöse des Spendenlaufs kommen Kindern und Jugendlichen aus finanziell schwächer gestellten Familien zugute. Im Rahmen der Initiative „Kinder helfen Kindern e.V.“ sowie des Projekts „Kids in die Clubs“ wird ihnen Sport in Vereinen der Hansestadt ermöglicht.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER DAS ENGAGEMENT UNSERER MITARBEITER

EINBINDUNG UNSERER LIEFERANTEN

Die Einbindung von externem Wissen stärkt unsere eigene Innovationskraft. Daher streben wir in Form von Dialogen und gemeinsamen Projekten die enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten an, um die Nachhaltigkeit in unserer gesamten Wertschöpfungskette zu steigern. Mit einem strategischen Lieferantenmanagement wollen wir sicherstellen, dass unsere hohen Standards bei Qualität, Arbeitsbedingungen und Umweltschutz auch von unseren Lieferanten eingehalten und diesbezügliche Optimierungspotenziale gehoben werden.

„Green Chemistry & Commerce Council“ – Erforschung „grüner“ Konservierungsstoffe

Konservierungsstoffe in Shampoos, Körperlotionen und Handcremes erhalten die wirksamen Eigenschaften der Produkte. Durch den Kontakt mit unserer Haut, Luft oder Wasser könnten sie sonst innerhalb kürzester Zeit verderben. Um in diesem Bereich neue, „grünere“ Entwicklungen zu fördern, wurde im April 2017 von insgesamt 17 Branchenunternehmen eine bislang einzigartige Gemeinschaftsinitiative unter dem Banner des „Green Chemistry & Commerce Council“ (GC3) ins Leben gerufen. Ziel der Initiative ist es, Innovatoren zu fördern, die Konservierungstechnologien mit verbesserten Umwelt-, Gesundheits- und Sicherheitseigenschaften für die Verwendung in Kosmetika, Körperpflege- und Haushaltsprodukten entwickeln.

Im Rahmen der Initiative wurde ein Crowdsourcing-Wettbewerb ins Leben gerufen, um das globale Bewusstsein für die Notwendigkeit innovativer Lösungen zu erhöhen und unterschiedliches Wissen und Erfahrungen zu bündeln. Eine Jury aus Sicherheits-, Mikrobiologie- und Formulierungsexperten wählte sieben Finalisten aus, die ihre Ideen und Entdeckungen auf einer Abschlussveranstaltung vorstellten.

Beiersdorf und die anderen Gründungsunternehmen der Initiative arbeiten nun an Partnerschaften mit den Innovatoren, um deren Konservierungstechnologien für den Einsatz in Produkten und Co-Entwicklungen oder im Rahmen von Lizenzierungen oder Investitionen zu bewerten. Ziel ist die Kommerzialisierung und Skalierung dieser Technologien.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER DIE EINBINDUNG UNSERER LIEFERANTEN

EINBINDUNG UNSERER KONSUMENTEN

Unsere Verbraucher haben ein berechtigtes Interesse daran, zu erfahren, ob und wie sich Unternehmen für Umwelt und Gesellschaft engagieren. Sie erwarten Transparenz und richten ihre Kaufentscheidungen zunehmend an Nachhaltigkeitskriterien aus. Wir begrüßen diese positive Entwicklung und nehmen die Wünsche und Erwartungen unserer Konsumenten, gerade auch mit Blick auf Nachhaltigkeit, gerne in die regelmäßige Überarbeitung unserer Produkte auf. Im Gegenzug ist es

uns auch ein Anliegen, über unsere Initiativen zu sprechen und die Verbraucher zu informieren, bestenfalls sogar dazu anzuregen, ebenfalls einen Beitrag zu leisten. So bieten wir verschiedene Möglichkeiten, wie man sich als Konsument im Rahmen des gesellschaftlichen Engagements unserer Marken selbst engagieren kann.

Über Nachhaltigkeit informiert durch „side by side“

Im „side by side“-Online-Portal unserer Marke Eucerin haben wir einen „direkten Draht“ zu mehr als 9.000 Apothekenmitarbeiter(n)-innen deutschlandweit. Wir berichten dort über aktuelle Themen rund um die Marke, Hautpflege und Kosmetik und geben Tipps für die tägliche Beratungspraxis in der Apotheke. Da auch die Apothekenkunden auf Nachhaltigkeit achten und auf das Beratungspersonal zugehen, gab es im begleitenden „side by side“-Magazin einen umfassenden Bericht zum Thema. Dorle Bahr, Head of Environmental Sustainability, wurde interviewt und gab Auskunft zu den aktuellen Nachhaltigkeitsthemen und -projekten. So konnten wir nicht nur 9.000 Apothekenmitarbeiter/-innen erreichen, sondern über ihre Multiplikatorenwirkung auch viele Verbraucher. Das „side by side“-Magazin wird dreimal jährlich versendet, um den Empfängern neben der digitalen Plattform auch eine haptische Lektüre anzubieten. Hier haben wir 2018 auf die Versandtüten verzichtet sowie das Anschreiben durch einen kleinen Versandaufkleber ersetzt: So konnten pro Jahr rund 200 kg Polypropylen (PP) und 300 kg Papier eingespart werden.

jeder Sonnenbrand steigert das Risiko, an Hautkrebs zu erkranken, und die jährlichen Neuerkrankungen steigen dramatisch an. Aus diesem Grund haben Eucerin und der „Berufsverband der Deutschen Dermatologen“ (BVDD) im Rahmen der „Euromelanoma-Woche“ eine Kooperation ins Leben gerufen, die sich der Aufklärung zum Thema Sonnenschutz widmet.



Ziel der Aktionstage war es, Erzieher und Eltern im Umgang mit den Risiken der Sonnenstrahlung zu schulen, um Kinder vor frühkindlichen Hautschäden zu bewahren. Die Aktion war ein voller Erfolg: 219 Kindergärten mit insgesamt fast 12.500 Kindern wurden erreicht. 217 Hautärzte standen als Experten – auch für Medienanfragen – zur Verfügung. Deutschlandweit fanden rund 150 Informationsveranstaltungen und Schulungen, teils in Form von größeren Treffen mit mehreren beteiligten Kindergärten, statt. Hautärztinnen und Hautärzte wiesen auf die Risiken der Sonneneinstrahlung hin und stellten geeignete Schutzmaßnahmen vor. Die Kinder erfuhren auf spielerische Art und Weise, wie sie sich richtig schützen. Die „Euromelanoma Kindergartenaktion“ wird 2019 fortgesetzt.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER DIE EINBINDUNG UNSERER KONSUMENTEN

UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS

Frühzeitige Hautkrebsprävention mit Eucerin

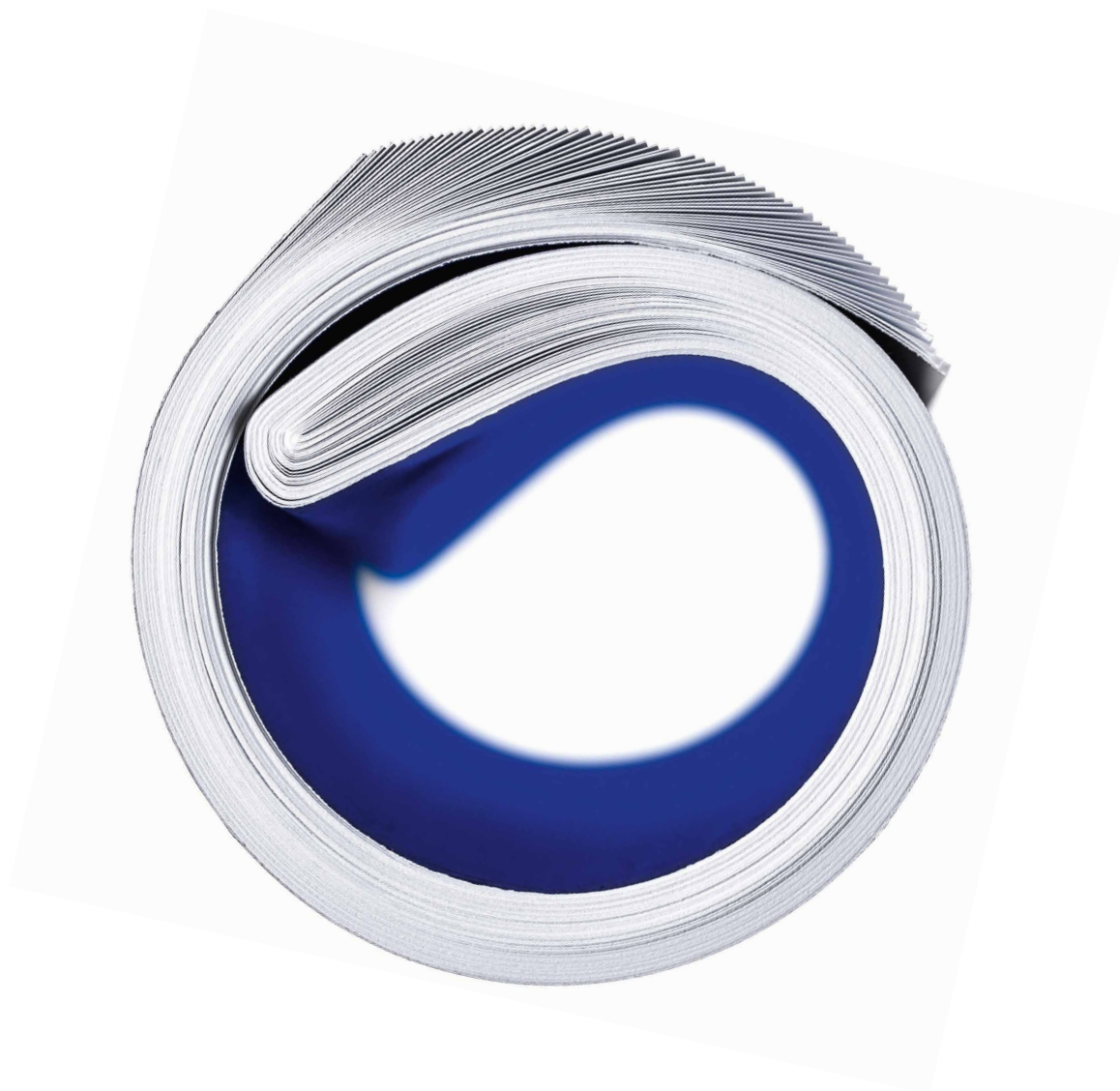
Unserer Marke Eucerin ist die Aufklärung rund um Hautkrebs eine echte Herzensangelegenheit: Denn



Berichterstattung

Unsere Stakeholder regelmäßig über Erfolge und Entwicklungen unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten zu informieren, ist für uns selbstverständlich.

In unserem jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht, der sich an den Leitlinien der GRI orientiert, beziehen wir für das Berichtsjahr 2018 erstmals die Sustainable Development Goals (SDGs) der UN mit ein.



Über diesen Bericht

Seit 2003 veröffentlichen wir einmal im Jahr einen Nachhaltigkeitsbericht, durch den wir unsere Stakeholder über unsere Unternehmensleistung, Erfolge und Herausforderungen in den drei Bereichen „Products, Planet, People“ informieren. Dabei beschreiben wir unsere strategischen Ansätze, Projekte und Maßnahmen, über die wir unsere Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette wahrnehmen.

Unser Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich an den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI). 2018 haben wir erstmals die GRI Standards angewendet und unseren Bericht wie auch in den Vorjahren in Übereinstimmung mit der Option „Kern“ erstellt.

Die Ausrichtung unserer Aktivitäten und unserer Berichterstattung überprüfen wir regelmäßig durch eine Materialitätsanalyse (Seite c-7) und lassen die Ergebnisse in diesen Bericht einfließen.

In unser Engagement beziehen wir auch die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen (UN) mit ein – und nehmen diese erstmals 2018 auch im Nachhaltigkeitsbericht mit auf. Die für uns besonders relevanten Ziele werden anhand der SDG-Icons in den entsprechenden Kapiteln kenntlich gemacht. Eine Übersicht der SDGs und der für uns relevanten Unterziele finden Sie auf der nächsten Seite. Über Verweise zu Berichtsinhalten oder unserer Unternehmenswebseite stellen wir dar, welchen Beitrag Beiersdorf zu den SDGs leistet.

Im Nachhaltigkeitsbereich auf unserer Unternehmenswebseite berichten wir darüber hinaus laufend zu den Entwicklungen und Fortschritten einzelner Projekte weltweit. Dort stellen wir auch Berichte und Informationen aus früheren Berichtsjahren zum Download zur Verfügung. Außerdem finden Sie hier unser Glossar, in dem die wichtigsten Begriffe und Abkürzungen rund um Nachhaltigkeit bei Beiersdorf erklärt werden.






Um eine bessere Lesbarkeit zu ermöglichen, werden in diesem Nachhaltigkeitsbericht die männlichen oder allgemeinen Bezeichnungen verwendet. Selbstverständlich sind Frauen und Männer stets gleichermaßen angesprochen.





ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSEREN BERICHT

Unser Beitrag zu den SDGs

SDG	Beschreibung	Unterziele	Unser Beitrag
	<p>Armut in jeder Form und überall beenden</p>	<p>1.3 Den nationalen Gegebenheiten entsprechende Sozialschutzsysteme und Maßnahmen für alle umsetzen, einschließlich eines Basisschutzes, und bis 2030 eine breite Versorgung der Armen und Schwachen erreichen</p>	<p>1.3 NIVEA unterstützt nationale SOS-Kinderdörfer in mehreren Ländern. Diese bieten starke soziale Unterstützungssysteme für sozial benachteiligte Kinder und Familien und schaffen ein positives, unterstützendes Umfeld zum Entwickeln, Wachsen und Lernen.</p> <p>Seite c-40, Kapitel Gesellschaftliches Engagement</p>
	<p>Den Hunger beenden, Ernährungs-sicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern</p>	<p>2.1 Bis 2030 den Hunger beenden und sicherstellen, dass alle Menschen, insbesondere die Armen und Menschen in prekären Situationen, einschließlich Kleinkindern, ganzjährig Zugang zu sicheren, nährstoffreichen und ausreichenden Nahrungsmitteln haben</p> <p>2.3 Bis 2030 die landwirtschaftliche Produktivität und die Einkommen von kleinen Nahrungsmittelproduzenten, insbesondere von Frauen, Angehörigen indigener Völker, landwirtschaftlichen Familienbetrieben, Weidetierhaltern und Fischern, verdoppeln, unter anderem durch den sicheren und gleichberechtigten Zugang zu Grund und Boden, anderen Produktionsressourcen und Betriebsmitteln, Wissen, Finanzdienstleistungen, Märkten sowie Möglichkeiten für Wertschöpfung und außerlandwirtschaftliche Beschäftigung</p>	<p>2.1 NIVEA Tschechien unterstützt das Programm „Mittagessen für Kinder“, das von der NGO „Frauen für Frauen“ durchgeführt wird. Die Initiative stellt regelmäßige Schulmahlzeiten für Kinder aus sozial benachteiligten Verhältnissen sicher.</p> <p>Seite c-40, Kapitel Gesellschaftliches Engagement</p> <p>2.3 Wir unterstützen Palmöl-Kleinbauern in West-Kalimantan (Indonesien) zur Verbesserung der nachhaltigen Bewirtschaftung ihrer Ölpalmpflanzungen in Zusammenarbeit mit dem „World Wide Fund for Nature“ (WWF).</p> <p>Zudem unterstützen wir ein Palmöl-Kleinbauernprojekt des Forums Nachhaltiges Palmöl (FONAP) in Perak (Malaysia).</p> <p>Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Seite c-15, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products Seite c-18, Kapitel Rohstoffe</p> <p>Unternehmenswebseite: Nachhaltiges Palm(kern)öl</p>
	<p>Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern</p>	<p>3.8 Die allgemeine Gesundheitsversorgung, einschließlich der Absicherung gegen finanzielle Risiken, den Zugang zu hochwertigen grundlegenden Gesundheitsdiensten und den Zugang zu sicheren, wirksamen, hochwertigen und bezahlbaren unentbehrlichen Arzneimitteln und Impfstoffen für alle erreichen</p>	<p>3.8 In Kooperation mit der Partnerorganisation <u>AGNES</u> bietet <u>Eucerin Deutschland</u> individuelle Pflegeberatungen für an Neurodermitis erkrankte Kinder an. Ziel des Programms ist es, die Situation der Betroffenen und ihrer Eltern zu erleichtern und ihre Lebensqualität zu erhöhen.</p> <p>Wir bieten unseren Mitarbeitern spezielle Programme und Leistungen auf globaler, regionaler und nationaler Ebene an, die zielgerichtet an ihre persönlichen, beruflichen und lokalen Bedürfnisse und Besonderheiten angepasst sind.</p> <p>Die langfristige Gesundheit, das Wohlergehen unserer Mitarbeiter und ein effektives <u>Betriebliches Gesundheitsmanagement</u> sind zentrale Komponenten unseres Mitarbeitermanagements.</p> <p>Mit unserem strategischen Ziel „Zero Accidents“ am Arbeitsplatz überprüfen wir alle Standorte auf Risiken und Optimierungspotenziale und setzen Verbesserungen zum Arbeitsschutz kontinuierlich durch eine Vielzahl von Maßnahmen um.</p>

SDG	Beschreibung	Unterziele	Unser Beitrag
	Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern	3.8 Die allgemeine Gesundheitsversorgung, einschließlich der Absicherung gegen finanzielle Risiken, den Zugang zu hochwertigen grundlegenden Gesundheitsdiensten und den Zugang zu sicheren, wirksamen, hochwertigen und bezahlbaren unentbehrlichen Arzneimitteln und Impfstoffen für alle erreichen	3.8 Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf Seite c-40, Kapitel Gesellschaftliches Engagement Unternehmenswebseite: Mitarbeiter-Code of Conduct Implementierungsprozess des Lieferanten-Code of Conduct Lieferanten-Code of Conduct
	Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern	4.1 Bis 2030 sicherstellen, dass alle Mädchen und Jungen gleichberechtigt eine kostenlose und hochwertige Grund- und Sekundarschulbildung abschließen, die zu brauchbaren und effektiven Lernergebnissen führt 4.2 Bis 2030 sicherstellen, dass alle Mädchen und Jungen Zugang zu hochwertiger frühkindlicher Erziehung, Betreuung und Vorschulbildung erhalten, damit sie auf die Grundschule vorbereitet sind 4.4 Bis 2030 die Zahl der Jugendlichen und Erwachsenen wesentlich erhöhen, die über die entsprechenden Qualifikationen einschließlich fachlicher und beruflicher Qualifikationen für eine Beschäftigung, eine menschenwürdige Arbeit und Unternehmertum verfügen 4.5 Bis 2030 geschlechtsspezifische Disparitäten in der Bildung beseitigen und den gleichberechtigten Zugang der Schwachen in der Gesellschaft, namentlich von Menschen mit Behinderungen, Angehörigen indigener Völker und Kindern in prekären Situationen, zu allen Bildungs- und Ausbildungsebenen gewährleisten	4.1 Im Rahmen der Initiative „Mom’s Touch“ unterstützt NIVEA Indien zusammen mit der Partnerorganisation ASEEMA benachteiligte Mütter, die ihren Kindern den Schulbesuch ermöglichen. Die Initiative zielt darauf, die Ausbildung der Kinder durch Steigerung der Schulpräsenz zu erhöhen. Seite c-40, Kapitel Gesellschaftliches Engagement 4.2 NIVEA Südafrika und die Non-Profit-Organisation „Thanda“ unterstützen ein Förderzentrum für Kinder unter vier Jahren im ländlichen KwaZulu-Natal. Seite c-40, Kapitel Gesellschaftliches Engagement 4.4 In Südeuropa kooperiert NIVEA mit der Organisation „PRAXIS MMT“. Das gemeinsame Programm „Young Business Talents“ bietet Studenten die Möglichkeit, im Rahmen eines Simulationstrainings praktische Management-erfahrungen in einem (simulierten) Geschäftsumfeld zu erwerben. Ziel ist es, die Zukunftsperspektiven der Teilnehmer zu verbessern und Orientierung für eine zukünftige Karriere zu geben. Seite c-40, Kapitel Gesellschaftliches Engagement 4.5 NIVEA Ecuador und „Plan International“ ermöglichen Mädchen durch Stipendien, ihre Schul- ausbildung fortzusetzen. Das Projekt „Por ser niña“ richtet sich an benachteiligte Mädchen, die in ländlichen Regionen und kleinen Städten Ecuadors leben. Seite c-40, Kapitel Gesellschaftliches Engagement
	Geschlechtergerechtigkeit und Selbstbestimmung für alle Frauen und Mädchen erreichen	5.5 Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen	5.5 Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf Unternehmenswebseite: Unternehmensweites Diversitätsprogramm „One Team. Living Diversity“

SDG	Beschreibung	Unterziele	Unser Beitrag
	<p>Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten</p>	<p>6.3 Bis 2030 die Wasserqualität durch Verringerung der Verschmutzung, Beendigung des Einbringens und Minimierung der Freisetzung gefährlicher Chemikalien und Stoffe, Halbierung des Anteils unbehandelten Abwassers und eine beträchtliche Steigerung der Wiederaufbereitung und gefahrlosen Wiederverwendung weltweit verbessern</p> <p>6.4 Bis 2030 die Effizienz der Wassernutzung in allen Sektoren wesentlich steigern und eine nachhaltige Entnahme und Bereitstellung von Süßwasser gewährleisten, um der Wasserknappheit zu begegnen und die Zahl der unter Wasserknappheit leidenden Menschen erheblich zu verringern</p>	<p>6.3 Seite c-30, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet Seite c-36, Kapitel Wasser</p> <p>Unternehmenswebseite: Reduzierung Wasserverbrauch Abwasserreinigung</p> <p>6.4 Seite c-30, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet Seite c-36, Kapitel Wasser</p> <p>Unternehmenswebseite: Wasser-Risiko-Ansatz</p>
	<p>Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und zeitgemäßer Energie für alle sichern</p>	<p>7.2 Bis 2030 den Anteil erneuerbarer Energie am globalen Energiemix deutlich erhöhen</p> <p>7.3 Bis 2030 die weltweite Steigerungsrate der Energieeffizienz verdoppeln</p>	<p>7.2 und 7.3 Seite c-30, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet Seite c-33, Kapitel Energie</p> <p>Unternehmenswebseite: Unsere 2025-Klimaziele Unser globales „Blue Building“-Programm Unsere „Blue Production Center“-Initiative Erneuerbare Energien Green IT</p>
	<p>Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern</p>	<p>8.4 Bis 2030 die weltweite Ressourceneffizienz in Konsum und Produktion Schritt für Schritt verbessern und die Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Umweltzerstörung anstreben, im Einklang mit dem Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster, wobei die entwickelten Länder die Führung übernehmen</p> <p>8.7 Sofortige und wirksame Maßnahmen ergreifen, um Zwangsarbeit abzuschaffen, moderne Sklaverei und Menschenhandel zu beenden und das Verbot und die Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit, einschließlich der Einziehung und des Einsatzes von Kindersoldaten, sicherstellen und bis 2025 jeder Form von Kinderarbeit ein Ende setzen</p> <p>8.8 Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer, einschließlich der Wanderarbeitnehmer, insbesondere der Wanderarbeitnehmerinnen, und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern</p>	<p>8.4 Seite c-2, Kapitel Unternehmensbereich Consumer im Überblick Seite c-10, Kapitel Menschenrechte Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Seite c-15, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products Seite c-18, Kapitel Rohstoffe</p> <p>Unternehmenswebseite: Nachhaltige Beschaffung Rohstoffe Nachhaltiges Palm(kern)öl Verpackung</p> <p>8.7 Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Seite c-18, Kapitel Rohstoffe Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf</p> <p>Unternehmenswebseite: Mitarbeiter-Code of Conduct Implementierungsprozess des Lieferanten-Code of Conduct Lieferanten-Code of Conduct</p> <p>8.8 Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Seite c-18, Kapitel Rohstoffe Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf</p> <p>Unternehmenswebseite: Mitarbeiter-Code of Conduct Implementierungsprozess des Lieferanten-Code of Conduct Lieferanten-Code of Conduct Sicherheit der Mitarbeiter</p>

SDG	Beschreibung	Unterziele	Unser Beitrag
	Eine belastbare Infrastruktur aufbauen, inklusive und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen	<p>9.4 Bis 2030 die Infrastruktur modernisieren und die Industrien nachrüsten, um sie nachhaltig zu machen, mit effizienterem Ressourceneinsatz und unter vermehrter Nutzung sauberer und umweltverträglicher Technologien und Industrieprozesse, wobei alle Länder Maßnahmen entsprechend ihren jeweiligen Kapazitäten ergreifen</p> <p>9.5 Die wissenschaftliche Forschung verbessern und die technologischen Kapazitäten der Industriesektoren in allen Ländern und insbesondere in den Entwicklungsländern ausbauen und zu diesem Zweck bis 2030 unter anderem Innovationen fördern und die Anzahl der im Bereich Forschung und Entwicklung tätigen Personen je 1 Million Menschen sowie die öffentlichen und privaten Ausgaben für Forschung und Entwicklung beträchtlich erhöhen</p>	<p>9.4 Seite c-30, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet Seite c-33, Kapitel Energie Seite c-35, Kapitel Abfall</p> <p>Unternehmenswebseite: Unsere 2025-Klimaziele Unser globales „Blue Building“-Programm Unsere „Blue Production Center“-Initiative Erneuerbare Energien Green IT Grüne Logistik „Zero Waste to Landfill“</p> <p>9.5 Unternehmenswebseite: Forschung und Entwicklung „Open Innovation“ Forschungs- und Entwicklungslabore</p>
	Ungleichheit innerhalb von und zwischen Staaten verringern	<p>10.2 Bis 2030 alle Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Behinderung, Rasse, Ethnizität, Herkunft, Religion oder wirtschaftlichem oder sonstigem Status zu Selbstbestimmung befähigen und ihre soziale, wirtschaftliche und politische Inklusion fördern</p>	<p>10.2 Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf</p> <p>Unternehmenswebseite: Mitarbeiter-Code of Conduct Implementierungsprozess des Lieferanten-Code of Conduct Lieferanten-Code of Conduct Unternehmensweites Diversitätsprogramm „One Team. Living Diversity“</p>
	Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig machen	<p>11.7 Bis 2030 den allgemeinen Zugang zu sicheren, inklusiven und zugänglichen Grünflächen und öffentlichen Räumen gewährleisten, insbesondere für Frauen und Kinder, ältere Menschen und Menschen mit Behinderungen</p>	<p>11.7 NIVEA Polen baut Spielplätze in ländlichen und städtischen Gebieten und schafft somit Möglichkeiten für Familien, gemeinsam Zeit miteinander zu verbringen.</p>
	Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen	<p>12.2 Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen</p> <p>12.4 Bis 2020 einen umweltverträglichen Umgang mit Chemikalien und allen Abfällen während ihres gesamten Lebenszyklus in Übereinstimmung mit den vereinbarten internationalen Rahmenregelungen erreichen und ihre Freisetzung in Luft, Wasser und Boden erheblich verringern, um ihre nachteiligen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken</p>	<p>12.2 Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Seite c-15, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products Seite c-18, Kapitel Rohstoffe Seite c-23, Kapitel Verpackung</p> <p>Unternehmenswebseite: Nachhaltige Beschaffung Rohstoffe Rohstoff-Policy Nachhaltiges Palm(kern)öl</p> <p>12.4 Seite c-30, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet Seite c-35, Kapitel Abfall Seite c-79, GRI 306-2 Abfall nach Art und Entsorgungsverfahren Seite c-79, GRI 306-4 Transport von gefährlichem Abfall</p> <p>Unternehmenswebseite: „Zero Waste to Landfill“</p>

SDG	Beschreibung	Unterziele	Unser Beitrag
	Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen	12.5 Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern	12.5 Wir verfolgen konsequent die Strategie „Vermeiden, reduzieren, wiederverwenden und recyceln“ und suchen gemeinsam mit allen Beteiligten nach Optimierungspotenzialen zur Reduzierung unseres Abfallvolumens und nach alternativen Entsorgungsverfahren. Um Abfall zu vermeiden, spenden wir überschüssige und einwandfreie Produkte bedarfsgerecht an lokale soziale Organisationen. Seite c-15, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products Seite c-18, Kapitel Rohstoffe Seite c-23, Kapitel Verpackung Seite c-30, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet Seite c-35, Kapitel Abfall Unternehmenswebseite: Verpackung Unser globales „Zero Waste to Landfill“-Ziel Produktspenden
	Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen	13.2 Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen 13.3 Die Aufklärung und Sensibilisierung sowie die personellen und institutionellen Kapazitäten im Bereich der Abschwächung des Klimawandels, der Klimaanpassung, der Reduzierung der Klimaauswirkungen sowie der Frühwarnung verbessern	13.2 Seite c-30, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet Seite c-33, Kapitel Energie Unternehmenswebseite: Unsere 2025-Klimaziele Unser globales „Blue Building“-Programm Unsere „Blue Production Center“-Initiative Erneuerbare Energien Green IT Grüne Logistik 13.3 Unternehmenswebseite: Abteilung Corporate Sustainability
	Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen	14.1 Bis 2025 alle Arten der Meeresverschmutzung, insbesondere durch vom Land ausgehende Tätigkeiten und namentlich Meeresmüll und Nährstoffbelastung, verhüten und erheblich verringern	14.1 Seite c-15, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products Seite c-18, Kapitel Rohstoffe Unternehmenswebseite: Pflege ohne Mikroplastik
	Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodenverschlechterung stoppen und umkehren und den Biodiversitätsverlust stoppen	15.2 Bis 2020 die nachhaltige Bewirtschaftung aller Waldarten fördern, die Entwaldung beenden, geschädigte Wälder wiederherstellen und die Aufforstung und Wiederaufforstung weltweit beträchtlich erhöhen	15.2 Seite c-15, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products Seite c-23, Kapitel Verpackung Unternehmenswebseite: Nachhaltiges Palm(kern)öl

SDG	Beschreibung	Unterziele	Unser Beitrag
	<p>Friedliche und inklusive Gesellschaften im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und effektive, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen</p>	<p>16.5 Korruption und Bestechung in allen ihren Formen erheblich reduzieren</p>	<p>16.5 Effektives unternehmensweites Compliance Management</p> <p>Seite c-8, Kapitel Compliance Management</p> <p>Unternehmenswebseite: Compliance-Leitlinien Mitarbeiter-Code of Conduct</p>
	<p>Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung wiederbeleben</p>	<p>17.16 Die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung ausbauen, ergänzt durch Multi-Akteur-Partnerschaften zur Mobilisierung und zum Austausch von Wissen, Fachkenntnissen, Technologie und finanziellen Ressourcen, um die Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung in allen Ländern und insbesondere in den Entwicklungsländern zu unterstützen</p>	<p>17.16 Seite c-59, Kapitel Stakeholder Engagement Seite c-74, GRI 102-12 Externe Initiativen Seite c-75, GRI 102-13 Mitgliedschaften in Verbänden</p> <p>Unternehmenswebseite: Stakeholder Engagement Einbindung unserer Lieferanten Einbindung von NPOs Unser Multi-Stakeholderdialog</p>

 **ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER BERICHTSPROFIL**

Ratings

Unsere Nachhaltigkeitsleistung und die Erfolge unserer Aktivitäten überprüfen wir kontinuierlich anhand relevanter Nachhaltigkeitskennzahlen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette. Externe Ratingagenturen bewerten diese Daten regelmäßig, um dem Markt und unseren Stakeholdern eine größtmögliche Objektivität, Vergleichbarkeit und Transparenz zu bieten.



