

NACHHALTIGKEITS- BERICHT *2017*

Unternehmensbereich Consumer



We care.
Our commitment to sustainability.

Beiersdorf

Berichtsprofil

In unserem jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht beschreiben wir, wie wir unsere Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette wahrnehmen. Wir informieren unsere Stakeholder über unsere Unternehmensleistung, Erfolge und Herausforderungen des Berichtsjahres in den drei Bereichen: Products, Planet und People.

Unser Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Fassung G4. Wie auch in den Vorjahren wurde dieser Bericht in Übereinstimmung mit der Option „Kern“ erstellt.

Wir haben die Ausrichtung unserer Aktivitäten und unserer Berichterstattung im Rahmen einer Materialitätsanalyse (Seite c-11) überprüft und angepasst. Die Ergebnisse sind in diesen Bericht eingeflossen.

Neue Entwicklungen und Fortschritte, die wir in einzelnen Projekten erzielen, kommunizieren wir im Verlauf des Jahres im Nachhaltigkeitsbereich unserer Unternehmenswebseite. Dort stellen wir auch Berichte und Informationen aus früheren Berichtsjahren zur Verfügung.

Aufgrund des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes veröffentlichen der Beiersdorf Konzern (Consumer und tesa) und die Beiersdorf AG für das Geschäftsjahr 2017 erstmalig einen zusammengefassten, gesonderten nichtfinanziellen Bericht, der in den Nachhaltigkeitsbericht integriert ist. Dieser steht auf der Webseite des Konzerns zum Download zur Verfügung.

 **ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER BERICHTSPROFIL**



 **CONSUMER NACHHALTIGKEITSBERICHT**



 **NACHHALTIGKEIT AUF UNSERER UNTERNEHMENSWEBSEITE**



 **BEIERSDORF KONZERN & BEIERSDORF AG NACHHALTIGKEITSBERICHT**



 **TESA NACHHALTIGKEITSBERICHT**

Inhalt

- S. c- 2 – **Berichtsprofil**
- S. c- 4 – **Vorwort**
- S. c- 6 – **Unternehmensbereich Consumer im Überblick**

- S. c- 7 – **Unsere Verantwortung**
- S. c- 8 – Strategie
- S. c- 8 – Risikomanagement
- S. c- 9 – Fortschritte gegenüber unseren Zielen
- S. c- 10 – Organisatorische Verankerung und Ansprechpartner
- S. c- 11 – Materialitätsanalyse
- S. c- 12 – Compliance Management
- S. c- 15 – Menschenrechte
- S. c- 15 – Verantwortung in der Lieferkette
- S. c- 18 – Nachhaltigkeitsmanagement

- S. c- 20 – **Products**
- S. c- 21 – Unser Engagement im Bereich Products
- S. c- 23 – Rohstoffe
- S. c- 27 – Verpackung
- S. c- 29 – Sichere und verträgliche Produkte

- S. c- 33 – **Planet**
- S. c- 34 – Unser Engagement im Bereich Planet
- S. c- 37 – Energie
- S. c- 40 – Abfall
- S. c- 41 – Wasser

- S. c- 43 – **People**
- S. c- 44 – Gesellschaftliches Engagement
- S. c- 49 – Menschen bei Beiersdorf

- S. c- 59 – **Stakeholder Engagement**

- S. c- 63 – **Ratings**
- S. c- 64 – **Kennzahlen**
- S. c- 65 – **Kennzahlen Beiersdorf AG**
- S. c- 66 – **GRI Content Index 2017**

- S. c- 84 – **Impressum**



Vorwort



STEFAN F. HEIDENREICH
VORSITZENDER DES VORSTANDS



ZHENG RONG LIU
MITGLIED DES VORSTANDS
PERSONAL | NACHHALTIGKEIT | SERVICES

Liebe Leserinnen und Leser,

2017 war ein weiteres erfolgreiches Jahr für Beiersdorf. Zu diesem Erfolg 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 weiter auszubauen.

Consumer

Unsere Strategie „**We care.**“ fußt auf den drei Säulen „Products, Planet, People“ und deckt das gesamte Nachhaltigkeitsspektrum entlang unserer Wertschöpfungskette ab.

Wir können bei unserem „Planet“ Ziel, das wir gemeinsam mit dem WWF in Übereinstimmung mit den Vereinbarungen der UN-Klimakonferenz in Paris entwickelt haben, gute Fortschritte verzeichnen: Unsere energiebezogenen CO₂-Emissionen pro hergestelltem Produkt sind um 27% gesunken, und der Anteil der erneuerbaren Energien in unserer Stromversorgung liegt inzwischen bei 45%. Wir sind stolz darauf, dass wir unser Ziel „Zero Waste to Landfill“ an allen Produktionsstandorten weltweit vorzeitig erreicht haben. Darüber hinaus haben wir

erste Schritte unternommen, damit wir dieses Ziel bis Ende 2018 auch an allen unseren weltweiten Lagerstandorten erreichen – eine deutliche Verbesserung im Hinblick auf die Abfallpyramide.

Um unsere Fortschritte im Bereich „Products“ zu beschleunigen, haben wir im letzten Jahr begonnen, eine „Product Sustainability Roadmap“ zu entwickeln. Mit einem besonderen Schwerpunkt auf Verpackungen und Rohstoffen wird sie uns dabei unterstützen, den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte systematisch und kontinuierlich zu reduzieren. Nachdem wir bereits im Jahr 2015 in allen unseren Hautpflegeprodukten weltweit Polyethylenpartikel durch umweltfreundliche Alternativen ersetzt haben, wollen wir nun bis 2020 weitere feste synthetische Polymere vollständig aus allen unseren abwaschbaren Produkten entfernen.

Auch im Bereich „People“ haben wir mit dem fünfjährigen Bestehen der „NIVEA Family Days“ einen Meilenstein erreicht. Das Volunteering-Programm ist ein wesentlicher Eckpfeiler unseres größten sozialen Markenengagements „NIVEA cares for Family“. Tausende Mitarbeiter

engagierten sich einzeln oder in Teams, um das Leben bedürftiger Familien nachhaltig positiv zu verändern. Seit 2013 haben wir im Rahmen unseres weltweiten sozialen Engagements insgesamt 840.695 Familien unterstützt. Damit sind wir unserem Ziel, bis 2020 das Leben von einer Million Familien zu verbessern, wieder ein großes Stück nähergekommen.

Engagiert in eine nachhaltige Zukunft

Unsere Verbraucher und Endkunden interessieren sich mehr und mehr für das Unternehmen, das hinter den Marken und Produkten steht, die sie kaufen

und denen sie vertrauen. Wir tun alles dafür, dass unsere Entscheidungen und Handlungen dieses Vertrauen verdienen. Dazu investieren wir in Technologie und Innovationen. Vor allem aber wissen wir, dass wir auf das Engagement, die Kreativität und Leidenschaft unserer Mitarbeiter zählen können – für eine nachhaltige Zukunft.



STEFAN F. HEIDENREICH



ZHENGRONG LIU

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 flexibel 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 Produktideen regelmäßig neue Meilensteine in der Branche setzen.

Im Jahr 2017 erzielten wir im Unternehmensbereich Consumer mit **14.477** Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von **5.799** Millionen

Euro. Unser strategischer Kompass, die **Blue Agenda**, gibt den Kurs vor, mit dem wir unsere ehrgeizigen Ziele verfolgen wollen. Basis und Orientierung für unser tägliches Handeln geben unsere **Core Values**: Care, Simplicity, Courage und Trust – Werte, die das Unternehmen von Anfang an geprägt haben.

Als Erfinder moderner Hautpflege ist „**Care**“ für uns aber weit mehr als nur ein Teil unseres Kerngeschäfts. Es ist ein zentraler Wert, über den wir unsere Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt zum Ausdruck bringen. Deshalb bauen wir unser Nachhaltigkeitsmanagement stetig aus – mit besonderem Blick auf die Bereiche „**Products, Planet, People**“. Zugleich eröffnen wir uns so die Chance, die Beziehungen zu Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden und Konsumenten zu festigen und unser Geschäft konsequent weiterzuentwickeln.



UNSERE VERANTWORTUNG

Wir verfolgen eine klare Vision: Wir wollen die Nummer 1 in der Hautpflege in unseren relevanten Märkten und Kategorien sein. Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie „We care.“ nehmen wir unsere unternehmerische Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt wahr – für ein verantwortungsvolles und nachhaltiges Wachstum.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE
VERANTWORTUNG

Strategie

In einem Geschäftsumfeld, das durch wirtschaftliche Unsicherheit, soziales Ungleichgewicht und ökologische Herausforderungen gekennzeichnet ist, streben wir nach verantwortungsvollem Wachstum. Unsere globale „We care.“-Nachhaltigkeitsstrategie unterstützt uns dabei, unsere Verantwortung für Mensch und Umwelt wahrzunehmen. Sie definiert klare Ziele für verantwortungsvolles Handeln gegenüber den Menschen, denen wir

uns verpflichtet fühlen – innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens. 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



Risikomanagement

Integrierte Risiko- und Chancenbetrachtung im gesamten Konzern

Als erfolgsorientiertes und verantwortungsbewusstes Unternehmen betreiben wir ein konzernweites integriertes Risiko- und Chancenmanagement, dem ein strukturierter Prozess zur Erfassung von Risiken und deren Steuerung zu Grunde liegt (Risikobericht im Konzernlagebericht, „Integriertes Risiko- und Chancenmanagementsystem“). In diesem Prozess wird nach operativen, funktionalen und strategischen Risiken unterschieden und es werden finanzielle und reputative Auswirkungen sowie ihre Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet. Zudem führen wir im Rahmen unseres Compliance Managements eine Inventur und Priorisierung der relevanten rechtlichen Risiken („Compliance Risk Assessment“) durch. Dabei identifizieren und bewerten wir Risiken nach ihren Auswirkungen und ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit, die sich für uns aus der Nichteinhaltung externer regulatorischer und interner Standards ergeben.

ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE „WE CARE.“

Ende 2017 haben wir in einem abteilungsübergreifenden Workshop die Abdeckung der nichtfinanziellen Aspekte in unseren bestehenden Prozessen überprüft und haben zusätzliche potenzielle Risiken zu bisher nicht abgedeckten Aspekten identifiziert.