CDP

Das „Carbon Disclosure Project“ (CDP) bewertet die von Unternehmen veröffentlichten Umweltdaten. Beiersdorf beteiligt sich bereits seit 2006 am CDP. Mit unserer Klimaberichterstattung haben wir 2018 den „Score B“ erreicht und uns im Vergleich zum Vorjahr verbessert. Im CDP „Water Disclosure Program“ wurden wir mit dem „Score C“ bewertet. Im Berichtsjahr haben wir zum ersten Mal am „Forest/Palm Oil Program“ teilgenommen und wurden hierfür mit der höchsten Bewertung, einem „Score A“, ausgezeichnet.



FTSE4Good

FTSE4Good

„FTSE4Good“ ist eine weltweit führende Indexfamilie zu Nachhaltigkeit und Corporate Governance, die Unternehmen listet, die sich durch herausragende unternehmerische Verantwortung auszeichnen. Beiersdorf ist eines dieser Unternehmen.



ISS-oekom

„ISS-oekom“ bewertet als eine der weltweit führenden Ratingagenturen die soziale und ökologische Performance von Unternehmen. Seit 2016 wird Beiersdorf jedes Jahr mit dem „Prime“-Status ausgezeichnet. Das Rating bedeutet, dass ein Investment in die auf dem Markt gehandelten Wertpapiere von Beiersdorf aus ökologischer und sozialer Sicht lohnenswert ist.



MSCI

„MSCI ESG Research“ analysiert die Nachhaltigkeit eines Unternehmens anhand detaillierter Kennzahlen zu Umweltaspekten, Corporate Governance und sozialen Aspekten. Insgesamt werden mehr als 6.000 Unternehmen weltweit bewertet. Beiersdorf hat 2017 und 2018 das ESG-Rating „AA“ erhalten.

Kennzahlen Unternehmensbereich Consumer

	EINHEIT	2016	2017	2018
ECONOMIC				
Umsatz Consumer	in Millionen €	5.606	5.799	5.890
Produktionsstandorte	Anzahl	16	17	17
PRODUCTS				
Fortschritt gegenüber unserem Products-Ziel	%	25	23	49
Rohstoffbeschaffung gemäß unserer Policy für nachhaltiges Palm(kern)öl nach dem „RSPO Standard“*	%	100	100	100
* Unterstützt die Produktion von RSPO-zertifiziertem, nachhaltigem Palm(kern)öl.				
davon				
Mass Balance	%	30	54	63
Book & Claim („RSPO Credits“)	%	70	46	37
PLANET				
Energieverbrauch	GJ	943.414	970.219	1.124.855
Direkte Energie	GJ	500.751	522.585	678.708
Indirekte Energie	GJ	442.663	447.634	446.147
CO ₂ -Emissionen (Scope 1 und 2)	t CO ₂ e	78.605	79.456	52.960
Strom aus erneuerbaren Energiequellen	%	43	45	81
Abfallmengen (Produktionszentren)	Tonnen	20.699	26.560	27.333
Wasserverbrauch (Produktionszentren)	m ³	1.689.115	1.697.836	1.580.318
Abwasservolumen (Produktionszentren)	m ³	814.360	771.450	845.228
PEOPLE				
Mitarbeiter gesamt	Anzahl	13.776	14.477	15.142
Arbeitsunfälle (≥ 1 Tag Arbeitsausfall)	Anzahl	50	52	57
Durch soziale Projekte nachhaltig unterstützte Familien	Anzahl	235.186	179.672	121.241

Wir konnten 2018 unsere Datenabdeckung erneut steigern und die Qualität unserer Daten und Hochrechnungen verbessern. Im Vergleich zum Vorjahr können daher Verschiebungen der Daten auftreten. Die Angaben zu den Energieverbräuchen und Emissionen beziehen sich auf unsere Produktionsstandorte (mit Ausnahme von Nigeria) und Bürostandorte (seit 2018 ab 50 Vollzeitäquivalenten) sowie auf drei durch uns betriebene Lager.

Relevante Kennzahlen zum nichtfinanziellen Bericht der Beiersdorf AG

	EINHEIT	2018
COMPLIANCE		
Teilnehmerquote Kartellrecht-Training	%	93,4
PLANET		
Strom aus erneuerbaren Energiequellen	%	100
CO ₂ -Emissionen (Scope 1 und 2)	t CO ₂ e	6.630
PEOPLE		
„Accident Frequency Rate“ (AFR)	Unfälle pro eine Million Arbeitsstunden	4,36
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 1	%	67
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 2	%	88

GRI Content Index 2018

(GRI Standards Version 2016)

Vorjahreswerte sind im GRI Content Index 2017 enthalten.

¹ ++ vollständig berichtet
 + teilweise berichtet

Angabe	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
--------	-------------------------	---------------------	----------

GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN

ORGANISATIONSPROFIL

102-1	Name der Organisation	++	Beiersdorf AG																																			
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	++	Beiersdorf hält sich in allen Märkten an die bestehenden Gesetze und regulatorischen Anforderungen. Die Produktformulierungen können daher voneinander abweichen und bestimmte Produkte können landesspezifischen Verkaufsbeschränkungen unterliegen. Seite c-25, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte Unternehmenswebseite: Beiersdorf Unser Profil Beiersdorf Marken Beiersdorf Aktuelle Fragen Beiersdorf Nachhaltigkeit Stakeholder Engagement																																			
102-3	Hauptsitz der Organisation	++	Beiersdorf AG, Unnastraße 48, 20245 Hamburg																																			
102-4	Betriebsstätten	++	Unternehmenswebseite: Beiersdorf Standorte																																			
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	++	Geschäftsbericht: Anteilsbesitzliste der Beiersdorf AG 2018																																			
102-6	Belieferte Märkte	++	Geschäftsbericht: Beiersdorf Segmentberichterstattung 2018 Beiersdorf Regionale Berichterstattung 2018 Beiersdorf Konzernumsatz 2018 Unternehmenswebseite: Beiersdorf Standorte Beiersdorf Unternehmensbereiche																																			
102-7	Größe der Organisation	++	2018 verkauften wir rund 4,0 Milliarden Verbrauchereinheiten weltweit. Geschäftsbericht: Menschen bei Beiersdorf 2018 Beiersdorf Zehnjahresuebersicht 2018 Beiersdorf Ertragslage Consumer 2018 Unternehmenswebseite: Beiersdorf Standorte																																			
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	++	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Mitarbeiter gesamt</th> <th>Davon Leiharbeit- nehmer*</th> <th>Frauenanteil Mitarbeiter gesamt</th> <th>Männeranteil Mitarbeiter gesamt</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Deutschland</td> <td>4.110</td> <td>94</td> <td>49%</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>Europa (exkl. Deutschland)</td> <td>4.078</td> <td>123</td> <td>60%</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Nordamerika</td> <td>352</td> <td>0</td> <td>67%</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Lateinamerika</td> <td>2.176</td> <td>14</td> <td>57%</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>Afrika/Asien/Australien</td> <td>4.426</td> <td>36</td> <td>49%</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>15.142</td> <td>267</td> <td>54%</td> <td>46%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* Leiharbeitnehmer mit einem Arbeitsvertrag über sechs Monate oder kürzer</p> <p>Art der Arbeitsverhältnisse: Die meisten unserer Mitarbeiter sind bei Beiersdorf angestellt. Nur ein sehr geringer Anteil der Mitarbeiter des Unternehmens ist selbstständig oder Leiharbeitnehmer. Saisonale Schwankungen: Es liegen keine signifikanten Schwankungen hinsichtlich der Anzahl der Angestellten vor.</p>		Mitarbeiter gesamt	Davon Leiharbeit- nehmer*	Frauenanteil Mitarbeiter gesamt	Männeranteil Mitarbeiter gesamt	Deutschland	4.110	94	49%	51%	Europa (exkl. Deutschland)	4.078	123	60%	40%	Nordamerika	352	0	67%	33%	Lateinamerika	2.176	14	57%	43%	Afrika/Asien/Australien	4.426	36	49%	51%	Gesamt	15.142	267	54%	46%
	Mitarbeiter gesamt	Davon Leiharbeit- nehmer*	Frauenanteil Mitarbeiter gesamt	Männeranteil Mitarbeiter gesamt																																		
Deutschland	4.110	94	49%	51%																																		
Europa (exkl. Deutschland)	4.078	123	60%	40%																																		
Nordamerika	352	0	67%	33%																																		
Lateinamerika	2.176	14	57%	43%																																		
Afrika/Asien/Australien	4.426	36	49%	51%																																		
Gesamt	15.142	267	54%	46%																																		
102-9	Lieferkette	+	Die Lieferkette von Beiersdorf ist primär regional. Wir führen laufend Analysen des Produktions- und Distributionsnetzwerkes durch und aktualisieren stets unser Lieferantennetzwerk, um die Konsumentenbedarfe zu erfüllen und die Agilität unserer Lieferkette zu steigern. Wir bauen unser Produktionsnetz vor allem in den Schwellenländern weiter aus, um dort unser Geschäftswachstum zu unterstützen. Dazu gehören die Eröffnung neuer Werke in den letzten Jahren in Mexiko (2014), Indien (2015) und Nigeria (2017) sowie bedeutende Projekte zum Ausbau bestehender Werke. Darüber hinaus überprüfen wir ständig unser Netzwerk von Fertigwarenherstellern, um sicherzustellen, dass wir die lokalen Anforderungen effektiv und effizient erfüllen. Unsere 17 Produktionsstätten (PCs) befinden sich in den Regionen Europa, Amerika, Naher Osten (inklusive Afrika) sowie Asien-Pazifik und produzieren hauptsächlich für ihre lokalen und regionalen Märkte. Die Hauptaktivitäten an unseren Produktionsstandorten sind Herstellung und Abfüllung. Das Produktionsnetzwerk wird durch ausgewählte Fertigwarenlieferanten (3PMs) ergänzt. Primärmaterialien werden direkt von unseren Lieferanten bezogen. Unsere Produktionsstätten und 3PMs liefern die Fertigwaren über ein Netzwerk von Lagerhäusern und Distributionszentren an unsere Kunden. Produktkonfektionierungen („Copacking“) wird hauptsächlich in den Lagerbetrieb integriert. Lager- und Transportaktivitäten werden als Dienstleistungen eingekauft. Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette																																			
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	++	Geschäftsbericht: Beiersdorf Geschaefft und Strategie 2018 Beiersdorf Kapital Struktur 2018 Anteilsbesitzliste der Beiersdorf AG 2018 Beiersdorf Akquisitionen und Divestments 2018																																			
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	++	Seite c-4, Kapitel Risikomanagement Geschäftsbericht: Beiersdorf Risikobericht 2018 Beiersdorf Risiken und Grundsätze Risikomanagement 2018																																			
102-12	Externe Initiativen	++	<ul style="list-style-type: none"> • Charta der Vielfalt • Deutscher Corporate Governance Kodex (DCGK) • Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) • OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen • Initiative „Responsible Care“ des Verbands der Chemischen Industrie (VCI) • Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen • „Partnerschaft für Luftgüter und schadstoffarme Mobilität der Stadt Hamburg“ 																																			

Angabe	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	++	<p>Organisationen mit Fokus auf Nachhaltigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • AIM-PROGRESS • European Aerosol Federation (FEA) • Forum for Sustainable Palm Oil (FONAP) • Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) • Supplier Ethical Data Exchange (Sedex) • Wirtschaft. Initiative. Engagement. (WIE) <p>Branchenverbände in der Kosmetikindustrie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cosmetics Europe • European Brands Association (AIM) • Industrie Gemeinschaft Aerosole e.V. (IGA) • Industrieverband Körperpflege und Waschmittel (IKW) • Verband der Chemischen Industrie (VCI) • European Partnership on Alternative Approaches to Animal Testing (EPAA)
STRATEGIE			
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	++	<p><u>Vorwort</u> Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Board_Statement</p>
ETHIK UND INTEGRITÄT			
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	++	<p>Seite c-8, Kapitel Compliance Management und Seite c-10, Kapitel Menschenrechte Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Unsere_Core_Values Beiersdorf_Compliance_Leitlinien Beiersdorf_Code_of_Conduct Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Unsere_Verantwortung_in_der_Lieferkette</p>
UNTERNEHMENSFÜHRUNG			
102-18	Führungsstruktur	++	<p>Geschäftsbericht: Beiersdorf_Corporate_Governance_Bericht_2018 Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Führungsstruktur Beiersdorf_Erklärung_Unternehmensführung</p>
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN			
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	++	<p>Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Stakeholder_Engagement Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Stakeholder_Dialog</p>
102-41	Tarifverträge	++	<p>Bei der Beiersdorf AG sind 49% (2017: 48%) der Angestellten Tarifmitarbeiter, 42% (2017: 43%) sind außertariflich angestellt. Die verbleibenden 9% (2017: 10%) sind Führungskräfte. Innerhalb Europas dienen die Leitlinien des „European Dialogue“ als Grundlage für vertrauensvolle Zusammenarbeit.</p>
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	++	<p>Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Stakeholder_Engagement Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Stakeholder_Dialog</p>
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	+	<p>Seite c-59, Kapitel Stakeholder Engagement Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Stakeholder_Engagement Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Stakeholder_Dialog</p>
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	+	<p>Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Aktuelle_Fragen</p>
VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG			
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	++	<p>Geschäftsbericht: Anteilsbesitzliste_der_Beiersdorf_AG_2018 Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Standorte</p>
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	++	<p>Seite c-7, Kapitel Materialitätsanalyse Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Materialitätsanalyse</p>
102-47	Liste der wesentlichen Themen	++	<p>Seite c-7, Kapitel Materialitätsanalyse Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Materialitätsanalyse</p>
102-48	Neudarstellung von Informationen	+	<p>2018 haben wir unsere Umweltberichterstattung dahingehend angepasst, dass nur Bürostandorte mit mehr als 50 Vollzeitäquivalenten einbezogen werden. Wir berichten zudem nicht mehr über die Aspekte Wasser und Abwasser an unseren Bürostandorten. Zudem haben wir die Genauigkeit unserer Emissionsberechnungen verbessert und unterscheiden zwischen „location-based“- und „market-based“-Methode.</p>
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	++	<p>Es gab keine Änderungen bei den wesentlichen Aspekten und der Abgrenzung der Aspekte gegenüber früheren Berichtszeiträumen.</p>
102-50	Berichtszeitraum	++	<p>Der Berichtszeitraum ist das Kalenderjahr 2018.</p>
102-51	Datum des letzten Berichts	++	<p>Unser letzter Nachhaltigkeitsbericht 2017 sowie der ergänzende GRI Content Index wurden im April 2018 veröffentlicht.</p>
102-52	Berichtszyklus	++	<p>Die Beiersdorf AG verfolgt einen jährlichen Reportingzyklus.</p>
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	++	<p>Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Kontakt_Nachhaltigkeit</p>
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI Standards	++	<p>Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit der Option „Kern“ erstellt.</p>
102-55	GRI-Inhaltsindex	++	<p>Seite c-74, Kapitel GRI Content Index 2018</p>
102-56	Externe Prüfung	++	<p>Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit</p>

200: ÖKONOMISCHE ANGABEN

GRI 201: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG

Managementansatz Wirtschaftliche Leistung	++	Geschäftsbericht 2018
---	----	---------------------------------------

Angabe	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	++	Geschäftsbericht: Beiersdorf Kennzahlen im Ueberblick 2018 Beiersdorf Ertragslage Consumer 2018 Beiersdorf Regionale Berichterstattung 2018 Beiersdorf Erläuterungen Gewinn- und Verlustrechnung 2018 Beiersdorf Personalaufwand 2018
201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	+	Die Folgen des Klimawandels bergen für Beiersdorf ähnliche Risiken und Chancen wie für die gesamte Kosmetikindustrie. Diese Risiken reichen von Ressourcenknappheit bis hin zu chancenbezogenen Risiken, wenn neu aufkommende Verbraucheranforderungen befriedigt werden sollen. Um diesen Chancen und Risiken zu begegnen sowie unserer unternehmerischen Verantwortung gerecht zu werden, haben wir 2016 ein neues Klimaziel für unsere energiebezogenen Emissionen entwickelt, zu dem wir nun entsprechende Ziele und Maßnahmen definieren und implementieren. Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Fokus Planet Beiersdorf Nachhaltigkeit Fokus Products
201-3	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	++	Geschäftsbericht: Beiersdorf Pensionsrückstellungen 2018
201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	++	Es gab keine wesentliche finanzielle Unterstützung vonseiten der Regierung im Jahr 2018.

GRI 205: KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

Managementansatz Korruptionsbekämpfung		++	Seite c-8, Kapitel Compliance Management Unternehmenswebseite: Beiersdorf Unsere Core Values Beiersdorf Compliance Leitlinien Beiersdorf Code of Conduct Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	+	Als zentrales Element unseres Compliance Management-Systems werden regelmäßig „Compliance Risk Assessments“ (CRA) durchgeführt. Die Beurteilung der Compliance-Risiken ist Grundvoraussetzung für die Entwicklung eines angemessenen Compliance-Programms. Korruption ist eines der zentralen Compliance-Risiken, die wir im Rahmen unserer CRA identifiziert haben. Wenngleich das Geschäftsmodell von Beiersdorf nicht sehr anfällig für Korruption ist, wurden korruptionsbezogene Risiken identifiziert, hauptsächlich in Verbindung mit der Gründung neuer Unternehmen, Geschenken und Einladungen an/von Geschäftspartnern und Kontakt mit Amtsträgern. Seite c-8, Kapitel Compliance Management
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	+	In einzelnen risikobehafteten Fällen, in denen unter Umständen ein Risiko vorliegt, werden Geschäftspartner über unsere Richtlinien und Verfahren zur Bekämpfung von Korruption informiert. Es wurde jedoch noch kein standardisiertes Verfahren für die Kommunikation an Geschäftspartner eingeführt. Unser Verhaltenskodex für Lieferanten (Lieferanten-Code of Conduct, CoC) beinhaltet jedoch Vorschriften im Bereich der Korruptionsbekämpfung. Richtlinien und Verfahren zur Bekämpfung von Korruption im Rahmen des Beiersdorf Korruptionsbekämpfungsprogramms wurden den Mitgliedern der weltweiten Kontrollorgane in vollem Umfang kommuniziert. Unsere weltweiten Beschäftigten wurden umfassend über die Richtlinien und Verfahren zur Bekämpfung von Korruption informiert. Konzernweit wurden Schulungen zum Thema Korruptionsprävention im Rahmen des Beiersdorf Antikorruptionsprogramms durchgeführt. Seite c-8, Kapitel Compliance Management
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	+	Die Einhaltung geltender Gesetze, Verordnungen und anderer Vorschriften ist das Fundament unserer Managementgrundsätze sowie unserer Unternehmenswerte Trust und Care . Aus Gründen der Vertraulichkeit machen wir keine Angaben zu etwaigen kartellrechtlichen Verfahren. Geschäftsbericht: Beiersdorf Risikobericht 2018 Beiersdorf sonstige finanzielle Verpflichtungen 2018 Beiersdorf sonstige Rückstellungen 2018

GRI 206: WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN

Managementansatz Wettbewerbswidriges Verhalten		++	Seite c-8, Kapitel Compliance Management Unternehmenswebseite: Beiersdorf Unsere Core Values Beiersdorf Compliance Leitlinien Beiersdorf Code of Conduct Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	+	Die Einhaltung geltender Gesetze, Verordnungen und anderer Vorschriften ist das Fundament unserer Managementgrundsätze sowie unserer Unternehmenswerte Trust und Care . Aus Gründen der Vertraulichkeit machen wir keine Angaben zu etwaigen Korruptionsvorfällen, Strafen oder Kündigungen. Geschäftsbericht: Beiersdorf Risikobericht 2018 Beiersdorf sonstige finanzielle Verpflichtungen 2018 Beiersdorf sonstige Rückstellungen 2018

300: ÖKOLOGISCHE ANGABEN

GRI 301: MATERIALIEN

Managementansatz Materialien		++	Seite c-15, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Fokus Products Beiersdorf Nachhaltigkeit Rohstoffe Beiersdorf Nachhaltigkeit Verpackung																				
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	+	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Materialeinsatz</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Verpackungsmaterialien</td> <td>190.428 t</td> </tr> <tr> <td>Nicht erneuerbare Verpackungsmaterialien</td> <td>136.232 t</td> </tr> <tr> <td>Glas</td> <td>47.402 t</td> </tr> <tr> <td>Weißblech</td> <td>61 t</td> </tr> <tr> <td>Aluminium/Andere Metalle</td> <td>21.256 t</td> </tr> <tr> <td>Plastik</td> <td>60.885 t</td> </tr> <tr> <td>Kartonverbund für flüssige oder pastöse Produkte</td> <td>6.628 t</td> </tr> <tr> <td>Erneuerbare Verpackungsmaterialien</td> <td>54.196 t</td> </tr> <tr> <td>Papier/Pappe/Karton</td> <td>54.196 t</td> </tr> </tbody> </table>	Materialeinsatz	Einheit	Verpackungsmaterialien	190.428 t	Nicht erneuerbare Verpackungsmaterialien	136.232 t	Glas	47.402 t	Weißblech	61 t	Aluminium/Andere Metalle	21.256 t	Plastik	60.885 t	Kartonverbund für flüssige oder pastöse Produkte	6.628 t	Erneuerbare Verpackungsmaterialien	54.196 t	Papier/Pappe/Karton	54.196 t
Materialeinsatz	Einheit																						
Verpackungsmaterialien	190.428 t																						
Nicht erneuerbare Verpackungsmaterialien	136.232 t																						
Glas	47.402 t																						
Weißblech	61 t																						
Aluminium/Andere Metalle	21.256 t																						
Plastik	60.885 t																						
Kartonverbund für flüssige oder pastöse Produkte	6.628 t																						
Erneuerbare Verpackungsmaterialien	54.196 t																						
Papier/Pappe/Karton	54.196 t																						

Angabe	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
--------	-------------------------	---------------------	----------

GRI 302: ENERGIE

Managementansatz Energie		++	Seite c-29, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-33, Kapitel Energie Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Fokus_Planet Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Energie																																																																																								
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	++	Seite c-29, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-33, Kapitel Energie <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Scope 1 – Stationäre direkte Energie</th> </tr> <tr> <th></th> <th>PCs</th> <th>Bürostandorte</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Erdgas</td> <td>422.358,61</td> <td>92.198,03</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Flüssiggas (stationärer Verbrauch)</td> <td>8.794,82</td> <td>614,49</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Benzin (für Generatoren)</td> <td>0</td> <td>246,15</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Diesel (für Generatoren)</td> <td>2.959,44</td> <td>1.642,90</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Heizöl</td> <td>0</td> <td>360,27</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Eigenerzeugte Energie aus erneuerbaren Quellen</td> <td>2.673,00</td> <td>347,04</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>436.785,87</td> <td>95.408,88</td> <td>GJ</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Scope 1 – Mobile Energie</th> </tr> <tr> <th></th> <th>PCs</th> <th>Bürostandorte</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kraftstoff aus nicht erneuerbaren Energieträgern</td> <td>9.987,27</td> <td>129.450,67</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern</td> <td>590,67</td> <td>6.484,90</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>10.577,94</td> <td>135.935,58</td> <td>GJ</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Scope 2 – Stationäre indirekte Energie</th> </tr> <tr> <th></th> <th>PCs</th> <th>Bürostandorte</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Eingekaufter Strom</td> <td>365.686,74</td> <td>59.031,33</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Fernwärme</td> <td>0</td> <td>2.259,90</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Eingekaufter Dampf</td> <td>18.294,27</td> <td>0</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Fernkälte</td> <td>0</td> <td>874,80</td> <td>GJ</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>383.981,01</td> <td>62.166,03</td> <td>GJ</td> </tr> </tbody> </table>	Scope 1 – Stationäre direkte Energie					PCs	Bürostandorte	Einheit	Erdgas	422.358,61	92.198,03	GJ	Flüssiggas (stationärer Verbrauch)	8.794,82	614,49	GJ	Benzin (für Generatoren)	0	246,15	GJ	Diesel (für Generatoren)	2.959,44	1.642,90	GJ	Heizöl	0	360,27	GJ	Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern	0	0	GJ	Eigenerzeugte Energie aus erneuerbaren Quellen	2.673,00	347,04	GJ	Gesamt	436.785,87	95.408,88	GJ	Scope 1 – Mobile Energie					PCs	Bürostandorte	Einheit	Kraftstoff aus nicht erneuerbaren Energieträgern	9.987,27	129.450,67	GJ	Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern	590,67	6.484,90	GJ	Gesamt	10.577,94	135.935,58	GJ	Scope 2 – Stationäre indirekte Energie					PCs	Bürostandorte	Einheit	Eingekaufter Strom	365.686,74	59.031,33	GJ	Fernwärme	0	2.259,90	GJ	Eingekaufter Dampf	18.294,27	0	GJ	Fernkälte	0	874,80	GJ	Gesamt	383.981,01	62.166,03	GJ
Scope 1 – Stationäre direkte Energie																																																																																											
	PCs	Bürostandorte	Einheit																																																																																								
Erdgas	422.358,61	92.198,03	GJ																																																																																								
Flüssiggas (stationärer Verbrauch)	8.794,82	614,49	GJ																																																																																								
Benzin (für Generatoren)	0	246,15	GJ																																																																																								
Diesel (für Generatoren)	2.959,44	1.642,90	GJ																																																																																								
Heizöl	0	360,27	GJ																																																																																								
Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern	0	0	GJ																																																																																								
Eigenerzeugte Energie aus erneuerbaren Quellen	2.673,00	347,04	GJ																																																																																								
Gesamt	436.785,87	95.408,88	GJ																																																																																								
Scope 1 – Mobile Energie																																																																																											
	PCs	Bürostandorte	Einheit																																																																																								
Kraftstoff aus nicht erneuerbaren Energieträgern	9.987,27	129.450,67	GJ																																																																																								
Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern	590,67	6.484,90	GJ																																																																																								
Gesamt	10.577,94	135.935,58	GJ																																																																																								
Scope 2 – Stationäre indirekte Energie																																																																																											
	PCs	Bürostandorte	Einheit																																																																																								
Eingekaufter Strom	365.686,74	59.031,33	GJ																																																																																								
Fernwärme	0	2.259,90	GJ																																																																																								
Eingekaufter Dampf	18.294,27	0	GJ																																																																																								
Fernkälte	0	874,80	GJ																																																																																								
Gesamt	383.981,01	62.166,03	GJ																																																																																								
302-2	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	+	Aus der Tabelle geht unser Scope-3-Energieverbrauch für die ausgelagerte Fertigwarenproduktion (Daten basieren auf 66% unseres 3PM-Einkaufsvolumens) und den Fertigwarentransport hervor. Seite c-29, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">3PMs</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Stationärer Energieverbrauch</td> <td>537.140</td> <td>GJ</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Beiersdorf</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energieverbrauch Fertigwarentransport (EcoTransIT)</td> <td>1.057.271</td> <td>GJ</td> </tr> </tbody> </table>	3PMs		Einheit	Stationärer Energieverbrauch	537.140	GJ	Beiersdorf		Einheit	Energieverbrauch Fertigwarentransport (EcoTransIT)	1.057.271	GJ																																																																												
3PMs		Einheit																																																																																									
Stationärer Energieverbrauch	537.140	GJ																																																																																									
Beiersdorf		Einheit																																																																																									
Energieverbrauch Fertigwarentransport (EcoTransIT)	1.057.271	GJ																																																																																									
302-3	Energieintensität	++	Die Ergebnisse beziehen sich auf Scope-1- und Scope-2-Energieverbräuche, die unter 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation ausgewiesen wurden. Die Bezugsgröße (Nenner der Verhältniszahl) wird in den Tabellen gezeigt. <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">PCs</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Stationäre direkte Energie/1.000 Produktionseinheiten</td> <td>148,20</td> <td>MJ</td> </tr> <tr> <td>Stationäre indirekte Energie/1.000 Produktionseinheiten</td> <td>130,28</td> <td>MJ</td> </tr> <tr> <td>Energie/1.000 Produktionseinheiten</td> <td>278,49</td> <td>MJ</td> </tr> </tbody> </table>	PCs		Einheit	Stationäre direkte Energie/1.000 Produktionseinheiten	148,20	MJ	Stationäre indirekte Energie/1.000 Produktionseinheiten	130,28	MJ	Energie/1.000 Produktionseinheiten	278,49	MJ																																																																												
PCs		Einheit																																																																																									
Stationäre direkte Energie/1.000 Produktionseinheiten	148,20	MJ																																																																																									
Stationäre indirekte Energie/1.000 Produktionseinheiten	130,28	MJ																																																																																									
Energie/1.000 Produktionseinheiten	278,49	MJ																																																																																									

GRI 303: WASSER

Managementansatz Wasser		++	Seite c-36, Kapitel Wasser Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Wasser Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Wasserverbrauch Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Gemeinsam_Ressourcen_Schonen																					
303-1	Wasserentnahme nach Quelle	+	Beiersdorf nutzt kein Abwasser von anderen Organisationen, daher ist dieser Punkt oben nicht aufgeführt. <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Wasserentnahme (Primärdaten)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>PCs</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Städtische Wasserversorgungen oder Wasserversorgungsunternehmen</td> <td>1.519.315</td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Grundwasser</td> <td>61.003</td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Regenwasser</td> <td>0</td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Oberflächenwasser</td> <td>0</td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>1.580.318</td> <td>m³</td> </tr> </tbody> </table>	Wasserentnahme (Primärdaten)				PCs	Einheit	Städtische Wasserversorgungen oder Wasserversorgungsunternehmen	1.519.315	m ³	Grundwasser	61.003	m ³	Regenwasser	0	m ³	Oberflächenwasser	0	m ³	Gesamt	1.580.318	m³
Wasserentnahme (Primärdaten)																								
	PCs	Einheit																						
Städtische Wasserversorgungen oder Wasserversorgungsunternehmen	1.519.315	m ³																						
Grundwasser	61.003	m ³																						
Regenwasser	0	m ³																						
Oberflächenwasser	0	m ³																						
Gesamt	1.580.318	m³																						
303-2	Durch Wasserentnahme erheblich beeinträchtigte Wasserquellen	+	Seite c-36, Kapitel Wasser Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Wasserverbrauch																					
303-3	Abwasserrückgewinnung und -wiederverwendung	+	In der Tabelle sind die Mengen an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser für unsere Produktion angegeben, basierend auf Primärdaten. Der Prozentsatz wird auf Grundlage von 303-1 Gesamtwasserentnahme nach Quelle berechnet. <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">PCs (Primärdaten)</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Wieder zugeführtes und wiederverwendetes Wasser</td> <td>61.366</td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Prozentualer Anteil an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser</td> <td>3,88</td> <td>%</td> </tr> </tbody> </table>	PCs (Primärdaten)		Einheit	Wieder zugeführtes und wiederverwendetes Wasser	61.366	m ³	Prozentualer Anteil an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser	3,88	%												
PCs (Primärdaten)		Einheit																						
Wieder zugeführtes und wiederverwendetes Wasser	61.366	m ³																						
Prozentualer Anteil an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser	3,88	%																						

GRI 304: BIODIVERSITÄT

Managementansatz Biodiversität		++	Seite c-15, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products, Seite c-18, Kapitel Rohstoffe und Seite c-23, Kapitel Verpackung
--------------------------------	--	----	--

Angabe	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
304-1	Eigene, gemietete und verwaltete Betriebsstandorte, die sich in oder neben geschützten Gebieten und Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von geschützten Gebieten befinden	++	Keiner unserer Standorte befindet sich in oder in der Nähe von Schutzgebieten oder Gebieten mit hoher Artenvielfalt außerhalb von Schutzgebieten.
304-2	Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	+	Seite c-18, Kapitel Rohstoffe
304-3	Geschützte oder renaturierte Lebensräume	+	Seite c-18, Kapitel Rohstoffe
304-4	Arten auf der Roten Liste der Weltnaturschutzunion (IUCN) und auf nationalen Listen geschützter Arten, die ihren Lebensraum in Gebieten haben, die von Geschäftstätigkeiten betroffen sind	++	Durch die Geschäftstätigkeit von Beiersdorf sind keine Arten auf der Roten Liste der IUCN betroffen.

GRI 305: EMISSIONEN

Managementansatz Emissionen		++	Seite c-29, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-33, Kapitel Energie Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Energie Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Erneuerbare_Energien
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	+	Scope-1-GHG-Emissionen (eigene Produktion, geleaste und eigene Büroräume, einschließlich eigener Warenlager) unter Bezugnahme auf die unter 302-1 ausgewiesenen direkten Energieverbräuche. Emissionen von Firmenwagen basieren auf dem Kraftstoffverbrauch (siehe 302-1). Die Mengen werden in Kohlenstoffäquivalenten ausgewiesen und basieren auf Primärdaten (ohne Hochrechnung). Seite c-29, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-33, Kapitel Energie

Scope 1 – GHG-Emissionen stationäre direkte Energie			
	PCs	Bürostandorte	Einheit
Erdgas	23.759,70	5.186,58	t CO ₂ e
Flüssiggas (stationärer Verbrauch)	556,31	38,87	t CO ₂ e
Benzin (für Generatoren)	0	17,16	t CO ₂ e
Diesel (für Generatoren)	220,56	122,44	t CO ₂ e
Heizöl	0	26,85	t CO ₂ e
Gesamt	24.536,58	5.391,91	t CO₂e

Scope 1 – GHG-Emissionen mobile Energie			
	PCs	Bürostandorte	Einheit
Emissionen von Firmenfahrzeugen	720,19	9.937,22	t CO ₂ e

305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	+	Scope-2-GHG-Emissionen (eigene Produktion, geleaste und eigene Büroräume, einschließlich eigener Warenlager, geleaste und eigene Fahrzeuge) unter Bezugnahme auf die unter 302-1 ausgewiesenen indirekten Energieverbräuche. Die Mengen werden in Kohlenstoffäquivalenten ausgewiesen und basieren auf Primärdaten (ohne Hochrechnung). Seite c-29, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-33, Kapitel Energie
-------	--	---	---

Scope 2 („market-based“) – GHG-Emissionen			
	PCs	Bürostandorte	Einheit
Eingekaufter Strom	9.783,68	1.335,33	t CO ₂ e
Fernwärme	0	158,44	t CO ₂ e
Eingekaufter Dampf	1.090,29	0	t CO ₂ e
Fernkälte	0	5,99	t CO ₂ e
Emissionen von elektronischen Firmenfahrzeugen	0	0	t CO ₂ e
Gesamt	10.873,97	1.499,76	t CO₂e

Scope 2 („location-based“) – GHG-Emissionen			
	PCs	Bürostandorte	Einheit
Eingekaufter Strom	49.804,95	7.443,96	t CO ₂ e
Fernwärme	0	158,44	t CO ₂ e
Eingekaufter Dampf	1.090,29	0	t CO ₂ e
Fernkälte	0	5,99	t CO ₂ e
Emissionen von elektronischen Firmenfahrzeugen	135,82	0,76	t CO ₂ e
Gesamt	51.031,06	7.609,14	t CO₂e

305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	+	Scope-3-GHG-Emissionen durch ausgelagerte Fertigwarenproduktion (Daten basieren auf 66% unseres 3PM-Einkaufsvolumens), Fertigwarentransport und Geschäftsreisen. Die Mengen werden in Kohlenstoffäquivalenten ausgewiesen und basieren auf Primärdaten (ohne Hochrechnung). Seite c-29, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-33, Kapitel Energie
-------	---	---	---

Scope 3 – GHG-Emissionen Beiersdorf			Einheit
Fertigwarentransport		77.520	t CO ₂ e
Geschäftsreisen		12.512	t CO ₂ e

Scope 3 – GHG-Emissionen 3PMs			Einheit
Stationärer Energieverbrauch		37.317	t CO ₂ e

305-4	Intensität der THG-Emissionen	+	Alle in ein Verhältnis gesetzten Angaben basieren auf tatsächlich gemessenen Daten.
PCs			
			Einheit
Scope 1 – GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten			8,57 kg CO ₂ e
Scope 2 – GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten			3,69 kg CO ₂ e

Angabe	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
305-5	Senkung der THG-Emissionen	+	Seite c-29, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-33, Kapitel Energie

GRI 306: ABWASSER UND ABFALL

Managementansatz Abwasser und Abfall		+	Seite c-35, Kapitel Abfall und Seite c-36, Kapitel Wasser Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Fokus Planet Beiersdorf Nachhaltigkeit Abfall Beiersdorf Nachhaltigkeit Wasser
--------------------------------------	--	---	---

306-1	Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort	+	Beiersdorf unterscheidet nicht zwischen geplanter und ungeplanter Abwassereinleitung. Daher beziehen sich die nachfolgenden Daten auf gemessene und geschätzte Einleitungs-werte basierend auf Rechnungen der Wasserversorger unserer PCs. Die Methoden unserer internen Abwasserbehandlungsanlagen erfüllen die lokalen gesetzlichen Anforderungen hin-sichtlich der Parameter zur Abwassereinleitung.
-------	---	---	---

Abwassereinleitung nach Einleitungsort	PCs	Einheit
Städtische Wasserversorgung	787.242	m ³
Oberflächenwasser	33.570	m ³
Bewässerung	24.253	m ³
Weitere	164	m ³
Gesamt	845.228	m³

Abwassereinleitung nach Behandlungsverfahren	PCs	Einheit
Fest/Flüssig-Trennung mit internen Öl- oder Fettabseidern	79.343	m ³
Fest/Flüssig-Trennung mit interner Abwasseraufbereitungsanlage	194.721	m ³
Umkehrosmose/Ultrafiltration oder Membranfiltration	266.992	m ³

306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	+	Unsere internen Standards für Abfallentsorgung bestimmen die Entsorgungsmethode der Abfälle, unter Berücksichtigung der lokalen gesetzlichen Anforderungen. Die aufgeführten Mengen basieren auf Rechnungen und Schätzungen unserer PCs und Bürostandorte.
-------	--	---	--

PCs	Ungefährliche Abfälle	Gefährliche Abfälle	Einheit
Recycling	12.164	821	t
Deponierung	0	0	t
Kompostierung	1.247	0	t
Verbrennung	9.405	527	t
Weitere	2.802	367	t
Gesamt	25.618	1.716	t

Beiersdorf	Einheit
Fertigwarenvernichtung	3.968 t

306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen	++	Es kam zu keinen signifikanten Leckagen im Jahr 2018.
-------	---	----	---

306-4	Transport von gefährlichem Abfall	++	2018 haben wir keine gefährlichen Abfälle, die gemäß den Bestimmungen des Basler Überein-kommens (Anlage I, II, III und VIII) als gefährlich eingestuft werden, transportiert, importiert, exportiert oder behandelt.
-------	-----------------------------------	----	---

GRI 307: UMWELT-COMPLIANCE

Managementansatz Umwelt-Compliance		++	Seite c-8, Kapitel Compliance Management, Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette und Seite c-13, Kapitel Nachhaltigkeitsmanagement Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Umwelt und Arbeitsschutzstandards Beiersdorf Code of Conduct Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
------------------------------------	--	----	--

307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutz-gesetzen und -verordnungen	++	Es kam 2018 zu keinen signifikanten Bußgeldern oder nicht monetären Sanktionen wegen eines Verstoßes gegen Umweltgesetze und -vorschriften.
-------	---	----	---

GRI 308: UMWELTBEWERTUNG DER LIEFERANTEN

Managementansatz Umweltbewertung der Lieferanten		++	Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
--	--	----	---

308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	++	100% unserer Lieferanten sind durch unser initiales Risiko-Screening abgedeckt. Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
-------	---	----	--

308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	+	2018 wurden keine Lieferantenbeziehungen aufgrund eines schwerwiegenden Verstoßes gegen unseren Lieferanten-CoC beendet. Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
-------	---	---	---

400: SOZIALE ANGABEN

GRI 401: BESCHÄFTIGUNG

Managementansatz Beschäftigung		++	Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf
--------------------------------	--	----	---

401-2	Betriebliche Leistungen, die nur voll-zeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	+	Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf
-------	---	---	---

Angabe	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz																										
401-3	Elternzeit	++	Die Rückkehrate an den Arbeitsplatz nach der Elternzeit liegt für Frauen bei 98% und für Männer bei 100% (basierend auf allen Mitarbeitern der Hamburger Tochtergesellschaften, die 2018 aus der Elternzeit zurückgekommen sind). Die Verbleibsrate nach der Elternzeit liegt bei Frauen bei 97% und bei Männern bei 95% (Verbleibsrate berücksichtigt eine Minimdauer von 12 Monaten bei Beiersdorf nach der Elternzeit; basierend auf Mitarbeitern, die aus der Elternzeit des Jahres 2017 wiedergekommen sind).																										
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>Elternzeit</th> <th>Mitarbeiteranzahl</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Anspruch auf Elternzeit</td> <td>120</td> </tr> <tr> <td>davon männliche Mitarbeiter</td> <td>41</td> </tr> <tr> <td>davon weibliche Mitarbeiter</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>In Anspruch genommene Elternzeit</td> <td>102</td> </tr> <tr> <td>davon männliche Mitarbeiter</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>davon weibliche Mitarbeiter</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>Nach der Elternzeit zurückgekehrte Mitarbeiter</td> <td>139</td> </tr> <tr> <td>davon männliche Mitarbeiter</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>davon weibliche Mitarbeiter</td> <td>81</td> </tr> <tr> <td>Nach der Elternzeit zurückgekehrte und nach 12 Monaten weiterbeschäftigte Mitarbeiter</td> <td>140</td> </tr> <tr> <td>davon männliche Mitarbeiter</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>davon weibliche Mitarbeiter</td> <td>98</td> </tr> </tbody> </table>	Elternzeit	Mitarbeiteranzahl	Anspruch auf Elternzeit	120	davon männliche Mitarbeiter	41	davon weibliche Mitarbeiter	79	In Anspruch genommene Elternzeit	102	davon männliche Mitarbeiter	23	davon weibliche Mitarbeiter	79	Nach der Elternzeit zurückgekehrte Mitarbeiter	139	davon männliche Mitarbeiter	58	davon weibliche Mitarbeiter	81	Nach der Elternzeit zurückgekehrte und nach 12 Monaten weiterbeschäftigte Mitarbeiter	140	davon männliche Mitarbeiter	42	davon weibliche Mitarbeiter	98
Elternzeit	Mitarbeiteranzahl																												
Anspruch auf Elternzeit	120																												
davon männliche Mitarbeiter	41																												
davon weibliche Mitarbeiter	79																												
In Anspruch genommene Elternzeit	102																												
davon männliche Mitarbeiter	23																												
davon weibliche Mitarbeiter	79																												
Nach der Elternzeit zurückgekehrte Mitarbeiter	139																												
davon männliche Mitarbeiter	58																												
davon weibliche Mitarbeiter	81																												
Nach der Elternzeit zurückgekehrte und nach 12 Monaten weiterbeschäftigte Mitarbeiter	140																												
davon männliche Mitarbeiter	42																												
davon weibliche Mitarbeiter	98																												

GRI 402: ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS

Managementansatz Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis	++	Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf
402-1 Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	+	Als Arbeitgeber informiert Beiersdorf die Arbeitnehmervertretungen gemäß Gesetz und den Vorschriften des Unternehmens regelmäßig über wesentliche betriebliche Veränderungen. In Deutschland informieren wir die Arbeitnehmervertreter zeitnah in den betreffenden Ausschüssen des Betriebsrats im Unternehmen. Was grenzüberschreitende Belange innerhalb Europas anbelangt, so sind unsere Beschäftigungsverhältnisse mit den Mitarbeitern durch die Leitlinien des „European Dialogue“ geregelt.

GRI 403: ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

Managementansatz Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	++	Seite c-54, Kapitel Arbeitsschutz Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Fokus_People Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Sicherheit_Unserer_Mitarbeiter Beiersdorf_Nachhaltiges_Management_fuer_Sicherheit Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Betriebliche_Gesundheitsfoerderung Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Gefahrgut																				
403-1 Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	+	Über 75% der Gesamtleistung sind in offiziellen Gesundheits- und Sicherheitsausschüssen mit Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern vertreten. Seite c-54, Kapitel Arbeitsschutz																				
403-2 Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfälle, Abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle	+	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Globales Unfallreporting</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>„Accident Frequency Rate“ (über 1 Million Arbeitsstunden)</td> <td>2,04</td> </tr> <tr> <td>„Accident Frequency Rate“ (über 200.000 Arbeitsstunden)</td> <td>0,41</td> </tr> <tr> <td>Ausfallzeitquote (über 200.000 Arbeitsstunden)</td> <td>7,50</td> </tr> <tr> <td>Abwesenheitsquote</td> <td>0,03 %</td> </tr> <tr> <td>Wegeunfälle</td> <td>123</td> </tr> <tr> <td>Todesfälle</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Anzahl der Arbeitsunfälle, die NICHT zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen</td> <td>509</td> </tr> <tr> <td>Anzahl der Arbeitsunfälle, die zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen</td> <td>57</td> </tr> <tr> <td>Festgelegte Arbeitszeit</td> <td>578 h</td> </tr> </tbody> </table>	Globales Unfallreporting	Einheit	„Accident Frequency Rate“ (über 1 Million Arbeitsstunden)	2,04	„Accident Frequency Rate“ (über 200.000 Arbeitsstunden)	0,41	Ausfallzeitquote (über 200.000 Arbeitsstunden)	7,50	Abwesenheitsquote	0,03 %	Wegeunfälle	123	Todesfälle	0	Anzahl der Arbeitsunfälle, die NICHT zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen	509	Anzahl der Arbeitsunfälle, die zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen	57	Festgelegte Arbeitszeit	578 h
Globales Unfallreporting	Einheit																					
„Accident Frequency Rate“ (über 1 Million Arbeitsstunden)	2,04																					
„Accident Frequency Rate“ (über 200.000 Arbeitsstunden)	0,41																					
Ausfallzeitquote (über 200.000 Arbeitsstunden)	7,50																					
Abwesenheitsquote	0,03 %																					
Wegeunfälle	123																					
Todesfälle	0																					
Anzahl der Arbeitsunfälle, die NICHT zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen	509																					
Anzahl der Arbeitsunfälle, die zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen	57																					
Festgelegte Arbeitszeit	578 h																					
403-3 Mitarbeiter mit einem hohen Auftreten von oder Risiko für Krankheiten, die mit ihrer beruflichen Tätigkeit in Verbindung stehen	++	Im Berichtszeitraum gab es bei uns keine Positionen, mit denen ein hohes Verletzungs- oder Krankheitsrisiko verbunden war.																				
403-4 Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden	++	Nein.																				

GRI 404: AUS- UND WEITERBILDUNG

Managementansatz Aus- und Weiterbildung	++	Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf
404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	+	Alle Mitarbeiter haben die Möglichkeit zur Teilnahme an Fortbildungsmaßnahmen, unabhängig davon, ob sie in Projekten, einer funktionalen oder leitenden Rolle tätig sind. Die Tochtergesellschaften bieten lokale Schulungen an, die allen Beschäftigten offenstehen. Zudem gibt es bei Beiersdorf ein weltweites Schulungsprogramm mit Seminaren für bestimmte Beschäftigtenkategorien (zum Beispiel Senior Manager). Beiersdorf bietet spezielle lokale Schulungen ausschließlich für Mitarbeiter ab 50 Jahren an. Das Unternehmen bietet Mitarbeitern ein langfristiges Arbeitszeitkonto an, das die Möglichkeit eröffnet, vor Erreichen des Rentenalters aus der aktiven Erwerbstätigkeit auszuschneiden. Beiersdorf bietet ein Portfolio an Gesundheitsleistungen für die Mitarbeiter an, von Bewegungs- und Entspannungsprogrammen über Stressmanagement bis hin zu Ernährungstipps. Diese Präventivmaßnahmen dienen der Erhaltung von Gesundheit und Arbeitseinsatzmöglichkeit der Belegschaft.

Angabe	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	+	Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	++	Bei der jährlichen Beurteilung erhalten alle unsere Mitarbeiter Rückmeldung zu ihrer Leistung und Entwicklung. Diese Form der Mitarbeiterbeurteilung findet seit über 40 Jahren bei Beiersdorf statt. Seit 2006 geht die Leistungsbeurteilung weltweit mit einem einheitlichen Prozess zur Erkennung und Förderung von Potenzial einher. Beiersdorf verbessert kontinuierlich die betreffenden Prozesse, um sicherzustellen, dass deren Ziele mit der Gesamtstrategie von Beiersdorf in Einklang stehen.

GRI 405: DIVERSITÄT UND CHANCENGLEICHHEIT

Managementansatz Diversität und Chancengleichheit		++	Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	+	Unser Vorstand ist mit einer Frau und sechs Männern besetzt. Unserem Aufsichtsrat gehören 75% Männer und 25% Frauen an. Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Diversity

GRI 406: NICHTDISKRIMINIERUNG

Managementansatz Nichtdiskriminierung		++	Seite c-8, Kapitel Compliance Management, Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette und Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	+	Wir setzen uns für Vielfalt ein und dulden daher keine Form von Diskriminierung, sei es aufgrund von Geschlecht, Alter, Aussehen oder Herkunft. Dieser Antidiskriminierungsgrundsatz ist fest in unseren unternehmensweiten Personalrichtlinien und unserem Verhaltenskodex für Mitarbeiter verankert. Etwaige Einzelfälle von Diskriminierung werden genau untersucht. Sollte sich ein Verdacht bestätigen, werden umgehend Gegenmaßnahmen ergriffen. Es sind jedoch keine globalen Daten verfügbar. 2018 gab es keine Diskriminierungsvorfälle in dem Beiersdorf Headquarter in Hamburg. Eine Einführung in den Verhaltenskodex und der Verhaltenskodex selbst sind zu finden unter: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette Eine Einführung in unser „One Team. Living Diversity“-Programm ist zu finden unter: Beiersdorf Nachhaltigkeit Diversity

GRI 407: VEREINIGUNGSFREIHEIT UND TARIFVERHANDLUNGEN

Managementansatz Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen		++	Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette und Seite c-47, Kapitel Menschen bei Beiersdorf Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
407-1	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	++	Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette

GRI 408: KINDERARBEIT

Managementansatz Kinderarbeit		++	Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	++	Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette

GRI 409: ZWANGS- ODER PFLICHTARBEIT

Managementansatz Zwangs- oder Pflichtarbeit		++	Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	++	Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette

GRI 412: PRÜFUNG AUF EINHALTUNG DER MENSCHENRECHTE

Managementansatz Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte		++	Seite c-10, Kapitel Menschenrechte und Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	++	2018 wurde keines unserer 17 Produktionszentren im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen geprüft.
412-2	Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren	+	Wir haben keine spezifische Schulung zum Thema Menschenrechte, das Thema wird jedoch in unserer Schulung für den Verhaltenskodex behandelt. Wir bieten auch eine Orientierungsveranstaltung für neue Beiersdorf Mitarbeiter an, die den Verhaltenskodex für Mitarbeiter umfasst. Darüber hinaus werden unsere Mitarbeiter im Einkauf jährlich durch den Kurs „Procurement Academy“ über den Verhaltenskodex für Lieferanten informiert. Seite c-10, Kapitel Menschenrechte

GRI 413: LOKALE GEMEINSCHAFTEN

Managementansatz Lokale Gemeinschaften		+	Seite c-40, Kapitel Gesellschaftliche Verantwortung
413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	+	Seite c-40, Kapitel Gesellschaftliche Verantwortung, Seite c-18, Kapitel Rohstoffe und Seite c-18, Nachhaltiges Palm(kern)öl

Angabe	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften	++	Unsere Geschäftstätigkeiten haben keine erheblichen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften.
GRI 414: SOZIALE BEWERTUNG DER LIEFERANTEN			
Managementansatz Soziale Bewertung der Lieferanten		++	Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Unsere_Verantwortung_in_der_Lieferkette
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	++	100% unserer Lieferanten sind durch unser initiales Risiko-Screening abgedeckt. Seite c-10, Kapitel Menschenrechte und Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Unsere_Verantwortung_in_der_Lieferkette
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	+	2018 wurden bei dem initialen Risiko-Screening 15 Lieferanten als mit extremem Risiko behaftet eingestuft. Sie wurden von einem externen Prüfer auf Grundlage des „Sedex Members Ethical Trade Audit“ (SMETA) 4-Säulen-Auditprotokolls geprüft. Alle Konformitätsprobleme wurden mit den Lieferanten besprochen und waren Ende 2018 behoben. 2018 gab es bei uns keine Fälle, in denen Lieferantenbeziehungen aufgrund eines wesentlichen Verstoßes gegen den Lieferanten-CoC beendet wurden. Seite c-11, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Unsere_Verantwortung_in_der_Lieferkette
GRI 416: KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT			
Managementansatz Kundengesundheit und -sicherheit		++	Seite c-25, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte
416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	++	100% unserer kosmetischen Fertigwaren müssen von Experten für Produktsicherheit freigegeben werden. Seite c-25, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte
GRI 417: MARKETING UND KENNZEICHNUNG			
Managementansatz Marketing und Kennzeichnung		++	Die Zufriedenheit der Verbraucher und Kunden ist die Grundlage unseres Geschäftserfolgs. Verbraucher aller unserer weltweiten Märkte können über vielfältige Kanäle wie soziale Medien, E-Mail und Telefon-Hotlines mit uns in Kontakt treten. Wir verfügen über ein aktives Netzwerk von Consumer Interaction-Managern, damit die Einhaltung unserer einheitlichen hohen Qualitätsstandards für den Kontakt mit Verbrauchern in deren Märkten gewährleistet ist. Zudem prüfen wir zentral Beschwerden, die in einem beliebigen Land bekundet werden, analysieren deren Ursachen und ergreifen Maßnahmen zur Optimierung. Seite c-25, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte
417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	+	Wir halten alle gesetzlichen Vorschriften bezüglich notwendiger Produkt- und Serviceinformationen ein. Seite c-25, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte
GRI 418: SCHUTZ DER KUNDENDATEN			
Managementansatz Schutz der Kundendaten		++	Wir haben innerhalb der EU ein umfassendes Datenschutzmanagementsystem implementiert, um die Einhaltung der „EU-Datenschutz-Grundverordnung“ (DSGVO) zu gewährleisten. Seite c-8, Kapitel Compliance Management
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	++	Aus Gründen der Vertraulichkeit machen wir keine Angaben zu etwaigen Datenschutzvorfällen.
GRI 419: SOZIOÖKONOMISCHE COMPLIANCE			
Managementansatz Sozioökonomische Compliance		++	Bei Beiersdorf beschränkt sich Care nicht auf den Aspekt der Hautpflege, sondern ist einer unserer vier Core Values und daher fest in unserer Kultur verankert. Uns liegt das Wohl unserer Mitarbeiter, aber auch der Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, am Herzen – kurzum, wir kümmern uns um die Menschen. Diese Programme sind in unserem Tätigkeitsfeld „People“ gebündelt und werden im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie „We care.“ umgesetzt. Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Fokus_People Gesetzeskonformität ist grundlegender Bestandteil der Unternehmenskultur von Beiersdorf und einer unserer Core Values. Die Belegschaft und der Vorstand richten sich nach dem Beiersdorf CoC als verbindliche Leitlinie. Damit wird sichergestellt, dass diese Unternehmenswerte im Geschäftsalltag integriert sind. Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Code_of_Conduct Beiersdorf_Compliance_Leitlinien An jedem Ort, an dem wir Werke betreiben, stellen wir mit unserem konzernweiten „Environmental Protection and Safety Management Audit Scheme“ (ESMAS) sicher, dass unsere Umwelt- und Gesundheitsschutzmaßnahmen mindestens den Standards entsprechen oder diese sogar übertreffen. Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Umwelt-_und_Arbeitsschutzstandards Lokal werden umfassende interne Richtlinien zur Bekämpfung von Korruption und unlauterem Wettbewerb umgesetzt, die einem internen Audit unterliegen. Dazu gehören auch Schulungsprogramme. Seite c-8, Kapitel Compliance Management
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	+	Die Einhaltung geltender Gesetze, Verordnungen und anderer Vorschriften ist das Fundament unserer Managementgrundsätze sowie unserer Core Values Trust und Care . Geschäftsbericht: Beiersdorf_Risikobericht_2018



UNSERE VERANTWORTUNG – UNSER ENGAGEMENT

**Der Nachhaltigkeitsbericht
der tesa Gruppe 2018**

INHALT

- S. t-3 VORWORT**
- S. t-4 ÜBER DIESEN BERICHT**
- S. t-5 DAS tesa GESCHÄFTSMODELL**
- S. t-7 UNSERE VERANTWORTUNG**
- S. t-12 COMPLIANCE**
- S. t-12 tesa Code of Conduct
- S. t-13 Compliance-Management-System
- S. t-13 Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten
- S. t-14 Korruptionsprävention
- S. t-14 Datenschutz

- S. t-15 MITARBEITER**
- S. t-16 Interne Nachbesetzung
- S. t-17 Arbeitssicherheit
- S. t-20 Gute Führung
- S. t-22 Ausbildung, Entwicklung und Förderung
- S. t-24 Feedback und Dialog
- S. t-25 Betriebliches Gesundheitsmanagement

- S. t-26 UMWELT**
- S. t-27 Klimaschutz und CO₂-Emissionen
- S. t-30 Effizienter Umgang mit Ressourcen

- S. t-32 PRODUKTVERANTWORTUNG**
- S. t-33 Verantwortung in der Lieferkette
- S. t-34 Produktsicherheit
- S. t-35 Nachhaltige Produktlösungen

- S. t-38 GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT**
- S. t-39 tesa hilft: Als guter Nachbar für andere da sein
- S. t-40 tesa spendet: Unkomplizierte Hilfe für soziale Projekte
- S. t-40 tesa fördert: Qualifizierten Nachwuchs gewinnen
- S. t-41 tesa schützt: Einsatz für eine intakte Umwelt

Titelbild: Auch für die Solarindustrie bietet tesa zahlreiche Anwendungen an, beispielsweise für die Rahmenverklebung.