Alle so identifizierten Risiken haben wir anschließend in Bezug auf ihre Auswirkung auf die nichtfinanziellen Aspekte bewertet. Dabei wurden nur Risiken zu den Themen Produktsicherheit und wettbewerbsrechtliche Risiken mit hoher Eintrittswahrscheinlichkeit und potenziell schwerwiegenden Auswirkungen identifiziert. Diese werden bereits über unser konzernweites Risikomanagement gesteuert und sind in den Kapiteln „Compliance Management“ (Seite c-12) beziehungsweise „Sichere und verträgliche Produkte“ (Seite c-29) erläutert. 2018 werden wir beginnen, die Betrachtung der negativen Auswirkungen auf die Aspekte der nichtfinanziellen Erklärung in das konzernweite Risikomanagement zu integrieren.

Fortschritte gegenüber unseren Zielen

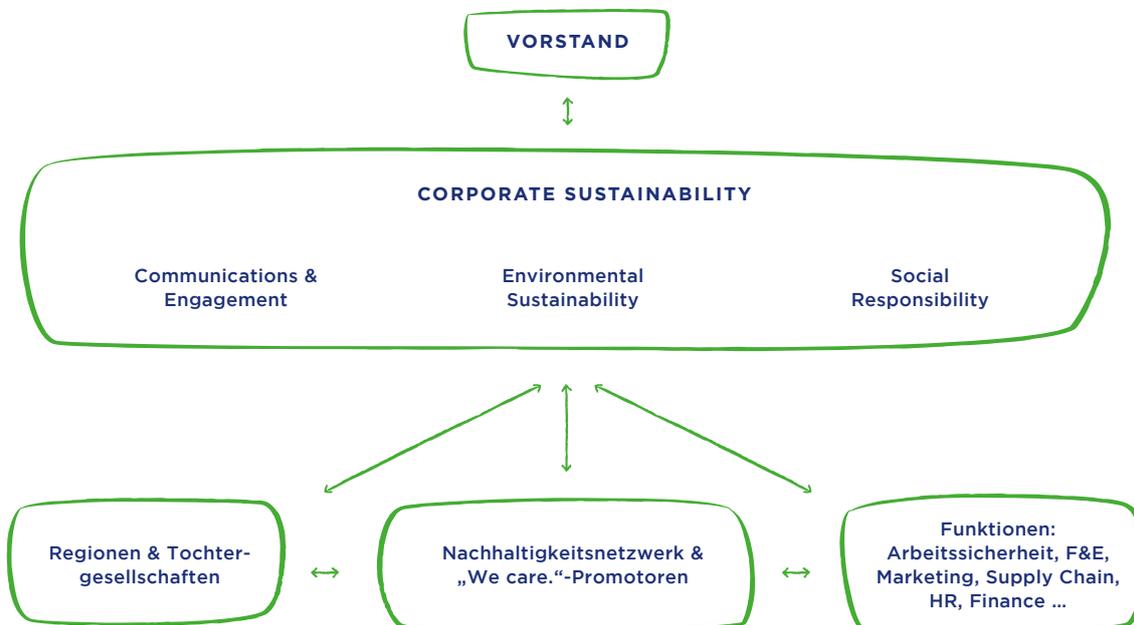
 PRODUCTS	 PLANET	 PEOPLE
UNSERE ZIELE		
Bis 2020 50 % unseres Umsatzes durch Produkte mit verbessertem Umwelteinfluss erzielen. (Basisjahr 2011)	Neue Klimaziele: Senkung unserer energiebezogenen CO ₂ -Emissionen pro hergestelltem Produkt um 70 % bis 2025. (Basisjahr 2014) Bezug von 100 % des Stroms aus erneuerbaren Energiequellen bis 2020.	Bis 2020 eine Million Familien erreichen und dazu beitragen, ihr Leben zu verbessern. (Basisjahr 2013)
FORTSCHRITTE GEGENÜBER UNSEREN ZIELEN		
Mindestens 23 % unseres Umsatzes durch Produkte mit verbessertem Umwelteinfluss erzielt. (Basisjahr 2011) 23% <div style="display: inline-block; width: 80%; height: 10px; background-color: #4CAF50; border: 1px solid #ccc; margin: 5px;"></div> 50%	27 % weniger energiebezogene CO ₂ -Emissionen pro hergestelltem Produkt. (Basisjahr 2014) 45 % Strombezug aus erneuerbaren Energiequellen. 27% <div style="display: inline-block; width: 65%; height: 10px; background-color: #4CAF50; border: 1px solid #ccc; margin: 5px;"></div> 70%	840.695 Familien durch unser globales gesellschaftliches Engagement nachhaltig unterstützt. (Basisjahr 2013) 840.695 <div style="display: inline-block; width: 85%; height: 10px; background-color: #4CAF50; border: 1px solid #ccc; margin: 5px;"></div> 1 Million
<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Rohstoffe: 54 % Umstellung auf massenbilanziertes Palm(kern)öl und entsprechende Derivate. Abdeckung der verbleibenden 46 % durch „RSPO Credits“.</p> <p>Verabschiedung eines Plans zum Verzicht auf feste synthetische Polymere in unseren abwaschbaren Produkten und auf Nylon als Inhaltsstoff.</p>	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Stationäre Energie: -15 % Energieverbrauch*</p> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Abfall: -5 % Abfälle* Alle 16 etablierten Produktionszentren haben das Ziel „Zero Waste to Landfill“ erreicht.</p>	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter: Unternehmensweit +4 % Arbeitsunfälle gegenüber Vorjahr.</p> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Gesellschaftliches Engagement: 48 Länder haben soziale Aktivitäten durchgeführt.</p>
<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Verpackung: Einsparung von rund 20 t Verpackungsmaterial durch optimierte NIVEA In-Dusch Verpackungen.</p>	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Wasser: -6 % Wasserverbrauch* -25 % Abwasservolumen*</p>	
<p style="text-align: center; font-size: small;">* In unseren Produktionszentren pro Produktionseinheit. (Basisjahr 2014)</p>		

Organisatorische Verankerung und Ansprechpartner

Die Abteilung Corporate Sustainability ist für die Entwicklung und globale Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich und berichtet direkt an den Vorstand. Dabei arbeitet sie mit einem Netzwerk aus regionalen und funktionalen Expertenteams und Entscheidungsträgern zusammen. Diese übertragen die strategischen Vorgaben auf ihre jeweiligen Fachbereiche und passen sie an die lokalen Bedürfnisse an. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass die Zielvorgaben in allen relevanten Pro-

zessen verankert und unter Berücksichtigung lokaler Anforderungen bestmöglich umgesetzt werden.

Im Rahmen unseres unternehmensweiten „We care.“-Engagementprogramms bieten wir zudem allen Mitarbeitern die Möglichkeit, sich aktiv einzubringen. Das Ziel ist, dass jeder Mitarbeiter mit der globalen Strategie vertraut ist und weiß, welchen Beitrag er zu einer erfolgreichen Umsetzung leisten kann.



Ansprechpartner



INKEN HOLLMANN-PETERS
VICE PRESIDENT CORPORATE
COMMUNICATIONS &
SUSTAINABILITY



DORLE BAHR
HEAD OF ENVIRONMENTAL
SUSTAINABILITY & SECURITY



CHRISTIANE HÖLSCHER
GLOBAL
CSR MANAGER

Materialitätsanalyse

Wir überprüfen unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten regelmäßig im Dialog mit unseren Stakeholdern und beziehen aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen in unsere Überlegungen mit ein. Die Materialitätsanalyse nutzen wir dabei als strategisches Instrument, um die Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren, die für Beiersdorf als Unternehmen und aus Sicht unserer Stakeholder besonders relevant sind.

Kontinuierliche Weiterentwicklung unseres Nachhaltigkeitsmanagements

Im Rahmen der Entwicklung unserer „We care.“-Nachhaltigkeitsstrategie haben wir 2011 erstmals eine Materialitätsanalyse durchgeführt. Dabei haben wir ermittelt, an welchen Stellen in unserer Wertschöpfungskette unsere Aktivitäten und Produkte auf Gesellschaft und Umwelt einwirken und unser Kerngeschäft beeinflussen. Wir haben Themen und Fragestellungen identifiziert, die globale Herausforderungen reflektieren, zum langfristigen Erfolg unseres Unternehmens beitragen und unseren Stakeholdern wichtig sind. Die Erkenntnisse aus der Analyse sind in die Definition des strategischen Rahmens eingeflossen. Darüber hinaus haben wir Kennzahlen entwickelt, an denen wir uns und unsere Leistung messen können.

2014 haben wir unsere Berichterstattung auf den GRI G4-Standard umgestellt und die Ausrichtung unserer Aktivitäten im Rahmen einer zweiten Materialitätsanalyse überprüft. Durch eine umfassende Onlinebefragung interner und externer Stakeholder – aus verschiedenen Ländern und Fachbereichen –, vertiefende Interviews mit externen Nachhaltigkeitsexperten und interne Workshops, bei denen die Ergebnisse intensiv diskutiert wurden, haben wir die globalen ökologischen und sozialen Herausforderungen identifiziert, die für unser Unternehmen und unsere Stakeholder von besonderer Bedeutung sind.

Aktualisierung der Materialitätsmatrix aufgrund veränderter Einflüsse und Anforderungen

Da sich die Einflüsse auf unsere Geschäftstätigkeit und die Anforderungen unserer Stakeholder jedoch kontinuierlich verändern, haben wir in diesem Jahr unsere Materialitätsmatrix mit Blick auf unseren Einfluss auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft aktualisiert. In internen Workshops

haben wir zunächst die Einschätzungen von Kollegen aus allen Unternehmensbereichen zu den materiellen Themen zusammengetragen und diese in Bezug auf ihre Relevanz bewertet. Anschließend haben wir eine Onlinebefragung mit internationalen Kollegen und externen Stakeholdern durchgeführt und die Erkenntnisse aus den Workshops überprüft. Alle Ergebnisse sind in die Erstellung unserer aktualisierten Materialitätsmatrix eingeflossen.

Unsere Materialitätsmatrix 2017 zeigt die 17 Themen, die wir und unsere Stakeholder als materiell ansehen.

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 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 instal-

liert, 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 Geschäftsmodells 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.



„Wir haben ein starkes Compliance-Rahmenwerk bei Beiersdorf implementiert, das wir gegenwärtig um das Thema Datenschutz erweitern. 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

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.

Die sich aus dem Kartellrecht, den Gesetzen zur Korruptionsprävention und dem Datenschutzrecht ergebenden Risiken wurden als für Beiersdorf wesentlich identifiziert. Kartellrecht wurde als wesentliches Thema im Sinne des 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.

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

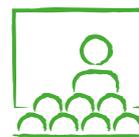
Kernelemente unserer Compliance-Programme sind neben praxisorientierten Schulungs- und Beratungsangeboten auch verschiedene Richtlinien. So enthalten die Richtlinien über den Kontakt und den Austausch von Informationen mit Wettbewerbern, die Kommunikation mit Kunden (zum Beispiel Einzelhändlern) im Zusammenhang mit Verkaufspreisen, zum Category Management sowie Dos & Don'ts klare Verhaltensregeln und Handlungsanweisungen zum kartellrechtskonformen Verhalten. Unsere Antikorruptionsrichtlinie dient als Handlungsleitfaden bei Interessenkonflikten, Einladungen oder persönlichen Zuwendungen. Unsere Datenschutzrichtlinie regelt den rechtmäßigen und vertrauenswürdigen Umgang mit personenbezogenen Daten. Derzeit liegt der Fokus des Datenschutz-Teams darauf, die organisatorischen Anforderungen der

EU-Datenschutz-Grundverordnung im Rahmen eines Datenschutzmanagementsystems zu implementieren.

Alle risikoexponierten Mitarbeiter und Führungskräfte erhalten in regelmäßigen Abständen gezielte Schulungen. Diese Schulungen werden als Präsenzs Schulung 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 2017 finden Sie in der folgenden Abbildung.

Teilnahmen an Schulungen zu den Themen Kartellrecht und Korruptionsprävention

Teilnahmequote 2017 (global)



Kartellrecht
91%



Korruptionsprävention
86%

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.



Das persönliche Engagement jedes Mitarbeiters ist von zentraler Bedeutung, um Compliance nachhaltig zu leben.

Konzernweit betreiben wir die auf BKMS®-Technologie basierende „Speak up. We care.“-Hinweisgeberplattform. Diese ist weltweit und rund um die Uhr zugänglich. In Deutschland und China setzen wir zudem jeweils 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 vertrauenswürdigen Unternehmen gerecht zu werden.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER COMPLIANCE MANAGEMENT

Menschenrechte

Einhaltung und Förderung der Menschenrechte

Wir sehen uns zur Einhaltung und Unterstützung der Menschenrechte entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette verpflichtet, wobei wir die Hauptrisiken im Hinblick auf Einhaltung der Menschenrechte in unserer vorgelagerten Lieferkette sehen.

Um die Einhaltung der Menschenrechte bei unseren Mitarbeitern und Lieferanten einzufordern und zu fördern, haben wir entsprechende verbindliche Vorgaben in unserem internen und externen Verhaltenskodex integriert. Wir tolerieren keinerlei Korruption, Zwangsarbeit, Kinderarbeit und Diskriminierung im Rahmen unserer Geschäftsbeziehungen. Ebenso ist die Einhaltung von Gesundheits- und Sicherheitsstandards und grundlegender Arbeitnehmerrechte im Blick auf Arbeitszeiten, Arbeitsentgelt, Versammlungsfreiheit und Kollektivverhandlungen elementarer Bestandteil unseres Lieferanten-Code of Conduct (CoC).

Code of Conduct – bindender Verhaltensleitfaden für Mitarbeiter

In einem internen Leitfaden – dem CoC für Mitarbeiter – haben wir unsere Werte und Verhaltensregeln für alle Führungskräfte und Mitarbeiter auf sämtlichen Ebenen und in allen

Tochtergesellschaften weltweit verbindlich festgeschrieben. 2017 haben wir mit der Überarbeitung unseres CoC für Mitarbeiter begonnen. Die Implementierung dieses Verhaltenskodex wird durch unser konzernweites Compliance Management (Seite c-12) regelmäßig überprüft. Zudem haben wir 2016 die Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmerrechte in unseren weltweiten Produktionsstätten analysiert. Dabei wurden einzelne Verbesserungspotenziale im Bereich von Überstundenregelungen und Beschwerdemechanismen identifiziert und daraufhin korrektive Maßnahmen initiiert.

Lieferanten-Code of Conduct – Grundlage für die Zusammenarbeit mit externen Partnern

Mit unserem Lieferanten-CoC unterstützen wir die Einhaltung der Menschenrechte auch jenseits unseres direkten Einflussbereichs. Die Akzeptanz des Lieferantenkodex ist Voraussetzung für eine Zusammenarbeit mit Beiersdorf. Lieferanten, die Teil des Beiersdorf Lieferantennetzwerks werden möchten, müssen sich schriftlich zur Einhaltung unserer Standards verpflichten. Durch Lieferanten-Auditierungen, die ein integraler Bestandteil unseres Responsible Sourcing-Programms (Seite c-15) sind, überprüfen wir die Einhaltung der im Kodex definierten Vorgaben.

Verantwortung in der Lieferkette

Beiersdorf betreibt 17 Produktionszentren in vier geografischen Hauptregionen – in Europa, Nord- und Südamerika, im Nahen Osten (inklusive Afrika) sowie in der Asien-Pazifik-Region. Unsere Produktionsstandorte werden von einem globalen Lieferantennetzwerk unterstützt. Es umfasst ungefähr 24.000 direkte Lieferanten in knapp 110 Ländern, die Rohstoffe und Verpackungsmaterialien sowie andere für unser Geschäft wichtige Materialien und Dienstleistungen liefern.

Verantwortungsbewusstes Handeln in der gesamten Lieferkette stärken

Wir betrachten unsere Lieferanten als eine Verlängerung unseres eigenen Produktionsnetzwerks. Ihre Aktivitäten erweitern unseren sozialen und ökologischen Fußabdruck, und die Minimierung



der damit verbundenen Auswirkungen sehen wir als unsere Verpflichtung an. Wir haben einen Verhaltenskodex für unsere Lieferanten (Lieferanten-CoC) und ein Steuerungskonzept für

unsere gesamte direkte Lieferantenbasis entwickelt, das diese bei einer verantwortungsvollen Unternehmensführung unterstützen soll.

Unser Lieferanten-CoC legt die Richtlinien für unsere Lieferkette fest und fordert die Weiterreichung entsprechender Richtlinien an Vorlieferanten. Seine Prinzipien basieren auf der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen.

Darauf aufbauend wurden vier kritische Einflussbereiche identifiziert, die im Lieferanten-CoC behandelt werden:

1. Unternehmensintegrität
2. Menschenrechte und Arbeitsstandards
3. Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
4. Umweltschutz

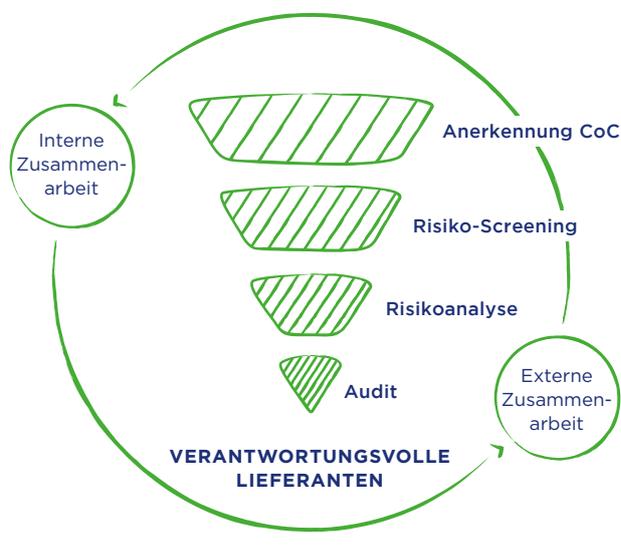
Es ist unser Ziel, durch die enge Zusammenarbeit mit unseren direkten Lieferanten und die Einbindung verschiedener interner und externer Stakeholder über Kollaborationsplattformen wie Sedex und AIM-PROGRESS unsere Nachhaltigkeitsleistungen entlang der Lieferkette zu verbessern.

Implementierungsprozess des Lieferanten-Code of Conduct*

Mit dem Implementierungsprozess des Lieferanten-CoC verfolgen wir das Ziel, das Risiko von Verstößen gegen unsere Richtlinien zu minimieren. Der Prozess umfasst vier wichtige Schritte – angefangen bei der schriftlichen Anerkennung des CoC über ein initiales Risiko-Screening gefolgt von einer umfassenden Risikoanalyse der Lieferanten bis hin zu einem Audit für Lieferanten mit hohem Risiko.

Die schriftliche Anerkennung des CoC ist ein integraler Bestandteil der Vertragsgestaltung mit unseren Lieferanten und wird über unseren Einkauf gesteuert. In 2017 konnten wir bereits circa 90% unseres Einkaufsvolumens über Partner abdecken, die sich schriftlich zur Einhaltung des Lieferantenkodex verpflichtet haben.

Implementierungsprozess des Lieferanten-CoC



Parallel zu der Unterzeichnung des Lieferanten-CoC führt das Responsible Sourcing-Team ein Risiko-Screening der gesamten rund 24.000 direkten Lieferanten durch. In dem Screening bewertet es die Lieferanten sowohl nach dem standortbezogenen Risiko**, das sich in Bezug auf die vier kritischen Einflussbereiche des Lieferantenkodex ergibt, als auch nach der Bedeutung für Beiersdorf in Bezug auf Einkaufsvolumen und Markennähe. Dabei unterscheiden wir zwischen drei verschiedenen Risikostufen (geringes, hohes und extremes Risiko). In dieses Risiko-Screening werden auch diejenigen Lieferanten einbezogen, die den CoC noch nicht anerkannt haben.

Darüber hinaus müssen Lieferanten mit hohem Risiko eine umfassende Selbstauskunft über die Sedex-Plattform abgeben, anhand derer das Responsible Sourcing-Team eine vertiefte Risikobewertung vornimmt. Auf Basis der so gewonnenen Erkenntnisse entscheidet das Responsible Sourcing-Team, ob ein anschließendes Responsible Sourcing-Audit nach dem standardisierten SMETA (Sedex Members Ethical Trading Audit)

* 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.

4-Säulen-Auditprotokoll erforderlich ist. Die Audits werden durch externe akkreditierte Auditoren im Auftrag des Lieferanten durchgeführt. Die vier Säulen der SMETA-Audits korrespondieren mit den vier Bereichen unseres Lieferanten-CoC (Unternehmensintegrität, Menschenrechte und Arbeitsstandards, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz und Umweltschutz).

Die Ergebnisse der Audits dienen als Basis für eine enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Sie zeigen konkrete Herausforderungen und Handlungsfelder auf, für die unsere Lieferanten korrektive Maßnahmenpläne erarbeiten. In Extremfällen kann es aber auch zum Ausschluss von Lieferanten kommen.