VORWORT

„Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil unserer Geschäftsprozesse – und zwar entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette. Dabei ruhen wir uns auf dem, was wir erreicht haben, nicht aus. Denn Nachhaltigkeit ist kein Projekt, sondern ein zentrales Zukunftsthema.“

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

als eines der weltweit führenden Unternehmen für Klebetechnologie stehen wir bereits seit vielen Jahren für Innovationen und eine hohe Produktqualität. Aber noch etwas hat bei uns Tradition: ökologische und soziale Verantwortung. Sie ist fester Bestandteil unserer Geschäftsprozesse – und zwar entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette. Denn für uns ist nicht nur wichtig, was wir produzieren, sondern auch, wie wir es tun.

Im Rahmen unserer unternehmerischen Verantwortung konzentrieren wir uns deshalb auf die vier strategischen Handlungsfelder Umwelt, Mitarbeiter, Produkte und Gesellschaft. In diesen Bereichen wollen wir uns mit gezielten Projekten und strategischen Maßnahmen kontinuierlich verbessern. Dabei haben wir bereits viel erreicht: So konnten wir zahlreiche Produktsortimente mithilfe von energieeffizienten, lösemittelfreien Herstellungsverfahren umweltfreundlicher gestalten. Auch die spezifischen CO₂-Emissionen pro Tonne Endprodukt haben wir bereits deutlich reduziert. Dass unsere Arbeitssicherheitsmaßnahmen greifen, zeigen unsere auch im Branchenvergleich sehr niedrigen Unfallzahlen. Um die interne Nachbesetzung von Stellen zu fördern und unsere Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern, investieren wir kontinuierlich in Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter und Führungskräfte. Und unter dem Motto „tesa verbindet“ engagieren sich zahlreiche tesa-ner weltweit freiwillig für soziale Projekte.

Klar ist aber auch: Wir ruhen uns auf dem, was wir erreicht haben, nicht aus. Denn Nachhaltigkeit ist kein Projekt, sondern ein zentrales Zukunftsthema – weltweit. Das zeigen globale Herausforderungen wie der Klimawandel oder tiefgreifende gesellschaftliche Veränderungen wie der demografische Wandel. Um ihnen zu begegnen, müssen wir soziale, ökologische und ökonomische Belange miteinander in Einklang bringen. Insbesondere als international tätiges Unternehmen sind wir gefordert, Verantwortung zu übernehmen und unsere Geschäftsprozesse auf eine nachhaltige Wirtschaftsweise auszurichten.

Um diesem Verständnis Ausdruck zu verleihen, sind wir bereits seit 2006 Mitglied beim UN Global Compact und bekennen uns ausdrücklich zu den zehn Prinzipien in den Bereichen Umweltschutz, Menschenrechte, Arbeitsnormen und Korruptionsbekämpfung. Damit hat sich tesa gleichzeitig einem der wesentlichen Ziele des Global Compact angeschlossen: der Durchsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs). Diese 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen bilden das Herzstück der Agenda 2030, eines globalen Aktionsplans für eine nachhaltige Entwicklung.

In diesem Jahr haben wir uns entschieden, die SDGs erstmals in unseren Nachhaltigkeitsbericht aufzunehmen und unseren Beitrag dazu transparent zu machen. Damit bekräftigen wir unsere Überzeugung, dass neben Politik und Zivilgesellschaft auch Unternehmen eine entscheidende Rolle für die Erreichung der ehrgeizigen Ziele spielen.

Mehr über unsere Nachhaltigkeitsarbeit und die Fortschritte, die wir im vergangenen Geschäftsjahr gemacht haben, erfahren Sie in dem vorliegenden Bericht. Wir wünschen Ihnen eine anregende und informative Lektüre.

Dr. Robert Gereke
Vorstandsvorsitzender der tesa SE

ÜBER DIESEN BERICHT

Mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht geben wir unseren Stakeholdern und der Öffentlichkeit einen Einblick in unser weltweites Engagement sowie die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Unternehmenstätigkeit im Jahr 2018. Auf den folgenden Seiten fassen wir unsere Managementansätze, unsere wesentlichen Maßnahmen, Ergebnisse und Kennzahlen zusammen, gegliedert in die fünf Felder

- Compliance
- Mitarbeiter
- Umwelt
- Produktverantwortung
- Gesellschaftliches Engagement

Der vorliegende Bericht beschränkt sich auf eine exemplarische, aber repräsentative Auswahl aktueller Maßnahmen, die wir in unseren Tochtergesellschaften weltweit umsetzen. Schwerpunkte bilden sowohl die Themen und Bereiche, die für unser Geschäft von hoher Bedeutung sind, als auch solche, auf die unsere Geschäftstätigkeit starke Auswirkungen hat. Um diese Themenfelder zu ermitteln, haben wir 2017 eine sogenannte Materialitätsanalyse durchgeführt.

Als wesentlich identifiziert haben wir dabei die Themen „Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten“, „Menschenrechte in der Lieferkette“, „Interne Nachbesetzung“, „Arbeitssicherheit“, „Klimaschutz und CO₂-Emissionen“ sowie „Produktsicherheit“.

UN Global Compact und CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz

Mit diesem Bericht kommen wir zugleich unserer Verpflichtung nach, den Global Compact der Vereinten Nationen jährlich über unsere Fortschritte zu informieren. Als Teilnehmer des Global Compact bekennt sich tesa dazu, zehn universelle Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsprävention einzuhalten.

Unser Mutterkonzern Beiersdorf ist gemäß dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz verpflichtet, die bestehende Finanzberichterstattung um Angaben zu wesentlichen nichtfinanziellen Aspekten der Geschäftstätigkeit zu ergänzen. Die nichtfinanziellen Informationen für den Geschäftsbereich tesa, die Bestandteil der nichtfinanziellen Konzernklärung von Beiersdorf sind, haben wir in den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht integriert. Diese Angaben sind in diesem Nachhaltigkeitsbericht seiten- oder absatzweise mit Klammern gekennzeichnet.

Redaktionelle Hinweise und weitere Informationen

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir auf geschlechtsbezogene Doppelnennungen und nutzen die männliche Form.

Dieser Bericht ist in deutscher und englischer Sprache erhältlich und wie sämtliche Vorjahresversionen online unter www.tesa.de / www.tesa.com abrufbar. Maßgeblich ist die deutsche Version.

Weitere Informationen zu den Themen Produkte, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft finden Sie außerdem auf unserer Website unter der Rubrik „Verantwortung“: www.tesa.de/ueber-uns/verantwortung.

in mehr als **100** Ländern



mit **64** Tochtergesellschaften aktiv



über **2500**
Mitarbeiter
in Deutschland



~ **4900**
Mitarbeiter
weltweit

Forschungs- und Entwicklungszentren
in Deutschland, den USA und Asien



DAS tesa GESCHÄFTSMODELL

tesa ist einer der weltweit führenden Hersteller von technischen Klebebändern und Klebesystemlösungen für industrielle und professionelle Kunden sowie für Endverbraucher. Unsere mehr als 7000 Produkte finden in verschiedenen Industriebereichen wie der Automobilindustrie, der Elektronikbranche, der Bauzuliefer- oder der Druck- und Papierindustrie Anwendung. Auf dem Konsumenten- und Handwerkermarkt erleichtern unsere Produkte das Leben zu Hause oder in der Arbeit. Darüber hinaus arbeitet tesa mit der pharmazeutischen Industrie zusammen, um medizinische Pflaster und Filme zu entwickeln.

Der Konzern und seine Tochtergesellschaften weltweit

Der tesa Konzern ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Beiersdorf AG. Die tesa SE beschäftigt rund 4900 Mitarbeiter (31.12.2018) und ist mit 64 Tochtergesellschaften in mehr als 100 Ländern aktiv. Die Unternehmenszentrale befindet sich seit 2015 in Norderstedt bei Hamburg.

Geografischer Schwerpunkt unserer Geschäftsaktivitäten ist Europa, gefolgt von den Geschäftsregionen Asien,

Amerika, Australien und Afrika. Neben der tesa SE zählen die Tochtergesellschaften in China, den USA, in Italien und in Singapur zu den größten Einzelgesellschaften des tesa Konzerns. Produktionsstandorte betreiben wir in Deutschland, Italien, den USA und in China.

Strategische Ausrichtung

Wir wollen den Wert des tesa Konzerns im Sinne unserer Mitarbeiter, Kunden und Shareholder langfristig steigern, indem wir weltweit nutzenbringende Produkte anbieten und profitabel verkaufen. Mit unseren hoch qualifizierten Beschäftigten und kontinuierlich optimierten Geschäftsprozessen sind wir in der Lage, schnell und flexibel auf Veränderungen der Märkte zu reagieren und ein breites Angebot an bedarfsgerechten, hochwertigen Produkten zu entwickeln. Zudem verschaffen uns die Kenntnis der Produktionsprozesse sowie die fortlaufende Analyse aktueller Trends und Entwicklungen in der Industrie Wettbewerbsvorteile und sichern den dauerhaften Erfolg des Unternehmens.

Die Übernahme unternehmerischer Verantwortung verstehen wir bei tesa seit vielen Jahren als wichtiges Element unserer Geschäftsprozesse. Sozial und ökologisch verantwortliches Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette ist für uns Ausdruck unserer Unternehmenskultur und gehört zu unseren geschäftlichen Grundprinzipien. Im Sinne einer guten, verantwortungsvollen Unternehmensführung haben wir in diesem Zusammenhang interne Standards wie den tesa Code of Conduct (s. S. 12) oder unsere Umweltleitlinien entwickelt, auf deren Einhaltung wir konzernweit großen Wert legen. Mit dem Code of Conduct for Suppliers (s. S. 33–34) verpflichten wir auch unsere wesentlichen Geschäftspartner dazu, unsere Nachhaltigkeitsstandards einzuhalten.

Lösungen und Produkte für Industrie, Gewerbe und Konsumenten

Im Mittelpunkt unserer Markenphilosophie und Strategie stehen eine zuverlässig hohe Qualität, große Innovationsfähigkeit und der Einsatz modernster Technologien. Wir bieten unseren Kunden effektive Lösungen, hochwertige Produkte und ausgezeichneten Service – vor allem in den Anwendungsbereichen Automobil-, Elektronik-, Bau-, Gesundheits-, Transport- sowie Druck- und Papierindustrie, aber auch im Bereich der erneuerbaren Energien oder in der Haushaltsgerätebranche. Darüber

hinaus bieten wir auch professionellen Handwerkern und privaten Verbrauchern bedarfsgerechte Klebelösungen.

Unser Geschäft unterteilen wir in zwei Segmente: Der Bereich Direct Industries versorgt tesa Industriekunden auf direktem Weg mit spezialisierten Systemlösungen. Etwas mehr als die Hälfte des Umsatzes wird in diesem Geschäftsbereich erwirtschaftet. Das Segment Trade Markets fokussiert sich auf die Märkte, in denen die Kunden ihre Produkte nicht über tesa direkt, sondern über Handelspartner oder handelsähnliche Kanäle beziehen. Hierzu gehören neben den Sortimenten für private Konsumenten und Handwerker auch Klebebänder, die für industrielle und gewerbliche Kunden bestimmt sind und überwiegend über den technischen Handel vertrieben werden.

Beschaffungsmärkte und externe Rahmenbedingungen

Für die Qualität unserer Produkte – und damit für unseren Geschäftserfolg – ist eine effiziente Wertschöpfungskette von großer Bedeutung. Die tesa Wertschöpfungskette ist global ausgerichtet. Die größten Beschaffungsmärkte sind Europa und Asien mit China als wichtigstem Herkunftsland.

Die Wertschöpfungskette muss so ausgelegt sein, dass sie zukünftige Entwicklungen antizipieren und auf sie reagieren kann. Um diese Voraussetzung zu erfüllen, qualifizieren wir systematisch unsere Lieferanten und arbeiten daran, unsere Lieferketten durch eine regionale Beschaffung in der Nähe unserer Produktionsstätten und lokale Einkaufsteams effizient zu gestalten. Sie kennen und beobachten den Markt vor Ort genau und sind in der Lage, mögliche Risiken, etwa aufgrund politischer Instabilitäten oder Änderungen der örtlichen Gesetzgebung, realistisch einzuschätzen. Darüber hinaus minimieren wir Risiken durch den Aufbau eines Netzes alternativer Lieferanten. Um allgemeinen Entwicklungen in der Beschaffung, wie zum Beispiel steigenden Rohstoffpreisen, veränderten Vertriebswegen oder Verschiebungen in der Wettbewerbssituation, zu begegnen, hat tesa bereichsübergreifende Aktivitäten und Ressourcen im tesa Purchasing Network (tPN) gebündelt, das als zentrale Funktion sämtliche Prozesse konzernweit steuert.

Der Erfolg von tesa beruht nicht nur auf innovativen Ideen, Produktqualität und technologischem Fortschritt. Auch ökologische und soziale Verantwortung spielen eine wichtige Rolle.



UNSERE VERANTWORTUNG

Unternehmerische Verantwortung zu übernehmen ist für tesa der Schlüssel zu einer nachhaltigen Wertschöpfung. Daher sind Nachhaltigkeit und der sorgsame Umgang mit Ressourcen gelebter Bestandteil unserer Unternehmenskultur und in allen Geschäftsprozessen fest verankert. Die Basis dafür bilden die tesa Corporate Values und der tesa Code of Conduct (s. S. 12), die uns im täglichen Handeln klare Orientierung geben. Darüber hinaus bekennen wir uns als langjähriges Mitglied des United Nations Global Compact

ausdrücklich zu den 17 Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals – SDGs) der Vereinten Nationen. Mit unseren Aktivitäten und Produkten leisten wir unseren Beitrag dazu, diese Ziele zu erreichen.

Unsere Unternehmenswerte

Als eines der weltweit führenden Unternehmen für Klebtechnologie sehen wir es als unsere Pflicht, unser geschäftliches Handeln an den Grundprinzipien der Nachhaltigkeit auszurichten.

Von der Rohstoffbeschaffung bis zur Wiederverwertung nehmen wir in allen Stufen unserer Wertschöpfungskette unsere Verantwortung wahr. Und auch von unseren Lieferanten erwarten wir, dass sie verantwortungsvoll wirtschaften. Um diese Einstellung unternehmensweit für alle Mitarbeiter deutlich und verständlich zu machen, haben wir Corporate Values festgelegt. Sie werden regelmäßig auf ihre Aktualität hin überprüft und wurden zuletzt 2017 überarbeitet. Die Unternehmenswerte sind für alle Mitarbeiter im Intranet zugänglich und schaffen ein gemeinsames Bild davon, wie wir Nachhaltigkeit verstehen. Darüber hinaus sind sie auf unserer Unternehmenswebsite www.tesa.de einsehbar.

Leitlinien unseres Handelns: Global-Compact-Prinzipien und SDGs

Seit 2006 sind wir Mitglied im Global Compact der Vereinten Nationen. Damit unterstreichen wir unseren Anspruch, unsere Geschäftstätigkeit an international anerkannten Sozial- und Umweltstandards auszurichten. Die zehn Global-Compact-Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen sowie zu Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung bilden übergeordnete Leitlinien unseres Handelns.

Im Berichtsjahr 2018 haben wir zudem das Ziel bekräftigt, unseren Beitrag zu den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen zu leisten. Die SDGs bilden das Herzstück der Agenda 2030, eines globalen Aktionsplans für eine nachhaltige Entwicklung. Sie berücksichtigen erstmals alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Soziales, Umwelt, Wirtschaft – gleichermaßen. Neben Politik und Zivilgesellschaft sind auch Unternehmen aufgefordert, ihren Beitrag zur Erreichung der ehrgeizigen Ziele zu leisten.




Aus diesem Grund haben wir 2018 ermittelt, zu welchen der 17 SDGs wir mit unseren Aktivitäten und Produkten einen besonders wirksamen Beitrag leisten können. Um diesen Beitrag so konkret wie möglich zu benennen, haben wir einen Abgleich mit den detaillierten 169 SDG-Unterzielen durchgeführt. Die entsprechenden Unterziele und unser Beitrag dazu sind in dem auf

tesa Unternehmenswerte

- Die Zufriedenheit unserer Kunden mit den Leistungen und der Qualität unserer Produkte sowie mit unserem Service bestimmen unser Handeln.
- Wir gestalten proaktiv unsere Zukunft und begreifen Veränderung als Chance. Innovationen in Technik, Prozessen und Produkten sind Basis für zukünftiges Wachstum.
- Die Motivation, Kompetenz und Effizienz aller Mitarbeiter sichert unseren dauerhaften Erfolg.
- Wir stellen durch nachhaltige Wertsteigerung unseres Unternehmens die Zufriedenheit der Anteilseigner sicher, damit sie weiter in unser Unternehmen und somit in die Sicherheit der Arbeitsplätze investieren.
- Wir verpflichten uns zur Durchsetzung der Prinzipien des Global Compact: Einhaltung von Menschenrechten und Arbeitsrechten, Schutz der Umwelt und Kampf gegen Korruption.
- Wir übernehmen gesellschaftliche Verantwortung. Unser Fokus liegt auf der Förderung von Jugendlichen im naturwissenschaftlich-technischen Bereich, dem Schutz der Umwelt sowie auf standortnahen Sozialprojekten.

S. 9–10 abgebildeten Index aufgeführt. Darüber hinaus kennzeichnen wir jeweils am Kapitelanfang mit entsprechenden Bildsymbolen, zu welchen SDGs wir mit den beschriebenen Aktivitäten beitragen. In Zukunft werden die SDGs einen wichtigen Handlungsrahmen für unsere Nachhaltigkeitsarbeit bilden.

Zu folgenden SDGs und ihren entsprechenden Unterzielen leisten wir einen Beitrag:

SDG-Nr.	SDG-Unterziele	Unser Beitrag	Informationen im tesa Nachhaltigkeitsbericht
	5.5: Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen	tesa ist seit 2006 Mitglied des UN Global Compact. Die zehn Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen sowie Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung des Global Compact stellen auch bei tesa die übergeordneten Leitlinien allen Handelns dar. Mit unserer Mitgliedschaft haben wir uns zu Prinzip 6 „Beseitigung der Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung“ verpflichtet. Wir lehnen jegliche Form der Diskriminierung am Arbeitsplatz oder bei der Besetzung von Stellen ab.	Leitlinien unseres Handelns: Global-Compact-Prinzipien und SDGs, S. 8 Ausbildung, Entwicklung und Förderung, S. 22 – 24
	7.3: Bis 2030 die weltweite Steigerungsrate der Energieeffizienz verdoppeln	Die Konzernzentrale und die Standorte mit den höchsten CO ₂ -Emissionen verfügen über ein Umweltmanagementsystem sowie über ein zertifiziertes Energiemanagementsystem gemäß ISO 50001. Mit der Einführung der Energiemanagementsysteme wurde der Weg geebnet, die Energieeffizienz unserer Anlagen weiter zu erhöhen. Ein weiterer strategischer Ansatzpunkt für tesa ist der Einsatz energie- und ressourcensparender Technologien. Dazu zählen die effiziente Eigenerzeugung von Energie durch Kraft-Wärme-Kopplung und der Bezug von Strom aus regenerativen Quellen.	Klimaschutz und CO ₂ -Emissionen, S. 27 – 30
	8.4: Bis 2030 die weltweite Ressourceneffizienz in Konsum und Produktion Schritt für Schritt verbessern und die Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Umweltzerstörung anstreben, im Einklang mit dem Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster, wobei die entwickelten Länder die Führung übernehmen 8.8: Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer, einschließlich der Wanderarbeitnehmer, insbesondere der Wanderarbeitnehmerinnen, und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern.	Unsere Produkte sollen die Umwelt über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg so wenig wie möglich belasten. Bei der Entwicklung und Herstellung achten wir auf Ressourceneffizienz und vermeiden Produktionsabfälle. Entsprechende Maßnahmen sind fester Bestandteil unseres betrieblichen Umweltschutzes. Wo möglich und sinnvoll setzen wir nachwachsende und recycelte Rohstoffe ein. Als verantwortungsvoller Arbeitgeber sehen wir es als unsere Pflicht, unsere Mitarbeiter bei der Ausübung ihrer Tätigkeiten vor Risiken und Gefahren zu schützen. Mit vielfältigen Maßnahmen tragen wir dazu bei, Unfälle und Berufskrankheiten zu verhindern beziehungsweise auf ein Minimum zu reduzieren.	Effizienter Umgang mit Ressourcen, S. 30 – 31 Arbeitssicherheit, Betriebliches Gesundheitsmanagement, S. 17, 19, 25

SDG-Nr.	SDG-Unterziele	Unser Beitrag	Informationen im tesa Nachhaltigkeitsbericht
	<p>12.2: Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen</p>	<p>tesa entwickelt umweltfreundliche, lösemittelfreie Herstellungsverfahren und setzt – wo möglich und sinnvoll – nachwachsende und recycelte Rohstoffe ein. Bereits bei der Entwicklung unserer Produkte und ihrer Produktionsverfahren achten wir auf die Ressourceneffizienz und vermeiden Produktionsabfälle. Entsprechende Maßnahmen sind fester Bestandteil unseres betrieblichen Umweltschutzes.</p>	<p>Effizienter Umgang mit Ressourcen, S. 30–31</p>
	<p>12.4: Bis 2020 einen umweltverträglichen Umgang mit Chemikalien und allen Abfällen während ihres gesamten Lebenszyklus in Übereinstimmung mit den vereinbarten internationalen Rahmenregelungen erreichen und ihre Freisetzung in Luft, Wasser und Boden erheblich verringern, um ihre nachteiligen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken</p>	<p>Abfälle lassen sich in der Produktion nicht vollständig vermeiden. Unser Abfall- und Rohstoffmanagement zielt darauf ab, Materialien effizient zu nutzen und möglichst wiederzuverwerten. So arbeiten wir kontinuierlich daran, produktionsbedingte Verluste der eingesetzten Rohstoffe zu minimieren. Ungefährliche Abfälle und gefährliche, lösemittelhaltige Abfälle werden von tesa nahezu vollständig verwertet.</p>	
	<p>12.5: Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern</p>	<p>Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 das spezifische Abfallaufkommen pro Tonne Endprodukt um weitere zwei Prozentpunkte gegenüber dem Referenzjahr 2015 zu senken.</p>	
	<p>16.5: Korruption und Bestechung in all ihren Formen erheblich reduzieren</p>	<p>Wir lehnen jegliche Form von Korruption, Bestechung oder anderweitig rechtswidrigem Verhalten ab. Antikorruption zählt zu den Kern-Compliancefeldern von tesa und nimmt im Compliance-Management-System eine zentrale Rolle ein. Hauptziel ist, Korruptionssachverhalte von vornherein zu vermeiden. Unsere konzernweite Antikorruptionsrichtlinie dient unseren Mitarbeitern als Handlungsleitfaden und erläutert, wie Mitarbeiter sich in entsprechenden Situationen verhalten sollen.</p>	<p>Compliance, S. 12–14</p>

Strategische Handlungsfelder

Um unsere unternehmerische Verantwortung wahrzunehmen, haben wir vier strategische Handlungsfelder festgelegt: Mitarbeiter, Produkte, Umwelt und Gesellschaft. Innerhalb dieser Handlungsfelder überprüfen wir regelmäßig die Schwerpunktsetzung. Mit Blick auf das CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) haben wir 2017 unsere wesentlichen Themen mit Vertretern der jeweiligen Fachbereiche von tesa, der Konzernmutter Beiersdorf sowie weiteren relevanten Akteuren bewertet. Bei der Materialitätsanalyse wurden die Themen „Klimaschutz und CO₂-Emissionen“, „Interne Nachbesetzung“, „Arbeitssicherheit“, „Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten“, „Menschenrechte in der Lieferkette“ und „Produktsicherheit“ als wesentlich identifiziert. Eine solche Wesentlichkeitsanalyse führen wir alle zwei bis drei Jahre parallel zum Wesentlichkeitsprozess der Konzernmutter Beiersdorf durch. Eine erneute Analyse ist für das Jahr 2020 geplant.

4

strategische Handlungsfelder

➤ helfen uns dabei, unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten zu fokussieren.

Organisatorische Verankerung

Der tesa Vorstand bekennt sich ausdrücklich zu unserer unternehmerischen Verantwortung. Auf seine Initiative hin wurde Verantwortung als Querschnittsaufgabe im Konzern definiert. Alle relevanten Fachbereiche sind dabei eingebunden, um einen direkten Bezug zu unserer Geschäftstätigkeit und zu den Kerngeschäftsprozessen sicherzustellen. Die Steuerung und operative Umsetzung der Maßnahmen findet in folgenden Fachbereichen statt:

- Legal & Compliance
- Purchasing Network
- Human Resources
- Quality, Environmental, Health & Safety Management
- Corporate Communications

Vertreter dieser Fachbereiche kommen einmal im Quartal in unserer zentralen Corporate-Responsibility-Steuerungsgruppe zusammen. Den Vorsitz hat das Geschäftsführungsmitglied Human Resources. Die Gruppe koordiniert den Austausch aller Bereiche sowie die Berichterstattung nichtfinanzieller Themen. Auch mit dem Mutterkonzern Beiersdorf tauschen wir uns regelmäßig aus und stimmen unsere Aktivitäten miteinander ab.

Risikomanagement

Zu erfolgsorientiertem und verantwortungsbewusstem Handeln gehört ein konzernweites, integriertes Risiko- und Chancenmanagement. Risiken werden in einem strukturierten Prozess erfasst und gesteuert. Dabei werden operative, funktionale und strategische Risiken hinsichtlich ihrer möglichen finanziellen und reputativen Auswirkungen sowie nach ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet. Unser Compliance Management identifiziert und bewertet nach den gleichen Kriterien in einem gesonderten Prozess („Compliance Risk Assessment“) die relevanten Risiken, die sich für uns aus der Nichteinhaltung externer regulatoriver und interner Standards ergeben.

Im Berichtsjahr haben wir darüber hinaus einen standardisierten Prozess für Risiken eingeführt, die im Zusammenhang mit unseren wesentlichen nichtfinanziellen Themen entstehen können. Dazu haben wir alle für tesa wesentlichen nichtfinanziellen Themen betrachtet und alle relevanten Fachbereiche zu ihrer Risikoeinschätzung befragt. Das Ergebnis wurde im Nachgang vom Risikomanagement überprüft. Dabei wurden keine Risiken identifiziert, die gemäß den Vorgaben des CSR-RUG zu berichten sind.

Fünf Avatare führen durch das Compliance-E-Learning-Programm.



COMPLIANCE



Wir werden auch in Zukunft für unsere Kunden, Anteilseigner, Geschäftspartner und Beschäftigten, ebenso wie für Behörden, Institutionen und die Öffentlichkeit ein vertrauenswürdiger Partner sein. Deshalb ist die Einhaltung aller für tesa geltenden Gesetze und Regelungen von besonderer Bedeutung.

Denn Compliance-Verstöße können nicht nur kostspielig werden, sondern schaden insbesondere der Reputation. Deshalb müssen sich alle Mitarbeiter, Führungskräfte und Organe an klare, schriftlich fixierte Vorgaben halten. Dies wird durch Audits regelmäßig geprüft und durch

Beratung, Schulungen, Maßnahmen und Programme weiter unterstützt. Ziel ist es, unsere Mitarbeiter für entsprechende Fragestellungen zu sensibilisieren und ihnen Handlungssicherheit zu vermitteln.

tesa Code of Conduct

Der tesa Code of Conduct leitet sich aus den zehn Prinzipien des UN Global Compact ab und dient als übergeordneter, verbindlicher Verhaltensleitfaden für die gesamte Belegschaft. Damit unterstützen wir unsere Mitarbeiter, Führungskräfte und Organe dabei, die zentralen Grundsätze und Werte unseres Unternehmens im Arbeitsalltag zu beachten, ihr Verhalten daran auszurichten und diese weiterzuvermitteln.

Compliance-Management-System

Durch unser Compliance-Management-System (CMS) wollen wir sicherstellen, dass sich alle tesa Mitarbeiter, Führungskräfte und Organe an geltende rechtliche Vorgaben und internen Regeln halten. Um dieses Ziel zu erreichen, folgen wir einem geregelten Managementprozess. Er umfasst die Schritte Vorbeugen, Erkennen, Reagieren, Verbessern.

Im Jahr 2018 haben wir das tesa CMS konsequent weiterentwickelt. Dabei haben wir unter anderem unsere verpflichtenden Governance- und Compliance-Richtlinien auf Praktikabilität und Akzeptanz überprüft und, wo nötig, angepasst. Mit der Weiterentwicklung tragen wir den dynamischen Veränderungen rechtlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen Rechnung.

Den Schwerpunkt unseres Compliance-Programms bilden derzeit die Kern-Compliancefelder Antitrust (Kartellrecht), Anti-Corruption (Antikorruption) und Data Privacy (Datenschutz). Der tesa Corporate Compliance Officer ist dafür verantwortlich, die Rechtskonformität in den Kern-Compliancefelder bestmöglich sicherzustellen und das Gesamtsystem weiterzuentwickeln. In den tesa Tochtergesellschaften haben wir die jeweiligen ressortzuständigen Geschäftsführer als Compliance Officer benannt. Sie werden von gesondert benannten lokalen Compliance Managern unterstützt. Die lokalen und zentralen (Corporate) Compliance Manager sind für die operative Umsetzung und Weiterentwicklung der tesa Compliance-Standards verantwortlich. Ein weiterer wichtiger Bestandteil des tesa CMS sind unsere Meldesysteme. Um Hinweise auf potenzielle Compliance-Verstöße entgegenzunehmen, hat tesa sowohl interne, als auch externe Meldemöglichkeiten durch sogenannte Ombudsleute implementiert. Dabei gehen wir allen Hinweisen nach, klären die entsprechenden Sachverhalte auf und ergreifen nach sorgfältiger Abwägung und unter Beachtung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit angemessene Maßnahmen.

Maßnahmen und Ergebnisse

Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen Mit regelmäßigen Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen verankern wir die Compliance-Grundsätze im Unternehmen. Zum Beispiel finden unsere Mitarbeiter auf einer eigenen Compliance-Plattform im Intranet Hinweise, Richtlinien, Prozesse sowie kompetente Ansprechpartner für den Arbeitsalltag. Außerdem informieren wir dort zu

relevanten gesetzlichen Entwicklungen. Um Unsicherheiten in Bezug auf Compliance keinen Raum zu lassen, haben wir im Berichtszeitraum darüber hinaus ein Glossar im Intranet veröffentlicht, das Compliance-relevante Begriffe und Abkürzungen eindeutig definiert und erläutert.

Weiterhin haben wir 2018 eine neue „Compliance-Lernwelt“ entwickelt und eingeführt. In diesem Zuge wurden die E-Learnings in allen Kern-Compliancefeldern vollständig überarbeitet.

Audits Die Abteilung Internal Audit (Beiersdorf AG) führt regelmäßige Audits durch, in denen auch Compliance-relevante Themen geprüft werden.

3

E-Learnings

➤ zu den Kern-Compliancefeldern werden ab 2019 im Intranet zur Verfügung stehen.

Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten

Auch 2018 haben wir bestehende und künftige Compliance-Risiken unserer Geschäftsmodelle analysiert und bewertet. Die daraus resultierende Wesentlichkeitseinschätzung hat die Einordnung des Themas Kartellrecht als Kern-Compliancefeld bestätigt.

Managementansatz

Das tesa Antitrust-Compliance-Programm haben wir bereits vor einigen Jahren erfolgreich flächendeckend eingeführt. Es ist ein wichtiger Bestandteil unseres Gesamtprogramms und wird seitdem kontinuierlich weiterentwickelt. Es informiert über relevante kartellrechtliche Inhalte und klärt über mögliche Risiken auf. Darüber hinaus umfasst es die regelmäßige Überprüfung

und Aktualisierung von Richtlinien sowie die Kontrolle ihrer Umsetzung.

Maßnahmen und Ergebnisse

Interne Richtlinien 2018 haben wir eine neue, übergeordnete Antitrust-Compliance-Richtlinie erstellt und im Unternehmen eingeführt. Diese Richtlinie fasst die bereits bestehenden Regelungen zusammen, legt die generellen Rahmenbedingungen sowie Mindeststandards im Kern-Compliancefeld Antitrust fest und beschreibt diese.

Schulungen Alle relevanten Mitarbeiter und Führungskräfte¹ werden in einem zweijährigen Turnus geschult. Unser Schulungskonzept umfasst ein verpflichtendes E-Learning, das die grundlegenden kartellrechtlichen Inhalte vermittelt. 2018 haben wir ein neues E-Learning-Modul zum Thema Antitrust entwickelt. Dieses wird ab 2019 im Intranet zur Verfügung stehen. Im Trainingszyklus 2017/2018 haben wir 1.621 Mitarbeiter in 41 Ländern und 48 verbundenen Gesellschaften zu einem E-Learning in dem Kern-Compliancefeld Antitrust eingeladen. Die Quote der erfolgreichen Teilnahmen lag bei 96,4 Prozent (global²).

Ergänzend führen wir Präsenztrainings in besonders risikobehafteten Regionen und ausgewählten Geschäftsbereichen durch. Dies wird ergänzt durch individuelle und geschäftsbegleitende Beratung zu kartellrechtlichen Fragen.

Korruptionsprävention

Antikorruption zählt zu den Kern-Compliancefeldern von tesa und nimmt im Compliance-Management-System nach Antitrust eine zentrale Rolle ein. Das Hauptziel ist, Korruptionssachverhalte von vornherein zu vermeiden.

Unser Managementansatz

Die kontinuierliche Information und Sensibilisierung der Mitarbeiter für Korruptionsrisiken, gefahrenträchtige Tätigkeiten und Situationen im geschäftlichen Alltag stehen für uns im Vordergrund. Einen wichtigen Beitrag dazu leistet die konzernweite Antikorruptionsrichtlinie. Sie dient unseren Mitarbeitern bei Interessenkonflikten sowie bei Einladungen und Zuwendungen von und an Repräsentanten, Vertreter und Mitarbeiter anderer Unternehmen oder Amtsträgern als Handlungsleitfaden und erläutert, wie Mitarbeiter sich in entsprechenden Situationen verhalten sollen.

Maßnahmen und Ergebnisse

Als Kern-Compliancefeld wird das Thema Antikorruption von den 2018 neu konzipierten E-Learnings abgedeckt. Es wird ebenfalls ab 2019 im Intranet zur Verfügung stehen und ist von allen relevanten Mitarbeitern, Führungskräften und Organen verpflichtend in einem Zweijahresrhythmus zu absolvieren. Präsenzs Schulungen zum Thema Korruptionsprävention erfolgen bei Bedarf und werden von Referenten beziehungsweise Experten zum jeweiligen Thema durchgeführt.

Datenschutz

Der vertrauliche, integre, sichere und zweckgebundene Umgang mit den überlassenen Informationen hat für tesa einen hohen Stellenwert. Aufgrund der gestiegenen Anforderungen aus der europäischen Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) stellte das Thema Datenschutz auch 2018 ein Kern-Compliancefeld dar.

Managementansatz

Auch im Bereich Datenschutz steht für uns die Prävention durch Sensibilisierung und Aufklärung im Vordergrund. So informieren wir die Mitarbeiter darüber, welche Maßnahmen wir zur Einhaltung der Datenschutzverordnung ergreifen, wer die Ansprechpartner sind und worauf Mitarbeiter im Arbeitsalltag achten müssen. Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr die Data Protection Compliance Guideline veröffentlicht. Sie fasst alle gültigen organisatorischen Regelungen zum Thema Datenschutz zusammen und gibt den Mitarbeitern Hilfestellungen und Anweisungen für den Umgang mit Daten.

Maßnahmen und Ergebnisse

Information und Schulungen Neben Veranstaltungen zum Thema Datenschutz nutzen wir für die Information unserer Mitarbeiter auch das Intranet. Dort informieren wir zum Beispiel in Form einer Datenschutzreihe über die wichtigsten Inhalte der DSGVO. Um die Anforderungen der Verordnung und ihre Umsetzung möglichst verständlich und praxisnah zu erläutern, greifen wir dabei Fragen auf, die sich aus dem Tagesgeschäft der Mitarbeiter ergeben, und informieren zum korrekten und rechtssicheren Verhalten. Darüber hinaus haben wir an verschiedenen Trainingsmaßnahmen gearbeitet: Ab 2019 wird es ein neues E-Learning zum Thema Datenschutz geben, das alle Mitarbeiter, Führungskräfte und Organe im zweijährlichen Rhythmus durchlaufen.

^{1,2} Die Teilnehmerquote bezieht sich auf die Ziel- und Gefährdungsgruppe, die für dieses Kern-Compliancefeld vorab definiert wurde. Dazu zählen sämtliche Mitarbeiter und Führungskräfte, die mit kartellrechtlichen Themen und Anforderungen in Berührung kommen können. Die Kennzahl bezieht sich auf den Stand 31.12.2017. 2018 wurde keine erneute Auswertung erhoben.

Erfahrene Fachkräfte und motivierter Nachwuchs prägen mit ihrem Engagement das Unternehmen und bilden die Grundlage unseres Erfolgs.

MITARBEITER



Wir möchten für unsere Kunden die bestmögliche Leistung erbringen und unsere Stellung als eines der führenden Unternehmen für Klebetechnologie weiter ausbauen. Dafür sind die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter und ihre Bereitschaft, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln, von zentraler Bedeutung.

Qualifizierte Mitarbeiter, die die Weiterentwicklung des Unternehmens aktiv mitgestalten und Innovationen im Bereich Produkte und Prozesse vorantreiben, sind der Schlüssel, um unsere Unternehmensstrategie erfolgreich

umzusetzen. Sie helfen uns, den Erwartungen unserer Kunden gerecht zu werden – und sie immer wieder zu übertreffen.

Dabei verändern sich die Ansprüche der Mitarbeiter stetig, und die Attraktivität eines Arbeitgebers spielt heute eine wichtigere Rolle als früher. Ob Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen, die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung, eine lebendige Feedback- und Dialogkultur oder Modelle zur Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben – all diese Aspekte gewinnen zunehmend an Bedeutung.

Wichtige Ziele unserer Personalstrategie sind daher, gut ausgebildete, engagierte Mitarbeiter für unser Unternehmen zu gewinnen und an uns zu binden sowie unsere

hohe Attraktivität als Arbeitgeber durch entsprechende Maßnahmen zu erhalten. Darüber hinaus ist es unser erklärtes Ziel, eine Unternehmenskultur zu fördern, die Leistung, Teamwork, funktionsübergreifende Zusammenarbeit und Internationalisierung stärkt. Die Basis hierfür bilden die tesa Key Competencies. Sie beschreiben neun Kernkompetenzen, die das Handeln der Mitarbeiter bei tesa bestimmen und für grundlegende Werte bei tesa stehen: „Set the pace“ (Initiative), „Focus on your customer“ (Kunden-/Marktorientierung), „Team up“ (Bereitschaft und Fähigkeit zur Teamarbeit), „Achieve & improve“ (Ergebnisorientierung), „Challenge yourself“ (persönliche Weiterentwicklung), „Lead to success“ (Teamführung), „Grow talent“ (Mitarbeiterentwicklung), „See the bigger picture“ (konzeptionelles Denken) und „Get buy-in“ (Einfluss).

Interne Nachbesetzung

tesa ist mit seinen Produkten in vielen verschiedenen Märkten und Industrien vertreten, die unterschiedliche Anforderungen, Problemstellungen und Bedürfnisse mit sich bringen. Diese Komplexität zu managen ist keine leichte Aufgabe. Die Fähigkeiten, das Wissen und die Erfahrung unserer Mitarbeiter stellen daher für uns einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil dar.

Ein Kernelement unserer Personalstrategie ist es, zentrale Positionen möglichst mit Mitarbeitern aus dem eigenen Unternehmen zu besetzen. Nur so können wir ihre wertvollen Erfahrungen und Marktkenntnisse bewahren, ihre Kompetenzen und Fähigkeiten ausbauen und für den langfristigen Unternehmenserfolg nutzen. Aber auch für unsere Mitarbeiter bietet dieses Vorgehen viele Vorteile: Ohne das Unternehmen zu wechseln, sammeln sie vielfältiges Wissen aus unterschiedlichen Bereichen und bekommen attraktive Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten. Entsprechend ist es unser Ziel, möglichst viele offene Stellen mit internen Mitarbeitern zu besetzen.

Managementansatz

Das Thema „Interne Nachbesetzung“ ist bei tesa auf höchster Ebene verankert. So berät sich der Vorstand mehrmals im Jahr auf Klausuren zu den Themen Nachfolgeplanung und Talent Management.

Zentral gesteuert wird das Thema durch den Bereich Human Resources (HR). Das eigens für die interne Nachbesetzung eingerichtete Team „Succession Planning and Talent Management“ setzt bei seiner Arbeit auf strukturierte Personalmanagementprozesse und

führt eine Reihe verschiedener Maßnahmen durch. Dazu zählen unter anderem Entwicklungsgespräche und -beratungen mit Mitarbeitern sowie Talent Management Workshops. Außerdem sorgt HR dafür, dass Mitarbeiter regelmäßig von ihren Vorgesetzten Feedback zu ihren Leistungen bekommen. Zu den Aufgaben des Bereichs gehört es auch, den Informationsaustausch zwischen den Regionen und der Unternehmenszentrale sicherzustellen sowie bereichs- und regionenübergreifend Vorschläge für die Nachbesetzung von Stellen zu machen. Damit spielt der HR-Bereich eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, künftigen Führungskräften einen Aufstieg innerhalb der Organisation zu erleichtern und sie dauerhaft an das Unternehmen zu binden. Im Berichtszeitraum konnten auf diese Weise die meisten Top-Führungspositionen mit internen Kandidaten besetzt werden.

Maßnahmen und Ergebnisse

Competencies Review In den Regionen Europa, Nordamerika, Greater China und Asia/Pacific erhielten Talente die Chance, an berufsrelevanten Rollenspielen und Übungen – vergleichbar mit denen eines Assessment Centers – teilzunehmen. Anschließend erhielten sie Feedback zu ihren Stärken und Entwicklungsfeldern anhand der tesa Key Competencies. Intensive Gespräche mit erfahrenen Führungskräften und Mitarbeitern aus dem HR-Bereich gaben den Nachwuchskräften weitere Impulse für ihre zukünftige Karriere bei tesa. Die Competencies Reviews ermöglichen uns, Talente zielgerichtet weiterzuentwickeln. Auf diese Weise stehen sie uns für interne Nachbesetzungen zur Verfügung.

Karrieremodell tesa X-perience 2018 haben wir das Karrieremodell tesa X-perience konzipiert. Ziel ist es, im gesamten Unternehmen ein einheitliches Verständnis zu sinnvollen Entwicklungs- und Karriereschritten aufzu-



X-perience

> Das neue Karrieremodell bietet Mitarbeitern internationale oder funktionale Jobrotationsmöglichkeiten.

bauen. Außerdem sollen Mitarbeiter dazu motiviert werden, nicht nur international oder funktional nach Jobrotationsmöglichkeiten zu suchen, sondern auch aktiv funktionsübergreifende Schritte zu gehen. Dies trägt dazu bei, eine breitere Expertise aufzubauen, und bildet die Grundlage für einen Aufstieg innerhalb des Unternehmens. Eingeführt wird das Modell ab 2019 zunächst in Deutschland. Anschließend soll es Schritt für Schritt weiter ausgerollt werden.

Management-Development-Programm Auch 2018 ist eine Gruppe internationaler Führungskräfte in das Management-Development-Programm (MDP) gestartet. In diesem Rahmen beschäftigen sich die Teilnehmer intensiv mit der Unternehmensstrategie und der Ausrichtung der unterschiedlichen Funktionen des Unternehmens. Um das Programm aktuell zu halten und noch früher mit der Management-Ausbildung zu beginnen, haben wir 2018 ein Projekt zur Überarbeitung des MDP ins Leben gerufen. Erste Anpassungen sollen 2019 umgesetzt werden.

Arbeitssicherheit

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber sehen wir es als unsere Pflicht, unsere Mitarbeiter bei der Ausübung ihrer Tätigkeiten vor Risiken und Gefahren zu schützen. Ein sicheres Arbeitsumfeld ist die Voraussetzung für eine motivierte und engagierte Belegschaft. Es trägt wesentlich dazu bei, dass unsere Mitarbeiter bestmögliche Leistungen erbringen und zur Weiterentwicklung des Unternehmens sowie zur Zufriedenheit der Kunden aktiv beitragen können.

Darüber hinaus fördert eine hohe Arbeitssicherheit auch eine gute Unternehmensreputation und steigert die Arbeitgeberattraktivität. Sie hilft, Krankenstände und Ausfallzeiten zu senken und die Mitarbeiterfluktuation niedrig zu halten. Dies wirkt sich wiederum positiv auf die Kosten aus. Vor diesem Hintergrund ergreifen wir vielfältige Maßnahmen, um Unfälle und Krankheiten zu verhindern beziehungsweise auf ein Minimum zu reduzieren. Unser strategisches Ziel ist es, die Zahl der Unfälle auf null zu senken.

Managementansatz

Wir möchten Arbeitsunfälle, arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren und daraus entstehende Berufskrankhei-

ten von vornherein vermeiden. Daher stehen Prävention und die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter für potenzielle Gefahren – zu ihrem eigenen Schutz, aber auch zum Schutz ihrer Kollegen – für uns im Vordergrund.

Unsere konzernweit gültigen Richtlinien (Occupational Safety Guidelines) bilden die Grundlage unseres internen Managementsystems im Bereich Arbeitssicherheit. Im Rahmen eines jährlichen Management-Reviews bewertet die Unternehmensführung zusammen mit dem Bereich Arbeitssicherheit das Unfallgeschehen des jeweiligen Jahres. Auf dieser Grundlage initiieren sie neue Maßnahmen, um die Sicherheit unserer Mitarbeiter weiter zu verbessern und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren zu reduzieren.

Im Rahmen unseres Arbeitsschutzmanagements legen wir unseren Fokus auf die Produktionswerke: Dort besteht im Vergleich zu unseren Bürostandorten das größere Risiko für Unfälle und gesundheitliche Beeinträchtigungen.

An allen nach ISO 14001 zertifizierten Standorten beschäftigen wir eigene Sicherheitsfachkräfte. Sie sind sowohl mit den globalen Gesundheits- und Arbeitssicherheitsleitlinien von tesa als auch mit den lokalen Gegebenheiten vertraut. Wir fördern gezielt den internationalen Austausch dieser Fachkräfte untereinander: Bei jährlich stattfindenden Treffen diskutieren die Sicherheitsfachkräfte wesentliche Arbeits- und Gesundheitsrisiken. Außerdem initiieren sie in diesem Rahmen gemeinsame Projekte, legen Standards fest und tauschen sich über Erfolge und Erfahrungen aus. Dieses Vorgehen trägt dazu bei, die Prävention bei tesa kontinuierlich zu optimieren.

Umfassende Gefährdungsbeurteilungen bilden bei tesa die Grundlage dafür, Arbeitsmittel, Arbeitsstoffe, Arbeitsverfahren, Arbeitsplätze und Arbeitsabläufe so auszuwählen oder zu gestalten, dass technische und organisatorische Mängel vermieden werden und Mitarbeiter sich sicherheitsgerecht verhalten. Aber auch Veränderungen an Maschinen, Anlagen oder Arbeitsräumen sowie Neuanschaffungen und Prozessanpassungen können sich auf die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter auswirken. Deshalb erfolgen beispielsweise schon bei der Beschaffung und Inbetriebnahme von Anlagen sicherheitstechnische Abnahmen sowie eine systematische Gefahrenermittlung und Risikobewertung. Erkennen wir in diesem Zusammenhang ein Risiko für die Mitarbeiter, ergreifen wir geeignete Gegenmaßnahmen. Wesentliche Ergebnisse der Beurteilungen werden im Rahmen der Arbeitsschutzausschüsse mit der Geschäftsleitung und den Arbeitnehmervertretern diskutiert und adäquate

Maßnahmen definiert. Eine große Rolle bei der Risikovermeidung spielt aber auch das verantwortungsvolle und vorausschauende Handeln der Mitarbeiter. Dazu gehört beispielsweise das konsequente Tragen der persönlichen Schutzausrüstung und geeigneter Arbeitskleidung.

Sollte sich trotz aller Präventivmaßnahmen ein Betriebsunfall ereignen, führen wir eine Unfalluntersuchung durch. Dabei werden die technischen, organisatorischen und persönlichen Ursachen für den Unfall ermittelt. Geeignete Unfallverhütungsmaßnahmen helfen, einen ähnlichen Vorfall zukünftig zu vermeiden.

Maßnahmen und Ergebnisse

Schulungen Bereits 2017 haben wir am Standort der tesa SE Schulungsfilme rund um Arbeitssicherheit und Notfallprävention entwickelt und allen Mitarbeitern zugänglich gemacht. Die Filme zeigen in kompakter Form, wie sich Mitarbeiter in der Unternehmenszentrale sowie im Forschungs- oder Technologiezentrum verhalten sollten, um Risiken für ihre eigene Sicherheit bestmöglich zu vermeiden. 2018 wurden die Filme auch in ein E-Learning eingebunden, das alle Mitarbeiter am Standort der Firmenzentrale durchlaufen mussten. Das E-Learning sowie die Filme stehen sowohl in Deutsch als auch in Englisch zur Verfügung. Im Berichtsjahr haben wir zudem die Schulungskonzepte für Mitarbeiter und Fremdfirmen verbessert und die Risikobeurteilung von Maschinen optimiert.

Kampagnen Wie in den Jahren zuvor fanden auch 2018 Kampagnen zur Mitarbeitersensibilisierung statt. Erneut standen dabei die Themenschwerpunkte „Vermeidung von Unfällen im innerbetrieblichen Verkehr“ und „Training von Atemschutzträgern“ im Fokus. Im tesa Werk Hamburg wurden Mitarbeiter aus den Bereichen Beschichtung und Masseherstellung gemäß den Anforderungen der freiwilligen Feuerwehren als Atemschutzträger qualifiziert. Im Falle einer Gaslöschung bilden die Mitarbeiter einen wichtigen Sicherheitsbaustein zur Rettung von eventuell eingeschlossenen Personen, solange die Feuerwehr noch nicht eingetroffen ist. Eine der Ursachen für Arbeitsunfälle ist die Nichtbenutzung der persönlichen Schutzausrüstung. Als Abstellmaßnahme wurde im Berichtsjahr mit Beteiligung aller Sicherheitsfachkräfte eine weltweite Kampagne unter dem Motto „It’s in your hands! Always wear your safety gear.“ entwickelt. Sie soll Mitarbeiter sowohl in der Produktion als auch in den Laboren dafür sensibilisieren, wie wichtig es ist, bei der Arbeit die richtige Schutzausrüstung zu tragen.

Brandschutz Im Rahmen unseres Brandschutzkonzepts 2020 setzten wir im tesa Werk Offenburg im Berichtsjahr Maßnahmen im Bereich technischer Brandschutz um. Im Fokus stand auch hier die Prävention. So haben wir wie im Vorjahr einen Brandschutztag durchgeführt mit dem Ziel, alle Beschäftigten für das Thema vorbeugender Brandschutz zu sensibilisieren. Die Einführung des Brandschutzkonzepts 2020 zeigt bereits erste Erfolge, zum Beispiel haben wir durch organisatorische und technische Maßnahmen die Brandfrüherkennung verbessert. Im tesa Werk Suzhou, China, fand im Berichtsjahr zum siebten Mal eine „Safety Week“ statt. Sie umfasste unterschiedliche Schulungen und Trainings – zum Beispiel zu sicherheits- und gesundheitsgerechtem Verhalten, Explosions- und Brandschutz und zum Umgang mit dem Feuerlöscher.

Zum **7.** Mal
 > fand 2018 im tesa
 Werk Suzhou eine
 „Safety Week“ statt.

Zertifizierungen Das Werk Concagno in Italien, einer der größten tesa Produktionsstandorte, wurde 2018 erstmals erfolgreich nach ISO 45001, dem Nachfolger von OHSAS 18001, zertifiziert. Bei der Norm handelt es sich um einen der bekanntesten und wichtigsten Standards für Managementsysteme im Bereich Arbeitsschutz. Eine Zertifizierung anderer Standorte ist aktuell nicht geplant.



ISO-Zertifizierung

> 2018 wurde das Werk Concagno erstmals nach ISO 45001 zertifiziert.



Schutzbrillen sind in allen tesa Laboren unbedingter Bestandteil der persönlichen Schutzausrüstung.

Leistungsindikator

Unser Ziel ist es, die Zahl der Unfälle mit einem oder mehr Ausfalltagen kontinuierlich zu senken. Das betrifft insbesondere Unfälle mit längerer Arbeitsunfähigkeit, bei denen der jeweilige Mitarbeiter mehr als drei Tage ausfällt. Darüber hinaus überwacht tesa standortspezifisch die Ausfallzeit in Kalendertagen pro eine Million Arbeitsstunden (Lost Day Rate).

Die Unfallhäufigkeit der Unfälle > 3 Tage bei tesa lag 2018 mit 1,9 pro eine Million Arbeitsstunden weltweit leicht oberhalb des Vorjahreswertes (2017 bei 1,3), jedoch deutlich unter dem deutschen Branchendurchschnitt (BG RCI) von 11,6. Dies verstehen wir als Beleg für die Qualität unseres Managementsystems im Bereich Arbeitsschutz.