Kontinuierliche Verbesserung der Nachhaltigkeit in der Lieferkette – unser gemeinsames Engagement

Die effektive Implementierung unseres Lieferanten-CoC verstärken wir über eine branchenübergreifende Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen. Vor allem die Kollaborationsplattformen Sedex und AIM-PROGRESS helfen uns dabei, wertvolle Synergien zu erschließen.

 **ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE**

Sedex

bietet Lieferanten eine einfache und transparente Möglichkeit, Kerndaten zu ihren verantwortungsvollen Beschaffungspraktiken mit Partnern zu teilen – und zwar gleichzeitig mit mehreren Firmenkunden. Davon profitieren beide Seiten: Die Lieferanten müssen die Schlüsselindikatoren nicht mehr einzeln für jeden Kunden erstellen. Und Kunden und Lieferanten können sich gemeinsam auf konkrete Fortschritte in den offensichtlichen kritischen Nachhaltigkeitsbereichen konzentrieren.

AIM-PROGRESS

ist eine weltweite Plattforminitiative von AIM in Europa und GMA in Nordamerika, die sich mit dem Slogan „Gemeinsam mehr erreichen“ für eine enge Zusammenarbeit bei den Nachhaltigkeitsbestrebungen einsetzt. Beiersdorf nutzt die Plattform als einer von mehr als 40 weltweit führenden Fast Moving Consumer Goods (FMCG)-Herstellern und deren Lieferanten, um gemeinsam verantwortungsvolle Beschaffungspraktiken weiter voranzutreiben und so die Nachhaltigkeit der Lieferkette kontinuierlich zu erhöhen.

Nachhaltigkeitsmanagement

Nachhaltigkeitsmanagement mit System

Wir suchen kontinuierlich nach neuen Wegen, um die Nachhaltigkeitseffekte unserer Aktivitäten und Prozesse besser zu steuern. Zum Einsatz kommen dabei verschiedene Standards und Tools, zum Beispiel das interne Audit des Managementsystems, unsere Nachhaltigkeitssoftware sowie in ausgewählten Fällen Lebenszyklusanalysen zur ganzheitlichen Bewertung der Umwelteinflüsse unserer Produkte.

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

Umweltschutz und Arbeitssicherheit haben an allen unseren Standorten weltweit eine hohe Priorität. Mit einem Audit nach dem „Environmental

Protection and Safety Management Audit Scheme“, kurz ESMAS, stellen wir sicher, dass geeignete Maßnahmen zur Einhaltung unserer weltweit gültigen Umwelt- und Arbeitsschutzstandards an allen Standorten implementiert werden. Sämtliche Beiersdorf Werke haben das Audit, welches alle drei Jahre wiederholt wird, mindestens einmal durchlaufen. 2017 wurden die Beiersdorf Werke in Tres Cantos (Spanien), Santiago de Chile (Chile) und Sanand (Indien) sowie unsere deutschen Produktionsstätten in Berlin, Hamburg und Waldheim auditiert. Für 2018 sind Audits in Argentinien (Spanien), Bangkok (Thailand) und Malang (Indonesien) geplant.

Durchgeführt werden die Audits seit 2013 von einem global tätigen Zertifizierungsdienstleister.



DEUTSCHLAND
Berlin



DEUTSCHLAND
Hamburg



DEUTSCHLAND
Waldheim

2017 wurden die Beiersdorf Werke in Tres Cantos (Spanien), Santiago de Chile (Chile) und Sanand (Indien) sowie unsere deutschen Produktionsstätten in Berlin, Hamburg und Waldheim auditiert.



CHILE
Santiago de Chile



SPANIEN
Tres Cantos



INDIEN
Sanand

Er bewertet unsere Standorte nach unserem ESMAS-System, das in Anlehnung an die international anerkannten Normen ISO 14001 (International Organization for Standardization) und OHSAS 18001 (Occupational Health- and Safety Assessment Series) erstellt wurde. 2018 wird voraussichtlich die Norm OHSAS 18001 durch den internationalen Standard ISO 45001 ersetzt. Die damit verbundenen erweiterten Anforderungen haben wir bereits 2016 in die interne Checkliste für unser Auditprogramm aufgenommen. Damit berücksichtigen unsere ESMAS-Audits bereits heute die Anforderungen des fortgeschriebenen Managementsystems nach ISO 45001.

Die Ergebnisse und die Maßnahmenplanungen der Audits werden in einer Datenbank erfasst und stehen unseren Produktionszentren zur Verfügung. Diese Transparenz erleichtert den jeweiligen Standorten die Vorbereitung sowie Durchführung der Betriebsprüfungen und vereinfacht die Umsetzung gezielter Optimierungsmaßnahmen von der Planung bis zur Erfolgskontrolle.

Mit „susy“ Nachhaltigkeitskennzahlen erheben, zusammenführen und bewerten

Seit 2014 nutzen wir „susy“, unsere globale Managementsoftware, um relevante Nachhaltigkeitskennzahlen zentral zu erfassen und zu analysieren. Die Software hilft uns beispielsweise dabei, unsere CO₂-Emissionen über alle drei Scopes weltweit zusammenzuführen und zu bewerten. „susy“ ist damit ein wichtiges Instrument, um uns und unseren Stakeholdern ein möglichst präzises Bild vom gegenwärtigen Status unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten aufzuzeigen. Um die Qualität unserer Daten und die Genauigkeit unserer Hochrechnungen zu verbessern, haben wir 2017 die Datenerfassung weiter optimiert.



Die Lebenszyklusanalyse – eine ganzheitliche Betrachtung der Produkte

Wie und in welchem Ausmaß beeinflussen unsere Produkte die Umwelt – von der Rohstoffgewinnung bis hin zur Entsorgung beziehungsweise zum Recycling? Um diese Frage zu beantworten, führen wir für ausgewählte Produkte umfassende Lebenszyklusanalysen durch. In die Betrachtung fließen unter anderem Daten zu den Rohstoffen, den Herstellungs- und Transportprozessen sowie zu den Recycling- und Entsorgungsmechanismen

ein. Die generierten Daten zeigen uns die wesentlichen Optimierungspotenziale entlang des Produktlebenszyklus auf und helfen uns somit, den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte konsequent zu verringern.

Auf der Grundlage von Lebenszyklusanalysen haben wir 2015 ein Simulationswerkzeug für unsere Verpackungsentwicklung eingeführt, das insbesondere bei der ökologischen Beurteilung alternativer Verpackungsmaterialien zur Anwendung kommt.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

PRODUCTS

Mehr als 135 Jahre Erfahrung in Forschung und Entwicklung haben uns zu einem weltweit führenden Unternehmen im Bereich der Hautpflege gemacht. Diese Expertise nutzen wir zur Entwicklung innovativer, qualitativ hochwertiger Produkte, die sich konsequent an den Bedürfnissen der Konsumenten orientieren – und dabei kontinuierlich in ihrer Nachhaltigkeit verbessert werden.



Unser Engagement im Bereich Products

Bis 2020 wollen wir die Hälfte unseres weltweiten Umsatzes mit Produkten* erzielen, die im Vergleich zum Basisjahr 2011 einen verbesserten Umwelteinfluss aufweisen. Dabei suchen wir über den gesamten Produktlebenszyklus gezielt nach Einspar- und Optimierungspotenzialen – von der Auswahl der Rohstoffe und Verpackungsmaterialien über die Produktion und den Transport bis hin zur Entsorgung.

Anhand von Lebenszyklusanalysen (LZA) für einige ausgewählte Produkte haben wir festgestellt, dass die Herstellung von unseren Verpackungen und Rohstoffen im Vergleich zu anderen Prozessen einen wesentlichen Einfluss auf die mit den Produkten verbundenen CO₂-Emissionen außerhalb der Nutzungsphase hat.

Zudem definiert sich unser Einfluss auf Biodiversität und insbesondere Entwaldung hauptsächlich über die Eingangsmaterialien für unsere Roh- und Packstoffe – insbesondere Palm(kern)öl und Papier.

Die Umweltverträglichkeit unserer Produkte wird somit überwiegend von den ökologischen Parametern der Rohstoffe und der Ressourceneffizienz unserer Verpackungen beeinflusst.

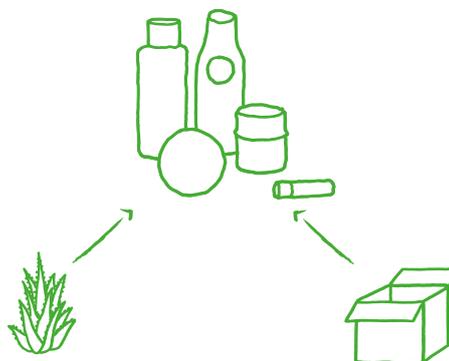
Bei der Ermittlung der Nachhaltigkeitspotenziale von unseren Produkten fokussieren wir uns daher auf die zwei Bereiche Verpackung und Rohstoffe. Für diese zentralen Stellschrauben haben wir Bewertungskriterien zur Produktnachhaltigkeit definiert:

→ Bei Verpackungen beurteilen wir neben den erzielten Verpackungsmaterialreduktionen und dem Einsatz von FSC-zertifizierten Materialien auch den Rezyklatanteil und die Nutzung von Refill-Konzepten. Alternative Packmaterialien bewerten wir durch ein vereinfachtes Tool für LZA, das wir 2015 für die Verpackungsentwicklung auf Basis von umfangreichen LZA-Projekten entwickelt und dieses Jahr weiter optimiert haben.

→ Die Bewertung der Formeln basiert auf dem Einsatz von nachhaltig zertifizierten palm(kern)öl-basierten Rohstoffen und auf dem Verzicht von Polyethylen-Partikeln in unseren Pflegeprodukten seit 2015.

Nachhaltigkeit als Schlüsselkriterium für Neuprodukte und Relaunches

Die Nachhaltigkeit unserer Produkte wird bereits zu Beginn des Innovationprozesses berücksichtigt. Um den Umwelteinfluss unserer Produktverpackungen und Formeln objektiv zu bewerten, haben wir 2014 eine „Product Sustainability Scorecard“ entwickelt. In der Scorecard werden zentrale Einflussgrößen auf Ressourceneffizienz und die Umweltauswirkungen von unseren Verpackungen und Rohstoffen durch die jeweiligen Experten erfasst. Sofern wir eine vereinfachte oder komplexe Lebenszyklusanalyse für ein Produkt durchgeführt haben, fließen deren Ergebnisse in die Scorecard mit ein.



In 2017 haben wir mindestens 23% unseres Umsatzes mit Produkten erzielt, die einen verbesserten Umwelteinfluss aufweisen.

In der Scorecard werden Produkte mit ihren Vorgängerversionen verglichen und sofern die Scorecard eine positive Bewertung gegenüber dem Vorprodukt erzielt, zählt der jährliche Umsatz dieser Produkte auf unser Produkt-Nachhaltigkeitsziel

* 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.

ein. Die Neuentwicklungen, für die es keine Vorgängerversion gibt, werden mit möglichst ähnlichen Produkten verglichen.

Damit wir unsere Produktziele für 2020 erreichen, haben wir das Thema Nachhaltigkeit 2016 und 2017 besser in allen Phasen unseres Integrierten Innovationsmanagements verankert. Seit 2017 ist der oben beschriebene Scorecard-Prozess umgesetzt. Für vorherige Innovationsprojekte wurden Produktnachhaltigkeitsbewertungen anhand der oben beschriebenen Kriterien separat durchgeführt.

In 2017 haben wir mindestens 23 % unseres Umsatzes mit Produkten erzielt, die einen verbesserten Umwelteinfluss gegenüber dem entsprechenden Produkt aus dem Jahr 2011 aufweisen. Von den 23 % entfallen etwa 17 % auf das Kriterium Verpackung und die verbleibenden circa 6 % auf das Formelkriterium, das sich aus dem Einsatz verbesserter Rohstoffe in der Formel ableitet.

Zukünftig systematische Nachhaltigkeitsbewertung von unseren Rohstoffen und Formeln

Zur zukünftigen Bewertung unserer Produktformeln haben wir bereits 2016 neue Nachhaltigkeitskriterien für unsere Rohstoffe definiert, deren Implementierung in 2018 beginnt. Diese umfassen die Erneuerbarkeit der Eingangsmaterialien, die Zertifizierung nach Nachhaltigkeitsstandards, die aquatische Toxizität und biologische Abbaubarkeit wasserlöslicher Stoffe sowie die Nachhaltigkeitsleistung des Rohstofflieferanten in der Produktion. Im Berichtsjahr haben wir auf diesen Kriterien basierend einen internen „Green Point“-Score entwickelt.

Um die Rohstoffkriterien und die „Green Points“ zu operationalisieren, startet 2018 ein IT-Projekt zur Integration der Rohstoffkriterien sowie des „Green Point“-Bewertungssystems in das IT-System des Bereichs Forschung und Entwicklung (F&E). Ziel ist es, dass unsere Labore bei der Formelentwicklung nicht nur Rahmendaten zu Preisen und Qualitäten der Rohstoffe, sondern zukünftig auch deren „Green Point“-Bewertung erhalten.

Neben der ökologischen Bewertung von Rohstoffen führen wir in einem strukturierten Prozess eine kontinuierliche Bewertung unseres Rohstoffportfolios im Hinblick auf neue wissenschaftliche

Erkenntnisse, aufkommende Regulierungen oder in der Öffentlichkeit diskutierte Rohstoffthemen durch und stellen so sicher, dass unsere qualitativ hochwertigen Produkte stets die wachsenden Anforderungen unserer Verbraucher erfüllen.

Stakeholder Involvement – Enge Kooperation mit zentralen Akteuren

Regelmäßige Berichte an die Senior Management-Teams von Marketing und F&E verstärken das Thema Nachhaltigkeit innerhalb des Unternehmens. Bei der Entwicklung von neuen Produkten und Relaunches mit einem verbesserten ökologischen Profil arbeiten Projektteams aus den Bereichen Packaging, F&E sowie Marketing eng zusammen und beziehen dabei den Bereich „Corporate Sustainability“ und strategische Lieferanten frühzeitig mit ein.

Ausblick – die Nachhaltigkeits-Roadmap für Packaging und Rohstoffe umsetzen

Im November 2017 haben wir bei einem Workshop mit zentralen Verantwortlichen aus den Abteilungen Packaging und F&E den Grundstein für eine Nachhaltigkeits-Roadmap für unsere Verpackungen und Rohstoffe gelegt. 2018 werden wir diese finalisieren und die dort gemeinsam beschlossenen Maßnahmen sukzessive umsetzen. Zudem werden wir bereits begonnene Projekte konsequent weiterverfolgen, erfolgreiche Maßnahmen intensivieren und nach neuen Optimierungspotenzialen suchen.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER PRODUCTS-ZIEL

Rohstoffe

Hochwertige Rohstoffe sind die Basis für ausgezeichnete Produktqualität und -sicherheit. Bereits für die Gewinnung und Verarbeitung unserer Rohstoffe haben wir im Rahmen unseres Responsible Sourcing-Programms hohe ökologische und soziale Standards definiert. Zudem suchen wir kontinuierlich nach neuen Wegen, um knappe Ressourcen zu schonen und die Auswirkungen unserer Produkte auf die Umwelt zu minimieren.

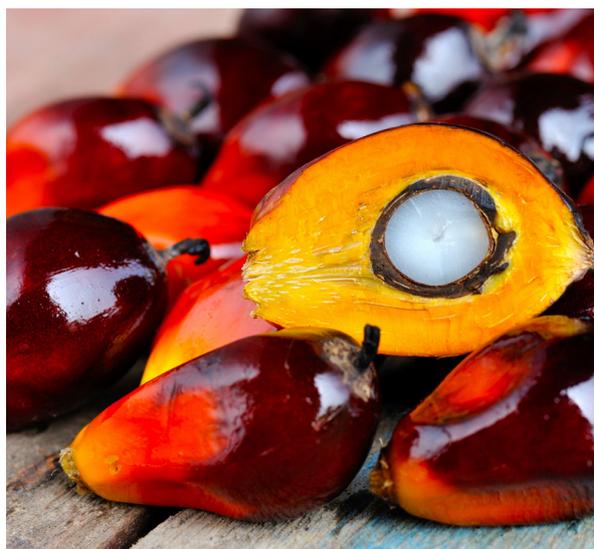
PALMÖL

Nachhaltiges Palm(kern)öl

Wir wollen sicherstellen, dass die Gewinnung von Palm(kern)öl-Rohstoffen keinen Beitrag zur Entwaldung leistet – und zudem alle unsere Anforderungen in Bezug auf Nachhaltigkeit entlang der damit verbundenen Supply Chain eingehalten werden.

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. Dabei befinden sich die meisten Nachhaltigkeitsrisiken in der vorgelagerten Lieferkette, die sich unserem direkten Einfluss entzieht. Nur durch eine möglichst genaue Kenntnis der Arbeits- und Lebensbedingungen und der Maßnahmen zum Umweltschutz rund um die Rohstoffgewinnung und -verarbeitung können wir Optimierungspotenziale identifizieren – und gemeinsam mit Lieferanten und lokalen Gemeinschaften die notwendigen Verbesserungen implementieren. Wir streben eine höchstmögliche Transparenz entlang der gesamten Lieferkette an, um Verantwortung für die Herkunft unserer Rohstoffe übernehmen zu können.

Wir beziehen Palm(kern)öl nicht direkt, sondern setzen dessen Derivate ein. Unser jährlicher Bedarf liegt bei rund 28.000t – das entspricht 0,04%* der jährlichen Produktionsmenge an Palm(kern)öl weltweit. Bis 2020 haben wir uns ein ambitioniertes Ziel gesteckt: Wir wollen in allen Beiersdorf Produkten ausschließlich Palm(kern)öl



aus nachhaltigen Quellen einsetzen. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir unsere „Palm Sustainability Roadmap“ überarbeitet. Dabei fokussieren wir unsere künftigen Aktivitäten auf mehrere zentrale, strategische Ansatzpunkte, die wir kontinuierlich auf ihre Wirksamkeit überprüfen.

- 1. Verpflichtung der Lieferanten zur Einhaltung unseres Lieferantenkodex:** Unsere Lieferanten verpflichten sich im Rahmen unseres „Responsible Sourcing Program“ dazu, alle geforderten ökologischen und sozialen Standards unseres Lieferantenkodex einzuhalten. Die Übereinstimmung mit unseren Standards ist Voraussetzung, um Teil des Beiersdorf Lieferantennetzwerkes zu werden.
- 2. Unabhängige, anerkannte Zertifizierung:** Seit 2011 orientieren wir uns bei der Beschaffung von Palm(kern)öl an dem „RSPO Supply Chain Certification Standard“. Unser Ziel ist es, bis 2020 alle palm(kern)öl-basierten Inhaltsstoffe in unseren Produkten auf nach dem RSPO-Standard physisch zertifizierte Rohstoffe umzustellen. Dabei haben wir bereits einige Meilensteine erreicht – ein Beleg für unser kontinuierliches Engagement in den letzten Jahren.



RSPO 4-0125-10-000-00

* Landwirtschaftsministerium der Vereinigten Staaten 2017

Seit der ersten Lieferung von zertifiziertem Palm(kern)öl im Jahr 2015 haben wir den Anteil an massenbilanziertem Palm(kern)öl stetig ausgebaut. 2017 konnten wir insgesamt 54 % unseres Rohstoffbedarfs über massenbilanziertes Palm(kern)öl abdecken. Bis zu einer kompletten Umstellung gleichen wir den verbleibenden Anteil über „RSPO Credits“ („Book and Claim“-Zertifikate) aus.

Im Juni 2017 wurden das Beiersdorf Headquarter und ausgewählte Produktionszentren in den Regionen Amerika und Asien-Pazifik erfolgreich einem Überwachungsaudit nach dem „RSPO Multi-Site Supply Chain Certification Standard“ (SCCS) unterzogen. Durch die weltweite Implementierung des SCCS-Systems können wir unsere globalen Aktivitäten noch besser im Blick auf eine nachhaltige Palm(kern)öl-Lieferkette koordinieren und so den Übergang zu nachhaltigen und zertifizierten Quellen bei der Rohstoffbeschaffung vorantreiben.

3. Lieferkettentransparenz: Transparenz ist der erste Schritt für mehr Verantwortung und ein wirkungsvolles Engagement vor Ort – die Grundlage für eine nachhaltige Palmöl-Lieferkette. 2016 haben wir gemeinsam mit ausgewählten Lieferanten zusammengearbeitet, um den Implementierungsstand der zusätzlichen Nachhaltigkeitskriterien des FONAP (Forum Nachhaltiges Palmöl) zu untersuchen. Dabei sind wir zu dem Ergebnis gekommen, dass eine wirkungsvolle Implementierung dieser Kriterien nur im Zusammenspiel mit einer verbesserten Transparenz entlang der Lieferkette unserer Rohstofflieferanten möglich ist. Erst diese Transparenz ermöglicht es uns, zeitnah auf neu entstehende Herausforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit zu reagieren. Deshalb wollen wir durch eine enge Kooperation mit unseren Lieferanten sicherstellen, dass wir die von uns eingesetzten Rohstoffe bis zu ihrer Quelle zurückverfolgen können, und haben ein Projekt zur Rückverfolgung unserer palm(kern)öl-basierten Rohstoffe initiiert.