Kennzahlen Arbeitssicherheit

	Einheit	Gesamtjahr 2016	Gesamtjahr 2017	Gesamtjahr 2018
Arbeitsunfälle ≥ 1 Tag	Anzahl	22	14	21
Unfallhäufigkeitsrate ≥ 1 Tag	Anzahl/1 Mio. Arbeitsstunden	4,9	2,9	4,1
Ausfalltage ≥ 1 Tag	Anzahl	539	261*	326
Ausfallrate ≥ 1 Tag	Anzahl/1 Mio. Arbeitsstunden	118,9	54,6*	63,2
Arbeitsunfälle > 3 Tage	Anzahl	14	6	10
Unfallhäufigkeitsrate > 3 Tage	Anzahl/1 Mio. Arbeitsstunden	3,1	1,3	1,9

* Anpassung gegenüber dem Vorjahr

Gute Führung

Für ein Technologieunternehmen wie tesa ist es wichtig, dass Unternehmenskultur und Arbeitsumfeld so gestaltet sind, dass sie die Mitarbeiter zu Kreativität und Innovation motivieren und die Umsetzung neuer Ideen unterstützen. Dafür ist gute Führung entscheidend. Sie hilft, ein gutes Betriebsklima und leistungsfördernde Arbeitsbedingungen zu schaffen, in denen Mitarbeiter sich optimal entfalten können und ihre Potenziale erkannt und gefördert werden. Darüber hinaus sind wir davon überzeugt, dass Leadership ganz wesentlich dazu beiträgt, engagierte und gut ausgebildete Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden und die Fluktuation zu senken.

Eine gemeinsame Vision, klare Wertvorstellungen und einheitliche Führungsleitlinien haben in diesem Zusammenhang eine besondere Bedeutung. Denn nur auf dieser Basis können die Führungskräfte ihre Mitarbeiter so führen und fördern, dass sich das Unternehmen als Ganzes weiterentwickelt und die Unternehmensziele erreicht werden. Dieser Anspruch spiegelt sich auch in den tesa Key Competencies wider: Vier der neun Schlüsselkompetenzen beziehen sich auf die Themen Leadership und Management.

4 von 9

➤ tesa Schlüsselkompetenzen beziehen sich auf die Themen Leadership und Management.

Managementansatz

Führungskräfteentwicklung ist bei tesa im Bereich Training und Learning in der Abteilung Human Resources (HR) verankert und wird von dort aus gesteuert. Die Grundlage des Führungsverständnisses bei tesa bildet das Flow Leadership Model, das sich der Positiven Psychologie bedient. Es sieht eine Arbeitsatmosphäre vor, in der Mitarbeiter Spaß an ihrer Tätigkeit haben und in einen sogenannten „Flow“-Zustand kommen, also ein Gefühl der energetischen Fokussierung, des vollständigen Engagements und Erfolgs. Eine solche Arbeitsatmosphäre führt dem Modell zufolge zu Glücksgefühlen und steigert dementsprechend die Motivation, das Engagement und die Leistung der Mitarbeiter. Auf diese Weise trägt das Modell dazu bei, dass Mitarbeiter zufriedener sind und sich dem Unternehmen verbunden fühlen.

Im Zentrum der Führungskräfteentwicklung bei tesa steht eine weltweit einheitliche zweistufige Leadership-Ausbildung. Sie besteht aus den Modulen Essential und Advanced Leadership. Essential Leadership ist ein Angebot für alle Führungskräfte bei tesa, die erstmals Personalverantwortung übernommen haben. Dabei soll vor allem das Verständnis für die eigene Rolle als Führungskraft geschärft werden. In diesem Zusammenhang spielen Themen wie Kommunikation und Feedback, Ansätze der situativen Führung und Teamentwicklung eine wichtige Rolle. Das Advanced-Leadership-Programm richtet sich an Mitarbeiter, die schon länger Führungsverantwortung tragen. Es umfasst zum Beispiel Themen wie Umgang mit schwierigen Führungssituationen, Mitarbeiterentwicklung oder Coaching als Führungstool. Das Programm gibt den Teilnehmern die Möglichkeit, Situationen aus dem eigenen Führungsalltag zu besprechen und hierzu wertvollen Input von anderen Führungskräften und den Trainern zu erhalten.

Um der Matrix-Organisationsstruktur bei tesa Rechnung zu tragen, wurde zudem ein Matrix-Leadership-Programm, bestehend aus drei Trainingsmodulen (Leading without Authority, Get buy-in, Virtual Teams), entwickelt. Es steht allen Mitarbeitern offen, die keine direkte Weisungsbefugnis, aber Projektverantwortung haben. Die internationale Einführung des Matrix-Leadership-Programms, zum Beispiel in den Regionen Asia/Pacific, Greater China oder Osteuropa, ist derzeit in Planung. Bis 2020 soll das Leadership-Programm durch ein Strategic Leadership für die oberste Führungsebene und ein überarbeitetes Management-Development-Programm abgerundet werden.



Strategische Personalentwicklung hat bei tesa einen hohen Stellenwert, um Nachfolgetalente für Schlüsselpositionen auf internationaler Ebene aufzubauen.

Maßnahmen und Ergebnisse

Essential Leadership tesa Führungskräfte in den Regionen Deutschland, Europa, Asia/Pacific, Greater China, Nordamerika und Lateinamerika durchliefen im Rahmen der weltweit einheitlichen Leadership-Ausbildung ein bis zu sechstägiges, modular aufgebautes Trainingsprogramm zur Mitarbeiterführung. Mit insgesamt vier Trainingsdurchläufen wurde das Essential-Leadership-Programm auch in Deutschland sehr erfolgreich ausgerollt. Damit ist die internationale Einführung für

diesen Teil des Leadership-Programms abgeschlossen. Wo nötig, wird das Training in einigen Regionen um kurze Trainingseinheiten zu Leadership Tools ergänzt.

Advanced Leadership Erfahrenen Führungskräften möchten wir die Möglichkeit geben, sich unter professioneller Anleitung mit schwierigen Führungssituationen auseinanderzusetzen. Nachdem das Advanced-Leadership-Training 2017 erfolgreich getestet wurde, wird es seit dem Frühjahr 2018 international angeboten, zum Beispiel in den Regionen Nordamerika und Greater China.

2018 wurden drei Trainings in der Unternehmenszentrale angeboten. Eines davon fand auf Englisch statt und richtete sich an Führungskräfte aus anderen Regionen.

Teamroom 2018 hat der HR-Bereich einen gemeinsamen digitalen Informationsraum für Führungskräfte im Intranet geschaffen. In dem Teamroom finden Führungskräfte schnell und übersichtlich alle Werkzeuge und Informationen für die tägliche Führungsarbeit.

Feedbacktool Wie erleben Mitarbeiter ihre Vorgesetzten, und wie empfinden sie deren Führung? Um diese Fragen zu beantworten, haben wir 2017 ein digitales Feedbacktool auf Basis der tesa Key Competencies entwickelt. Das Tool ist seit Anfang 2018 im Einsatz und global verfügbar. Mithilfe des Feedbacktools werden Mitarbeiter zu verschiedenen Aspekten der Führung befragt. Anschließend erhalten die Vorgesetzten eine anonymisierte Auswertung und können gemeinsam mit ihren Mitarbeitern das weitere Vorgehen besprechen. Außerdem haben die Führungskräfte die Möglichkeit, auf Basis der Ergebnisse einen Teamworkshop mit ihren Mitarbeitern durchzuführen. Der Workshop soll ihnen den geeigneten Rahmen bieten, um potenzielle Entwicklungsfelder im Team zu diskutieren. Seit der Einführung haben 15 Führungskräfte weltweit das Feedbacktool eingesetzt.

Ausbildung, Entwicklung und Förderung

Der Wettbewerb um Arbeitskräfte aus dem naturwissenschaftlichen und technischen Bereich nimmt innerhalb unserer Branche stetig zu. Außerdem führen die voranschreitende Digitalisierung und Internationalisierung zu veränderten Arbeitsanforderungen und -methoden. Gleichzeitig wollen wir unseren Kunden herausragende Produkte, innovative Lösungen und den besten Service bieten.

Mit unseren umfassenden und speziell auf unsere Anforderungen ausgerichteten Aus- und Weiterbildungsprogrammen stellen wir uns auf diese Herausforderungen ein. Denn hochqualifizierte, engagierte und leistungsorientierte Mitarbeiter sind für uns ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Vielfältige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten steigern außerdem unsere Attraktivität als Arbeitgeber und tragen dazu bei, dass Potenzialträger gern auch langfristig bei uns arbeiten.

Managementansatz

Um angemessen auf die Herausforderungen des Arbeitsmarktes und des Wettbewerbsumfelds zu reagieren, haben wir eine tesa spezifische Ausbildung entwickelt. Sie hilft jungen Menschen, einen Einstieg ins Arbeitsleben zu finden, und bietet uns die Chance, Mitarbeiter gezielt in den für uns relevanten Bereichen auszubilden. Neben technischen Ausbildungsinhalten stehen zunehmend auch Soft Skills im Fokus, die das Miteinander positiv beeinflussen und die Zusammenarbeit fördern. Zum Beispiel vermitteln wir den Auszubildenden von Anfang an unser Qualitäts- und Serviceverständnis sowie die Schlüsselkompetenzen, die bei tesa von Bedeutung sind.

Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen wir unseren Mitarbeitern zudem attraktive Entwicklungsmöglichkeiten bieten – und zwar fachlich wie persönlich, auf allen Ebenen und in allen Bereichen. Um das Potenzial unserer Mitarbeiter zu identifizieren und voll auszuschöpfen, haben wir zielgruppen- und kompetenzorientierte Weiterbildungsprogramme etabliert. Darüber hinaus ermöglichen wir unseren Beschäftigten, neue Erfahrungen in anderen Fachbereichen oder Regionen zu sammeln. Das tesa Trainingsportfolio umfasst Programme, die spezifisch auf die Bereiche Sales & Marketing, Research & Development, Purchasing und das tesa Supply Network zugeschnitten sind. Weiterhin gibt es eine Reihe „offener“ Kursprogramme. Hierzu ge-

100 %

> betrug die Auszubildenden-Übernahmequote im tesa Werk Offenburg 2018.

hören zum Beispiel Methodentrainings wie Zeit- und Projektmanagement oder Kommunikationstrainings wie Konfliktmanagement, Sprachkurse, Moderations- oder Präsentations-Skills. Darüber hinaus gibt es Leadership- und Managementprogramme, die ausgewählten Mitarbeitern zur Verfügung stehen.

Maßnahmen und Ergebnisse

Ausbildung Im technischen Bereich haben wir in den vergangenen sechs Jahren fünf verschiedene Ausbildungsberufe eingeführt: Chemikant, Elektroniker für Betriebstechnik, Industriemechaniker, Maschinen- und Anlagenführer und Mechatroniker. Ende 2018 hatte das tesa Werk Hamburg-Harburg 43 Azubis, die größte Gruppe stellen die Maschinenführer dar (16). Das tesa Werk Offenburg hatte 42 Azubis, davon absolvieren vier ein Duales Studium. Dass wir die Azubis langfristig beschäftigen wollen, zeigt die hohe Übernahmequote: In Hamburg wurden 2018 acht von neun Azubis übernommen, das entspricht 87,5 Prozent. In Offenburg lag die Übernahmequote 2018 sogar bei 100 Prozent.

Qualifizierungsprogramme Die Qualifizierungsprogramme beinhalten Basisqualifizierungen für neue Mitarbeiter sowie spezielle Formate, die auf die Anforderungen einzelner Geschäftsbereiche zugeschnitten sind. Das Sales & Marketing-Qualifizierungsprogramm für Vertriebsmitarbeiter beispielsweise umfasst eine

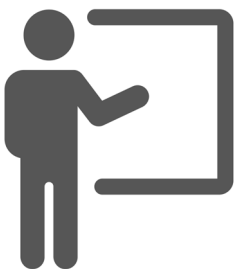
Kombination aus technischen Trainings und Verkaufsfähigkeiten. Im Berichtsjahr wurde es an die neuesten Entwicklungen im Markt und die sich verändernden Bedürfnisse des Vertriebs angepasst. Für die Trainings im Bereich Sales bedeutet das unter anderem die Einführung eines „Blended Learning“-Ansatzes, der Präsenzveranstaltungen und E-Learning kombiniert. Dieser wurde 2018 erstmals erfolgreich angewendet und hat die Anzahl an Präsenztagen stark reduziert. Insgesamt haben 275 Teilnehmer mit 44 Trainingstagen am Sales & Marketing-Qualifizierungsprogramm teilgenommen. Das Qualifizierungsprogramm für Mitarbeiter der tesa Forschung und Entwicklung beinhaltet Themen wie Patente oder Qualitätsmanagement. Dieses Programm zählte im Berichtszeitraum insgesamt 179 Teilnehmer mit 17 Trainingstagen.

Insgesamt verzeichneten wir in unseren Qualifizierungsprogrammen im Berichtsjahr 454 Teilnehmer an 61 Trainingstagen.

E-Learnings Neben Präsenzs Schulungen und -trainings bietet tesa seinen Mitarbeitern ein breites Angebot an E-Learnings, zum Beispiel aus Bereichen wie Compliance, Forschung und Entwicklung oder dem tesa Supply Network. 2018 wurde das E-Learning-Angebot erneut ausgebaut. Hinzu kam unter anderem ein E-Onboarding, das alle neuen Mitarbeiter durchlaufen müssen. Darüber hinaus erhalten die Fachbereiche nun mehr Unterstützung, um eigene E-Learnings zu erstellen. 1056 Mitarbeiter haben 2018 ein E-Learning abgeschlossen.

Offenes Kursprogramm Das Angebot steht nach Absprache mit den Führungskräften allen Mitarbeitern offen und umfasst beispielsweise Sprachtrainings und IT-Schulungen. 243 Teilnehmer mit 74 Trainingstagen haben 2018 an offenen Kursen teilgenommen.

Learn-Management-System (LMS) Mithilfe des LMS können sich Beschäftigte über alle Weiterbildungsangebote bei tesa informieren und sich dafür anmelden. Dem HR-Bereich dient die Plattform dazu, das Gesamtangebot an Schulungen zu dokumentieren. Zukünftig soll das System ausgebaut werden. Ziel ist es, die Trainingsadministration und -organisation im Bereich der Präsenzs Schulungen, der E-Learning-Programme sowie des Blended Learnings länderübergreifend zu automatisieren und zu vereinheitlichen – und dabei dennoch jeder Region eine eigenständige Steuerung zu ermöglichen. 2018 haben wir mit der internationalen Einführung des LMS begonnen. In einem ersten Schritt wurden die Trainingshistorien der Belegschaft gesammelt und einheitlich aufbereitet. 2019 soll die Einführung fortgesetzt werden.



454 Teilnehmer

➤ haben an 61 Trainingstagen an unseren Qualifizierungsprogrammen teilgenommen.

HR-Marktplatz Im September 2018 fand in unserer Zentrale in Norderstedt der zweite HR-Marktplatz statt. In diesem Rahmen konnten wir zeigen, welche Fortschritte wir seit der Mitarbeiterbefragung 2016 in den Bereichen berufliche Weiterentwicklung und persönliche Weiterbildung gemacht haben. Außerdem haben wir damit den Wunsch der Mitarbeiter umgesetzt, umfassender über Weiterbildungs- und Karriereöglichkeiten informiert zu werden. Bei der Veranstaltung hatten Mitarbeiter und Führungskräfte die Möglichkeit, sich mit Vertretern des HR-Bereichs auszutauschen, Fragen zu stellen und Feedback zu geben. Zu den zentralen Themen des HR-Marktplatzes zählten „Compensation & Benefits“ und das betriebliche Gesundheitsmanagement.

Feedback und Dialog

Wichtige Bestandteile einer modernen Unternehmens- und Führungskultur sind ein regelmäßiges Feedback und ein offener Dialog zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern. Fragen, Vorstellungen, Erwartungen, Ziele und auch Probleme besprechen zu können schafft ein Vertrauensverhältnis zwischen Mitarbeitern und Führungskräften und stärkt das Teamgefühl. Außerdem trägt es zur Weiterentwicklung beider Seiten bei.

Gerade vor dem Hintergrund einer herausfordernden Arbeitsmarktsituation ist eine starke Feedbackkultur ein entscheidender Faktor, um Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden und die Arbeitgeberattraktivität zu steigern.

Managementansatz

In den vergangenen Jahren hat tesa seine Feedbackkultur kontinuierlich verbessert, etwa mithilfe von Mitarbeiterbefragungen. Diese führen wir in regelmäßigen Abständen in der Zentrale sowie in den Regionen durch. Weltweit betrachtet finden jährlich Befragungen statt. Auf der Ebene der einzelnen Standorte werden die Mitarbeiter in einem Rhythmus von zwei bis drei Jahren befragt. Damit stellen wir sicher, dass die Umsetzung entsprechender Maßnahmen auch wirklich nachgehalten wird. Die Mitarbeiterbefragungen dienen dazu, das Engagement unserer Mitarbeiter, ihre Motivation und ihre Bindung an das Unternehmen zu messen sowie die Stellschrauben zu identifizieren, die diese Aspekte maßgeblich beeinflussen. Die Regionen können darüber hinaus Fragen zu regionsspezifischen Themen ergänzen. Um den Dialog zwischen Mitarbeitern und Vorgesetzten zu fördern, finden im Anschluss an die anonymisierten

Befragungen gemeinsame Workshops statt. Dort werden die Ergebnisse diskutiert und konkrete Maßnahmen erarbeitet. Wirksamkeit und Akzeptanz der Maßnahmen überprüfen wir in den nachfolgenden Mitarbeiterbefragungen. Generell belegen die Ergebnisse der Umfragen das hohe Engagement unserer Mitarbeiter und eine starke Bindung an tesa.

Dialogformate im Rahmen der Weiterentwicklung umfassen Mitarbeitergespräche, 360°- und 180°-Feedback und das Competencies Review. Alle Formate beruhen auf den tesa Key Competencies, die auch im Bereich „Succession Planning and Talent Management“ genutzt werden. Für die Durchführung des Mitarbeitergesprächs gibt es einen Leitfaden. Zudem werden die Führungskräfte darin geschult, diese Gespräche zu führen. Grundsätzlich finden die Gespräche einmal im Jahr statt, in manchen Regionen auch zweimal. Die Teilnahmequote liegt bei 90 bis 100 Prozent.

Maßnahmen und Ergebnisse

Kompetenzbasierte Mitarbeitergespräche Auch 2018 haben wir in den tesa Regionen kompetenzbasierte Mitarbeitergespräche durchgeführt. Dieses international einheitliche Format basiert auf dem Modell der tesa Key Competencies, das das Handeln der Menschen bei tesa bestimmt. Mit dem Format sorgen wir dafür, dass Mitarbeiter und Führungskräfte miteinander ins Gespräch kommen. Es erlaubt neben dem Feedback an den Mitarbeiter auch die Möglichkeit eines freiwilligen Feedbacks an die Führungskraft.

> **90 %**

> **beträgt die Teilnahmequote an jährlichen Mitarbeitergesprächen.**

Mitarbeiterbefragung Nachdem wir im Jahr 2017 Mitarbeiterbefragungen in den Regionen Osteuropa, Asia/Pacific und Lateinamerika durchgeführt hatten, gab es 2018 keine Befragung. In den genannten Regionen sind die Gesellschaften nun dabei, die aus den Befragungsergebnissen abgeleiteten Maßnahmen umzusetzen. Die nächsten Befragungen finden 2019 in der Zentrale und in Westeuropa statt.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Der Erhalt und die Förderung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter ist ein wichtiges Anliegen von tesa. Denn wir wollen unsere Verantwortung als Arbeitgeber auch über ein gutes Betriebsklima, Aufstiegschancen und Weiterbildungsmöglichkeiten hinaus wahrnehmen. Zudem ist Gesundheitsförderung für uns ein Ausdruck von Wertschätzung gegenüber unseren Mitarbeitern. Sie betrachten Angebote in diesem Bereich als Merkmal eines modernen Arbeitgebers und messen betrieblichem Gesundheitsmanagement eine immer größere Bedeutung zu.

Managementansatz

Um die Gesundheit von Mitarbeitern proaktiv zu fördern und zu ihrer Erhaltung beizutragen, verfügt tesa über ein breit angelegtes Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM). Unter der Dachmarke „It's for you“ entwickelt ein interdisziplinäres Team vielfältige Maßnahmen. Dazu gehören Vertreter von Human Resources als koordinierende Stelle, Betriebsrat, Gesundheitsförderung, „tesa sport club“, Sozialberatung, Schwerbehindertenvertretung, Betriebsärztlicher Dienst und Arbeitssicherheit. Ziel ist es, Belastungen zu minimieren und gleichzeitig die persönlichen Ressourcen zu stärken.

Der „tesa sport club“ bietet tesa Mitarbeitern in Norderstedt ein umfangreiches Angebot für Fitness und Entspannung. Dazu zählen ein Gerätepark für Ausdauer- und Krafttraining, verschiedene Kurse wie Spinning, Yoga oder Rückenpower sowie individuelle Fitness-Checks. Die Mitarbeiter der Standorte in der Metropolregion Hamburg können sowohl die Angebote unseres eigenen BGMs nutzen als auch die des Mutterkonzerns Beiersdorf. Dazu zählen etwa Autogenes Training, Progressive Muskelentspannung sowie Workshops für einen gesunden Rücken und Entspannungstechniken.

Eine weitere Säule der Gesundheitsförderung ist das umfangreiche Angebot an Vorsorgeuntersuchungen wie etwa Venenscreening, Hautkrebsvorsorge und Darmkrebsvorsorge.

Weitere Maßnahmen umfassen die Ausstattung aller Büroarbeitsplätze mit rückschonenden und höhenverstellbaren Schreibtischen sowie eine hauseigene Ergonomieberatung, die bei der korrekten Höheneinstellung von Schreibtisch und Bürostuhl unterstützt und über kleine Sportübungen direkt am Arbeitsplatz informiert. Auch die Förderung einer gesunden Ernährung durch entsprechende Angebote im Betriebsrestaurant gehört dazu.

Das Angebot des BGMs wird hinsichtlich Akzeptanz und Wirksamkeit fortlaufend überprüft.

Maßnahmen und Ergebnisse

„tesa sport club“ Im Berichtsjahr haben wir die Öffnungszeiten des Sportclubs und das Kursangebot nochmals erweitert, um der großen Nachfrage gerecht zu werden. Nach dem erfolgreichen Start 2017 haben wir außerdem das Angebot an physiotherapeutischen Behandlungen im Hause ausgeweitet.

Psychologische Gefährdungsbeurteilungen

2018 haben wir in drei weiteren Bereichen Psychologische Gefährdungsbeurteilungen in Anlehnung an das Arbeitsschutzgesetz vorgenommen. Damit ist der Zyklus der Psychologischen Gefährdungsbeurteilung zu 90 Prozent abgeschlossen. Er sieht vor, dass die Befragungen alle drei bis fünf Jahre in allen Bereichen stattfinden.

„Einfälle statt Abfälle“ Die 2018 im tesa Werk Offenburg initiierte Kampagne soll dazu beitragen, den Energie- und Ressourceneinsatz kontinuierlich zu reduzieren.



UMWELT



Als Chemiekonzern und produzierendem Unternehmen kommt tesa im Umweltbereich eine große Verantwortung zu. Ein sorgsamer Umgang mit der Umwelt sowie natürlichen Ressourcen und Rohstoffen ist eines unserer erklärten Unternehmensziele. Er trägt dazu bei, das Vertrauen in die Marke zu stärken und die Grundlage unseres Geschäftserfolgs zu sichern.

Vor diesem Hintergrund ist Umweltschutz bereits seit Jahren Kernbestandteil der nachhaltigen Geschäftsstrategie von tesa und über unsere Umweltleitlinien im gesamten Konzern verankert. Die Leitlinien geben allen Mitarbeitern den Maßstab unseres Handelns vor und sollen das Umweltbewusstsein im Unternehmen weiter erhöhen.

Umweltauswirkungen entstehen bei tesa vor allem durch den Energieverbrauch an den Produktionsstandorten. Entsprechend legen wir einen besonderen Fokus auf Klimaschutz und die Reduktion unserer CO₂-Emissionen. Aber auch Ressourceneffizienz hat für uns einen hohen Stellenwert. Grundlage unserer Arbeit im Bereich Umweltschutz sind die geltenden Vorgaben des Gesetzgebers, die wir an sämtlichen Standorten umsetzen. Um

unsere Umweltleistung wirkungsvoll zu steuern, nutzen wir zudem Umweltmanagementsysteme. Sie kommen an allen Standorten zum Einsatz, die signifikante Auswirkungen auf die Umwelt haben. Mittlerweile verfügen sieben Produktionsstandorte und die Konzernzentrale über ein nach ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem. An allen Standorten arbeiten Umweltexperten. Sie sind mit den globalen Umweltleitlinien von tesa vertraut und kennen zudem die lokale Gesetzgebung und den Stand der Technik vor Ort. Die Experten erheben Vergleichswerte, initiieren Projekte und arbeiten an der laufenden Verbesserung unserer Umweltleistungen.

Ein wichtiges Element unseres Umweltmanagements ist auch der vorausschauende Umgang mit Risiken. Er hilft uns, rechtzeitig auf Veränderungen zu reagieren, Reputationsschäden und Kosten abzuwenden und die Chancen zu nutzen, die sich uns bieten. Im Rahmen unseres Umweltrisikomanagements ermitteln und bewerten wir Chancen und Risiken in Bezug auf Umweltaspekte – sowohl auf der Ebene der einzelnen Produktionsstandorte als auch übergreifend. Dies erleichtert uns die Auswahl geeigneter Umweltschutzmaßnahmen und trägt dazu bei, die Risikosituation von tesa positiv zu beeinflussen. Das Umweltrisikomanagement ist damit ein wichtiger Faktor für unseren nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg.

Mit unserem Umweltprogramm konkretisieren wir unser Umweltengagement und setzen uns regelmäßig ambitionierte, konzernweite Ziele. Zum Ablauf der letzten Zielperiode im Jahr 2015 konnten wir auf diese Weise bereits viele unserer Umweltauswirkungen reduzieren. So haben wir beispielsweise unseren spezifischen Energieverbrauch pro Tonne Endprodukt um 24 Prozent gegenüber dem Referenzjahr 2001 gesenkt und die spezifischen CO₂-Emissionen pro Tonne Endprodukt um 19 Prozent reduziert. Außerdem konnten wir den spezifischen Einsatz von Lösungsmitteln (-41 Prozent) und das Aufkommen nicht verwertbarer Abfälle (-77 Prozent) verringern. Auch der spezifische Ausstoß von sogenannten flüchtigen organischen Verbindungen (-91 Prozent) ist deutlich zurückgegangen.

Klimaschutz und CO₂-Emissionen

Um unserer Verantwortung im Umweltbereich gerecht zu werden, analysieren wir konsequent alle Entwicklungen und Herausforderungen, die sich aus dem Klimawandel für unser Geschäft ergeben können und stimmen unsere

Maßnahmen darauf ab. Für tesa als Industrielieferer ist es in diesem Zusammenhang besonders wichtig, sich auf künftige Entwicklungen der regulatorischen Rahmenbedingungen einzustellen: Klimaschutzpolitische Maßnahmen, Effizienzziele und der weitere Ausbau erneuerbarer Energien können sich auf die Geschäftstätigkeit von tesa auswirken. Auch Grenzwerte, technische Standards und Zulassungsverfahren für Energieerzeugungs- und Produktionsanlagen entwickeln sich dynamisch und erfordern einen vorausschauenden Ansatz. Darüber hinaus rückt der Klimaschutz immer weiter in den Fokus der Öffentlichkeit.

Wir möchten diesen Entwicklungen Rechnung tragen und gleichzeitig unserem eigenen Anspruch an wirkungsvollen Klimaschutz gerecht werden. Denn daraus können sich für uns auch Chancen und Wettbewerbsvorteile ergeben: Indem wir proaktiv über unser Engagement für den Klimaschutz kommunizieren oder hervorheben, wie unsere Produkte auf Kundenseite zu mehr Nachhaltigkeit beitragen, können wir das Interesse an unseren Produkten steigern. Hier kommt uns auch unsere Innovationskraft zugute: Sie hilft uns, unsere Produkte und Produktionsprozesse kontinuierlich zu verbessern. So stellen wir beispielsweise immer mehr Produkte in energieeffizienten, lösungsmittelfreien Fertigungsverfahren her.

Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 die spezifischen CO₂-Emissionen pro Tonne Endprodukt (location based) im Vergleich zum Referenzjahr 2015 um weitere zehn Prozent zu senken. Zum Berichtsstichtag lagen wir bei -8,3 Prozent.