4. Transformation vor Ort: Wir sind der festen Überzeugung, dass der nachhaltige Anbau ölhaltiger Palmen langfristig dazu beiträgt, das



Unterschiedliche Ansätze für die Beschaffung von zertifiziert nachhaltigem Palm(kern)öl nach den Vorgaben des „RSPO Supply Chain Certification Standard“

„Book and Claim“

beschreibt den Online-Handel mit Volumen-Zertifikaten. Für jede Tonne eingesetztes Palm(kern)öl wird virtuell ein Zertifikat erworben – und zwar von einem Hersteller, der nachweislich eine Tonne nachhaltiges Palm(kern)öl produziert hat. Durch diesen Volumenausgleich lässt sich der Einsatz von zertifizierten Rohstoffen von der Plantage über die Mühle bis zum fertigen Produkt sicherstellen, und zwar unabhängig von der realen physikalischen Lieferkette.

„Mass Balance“ (MB)

bedeutet die kontrollierte Vermischung von nachhaltig zertifiziertem und konventionellem Palm(kern)öl über alle Ebenen der Lieferkette.

„Segregated“ (SG)

schreibt die komplette und vollständige Trennung zwischen zertifiziertem, nachhaltigem und konventionell erzeugtem Palm(kern)öl vor. Das Endprodukt enthält damit zu 100 % nachhaltig produziertes Palm(kern)öl.

„Identity Preserved“ (IP)

verlangt eine strikte Trennung zwischen den zertifizierten Palm(kern)ölen aus verschiedenen Plantagen. Die Herkunft des Palm(kern)öls im Endprodukt lässt sich so eindeutig bis zur einzelnen, konkreten Plantage zurückverfolgen.

Wohlbefinden lokaler Gemeinschaften zu verbessern. Daher suchen wir gezielt nach Möglichkeiten, um die Lebensbedingungen entlang unserer Lieferkette positiv zu beeinflussen. Die Erkenntnisse aus unserem Lieferketten-Rückverfolgbarkeitsprojekt sollen uns dabei unterstützen, Ansatzpunkte mit hohem Verbesserungspotenzial zu identifizieren. Bei der Auswahl und Umsetzung der Projekte stehen die lokalen Bedürfnisse und die spezifischen Fragestellungen in den Beschaffungsregionen im Vordergrund. Beginnend ab 2018 unterstützen wir Palmöl-Kleinbauern in der nachhaltigen Bewirtschaftung ihrer Plantagen.

uns dazu, transparent über die Entwicklungen und Fortschritte zu berichten, die wir bei der Umsetzung unserer „Palm Sustainability Roadmap“ im Blick auf unser Nachhaltigkeitsziel für 2020 erreichen.

Weiterführende Informationen zu unserem Engagement finden Sie auf der RSPO-Webseite unter unserer Mitgliedsseite und unter FONAP.



WWW.FORUMPALMOEL.ORG



WWW.RSPO.ORG

5. Externes Stakeholder Engagement: Unsere Teilnahme an den RSPO- und FONAP-Initiativen ist ein wichtiger Baustein, mit dem wir unsere „Palm Sustainability Roadmap“ voranbringen. Die RSPO-Prinzipien definieren dabei einen verantwortungsvollen Mindeststandard, während sich FONAP mit weiterführenden Zertifizierungskriterien noch stärker für die Belange von Umwelt und lokalen Gemeinschaften einsetzt. Als FONAP-Mitglied fordern wir ein eindeutiges und vollständiges Verbot von Plantagen auf Torfböden, ein Verbot von hochgefährlichen Pestiziden sowie strenge Reduktionsziele für Treibhausgasemissionen. Wichtig ist zudem, dass auch nicht zertifizierte Rohware („Fresh Fruit Bunches“), die von zertifizierten Palmölmühlen verarbeitet wird, ausschließlich aus legalem Anbau stammt. Als Teil unseres Engagements verpflichten wir

Unser nachhaltiges Palm(kern)öl-Commitment



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

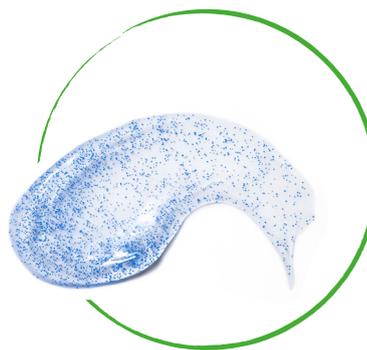
MIKROPLASTIK

Pflegeprodukte ohne Mikroplastik

Wir forschen kontinuierlich an innovativen Produktformeln, die unsere hohen Ansprüche an Qualität und Nachhaltigkeit erfüllen. Deshalb haben wir bereits 2015 die Polyethylen-Partikel in allen unseren Pflegeprodukten weltweit durch umweltfreundliche Alternativen ersetzt. Darüber hinaus haben wir unser Engagement auf weitere Inhaltsstoffe ausgedehnt und wollen ab 2020 unter anderem auch vollständig auf andere feste synthetische Polymere in unseren abwaschbaren Produkten verzichten.

Mikroplastik-Partikel sind kleine, feste Kunststoffteilchen mit einem Durchmesser unter 5 mm, die nicht wasserlöslich und nicht biologisch abbaubar sind (gemäß Definition der UNEP, dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen). Diese Kunststoffpartikel gelten hinsichtlich ihres Vorkommens in den Weltmeeren als potenziell problematisch. Das Mikroplastik im Meer stammt aus unterschiedlichen Quellen. Hauptsächlich entstehen die kleinen Partikel durch den Zerfall größerer Plastikteile, die als Müll in die Weltmeere gelangen und durch Wettereinwirkungen und Erosion zersetzt werden. Als weitere Quellen gelten beispielsweise Fasern aus synthetischer Kleidung sowie kleinere Plastikpartikel aus den Verbraucherprodukten des täglichen Bedarfs.

Unser Anspruch ist es seit jeher, qualitativ herausragende Produkte zu entwickeln, die gleichzeitig die hohen ökologischen Ansprüche von Beiersdorf, unserer Konsumenten und anderer Stakeholder erfüllen. Deshalb haben wir vor dem Hintergrund der Diskussion um Mikroplastik schon früh Handlungsbedarf gesehen und uns bereits 2013 entschieden, die Polyethylen-Partikel in den Körperpflegeprodukten aller unserer Marken präventiv durch umweltfreundliche Alternativen zu ersetzen. Dieses Zwischenziel haben wir 2015 erreicht. Wir haben alle entsprechenden Formeln umgestellt und die Partikel überwiegend durch mikrokristalline Cellulosepartikel sowie Mischungen aus mikrokristalliner Cellulose, Siliciumdioxidpartikeln oder Rizinuswachs ersetzt. Cellulose zählt zu den häufigsten natürlichen organischen Verbindungen – der nachwachsende und biologisch abbaubare Rohstoff kommt beispielsweise in Pflanzenfasern vor. Siliciumdioxid ist eine nahezu allgegenwärtige natürliche chemische Verbindung, aus der zum



Für 2020 haben wir uns zwei weitere ambitionierte Ziele gesetzt:

- *Aus unseren abwaschbaren Produkten wollen wir feste synthetische Polymere vollständig ausformulieren.*
- *Zusätzlich werden wir auch auf Nylon als Inhaltsstoff komplett verzichten.*

Beispiel Quarzsand besteht. Und Rizinuswachs ist ein natürlicher und biologisch abbaubarer Rohstoff mit einer harten wachsähnlichen Konsistenz, der aus den ölhaltigen Samen des Wunderbaums gewonnen wird. Die neu entwickelten Ersatzpartikel besitzen den gleichen Peeling-Effekt wie ihre Vorgänger und sind dabei ebenso schonend und hautfreundlich. Darüber hinaus sind sie besonders umweltverträglich und tragen so zur Entlastung der Meere bei.

Für 2020 haben wir uns zwei weitere ambitionierte Ziele gesteckt: Wir wollen auch andere feste synthetische Polymere präventiv und vollständig aus unseren abwaschbaren Produkten ausformulieren. Die Polymere werden bislang unter anderem als Trübungsmittel eingesetzt und sind beispielsweise für die Farbe der Produktformeln verantwortlich. Zudem werden wir auch auf Nylon als Inhaltsstoff in allen unseren Produkten komplett verzichten.

Um beides bis 2020 zu erreichen, arbeiten wir derzeit intensiv an entsprechenden umweltfreundlichen Alternativen für unsere Produktformeln.



**ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE
ROHSTOFFE**

Verpackung

Unsere Verpackungen müssen nicht nur optisch attraktiv wirken und dabei individuelle produktspezifische Sicherheitsanforderungen erfüllen, sondern auch im Hinblick auf ihre Umweltverträglichkeit überzeugen. Deshalb arbeiten wir kontinuierlich daran, unsere Verpackungen nach den Nachhaltigkeitsprinzipien „vermeiden, reduzieren, wiederverwenden und recyceln“ zu optimieren. Wir suchen in der Verpackungsentwicklung auf allen Ebenen konsequent nach Optimierungspotenzialen und entwickeln gezielt alternative Verpackungslösungen, die Umwelt und Ressourcen schonen und die gestiegenen ökologischen Ansprüche berücksichtigen.

Rund 20 Tonnen Materialeinsparungen – optimierte Verpackung für NIVEA In-Dusch Produkte

Jedes Gramm zählt. Um den Materialeinsatz bei unseren Verpackungen zu minimieren, haben wir die NIVEA In-Dusch Verpackung optimiert und Anfang 2017 neue, leichtere Verpackungen eingeführt. Durch die Verringerung der Wandstärke konnte das Gewicht der 400-ml-Packung um 2g reduziert werden. Eine kleine Veränderung

mit großem ökologischen Gewicht: 2017 konnten wir so rund 20t Verpackungsmaterial einsparen.

Weniger Abfall, weniger Aufwand – vorgeschchnittene Aluminiumbleche für NIVEA-Dosen

Bislang wurden unsere runden NIVEA-Cremedosen mit einem Fassungsvermögen von 400 ml aus rechteckigen Aluminiumblechen ausgestanzt. Um die Abfallmenge, die bei der Herstellung der Dosen anfällt, zu minimieren, beziehen wir seit Ende 2017 vorgeschchnittene Bleche von unserem Lieferanten. Durch den passgenaueren Zuschnitt fällt beim Ausstanzen weniger Abfall an, so dass wir pro Blech 54 g Aluminium einsparen. Das senkt den Materialeinsatz für unsere NIVEA-Dosen insgesamt um rund 14t Aluminium pro Jahr. Und da die Bleche bereits beim Lieferanten zugeschnitten werden, reduzieren sich zudem das Gewicht und damit die transportbedingten Aufwände, die mit der Anlieferung der Bleche und der Entsorgung der Reste verbunden sind. Unser Lieferant kann den Abfall, der durch den Beschnitt bei ihm anfällt, direkt wieder in den Produktionsprozess einspeisen und besser wiederverwerten.



Umweltfreundliche Lösung – Umstellung auf wasserbasierten Außenlack

Kein Unterschied bei der Qualität, aber ein Unterschied für die Umwelt: Seit April 2017 haben wir in Zusammenarbeit mit einem unserer Lieferanten alle Aerosoldosen, die wir für unsere NIVEA Hair Stylingprodukte nutzen, von lösemittelhaltigem auf wasserbasierten Außenlack umgestellt. Dabei werden die bei herkömmlichen Lacksystemen üblichen Lösemittel gegen Wasser ausgetauscht. Durch den neuen, umweltfreundlichen Außenlack sinkt der Lösemittelseinsatz in der Produktion um 40% bis 45%. Nach der Umstellung wurden zwischen April und Oktober 2017 etwa 21 Millionen Aerosoldosen mit dem wasserbasierten Außenlack produziert. Auf diese Weise konnten circa 4t Lösemittel eingespart werden. Zugleich reduziert sich die CO₂-Belastung deutlich, denn sowohl die Temperatur als auch die Zeit für die Trocknung sind verringert. Derzeit prüfen wir die Umstellung weiterer Dosen auf wasserbasierten Lack, um den Einsatz von Lösemitteln konsequent weiter zu senken.

Richtlinie für nachhaltige, papierbasierte Verpackungen

Teile unserer Produktverpackungen werden aus Papier- und Pappmaterial hergestellt. Um die Nachhaltigkeit unserer Verpackungen zu verbessern, suchen wir kontinuierlich nach Optimierungspotenzialen bei der Materialauswahl oder der Verpackungsentwicklung. 2017 haben wir die „Sustainable Paper Packaging Guideline“ – eine Richtlinie für nachhaltige, papierbasierte Verpackungen – entwickelt, die für alle papierbasierten Produkte innerhalb von Beiersdorf gilt. Ziel ist es, bis 2020 weltweit auf nachhaltige Papier- und Pappmaterialien umzustellen.



„Wir wollen den Einsatz von Ressourcen und Materialien auf allen Ebenen optimieren, unabhängig davon, ob es sich um Packstoffe, Energieverbrauch oder CO₂-Emissionen handelt.“

MICHAEL BECKER
HEAD OF GLOBAL PACKAGING R&D

Nachhaltige strategische Implementierung und fokussierte Initiativen

Das Thema Nachhaltigkeit besitzt für uns eine hohe Priorität und ist tief im Bereich Verpackung verankert. Unser Ziel: Wir wollen den Einsatz von Ressourcen und Materialien auf allen Ebenen optimieren, unabhängig davon, ob es sich um Packstoffe, Energieverbrauch oder CO₂-Emissionen handelt. Dazu haben wir langfristige strategische Maßnahmen definiert, die wir konsequent über eine Nachhaltigkeits-Roadmap umsetzen. Hierzu zählen beispielsweise neue, verbesserte Prozesse, die Optimierung der bestehenden Verpackungslösungen oder die Suche nach umweltfreundlicheren Verpackungsalternativen.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE VERPACKUNGEN

Sichere und verträgliche Produkte

Die Sicherheit unserer Produkte und ihre unbedenkliche Nutzung sind für uns maßgeblich. Wir gewährleisten sie durch die Einhaltung strikter gesetzlicher Vorgaben und eigener Leitlinien und Vorgaben zur Sicherstellung unseres hohen Qualitätsanspruchs.

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

Sicherheitsbewertung aller Rohstoffe und Formeln

Um diesem Qualitätsanspruch gerecht zu werden, beschäftigen wir ein Team von erfahrenen und hoch qualifizierten Sicherheitsbewertern. Dieses arbeitet eng mit angrenzenden Fachfunktionen, beispielsweise in Forschung, Produktentwicklung und Packmittelentwicklung, zusammen und bewertet jeden unserer eingesetzten Rohstoffe und jede von uns entwickelte oder zugekaufte Formel in Bezug auf ihre Sicherheit und Verträglichkeit für den Verbraucher. Dabei beziehen wir auch unsere externen Dienstleister, beispielsweise Parfum- und andere Rohstoffhersteller, mit ein, zum Beispiel indem wir uns die Einhaltung besonderer, über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinausgehender Anforderungen von diesen zertifizieren lassen.

Nur wenn Rohstoffe oder Formeln durch einen unserer Sicherheitsbewerter freigegeben werden, erfüllen sie die gesetzlichen Anforderungen und dürfen zukünftig in einem unserer Produkte eingesetzt werden. Da die Sicherheitsbewertung kosmetischer Produkte besonders auf Erfahrung, Know-how und dem wissenschaftlichen Austausch, zum Beispiel zu neuen Erkenntnissen beruht, ist es uns wichtig, das sich unsere Sicherheitsbewerter auf internationalen Kongressen, in Arbeitsgruppen und Expertenteams und gegebenenfalls auch in speziellen Fachtrainings international austauschen und fortbilden.

Weltweit hohe Vorgaben und Sicherheitsanforderungen

Bei der Sicherheitsbewertung von Rohstoffen, Formeln und Produkten unterscheiden wir nicht nach Region oder Standort, sondern arbeiten nach dem Prinzip der globalen Sicherheitsbewertung. Weltweit wenden wir die gleichen Maßstäbe an und geben nur Produkte und Rohstoffe frei, die unseren hohen Sicherheitsanforderungen gemäß der „Beiersdorf Product Safety Policy“ entsprechen.

Von besonderer Bedeutung sind für uns dabei die Vorgaben der EU-Kosmetik-Verordnung 1223/2009 und die Leitlinien zur Bewertung der Sicherheit kosmetischer Produkte des Wissenschaftlichen Ausschusses „Verbrauchersicherheit“. Die EU-Kosmetik-Verordnung regelt einerseits die Anforderungen an die Sicherheit eines Produktes. Andererseits definiert sie auch Anforderungen zur korrekten Kennzeichnung von Produkten und zur Bereitstellung von Informationen, um einen sicheren Transport und Umgang mit den Produkten zu gewährleisten.



„Die Sicherheit unserer Produkte und ihre unbedenkliche Nutzung sind für uns maßgeblich. Wir gewährleisten sie durch die Einhaltung strikter gesetzlicher Vorgaben und eigener Leitlinien und Vorgaben zur Sicherstellung unseres hohen Qualitätsanspruchs.“

DR. CHRISTOPHER MUMMERT
MANAGER QM INNOVATION

Aufgrund der sich kontinuierlich verändernden rechtlichen globalen Anforderungen zur Produktsicherheit besteht ein relativ hohes Risiko, gegen aktuelle Regulierungen zu verstoßen. Da im Falle einer Nichtkonformität auch öffentlichkeitswirksame Korrekturmaßnahmen erforderlich sein können, ergibt sich zudem ein wesentliches Reputationsrisiko. Um diese Risiken zu minimieren, arbeitet unser zentrales Regulatory Affairs-Team mit einem globalen Netzwerk aus Regulatory Affairs Officers zusammen, die die regulatorischen Anforderungen und deren Änderungen in den jeweiligen Ländern verfolgen.

Um sichere Produkte mit hoher Zuverlässigkeit zu entwickeln und zu produzieren, wird bereits im Projektverlauf sichergestellt, dass diese Anforderungen für die jeweiligen Vertriebsländer erfüllt werden.

Kontinuierliche Überprüfung der Produkte

Auch nach der Vermarktung eines neuen Produktes beobachten unsere Sicherheitsbewerter dieses genau. Denn je nach Verbraucher erfahren unsere Produkte eine unterschiedliche Lebensdauer und Anwendung, eventuell sogar über mehrere Jahre hinweg.

Über unser globales Netzwerk an Qualitätsmanagern sammeln wir kontinuierlich Informationen zu möglichen Reklamationen und unerwünschten (Haut-)Reaktionen. Dadurch können wir einerseits im Falle einer Unverträglichkeit sofort reagieren. Andererseits können wir diese Erkenntnisse im Rahmen neuer Entwicklungen oder Formeländerungen gezielt verwenden, um geeignete Anpassungen an Produkten vorzunehmen und somit unseren Anspruch an Verträglichkeit und Sicherheit unserer Produkte weiter zu optimieren.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSERE FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Sicherheitsbewertung eines Kosmetikums im Detail

Bei der Durchführung einer Sicherheitsbewertung unterscheiden wir zwischen dem Rohstoff, der kosmetischen Formel und dem Packmittel.

Der Rohstoff

Am Anfang unserer Arbeit stehen die kosmetischen Rohstoffe. Damit wir sie anwenden können, müssen sie durch das Chemikalienrecht, in Europa beispielsweise die REACH-Verordnung, und für die Verwendung in kosmetischen Produkten, beispielsweise CTFA (Cosmetics, Toiletries and Fragrance Association), freigegeben sein. Unsere Wissenschaftler bewerten sie anschließend anhand von Analyseergebnissen, beispielsweise zu Reinheit und Rückständen, und Verträglichkeitsdaten in Bezug auf Toxikologie und Hautverträglichkeit. Auch hier orientieren wir uns an international anerkannten Standards und Vorgaben, wie zum Beispiel den SCCS (Scientific Committee on Consumer Safety) „Notes of Guidance“. Auf dieser Basis legen wir dann den Produkteinsatz, das heißt Produkttyp und Einsatzmenge, fest.

All diese Informationen können unsere Produktentwickler in einem zentralen System abrufen und im Rahmen der festgelegten Grenzen für die Entwicklung neuer Produktformeln verwenden.