Managementansatz

Klimaschutz ist ein wesentlicher Bestandteil des Umweltmanagements bei tesa. Für das kontinuierliche Management des betrieblichen Umweltschutzes nutzen wir an mittlerweile acht Standorten nach ISO 14001 zertifizierte Umweltmanagementsysteme. Zertifiziert sind unter anderem alle Produktionsstandorte mit angeschlossener Beschichtung und/oder Klebmassenproduktion; davon ausgenommen sind die Produktionsstätten der 2017 und 2018 akquirierten Unternehmen. Sie haben vergleichsweise hohe Energieverbräuche, zum Beispiel aufgrund von Trocknungs- oder Abluftreinigungsprozessen. Dementsprechend fallen dort auch höhere CO₂-Emissionen an. Ebenfalls zertifiziert sind die Konzernzentrale, das tesa Converting Center und die tesa scribos GmbH. Berechnungen zufolge entfallen 95 Prozent unserer Scope-1- und Scope-2-Emissionen auf die Standorte mit zertifiziertem Umweltmanagementsystem.

Um unsere Umweltleistungen stetig zu verbessern, berücksichtigen wir die Ergebnisse der Umweltaudits. Auf diese Weise identifizieren wir weitere Einsparmöglichkeiten, optimieren energieintensive Prozesse und senken Kosten und CO₂-Emissionen. Die tesa Unternehmensführung wird jedes Jahr über einen Management-Review in diesen Prozess einbezogen. Die operative Verantwortung liegt bei den Umweltexperten, die an allen Standorten tätig sind. Sie sind mit den globalen Umweltleitlinien von tesa vertraut und kennen zudem die lokale Gesetzgebung und den Stand der Technik vor Ort. Die Experten erheben Vergleichswerte, initiieren Projekte und sorgen damit für eine laufende Verbesserung unserer Umweltleistungen.

Die Konzernzentrale und die Standorte mit den höchsten CO₂-Emissionen (Hamburg und Offenburg) verfügen zusätzlich zu dem Umweltmanagementsystem über ein zertifiziertes Energiemanagementsystem gemäß ISO 50001. Sie emittieren circa 60 Prozent der CO₂-Emissionen aller tesa Standorte mit Umweltmanagementsystem. Dies lässt sich damit begründen, dass die Konzernzentrale der mitarbeiterstärkste Standort ist und über den größten Forschungs- und Entwicklungsbereich verfügt; Hamburg und Offenburg sind die größten Produktionsstandorte.

Mit der Einführung der Energiemanagementsysteme wurde die Grundlage geschaffen, um die Energieeffizienz an den Standorten weiter zu erhöhen. Bestandteil der Energiemanagementsysteme sind moderne Monitoring-Verfahren. Diese werden kontinuierlich erweitert und verbessert. Zudem werden Mitarbeiter und externe Beschäftigte, die Einfluss auf die energetische Leistung des Unternehmens haben, dafür sensibilisiert und qualifiziert, im Sinne des Energiemanagements zu handeln. Ein weiterer strategischer Ansatzpunkt für

3

Standorte

› verfügen über ein nach ISO 50001 zertifiziertes Energiemanagementsystem.

tesa ist der Einsatz energie- und ressourcensparender Technologien. Dazu zählen die effiziente Eigenerzeugung von Energie durch Kraft-Wärme-Kopplung und der Bezug von Strom aus regenerativen Quellen.

Mit unserem tesa Umweltprogramm, das bereits seit 2001 existiert, setzen wir uns konzernweite Ziele, um unsere Umweltauswirkungen kontinuierlich zu verringern. Die aktuelle Zielperiode gilt für die Jahre 2016 bis 2020. Für diesen Zeitraum haben wir uns vorgenommen, die spezifischen CO₂-Emissionen pro Tonne Endprodukt (location based) um zehn Prozent zu senken. Die Energieverbräuche sind hierbei die wichtigsten Steuerungsgrößen. Sie gilt es mit unserem Umweltprogramm und unserem kontinuierlichen Verbesserungsprozess kontinuierlich zu senken. Die Ziele, die wir uns im Rahmen einer Zielperiode setzen, werden regelmäßig überprüft und erneuert. Über unser internes Planungs- und Berichtswesen erfassen, bewerten und überwachen wir Risiken und Maßnahmen zur Reduktion der CO₂-Emissionen auf der Ebene der Zentrale und der einzelnen nach ISO 14001 zertifizierten Standorte. Die Risikobeurteilung für klimabezogene Risiken wird durch das Environmental Management Team erstellt und jährlich aktualisiert. Die Wirksamkeit unserer Maßnahmen überprüfen wir, indem wir monatlich die standortspezifischen Energieverbräuche erheben. Die CO₂-Emissionen der Scopes 1 und 2 ermitteln wir in Anlehnung an die Vorgaben des Greenhouse Gas Protocols.

Umweltauswirkungen entstehen jedoch nicht nur in unserer eigenen Produktion, sondern auch in unserer Lieferkette und bei unseren Geschäftspartnern. Der tesa Code of Conduct for Suppliers (S. 33–34) fordert von unseren Lieferanten deshalb, die Prinzipien des UN Global Compact und damit grundlegende Standards im Umweltschutz einzuhalten.

8

Standorte

› verfügen über ein nach ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem.

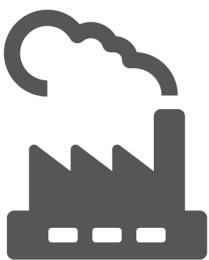
Alle Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, die nicht unter Scope 1 und Scope 2 fallen, werden den sogenannten Scope-3-Emissionen zugeordnet. 2018 haben wir begonnen, die Daten für die wesentlichen Emissionen entlang der Wertschöpfungskette zu ermitteln. Dabei haben wir die Bereiche Verpackungen, Rohstoffe, Fertigwarenlieferanten und Produkttransporte als wesentliche Scope-3-Kategorien identifiziert.

Maßnahmen und Ergebnisse

Umweltmanagementsysteme Im Berichtszeitraum wurden die Umweltmanagementsysteme an allen Standorten, die nach ISO 14001 zertifiziert sind, auf die revidierte Norm ISO 14001:2015 umgestellt und erfolgreich zertifiziert.

Energiemanagementsysteme Im Berichtszeitraum haben Hamburg und Offenburg ihre Energiemanagementsysteme weiterentwickelt und wurden zum vierten Mal nach ISO 50001 zertifiziert. Die neue tesa Zentrale in Norderstedt durchlief die ISO-50001-Zertifizierung 2018 zum dritten Mal erfolgreich.

Umweltaudits Externe Umweltaudits werden jährlich im Rahmen der Matrixzertifizierung der ISO-14001-Standorte durchgeführt. Darüber hinaus finden zusätzlich an allen ISO-14001-Standorten interne Systemaudits statt. Aufgrund der Revision der Umweltmanagementnorm lag das Hauptaugenmerk unter anderem auf Performance Management, Risiken und Chancen sowie der Bestimmung von Erwartungen interessierter Anspruchsgruppen.



Die spezifischen CO₂-Emissionen pro Tonne Endprodukt

➤ konnten wir 2018 um 8,3 Prozent gegenüber 2015 reduzieren (location based method).

Klimaschutzmaßnahmen In den Werken Offenburg (seit 2014) und Hamburg (seit 2016) setzen wir Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungs- beziehungsweise Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen (KWK) für eine klimafreundliche Eigenstromerzeugung ein. Hierbei wird neben der elektrischen Energie auch die entstehende Wärme genutzt – etwa zum Heizen oder für Produktionsprozesse. Beide Anlagen lieferten 2018 zusammen rund 41 Prozent des weltweiten Strombedarfs der nach ISO 14001 zertifizierten Standorte. Am Standort Offenburg wird seit 2018 ein neuer Kessel zur Dampfversorgung des Produktionswerks eingesetzt. Er hat einen höheren Wirkungsgrad und senkt den Verbrauch an Erdgas sowie die damit verbundenen CO₂- und NO_x-Emissionen. Im Berichtsjahr wurden die Machbarkeitsstudien für KWK-Anlagen im tesa Werk Concagno und der tesa SE in Norderstedt mit positiver Entscheidung zur Investition abgeschlossen.

Neben der Eigenerzeugung bezogen wir 2018 an fünf europäischen Standorten Strom aus regenerativen Quellen. Damit konnten wir rund 30 Prozent unseres globalen Strombedarfs für die nach ISO 14001 zertifizierten Standorte decken. Im Berichtszeitraum haben wir mit Investitionen in LED-Beleuchtung in der Zentrale sowie an den Standorten Hamburg, Sparta und Suzhou zudem weitere Energieprojekte abgeschlossen.

Leistungsindikator

Im Berichtszeitraum konnten wir die spezifischen CO₂-Emissionen pro Tonne Endprodukt nach der marktorientierten Methode unter Berücksichtigung des Stroms aus erneuerbaren Energien (market based) um 0,5 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr reduzieren. Im Vergleich zum Referenzjahr 2015 liegen wir 2018 insgesamt bei -8,3 Prozent nach der standortbezogenen Methode (location based) und befinden uns im Zielkorridor der von uns angestrebten Reduktion von 10 Prozent im Jahr 2020.

Kennzahlen Klimaschutz und CO₂-Emissionen

Energieverbrauch

	Einheit	2015 ^{2,6}	2017	2018
Erdgas	GWh	204	262	275
Erdöl		0	0	0
Fernwärme		0	0	0
Strom aus erneuerbaren Energien	GWh	0	24	26
Strom aus konventioneller Erzeugung	GWh	60	26	26
Summe Energieverbrauch	GWh	265	311	327

Treibhausgasemissionen location based^{3,7}

	Einheit	2015 ²	2017	2018	Ziel 2020
CO ₂ direkt (Scope 1)	1000 t	41	53	56	
CO ₂ indirekt (Scope 2)	1000 t	28	23	24	
CO ₂ Summe	1000 t	69	76	79	
Veränderung 2018 versus 2015 ⁵	%	-	-	-8,3	-10,0

Treibhausgasemissionen market based^{4,7}

	Einheit	2015 ²	2017	2018
CO ₂ direkt (Scope 1)	1000 t	41	53	56
CO ₂ indirekt (Scope 2)	1000 t	41	14	14
CO ₂ Summe	1000 t	83	67	70
Veränderung 2018 versus 2015 ⁵	%	-	-	-32,7

¹CO₂-Umrechnungsfaktoren vor 2015: 0,47 t CO₂ / MWh electricity und 0,18 t CO₂ / MWh gas; ²Referenzjahr; ³Definitionen gemäß GHG Protocol Scope 2 Standard; Quelle CO₂e Faktoren: GHG Protocol / IEA; ⁴Definitionen gemäß GHG Protocol Scope 2 Standard; Quelle CO₂e Faktoren: Stromanbieter bzw. Residualmix: RE-DISS (07/2017); Emissionsfaktor für Strom aus regenerativen Quellen wird gleich null gesetzt; ⁵Bezogen auf Produktionsmenge; ⁶Annahme zum Gas-/Stromverbrauch im tesa Werk Hamburg wurde im Berichtsjahr 2018 durch reale Werte ersetzt; ⁷Umstellung von CO₂ auf CO₂e im Berichtsjahr 2018

Effizienter Umgang mit Ressourcen

Bei der Produktion von Waren entstehen immer auch Abfälle. Unser Anspruch ist es, Abfälle wirksam zu reduzieren und natürliche Ressourcen zu schonen. Daher arbeiten wir kontinuierlich daran, bei allen Beteiligten ein Bewusstsein für die Vermeidung von unnötigen Abfällen und fachgerechtes Recycling zu schaffen.

Orientierung in diesem Bereich bietet unsere verbindliche Umweltleitlinie. Sie besagt, dass wir Produkte so herstellen, verwenden und entsorgen, dass die Umwelt so wenig wie möglich Schaden nimmt. Zusätzlich zu gesetzlichen Vorschriften, die wir konsequent einhalten,

übernehmen wir auch proaktiv Verantwortung. Unsere Umweltmanagementsysteme entwickeln wir laufend weiter und tauschen uns zu diesem Zweck auch mit externen Experten aus. Zudem informieren wir unsere Stakeholder offen und transparent über unsere Ziele und Erfolge in diesem Bereich. So konnten wir unsere Umweltauswirkungen im Bereich Ressourceneffizienz bereits signifikant verringern. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis 2020 das spezifische Abfallaufkommen pro Tonne Endprodukt um weitere zwei Prozentpunkte gegenüber dem Referenzjahr 2015 zu senken. Materialverluste im Produktionsprozess sind hierbei eine wichtige Steuerungsgröße.

Managementansatz

Wir wollen unseren Kunden Produkte anbieten, die über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg die Umwelt so wenig wie möglich belasten. Dazu entwickeln wir umwelt-

freundliche, lösemittelfreie Herstellungsverfahren und setzen – wo dies möglich und sinnvoll ist – nachwachsende und recycelte Rohstoffe ein.

Bereits bei der Entwicklung unserer Produkte und ihrer Produktionsverfahren achten wir auf die Ressourceneffizienz und vermeiden Produktionsabfälle. Entsprechende Maßnahmen sind fester Bestandteil unseres betrieblichen Umweltschutzes. Außerdem sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter regelmäßig für die Themen Abfallvermeidung und -trennung.

Abfälle lassen sich in der Produktion nicht vollständig vermeiden. Unser Abfall- und Rohstoffmanagement zielt darauf ab, Materialien effizient zu nutzen und möglichst wiederzuverwerten. So arbeiten wir kontinuierlich daran, produktionsbedingte Verluste der eingesetzten Rohstoffe zu minimieren – bei der Klebmassenherstellung genauso wie beim Beschichten und Rollenschneiden. Die Abfallmengen, die während des Produktionsprozesses entstehen, werden standortspezifisch nach verschiedenen Abfallfraktionen erhoben. Für die Berichterstattung werden sie unter den Kategorien ungefährliche beziehungsweise gefährliche Abfälle sowie Abfälle zur Beseitigung und zur Verwertung zusammengefasst. Ungefährliche Abfälle und gefährliche, lösemittelhaltige Abfälle werden von tesa nahezu vollständig verwertet. Durch laufende Verbesserungen des Maschinenparks und der Fertigungsprozesse – auch auf Anregung unserer Mitarbeiter – können wir unsere Abfallmengen kontinuierlich reduzieren.

Zur Herstellung doppelseitiger Acrylat-Klebebänder für hochfeste Verbindungen setzen wir seit Jahren die weltweit einzigartige und patentierte ACX-Technologie ein. Das ACX-Verfahren entzieht der Klebmasse das verwendete Lösungsmittel und macht eine energieaufwendige Trocknung überflüssig. Gleiches gilt für die Anwendung der NRE-Technologie zur Herstellung und Beschichtung von Naturkautschuk-Haftklebern. Das Verfahren ersetzt lösungsmittelbasierte Klebstoffe durch lösungsmittelfreie, extrudierte Kautschuksysteme.

Maßnahmen und Ergebnisse

Mitarbeiterereinbindung Um das Know-how unserer Mitarbeiter für abfallsparende Maßnahmen zu nutzen, führten wir 2018 im tesa Werk Offenburg die erfolgreiche Kampagne „Einfälle statt Abfälle“ fort. Dahinter steht ein langfristiges Projekt, mit dem wir den Energie- und Ressourceneinsatz kontinuierlich reduzieren wollen. Beteiligt sind Mitarbeiter aus Produktion, Prozessentwicklung und Technik. Ein Baustein des Projekts sind regelmäßige abteilungsinterne und abteilungsüber-

greifende Projektbesprechungen. Sie dienen dazu, die konkrete Umsetzung von Verbesserungspotenzialen abzustimmen. Zu dem Projekt gehören außerdem Kommunikationsmaßnahmen, die bei den Mitarbeitern ein Bewusstsein für die Thematik schaffen sollen.

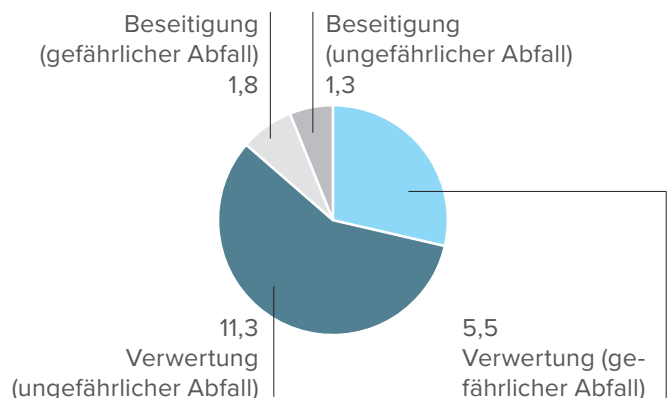
Ausbau der ACX-Technologie Im Jahr 2018 haben wir weitere Produkte auf diese Technologie umgestellt, was zu weiteren Energie-, Material- und Lösungsmittel-einsparungen führte.

Optimierung des Anlagenbetriebs Die 2017 in Sparta, USA, in Betrieb genommene neue Produktionsanlage haben wir im Berichtsjahr unter anderem in Bezug auf die entstehenden Produktionsabfälle optimiert. Sie ermöglicht es, lösungsmittelbasierte durch wasserbasierte Klebstoffe zu ersetzen und so die Lösungsmittelbilanz zu verbessern.

Leistungsindikatoren

Die Abfallmenge pro Tonne Endprodukt konnte im Vergleich zum Basisjahr, bereinigt um Mixeffekte, die aus der Gewichtung der unterschiedlichen Standorte resultieren, um -2,5 Prozent gesenkt werden (durch das Herausrechnen von Mixeffekten können wir die Leistungen unserer Standorte und unsere Fortschritte transparenter darstellen). Damit liegen wir konzernweit auf Zielniveau. Alle deutschen Produktionsstandorte konnten ihre Einzelziele gegenüber dem Referenzjahr 2015 bereits erfüllen. Im Berichtsjahr wirkten sich neben Mixeffekten insbesondere Sondereffekte aus dem „Ramp Up“ einer neuen Fertigungslinie in den USA negativ auf die Abfallbilanz aus.

Abfallmengen nach Art und Entsorgungsweg [1000 t] 2018



Unter der Submarke tesa ecoLogo® bietet tesa Produkte an, die aus überwiegend recycelten oder natürlichen Materialien hergestellt werden.



PRODUKTVERANTWORTUNG



Wir sehen es als Teil unserer unternehmerischen Verantwortung, unseren Kunden sichere, langlebige und unbedenkliche Produkte anzubieten.

Unsere Produktverantwortung beginnt schon bei der Beschaffung unserer Rohstoffe. Diese beziehen wir, soweit möglich, regional und arbeiten daran, die Transparenz zur

Herkunft der eingesetzten Stoffe weiter zu erhöhen. Darüber hinaus achten wir auf die Einhaltung von Umwelt-, Sozial- und Arbeitsstandards in unserer Lieferkette. Den Einsatz von Rohstoffen gestalten wir so verbrauchseffizient wie möglich, um natürliche Ressourcen zu schonen. Zu unserer Produktverantwortung gehört auch, unseren Kunden innovative Dienstleistungen anzubieten und die Sicherheit unserer Produkte zu gewährleisten. Außerdem gestalten wir unsere Produkte möglichst umweltfreundlich. Konkret bedeutet das: Wir arbeiten kontinuierlich daran, unser Produktdesign zu verbessern, um die Umweltauswirkungen unserer Produkte zu minimieren.

Geltende Gesetze und Regulierungen bilden das Fundament, auf dem unsere Produktverantwortung fußt. Unser Anspruch geht jedoch noch weiter: Unsere Umweltleitlinie und die Produktsicherheitsrichtlinie enthalten strenge interne Vorgaben, die die Sicherheit und Umweltverträglichkeit unserer Produkte gewährleisten sollen. Damit geben wir allen Mitarbeitern einen klaren Handlungsrahmen für die Entwicklung, Herstellung und Marktbeobachtung von Produkten.

Unser Ziel ist es, unseren Kunden Produkte anzubieten, die über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg die Umwelt so wenig wie möglich belasten und sicher im Gebrauch sind.

Verantwortung in der Lieferkette

Für unsere Produktion benötigen wir Rohstoffe und Chemikalien, die wir bei zahlreichen Lieferanten weltweit einkaufen und an unsere Standorte transportieren.

Aufgrund unserer internationalen Wertschöpfungskette sind wir einem gewissen Risiko im Hinblick auf Menschenrechtsverletzungen ausgesetzt. Unser Ziel ist es, die Herkunft der von uns bezogenen Roh- und Zwischenprodukte zu kennen und nachvollziehbar zu machen. Unsere Beschaffungsstrategie setzt deshalb vor allem auf räumliche Nähe: Wir versuchen, die in den Werken benötigten Rohstoffe verstärkt in Standortnähe zu beschaffen.

Managementansatz

Die Verantwortung für unsere Aktivitäten in der Lieferkette trägt der Head of tesa Supply Network, der Teil der tesa Geschäftsleitung ist. Er wird von den regionalen Supply Chain Organisationen unterstützt. Unsere Einkaufsorganisation hat Standorte in Deutschland, China, Korea, Malaysia und den USA. Unsere globalen Einkaufsprozesse sind in der Purchasing Compliance Guideline definiert und beschrieben. Die Richtlinie enthält verbindliche Verhaltensregeln für tesa als Einkäufer. So besagt sie beispielsweise, dass die tesa Mitarbeiter, die eine Einkaufstätigkeit ausführen, die wesentlichen Lieferanten zur Unterzeichnung des Code of Conduct for Suppliers (CoCfS) verpflichten müssen.

Der CoCfS bildet die Grundlage für eine verantwortungsvolle Gestaltung unserer globalen Beschaffungsprozesse und gilt verbindlich für alle wesentlichen Lieferanten, die



Kautschuk ist einer der wichtigsten Rohstoffe für Klebmassenherstellung.

tesa direkt beliefern. Er beschreibt grundlegende Regeln und Verpflichtungen im Bereich der Menschenrechte, der Arbeitsnormen, des Umweltschutzes und der Korruptionsprävention. Als Basis dienen auch hier die zehn Prinzipien des UN Global Compact. Verstößt ein solcher Lieferant gegen unsere Regeln, fordern wir ihn auf, die Missstände zu beheben. Sollte er dieser Aufforderung nicht folgen, streben wir eine Beendigung der Geschäftsbeziehung an.

Maßnahmen und Ergebnisse

Erstellung eines Konzepts zur Integration von Menschenrechtsaspekten in Lieferantenaudits

In neuen genauso wie in laufenden Geschäftsbeziehungen führt tesa bei wesentlichen Lieferanten neben Lieferantenbesuchen auch regelmäßige Audits durch. Die Auswahl der zu überprüfenden Lieferanten erfolgt nach unterschiedlichen Kriterien, zum Beispiel ihrer strategischen Bedeutung oder im Falle von Qualitätsmängeln. Die Audits haben zum Ziel, die Leistungsfähigkeit des jeweiligen Lieferanten zu beurteilen. Auffälligkeiten werden in Besuchs- oder Auditberichten festgehalten. Standardmäßig prüfen wir dabei, ob Umweltstandards sowie Arbeits- und Gesundheitsschutzmaßnahmen eingehalten werden; diese sind auch Bestandteil des CoCfS. 2018 hat tesa begonnen, ein Konzept zur Integration von

Menschenrechtsaspekten in Lieferantenaudits zu entwickeln. Im Fokus stehen dabei die Überprüfung von Auffälligkeiten oder Verstöße gegen den CoCfS. 2019 planen wir, im Rahmen von Pilotprojekten zu evaluieren, ob externe Audits der Business Social Compliance Initiative (BSCI) oder das Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) eine sinnvolle Ergänzung zu den tesa eigenen Audits darstellen können.

Innerhalb des tesa Konzerns kontrolliert die Konzernrevision regelmäßig die weltweit gültigen Einkaufsstandards und die damit verbundenen Prozesse in den Tochtergesellschaften: Dazu werden sogenannte Purchase-to-pay-Audits durchgeführt, in denen alle Prozesse von der Beschaffung bis zur Rechnungslegung geprüft werden. Dabei prüft die Konzernrevision auch, ob die entsprechenden Verpflichtungen wesentlicher Lieferanten zum CoCfS vorhanden sind. Wenn nötig, fordert die Abteilung Korrekturmaßnahmen ein.

Schulungen 2017 haben wir damit begonnen, Prozessverantwortliche in der Anwendung der Purchasing Compliance Guideline zu schulen. In einer eigens dafür entwickelten Onlineschulung wird die Rolle des CoCfS im Rahmen unserer Beschaffungsprozesse erläutert. Seither wurden über 300 Mitarbeiter erfolgreich geschult. Diese Schulungen werden auch 2019 fortgesetzt.

Produktsicherheit

Für die Zufriedenheit unserer Kunden und damit für unseren wirtschaftlichen Erfolg ist die Sicherheit unserer Produkte entscheidend. Denn sie trägt wesentlich dazu bei, Vertrauen in unsere Produkte zu schaffen und zu erhalten.

Weisen die Produkte Sicherheitsmängel auf, kann dies negative Auswirkungen haben – für die Menschen, die mit ihnen umgehen, ebenso wie für die Natur. Aber auch unser Unternehmen kann durch Produktvorfälle schweren Schaden nehmen. So können Ereignisse wie Rückrufaktionen finanzielle Einbußen mit sich bringen oder unserer Reputation schaden. Auf der anderen Seite profitieren Unternehmen, die eine hohe Produktsicherheit und Qualität gewährleisten, von Wettbewerbsvorteilen – zum Beispiel indem sie dadurch ihr Markenprofil schärfen oder schneller neue Märkte erschließen.

Unser Ziel sind Produkte, die höchste Anforderungen an Qualität und Sicherheit erfüllen.



Der tesa CoCfS

> gilt verbindlich für alle wesentlichen Lieferanten, die tesa direkt beliefern.

Managementansatz

Wir möchten Produkte und Prozesse so gestalten, dass sie den vielfältigen Erwartungen unserer Stakeholder entsprechen und niemand bei ihrer Herstellung oder Anwendung zu Schaden kommt.

Um unseren Kunden sichere und qualitativ hochwertige Produkte anzubieten, halten wir uns an geltende Gesetze und Richtlinien. Eine zentrale Rolle hierfür spielt zudem unsere interne Produktsicherheitsrichtlinie (Product Safety Guideline), die die strengen gesetzlichen Vorgaben ergänzt. Sie beschreibt verpflichtende Maßnahmen, mit denen wir die Sicherheit unserer Produkte weiter erhöhen. Außerdem legt sie die Rollen und Verantwortlichkeiten der Produktsicherheitsbeauftragten fest. Die tesa Product Safety Guideline ist im Intranet verfügbar.

Das Produktsicherheitsmanagement ist bei tesa ein wesentlicher Bestandteil des Qualitätsmanagements und wird im Rahmen der Organisationsstruktur auch durch die Geschäftsführung mit gesteuert. Für die Bewertung von Inhaltsstoffen sind die Abteilungen für Produktsicherheit und Produktentwicklung zuständig. Für ihre Beurteilung werten sie die jüngsten wissenschaftlichen Erkenntnisse aus und betrachten Angaben zu sicherheitsrelevanten Substanzeigenschaften sowie zum sicheren Umgang mit Stoffen oder Gemischen. Um Produktfehler zu vermeiden, führen die Bereiche Produktentwicklung und Produktion unter anderem Fehlermöglichkeits- und -einflussanalysen (FMEA) durch. Auf diese Weise identifizieren sie bereits im Entstehungsprozess der Produkte potenzielle Fehler in der Konstruktion, Fabrikation oder der Instruktion, wie zum Beispiel eine fehlerhafte Gebrauchsanleitung.

Sind die Produkte auf dem Markt, werden sie von unseren Geschäftseinheiten weiter beobachtet. Erkennen die Einheiten dabei, dass eine erneute Risikoanalyse und -bewertung sowie entsprechende Maßnahmen erforderlich sind, leiten sie die notwendigen Schritte

ein, um die Gesundheit und Sicherheit unserer Kunden und Mitarbeiter zu gewährleisten. Im Berichtsjahr gab es keine Rückrufaktionen von Endkunden.

Wichtig für unsere Arbeit in diesem Bereich sind die Produktsicherheitsbeauftragten (PSB). Weltweit verfügt jedes wesentliche Werk über einen lokalen PSB, der an den zentral zuständigen „Corporate PSB“ berichtet. Alle Produktsicherheitsbeauftragten haben eine von der Automobilindustrie anerkannte externe Schulung durchlaufen. Sie sind in der Regel auch die Qualitätsbeauftragten der Werke. Für 2019 ist geplant, ein weltweites PSB-Berichtswesen aufzubauen.