Produktsicherheit - vom Rohstoff zum fertigen Produkt



Die kosmetische Formel

Über die Sicherheitsbewertung überprüfen wir das Zusammenspiel der Rohstoffe in den Formeln und stellen die Verträglichkeit der Gesamtformel sicher. Dazu sind verschiedene Testverfahren notwendig.

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 einen essenziellen Schritt Richtung Produktionsstart gegangen.

Ein weiterer äußerst wichtiger Aspekt der Sicherheitsbewertung ist außerdem die mikrobiologische Stabilität der kosmetischen Formeln. Sowohl bei der Herstellung als auch bei der Verwendung sind kosmetische Produkte immer wieder dem Einfluss von Mikroorganismen, beispielsweise Bakterien und Pilzen, ausgesetzt. Wachsen diese im kosmetischen Produkt heran, so können sie dieses verderben und den Verbraucher gefährden. Deshalb überprüfen wir zum Beispiel alle Formeln mithilfe des mikrobiologischen Belastungstests auf ihre mikrobiologische Belastbarkeit. Dadurch können wir nachweisen, dass die kosmetische Formel in der Lage ist, den Eintrag von Mikroorganismen zu verhindern beziehungsweise eingetragene Keime komplett zu unterdrücken. Zudem testen wir mit dem sogenannten Bioburden-Test unsere Produkte während des Herstellungsprozesses auf eine mögliche Verkeimung.

Nur wenn unsere Produkte alle Tests zu unserer vollsten Zufriedenheit bestehen, ist der Weg zum Verbraucher frei.



In verschiedenen Probandenstudien prüfen wir die Verträglichkeit neuer Formeln in Zusammenarbeit mit dem Testcenter der Beiersdorf AG.

Das Packmittel

Die Sicherheitsbewertung bei der Entwicklung neuer Produkte beinhaltet neben den Rohstoffen und den kosmetischen Formeln auch die Überprüfung der Packmittel. Um zu verhindern, dass von diesen Gefahren für den Verbraucher ausgehen, setzen wir sie gemeinsam mit den Formeln verschiedenen Temperatur- und Lagerbedingungen aus und untersuchen ihre Reaktion. Dadurch verhindern wir, dass unerwünschte Komponenten aus den Packmitteln in die Formel übergehen oder es zu anderen Qualitätseinbußen von Formel oder Packmittel im Laufe der Lebensdauer unserer Produkte kommt.

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

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

PRODUCTS – FACT SHEET 2017



Unsere Erfolge

- ✓ 54% Umstellung auf massenbilanziertes Palm(kern)öl und entsprechende Derivate. Abdeckung der verbleibenden 46% durch „RSPO Credits“.
- ✓ Durchführung von RSPO-Überwachungsaudits zur Aufrechterhaltung der RSPO „Supply Chain Certification Standard“-Zertifizierung.
- ✓ Verabschiedung eines Plans zum Verzicht auf feste synthetische Polymere in unseren abwaschbaren Produkten und auf Nylon als Inhaltsstoff.
- ✓ Einsparung von rund 20t Verpackungsmaterial durch optimierte NIVEA In-Dusch Verpackungen.
- ✓ Durchführung von Workshops mit den Bereichen Packaging und Forschung und Entwicklung (F&E) für die Entwicklung einer Nachhaltigkeits-Roadmap für unsere Verpackungen und Rohstoffe.



Unsere nächsten Schritte

- Durchführung eines Projektes zur Rückverfolgung unserer palm-(kern)öl-basierten Rohstoffe und Unterstützung von Palmöl-Kleinbauern in der nachhaltigen Bewirtschaftung ihrer Plantagen.
- Erarbeitung von Zielen und einer Nachhaltigkeits-Roadmap für unsere Verpackungen und Rohstoffe zur Reduzierung der CO₂-Emissionen (Scope 3).
- Start des IT-Projektes zur Integration der Nachhaltigkeitskriterien für Rohstoffe sowie des „Green Point“-Bewertungssystems in das IT-System des Bereichs F&E.

PLANET

Energie reduzieren, Wasser sparen, Abfall vermeiden und dem Klimawandel entgegenwirken – als global agierendes Unternehmen suchen wir auf allen Ebenen gezielt nach Lösungen, um unsere Verantwortung wahrzunehmen und den ökologischen Herausforderungen unserer Zeit zu begegnen.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER ENGAGEMENT
IM BEREICH PLANET

Unser Engagement im Bereich Planet

Im Rahmen unserer unternehmerischen Verantwortung suchen wir kontinuierlich nach Möglichkeiten, um unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren, knappe Ressourcen zu schonen und die globale Erwärmung zu verlangsamen. Deshalb haben wir 2017 neue Klimaziele in Anlehnung an die Empfehlungen, Ambitionen und Prozesse der „Science Based Targets“-Initiative verabschiedet. Die Initiative unterstützt Firmen und Organisationen mit wissenschaftlich fundierten Daten und Berechnungen bei der Entwicklung eigener Klimaziele. Sie orientiert sich dabei an den Empfehlungen der UN-Klimakonferenz in Paris 2015 sowie an den Maßnahmen, die Wissenschaftler als notwendig erachten, um die Klimaerwärmung auf höchstens zwei Grad Celsius zu beschränken.

Neue ambitionierte Klimaziele*

Wir streben an, die energiebezogenen CO₂-Emissionen (Scope 1 und 2) pro hergestelltem Produkt bis 2025 um 70% zu senken, im Vergleich zum Basisjahr 2014. Zu den wichtigsten Hebeln bei den energiebezogenen Emissionen zählen Energieeffizienzmaßnahmen in unseren Produktionszentren

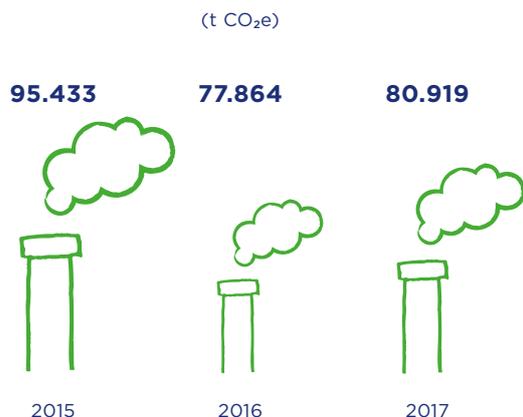
sowie die Umstellung aller Standorte weltweit auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen bis 2020. Bereits in diesem Jahr sind wir unseren Zielen ein gutes Stück näher gekommen: Wir konnten die CO₂-Emissionen pro hergestelltem Produkt im Vergleich zu 2014 um 27% senken. Darüber hinaus stammten bereits in diesem Jahr insgesamt 45% des weltweiten Strombezugs aus regenerativen Energiequellen.

Wir erheben bereits eigene Daten für die indirekten CO₂-Emissionen von Geschäftsreisen, Produkttransport und Fertigwarenlieferanten. Diese Kategorien stellen einen Anteil von circa 13% unserer Scope-3-Emissionen dar. Zudem haben wir die Bereiche Verpackungen und Rohstoffe als wesentliche Scope-3-Kategorien identifiziert. Die CO₂-Emissionen aus diesen Bereichen sind daher auch in unserem neuen Klimaziel berücksichtigt. Wir planen, messbare Zielgrößen sowie Maßnahmen für unsere CO₂-Emissionen aus Verpackungen und Rohstoffen in 2018 zu entwickeln und im Rahmen einer Roadmap sukzessive umsetzen. Zudem werden wir 2018 Maßnahmenpläne für Geschäftsreisen, Produkttransport und Fertigwarenlieferanten entwickeln.



* Bei unserem Klimaziel 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.

CO₂-Emissionen Scope 1 und Scope 2



CO₂-Emissionen weltweit erfassen, konsolidieren und analysieren

Detaillierte Daten zu den CO₂-Emissionen über alle drei Scopes sind elementar, um den Status quo zu erkennen, die Wirksamkeit unserer Maßnahmen zu überprüfen und neue Einsparpotenziale zu identifizieren.

Mit unserer Nachhaltigkeitsmanagement-Software „susy“ können wir ausgewählte CO₂-Emissionen über alle drei Scopes hinweg weltweit erfassen, zusammenführen und analysieren. In die Berechnungen fließen neben den direkten Emissionen durch die Verbrennung von Gas oder Heizöl auch die indirekten Emissionen ein, die wir durch den Bezug von Strom, Wärme oder Dampf verursachen.

Unsere Produktionsstandorte decken wir vollständig über die Datenerfassung ab. Für Bürostandorte, für die uns keine Daten vorliegen, werden die Scope-1- und Scope-2-Emissionen auf Basis von Büroflächen (Gebäude) und Mitarbeiterzahlen (Fuhrpark) hochgerechnet.

Auch lieferkettenbedingte Treibhausgasemissionen, etwa durch Herstellung und Transport von Fertigwaren sowie durch Dienstreisen, werden im Rahmen der Berechnungen berücksichtigt und teilweise hochgerechnet.

Die energiebezogenen direkten und indirekten CO₂-Emissionen wurden nach den Vorgaben des Greenhouse Gas (GHG) Protocol berechnet – und zwar anhand der Emissionsdaten des

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) und der Internationalen Energieagentur (IEA). Als Datenbasis und Kalkulationsgrundlage dienen unter anderem Energieverbrauchsdaten und die Rechnungen der Energielieferanten. Der gewählte Konsolidierungsansatz für die Emissionsberechnung ist die operative Steuerung.

Zur Darstellung unserer CO₂-Emissionen aus eingekaufter Energie nutzen wir das „dual reporting“. Damit berücksichtigen wir sowohl die nationalen, von der IEA veröffentlichten Emissionsfaktoren („location-based method“) als auch die lieferantenspezifischen Emissionsfaktoren („market-based method“) für bestimmte Standorte. So wird der Beitrag von Strom aus erneuerbaren Energiequellen zur Erreichung unserer Klimaziele mess- und sichtbar. Die Reduzierung von CO₂-Emissionen durch CO₂-Kompensation ist nicht Bestandteil unserer Strategie.

Bereits für das Jahr 2014 haben wir die Lieferkettenemissionen auf Basis eines Input-Output-Modells ermittelt und die wichtigsten Kategorien unserer Scope-3-Emissionen identifiziert. Diese Analyse haben wir für das Geschäftsjahr 2016 wiederholt.

Die CO₂-Emissionen, die durch den Transport unserer Produkte zu unseren Kunden entstehen, wurden für die Regionen Europa, Nord- und Südamerika, im Nahen Osten (inklusive Afrika) sowie in der Asien-Pazifik-Region mithilfe des EcoTransIT-Tools nach den Vorgaben der europäischen