Maßnahmen und Ergebnisse

Schulungen Im Berichtsjahr haben wir erneut ausgewählte Mitarbeiter im Chemikalienrecht, im Bereich Produkthaftung und dem Product Issues Management geschult. Dazu zählten Mitarbeiter aus den Bereichen Forschung & Entwicklung, Verfahrensentwicklung, Marketing, Controlling sowie die Produktsicherheitsbeauftragten. Für die weltweiten Schulungsmaßnahmen nutzen wir zukünftig neben Präsenztrainings auch ein E-Learning, das 2018 entwickelt wurde. Bei Gesetzesänderungen überarbeitet der „Corporate PSB“, der zentrale Produktsicherheitsbeauftragte, die Trainings. Für 2019 ist geplant, das E-Learning um neue Inhalte zu ergänzen und die Zielgruppe zu erweitern.

Audits Um die Sicherheit unserer Produkte und Prozesse zu überprüfen, führten wir auch im Berichtsjahr interne Audits durch. Zuständig dafür sind das Qualitätsmanagement und die Produktsicherheitsbeauftragten. Es finden sowohl anlassbezogene als auch jährlich geplante Audits statt. Überprüft werden dabei nicht nur die Forschung und Entwicklung oder die Produktion, sondern bei Bedarf beispielsweise auch das Marketing.

50 %

➤ **weniger Lösungsmittel und Energie werden bei der Herstellung von tesa® ACX^{plus}-Klebebändern im Vergleich zu herkömmlichen Produktionsverfahren eingesetzt.**

Nachhaltige Produktlösungen

tesa Produkte stehen für höchste Qualität, Sicherheit und einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. Industriepartner unterstützen wir dabei, ihre Prozesse zu optimieren und ihre Produkte zu verbessern. Professionellen Handwerkern helfen wir, auf effiziente Weise optimale Ergebnisse zu erzielen. Und Privatanwendern ermöglichen wir, ihre täglichen Aufgaben und Projekte zu Hause oder im Büro einfach zu erledigen.

Unabhängig vom Anwendungsbereich stehen für uns die Ressourceneffizienz, die Langlebigkeit und die Umweltverträglichkeit unserer Produkte im Vordergrund. Darüber hinaus wollen wir mit unseren Produkten auch in der Anwendung bei unseren Kunden zum Klima- und Umweltschutz beitragen, indem wir ihre Produkte haltbarer, effizienter, energiesparender und emissionsärmer machen.

Managementansatz

Wir möchten, dass unsere Produkte Mensch und Umwelt über ihren gesamten Lebenszyklus so wenig wie möglich belasten. Bestandteil unserer Unternehmensstrategie ist es daher, die Energieeffizienz zu erhöhen, den Einsatz von Lösungsmitteln bei der Produktion von Klebmassen zu reduzieren und einen möglichst hohen Anteil nachwachsender oder recycelbarer Rohstoffe einzusetzen.

Zu diesem Zweck entwickeln wir beispielsweise umweltfreundliche, lösemittelfreie Herstellungsverfahren. Außerdem analysieren wir im Rahmen des ganzheitlichen Lebenszyklusansatzes die Ökobilanz ausgewählter Produkte. Der Ansatz ist fester Bestandteil unseres Umweltmanagementsystems. Er hilft uns dabei, herauszufinden, welche Umweltauswirkungen unsere Produkte haben und wie sich diese Auswirkungen reduzieren lassen.



Automobilherstellern ermöglicht tesa mit seinen Lösungen, ihre Fahrzeuge leichter und damit energiesparender zu produzieren.

Maßnahmen und Ergebnisse

Lösungen für Industriekunden Die Produkte tesa® ACX^{plus} für hochfeste Permanentverklebungen kommen unter anderem in der Automobil-, Elektronik-, Wind- und Solarindustrie oder im Baugewerbe zum Einsatz. Sie zeichnen sich nicht nur durch ihre Klebekraft aus, sondern auch durch die umweltverträgliche Herstellung: Im Vergleich zu herkömmlichen Produktionsverfahren werden dabei 50 Prozent weniger Lösungsmittel und Energie eingesetzt. Möglich ist dies durch eine hochmoderne und von tesa selbst entwickelte Technologie, die durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit gefördert wurde.

Die Elektronikindustrie verwendet Klebebänder als eine der wichtigsten Schlüsselkomponenten in elektronischen

Geräten. Sie helfen, diese haltbarer zu machen und ressourcenintensive Neuanschaffungen zu vermeiden.

Auf Kundenwunsch bieten wir nun bei einzelnen Produkten für die Elektronikindustrie alternative Rohstoffe für die Herstellung an. Mit dem sogenannten Biomassenbilanz-Ansatz lässt sich der Anteil nachwachsender Rohstoffe in der Wertschöpfungskette unserer Kunden erhöhen. Denn dabei wird der Einsatz von nachwachsenden Rohstoffen in der Lieferkette bestehenden Produkten zugeordnet. Darüber hinaus können mit diesem Ansatz fossile Rohstoffe eingespart und Treibhausgasemissionen reduziert werden. Produktqualität und Produkteigenschaften bleiben dabei unverändert. 2018 haben wir uns verpflichtet, diesen Ansatz ab 2019 bei zunächst zwei Produkten zu nutzen.

Der Automobilindustrie bieten wir Lösungen an, um die Lithium-Ionen-Battereelemente klimaschonender Hybrid- und Elektromobile zu fixieren und zu isolieren. Außerdem ermöglichen wir den Herstellern, ihre Fahrzeuge leichter und damit energiesparender zu produzieren, indem sie Nieten oder Schrauben durch leichte und hochfeste Klebeverbindungen von tesa ersetzen oder mit unseren Produkten Löcher wasser-, luft- und staubdicht abdecken. Darüber hinaus bieten wir unseren Kunden zwei umwelt- und gesundheitsfreundliche Segmente für Verklebungen im Fahrzeuginnenraum. Um die Luftqualität in Fahrzeugen zu verbessern, steigt die globale Nachfrage nach Lösungen mit geringem Ausstoß an sogenannten flüchtigen organischen Verbindungen (Volatile Organic Compounds – VOCs). VOCs werden durch bestimmte Weichmacher und Klebstoffe schon bei Raumtemperatur freigesetzt und tragen beispielsweise zu dem typischen „Neuwagengeruch“ bei. Da einige VOCs in der Vergangenheit mit Gesundheitsproblemen in Zusammenhang gebracht wurden, sind die Emissionsgrenzwerte in Fahrzeuginnenräumen weltweit streng reguliert, wenn auch nicht einheitlich. Neben Klebebändern mit geringen VOC-Werten führen wir daher auch das Segment Ultra Low VOC. Unsere Klebebänder sind so ausgelegt, dass sie die Grenzwerte erfüllen – in jedem Land und auf jedem Automobilmarkt. 2018 konnten wir das Angebot im Bereich der Lochverklebung sowie der Ultra Low VOC-Klebebänder weiter ausbauen.

Auch in der Papierproduktion und der Druckindustrie tragen unsere Produkte zu mehr Nachhaltigkeit bei. Zum Beispiel bieten wir unseren Kunden ein Sortiment an repulpierbaren Ansatzbändern für ressourceneffiziente Prozesse in der Papierherstellung. Zu unserem Portfolio gehören auch die tesa EasySplice® Klebebänder für den Papierdruck. Sie erleichtern das Deinking und Recycling. Beim Deinking werden die Tinte und andere Fremdstoffe im Papier entfernt, bevor das Altpapier erfolgreich recycelt werden kann. Unsere tesa EasySplice® Klebebänder für den Deinking-Prozess sind von der „International Association of the Deinking Industry“ zertifiziert.

Betreiben von Solar- und Windenergieanlagen bieten wir ebenfalls ein breites Spektrum an Lösungen. Als Mitglied im Bundesverband für Solarwirtschaft entwickeln wir für unsere Kunden in der Solarindustrie unter anderem UV- und feuchtigkeitsbeständige Produktlösungen. Die Wetterbeständigkeit prüfen wir gemeinsam mit dem TÜV Rheinland gemäß dem internationalen Standard IEC 61215. Eingesetzt werden tesa® Lösungen beispielsweise bei der Rahmen- und Dosenverklebung oder der Zellen- und Kabelfixierung. Bei Windkraftanlagen kommen unter anderem

verschiedene Klebebandlösungen bei der Herstellung von Rotorblättern zum Einsatz – beispielsweise für den dauerhaften Schutz der Vorderkanten durch eine besonders witterungsbeständige Folie. Darüber hinaus leisten tesa® Produkte mit UV- und salzwasserbeständiger Anti-Rutsch-Beschichtung auf oder in der Gondel einen wichtigen Beitrag zur Sicherheit des Wartungspersonals.

Lösungen für Konsumenten Im Papier-, Büro- und Schreibwarenbereich bauen wir unser Sortiment für umweltbewusste Verbraucher kontinuierlich aus. Unter der Submarke tesa ecoLogo® bieten wir unter anderem Kleberoller, Klebefilme, Packbänder, Klebstifte und Korrekturroller an, die aus überwiegend recycelten oder natürlichen Materialien hergestellt werden. Das Sortiment tesa ecoLogo® erfüllt die anspruchsvolle Norm ISO 14021 für ökologische Produkte, da für die Herstellung komplett auf Lösungsmittel verzichtet wird und überwiegend biobasierte Materialien und recycelte Verpackungen zum Einsatz kommen. tesamoll® Produkte zum Abdichten von Fenster- und Türspalten sowie das tesa® ISO SYSTEM für unkomplizierte Dach-Innenisierungen unterstützen Anwender beim Energiesparen und reduzieren somit den Ausstoß von CO₂. Außerdem verhindern sie das Eindringen von Feuchtigkeit und verbessern das Raumklima.

ULTRA **LOW**
VOC



2018 haben wir

> das Angebot im Bereich der Ultra Low VOC-Klebebänder weiter ausgebaut.

Als Technologieunternehmen fördert tesa Jugendliche in den MINT-Fächern und gibt ihnen an Projekttagen Einblicke in verschiedene Berufsfelder.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



Auf freiwilliger Basis gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen ist Teil der tesa Unternehmensphilosophie und über unsere Corporate-Citizenship-Strategie fest in unseren Unternehmenswerten verankert. Für unser bürgerschaftliches Engagement als Unternehmen – international Corporate Citizenship genannt – haben wir eine klare Vision: Über unser Kerngeschäft hinaus

möchten wir als Unternehmen einen positiven Beitrag für die Gesellschaft leisten.

Mit unserem gesellschaftlichen Engagement schlagen wir zudem eine Brücke zu den tesa Kernkompetenzen und den Stärken des Unternehmens – Ideenreichtum und Erfindergeist, Lösungsorientiertheit, praktische Hilfestellung und Teamgeist.

Wir sind überzeugt, dass bei gesellschaftlichem Engagement alle Seiten gewinnen – die unterstützten Organisationen und Projekte ebenso wie tesa selbst. Deshalb engagieren wir uns weltweit in Form

von Spenden, Fördermitgliedschaften sowie durch ehrenamtliches Engagement von Mitarbeitern.

Managementansatz

Mit unserem gesellschaftlichen Engagement möchten wir, genau wie mit unseren Produkten, tragfähige Verbindungen schaffen – zu unserem Umfeld, aber auch durch das Miteinander im Team. Unsere Corporate-Citizenship-Strategie haben wir deshalb unter das Leitmotiv „tesa verbindet“ gestellt. Ergänzt wird die Strategie durch eine Spendenrichtlinie (Corporate Giving Policy) sowie eine Richtlinie für Marken- und Produktsponsorings.

Zur Umsetzung der Strategie haben wir drei strategische Kernbereiche definiert, denen sich alle Projekte, die wir unterstützen, zuordnen lassen: soziales Engagement, Bildungsförderung und Umweltschutz. Auf Projektebene gliedern sich diese in die vier Säulen „tesa hilft“ und „tesa spendet“ (Soziales) sowie „tesa fördert“ (Bildung) und „tesa schützt“ (Umwelt). Alle Projekte passen zudem zur Identität der Marke und des Gesamtunternehmens sowie zu unseren Regionen.

Die übergeordnete Verantwortung für das Thema gesellschaftliches Engagement trägt der Bereich Corporate Citizenship, der in der Unternehmenskommunikation angesiedelt ist. Er entscheidet über alle Förderaktivitäten der Zentrale und übernimmt deren Koordination. Einmal im Jahr können sich Mitarbeiter während ihrer Arbeitszeit einen Tag lang für einen gesellschaftlichen Zweck engagieren und gemeinsam mit Kollegen aktiv werden. Der Bereich Corporate Citizenship und Kooperationspartner wie tatkräftig e. V., eine Initiative für Freiwilligenengagement, unterstützen sie bei der Auswahl der Projekte.

Der Vorstand unterstützt und begrüßt bürgerschaftliches Engagement explizit – nicht nur in der Zentrale, sondern auch in den Regionen. Zum Beispiel sind die Tochtergesellschaften vom Vorstand angehalten, einen Teil des lokalen Umsatzes für gesellschaftliche Projekte zu spenden und sich im Rahmen von Freiwilligenarbeit und Teambuilding-Maßnahmen sozial zu engagieren. Gemäß dem Prinzip „Globale Strategie, lokale Umsetzung“ setzen die regionalen Gesellschaften ihr gesellschaftliches Engagement selbstständig um. Bei Bedarf werden sie vom Corporate-Citizenship-Bereich auf Basis der Corporate-Citizenship-Strategie und der Spendenrichtlinie zu geeigneten Förderprojekten beraten. Unsere Tochtergesellschaften handhaben die ehrenamtlichen Einsätze je nach Mitarbeiterzahl individuell unterschiedlich. So veranstalten beispielsweise Tochtergesellschaften, die mit einer Initiative bereits viele Jahre verbunden sind, jährlich wiederkehrende Aktionstage wie Sommer-

festen, Renovierungstage oder Bastelnachmittage zur Weihnachtszeit. Sie kennen die lokalen Gegebenheiten am besten und können so dazu beitragen, dass die jeweiligen Maßnahmen die gesellschaftlichen Herausforderungen effektiv lösen. Einmal jährlich berichten die regionalen Gesellschaften an den Bereich, welche Fortschritte sie in den lokalen Projekten erzielt haben.

tesa hilft: Als guter Nachbar für andere da sein

Nachbarschaftshilfe leisten, die in der unmittelbaren Umgebung unserer Standorte benötigt wird, ist der Kerngedanke von „tesa hilft“. Viele unserer Beschäftigten wohnen im näheren Umkreis der Standorte und möchten sich für soziale Belange in ihrem Umfeld einsetzen. Auf allen Kontinenten packen tesa Teams vor Ort projektweise an und engagieren sich für die lokale Gesellschaft.

Engagement in Deutschland Mitarbeiter der tesa SE sowie des tesa Werks Hamburg können sich freiwillig bei verschiedenen Projekten in der Region einbringen. Angeboten werden die Projekte vom Bereich Corporate Citizenship in Kooperation mit dem Verein „tatkräftig – Hände für Hamburg“. Nach dem Motto „1 Tag, 1 Team, 1 Ziel“ vermittelt die Initiative ehrenamtliche Helfer an mehr als 150 Einrichtungen im Hamburger Raum. Alternativ können die Mitarbeiter nach Absprache auch selbst gewählte Initiativen in der Nachbarschaft unterstützen. Für die Auszubildenden aus dem tesa Werk Hamburg ist die Teilnahme an einem „tesa hilft“-Projekt mit „tatkräftig“ inzwischen fester Bestandteil des ersten Ausbildungsjahres. Im Berichtszeitraum haben 58 Mitarbeiter insgesamt fünf Projekte unterstützt – darunter Spiel- und Bastelaktionen oder auch Garten-, Handwerks- und Renovierungsarbeiten in sozialen und gemeinnützigen



In Kooperation

➤ mit „tatkräftig“ haben 58 Mitarbeiter 2018 bei „tesa hilft“-Projekten angepackt.

Einrichtungen wie Kinder- und Jugendhäusern, Kitas oder Flüchtlingsunterkünften.

Engagement weltweit Auch die Tochtergesellschaften weltweit leisteten 2018 aktive Hilfe in ihrem Umfeld. Dazu zählten ehrenamtliche Einsätze der Mitarbeiter bei Spiel- und Bastelnachmittagen oder Ausflügen mit zum Teil schwerkranken Kindern, aber auch Renovierungsarbeiten in Schulen und Kindergärten. Die Kollegen in der Slowakei unterstützen zum Beispiel seit 2010 die Stiftung „Deti Slovenska“ (Children of Slovakia). Sie betreut Kinder, die an der Bluterkrankheit leiden. Jedes Jahr organisiert eine Gruppe von tesa Mitarbeitern einen Spiele-Nachmittag für die Kinder. 2018 haben die Mitarbeiter eine Reihe von Spielständen für die Kinder aufgebaut, an denen sie ihr Geschick, ihre Geduld, aber auch ihre logischen Fähigkeiten sowie ihr Erinnerungsvermögen unter Beweis stellen konnten.

tesa spendet: Unkomplizierte Hilfe für soziale Projekte

Im Rahmen von „tesa spendet“ unterstützen wir mit gezielten Geld- und Produktspenden Menschen und ausgewählte Institutionen im Alltag. tesa Produkte stellen wir für unterschiedliche Zwecke und Gruppen zur Verfügung – von Schulen und Kindergärten bis hin zu Hilfsaktionen bei Naturkatastrophen und in anderen Notfällen, in denen etwa Fliegengitter oder Packbänder von Nutzen sein können. Finanzielle Unterstützung kommt vor allem Organisationen zugute, die sich um benachteiligte oder kranke Kinder kümmern.

Spende für die Norderstedter Tafel 2018 kam die jährliche Rest-Cent-Spende dem Norderstedter Tafel e. V. zu Gute. Dahinter steht ein einfaches Prinzip: Mitarbeiter an den Standorten Norderstedt, Hamburg

und Langenfeld spenden monatlich die Cent-Beträge ihres Nettoentgelts (0,01 bis 0,99 Euro), also maximal 11,88 Euro pro Mitarbeiter und Jahr, für gemeinnützige Einrichtungen in ihrem Umfeld. 2018 betrug die Gesamtsumme der Spenden 3784,45 Euro. Diese wurde von der Geschäftsleitung auf 7568,90 Euro verdoppelt.

Geschenkaktion zu Weihnachten Auch die weihnachtliche Geschenkeaktion wurde im Berichtsjahr fortgeführt. Insgesamt 185 neuwertige Präsente haben tesa Kollegen unter dem Weihnachtsbaum in der Unternehmenszentrale für Kinder abgelegt, die sonst zu Weihnachten kein Geschenk bekämen. Die gemeinnützige Partnerorganisation „ToysCompany“ verteilte diese rechtzeitig vor dem Fest an sozial schwache Familien. Darüber hinaus haben wir die Hamburger Stiftung „Chancen für Kinder e. V.“ sowie die KinderHelden gGmbH mit einer Spende in Höhe von jeweils 10.000 Euro unterstützt. Auch an den verschiedenen Standorten weltweit wurden Organisationen, die sich um benachteiligte Kinder kümmern, mit Geld- und Sachspenden unterstützt.

tesa fördert: Qualifizierten Nachwuchs gewinnen

Ob Digitalisierung, Klimawandel oder Energiefragen – Kenntnisse in den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik) helfen, aktuelle Herausforderungen zu lösen, und sind wichtig für den Erhalt unserer Lebensgrundlagen und für den gesellschaftlichen Fortschritt. Als Technologieunternehmen möchte tesa Jugendliche in diesen Fächern fördern und auf diese Weise qualifizierte Nachwuchskräfte gewinnen. Darum unterstützen wir gemeinsam mit verschiedenen Initiativen Bildungsprojekte, die Jugendlichen Zukunftsperspektiven in diesen Bereichen eröffnen. In Deutschland und zahlreichen internationalen Tochtergesellschaften sind damit konkrete Projekte und Kooperationen verbunden.

Initiative Naturwissenschaft & Technik Seit 2014 kooperiert die tesa SE mit der Initiative Naturwissenschaft & Technik (NAT). In Hamburg und der umliegenden Metropolregion vernetzt NAT Schulen mit Universitäten, Hochschulen und technologiegetriebenen Unternehmen. Ziel ist es, Jugendlichen abwechslungsreiche Einblicke in verschiedene Berufsfelder zu geben. tesa engagiert sich als Fördermitglied mit Spenden und ehrenamtlichen Einsätzen durch Mitarbeiter. Dabei unterstützen wir insbesondere die NAT-Initiativen mint:pink, ein „Mutmach“-Programm für Mädchen, sowie „90 Minuten MINT“, ein Schnupperkurs, der Einblick in die Arbeit von Naturwissenschaftlern gibt. 2018 ha-

7568,90

Euro

➤ betrug die Gesamtsumme der Rest-Cent-Spende 2018.



„tesa hilft“: tesa Mitarbeiter aus den Niederlanden haben Kindern mit körperlichen und geistigen Behinderungen zu einem ganz besonderen Tag im Indoor-Snowcenter Rucphen verholfen.

ben drei MINT-Tage bei tesa stattgefunden. Darüber hinaus hat tesa die beiden Programme auch wieder in Form einer größeren Jahresspende gefördert.

Bildungsprojekte weltweit Auch an den internationalen Standorten spielt Bildungsförderung eine wichtige Rolle. Zum Beispiel engagiert sich das tesa Werk Suzhou, China, mit dem Programm „tesa Sunshine Education Assistance“ seit zehn Jahren für eine bessere Grundschulbildung von Kindern aus Wanderarbeiterfamilien. Insgesamt haben schon rund 630 Kinder ein Stipendium („tesa Sunshine Scholarship“) erhalten. In Indien unterstützt tesa die Organisation „Nanhi Kali“, die benachteiligten jungen Mädchen eine Grundschulbildung ermöglicht.

tesa schützt: Einsatz für eine intakte Umwelt

Umweltschutz ist Teil der tesa Unternehmensphilosophie. Unsere Maßnahmen auf Produktions- und Produktebene ergänzen wir durch konkrete Projekte, um die Natur zu erhalten und die Lebensqualität in unseren Regionen zu verbessern.

Zusammenarbeit mit Umweltzentrum 2018 haben wir begonnen, eine mögliche Kooperation mit dem Hamburger Umweltzentrum Gut Karlshöhe zu

prüfen. Das Zentrum wird seit 2008 von der Hamburger Klimaschutzstiftung betrieben und ist ein Lern- und Erlebnisort. Menschen aus der Metropolregion Hamburg können hier bei Konferenzen, Workshops, Ausstellungen oder Märkten erfahren, wie Leben im Rahmen der natürlichen Ressourcen gelingen kann. Das Gelände befindet sich in der Nähe der Unternehmenszentrale in Norderstedt und bietet verschiedene naturbelassene Flächen, die gepflegt und erhalten werden müssen. Dies bietet die Möglichkeit für ehrenamtliche Aktionen, die mit Umweltbildung und Denkanstößen für eine nachhaltigere Lebensweise kombiniert werden können. Im Frühling 2019 wollen wir im Rahmen eines Pilotprojekts herausfinden, auf welche Resonanz die Kooperation unter tesa Mitarbeitern stößt. Bei guter Resonanz nehmen wir Projekte mit dem Umweltzentrum gegebenenfalls fest in das Corporate-Citizenship-Angebot auf.

„The Million Tree Project“ Chinesische Kollegen engagieren sich seit 2015 für den Klima- und Umweltschutz, indem sie das „The Million Tree Project“ unterstützen – eine Baumpflanzaktion in der Inneren Mongolei. 2018 waren sechs tesa Mitarbeiter für das Projekt aktiv: Sie haben ältere Bäume beschnitten und neue gepflanzt.

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit

An die Beiersdorf AG, Hamburg

Wir haben den nichtfinanziellen Bericht der Beiersdorf AG nach § 289b HGB, der mit dem nichtfinanziellen Bericht des Konzerns nach § 315b HGB zusammengefasst ist, bestehend aus den im Nachhaltigkeitsbericht 2018 gesondert durch blaue Klammern gekennzeichneten Angaben sowie dem durch Verweisung als Bestandteil qualifizierten Abschnitt „Geschäft und Strategie“ des Konzernlageberichts, für den Zeitraum vom 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018 (nachfolgend: nichtfinanzieller Bericht) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des nichtfinanziellen Berichts in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Aufstellung des nichtfinanziellen Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung des nichtfinanziellen Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Erklärungen des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer

sowie den IDW Qualitätssicherungsstandard: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1).

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über den nichtfinanziellen Bericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit beurteilen können, ob der nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung, die wir im Wesentlichen in den Monaten November 2018 bis Februar 2019 durchgeführt haben, haben wir u.a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragung von Mitarbeitern und Einsichtnahme in Dokumente hinsichtlich der Auswahl der Themen für den nichtfinanziellen Bericht, der Risikoeinschätzung und der Konzepte des Mutterunternehmens und des Konzerns für die als wesentlich identifizierten Themen,
- Befragung von Mitarbeitern, die mit der Datenerfassung und -konsolidierung sowie der Erstellung des nichtfinanziellen Berichts betraut sind, zur Beurteilung des Berichterstattungs-systems, der Methoden der Datengewinnung

und -aufbereitung sowie der internen Kontrollen, soweit sie für die Prüfung der Angaben in dem nichtfinanziellen Bericht relevant sind,

- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben in dem nichtfinanziellen Bericht,
- Einsichtnahme in die relevante Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation relevanter Daten im Berichtszeitraum sowie deren stichprobenartige Überprüfung,
- Befragungen und Dokumenteneinsicht in Stichproben hinsichtlich der Erhebung und Berichterstattung von ausgewählten Daten,
- analytische Beurteilung von Angaben des nichtfinanziellen Berichts auf Ebene des Konzerns sowie der Geschäftsbereiche Consumer und tesa,
- Beurteilung der Darstellung der Angaben des nichtfinanziellen Berichts.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der nichtfinanzielle Bericht der Beiersdorf AG für den Zeitraum vom 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

Verwendungszweck des Vermerks

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der Beiersdorf AG geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt und nicht für andere als bestimmungsgemäße Zwecke zu verwenden. Dieser Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-) Entscheidungen treffen.

Auftragsbedingungen und Haftung

Für diesen Auftrag gelten, auch im Verhältnis zu Dritten, unsere Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017 (www.de.ey.com/IDW-Auftragsbedingungen). Wir weisen ergänzend auf die dort in Ziffer 9 enthaltenen Haftungsregelungen und auf den Haftungsausschluss gegenüber Dritten. Dritten gegenüber übernehmen wir keine Verantwortung, Haftung

oder anderweitige Pflichten, es sei denn, dass wir mit dem Dritten eine anders lautende schriftliche Vereinbarung geschlossen hätten oder ein solcher Haftungsausschluss unwirksam wäre.

Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass wir keine Aktualisierung des Vermerks hinsichtlich nach seiner Erteilung eintretender Ereignisse oder Umstände vornehmen, sofern hierzu keine rechtliche Verpflichtung besteht. Wer auch immer das in vorstehendem Vermerk zusammengefasste Ergebnis unserer Tätigkeit zur Kenntnis nimmt, hat eigenverantwortlich zu entscheiden, ob und in welcher Form er dieses Ergebnis für seine Zwecke nützlich und tauglich erachtet und durch eigene Untersuchungshandlungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

München, 26. Februar 2019
Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Nicole Richter
Wirtschaftsprüferin



Annette Johne
Wirtschaftsprüferin

Impressum

Herausgeber

Unternehmensbereich Consumer (einschließlich nichtfinanzieller Bericht):

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Unnastraße 48
20245 Hamburg
Deutschland

Unternehmensbereich tesa:

tesa SE
Hugo-Kirchberg-Straße 1
22848 Norderstedt
Deutschland

Redaktion und Konzept

Unternehmensbereich Consumer:

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Corporate Sustainability
E-Mail: We.care@Beiersdorf.com

Unternehmensbereich tesa:

tesa SE
Corporate Communications & Responsibility
E-Mail: responsibility@tesa.com

Mitarbeit

Unternehmensbereich Consumer:

Gestaltung

Berichtsmanufaktur GmbH, Hamburg

Text

Berichtsmanufaktur GmbH, Hamburg

Übersetzung

World2World Hamburg, Jim Blake

Unternehmensbereich tesa:

Gestaltung

Grafik Design Kloth

Text

tesa SE, Stakeholder Reporting

Übersetzung

EnglishBusiness AG, Hamburg

Weitere Informationen

Nachhaltigkeit auf unseren

Unternehmenswebseiten:

Unternehmensbereich Consumer:
www.beiersdorf.de/nachhaltigkeit/ueberblick

Unternehmensbereich tesa:
www.tesa.de/ueber-uns/verantwortung

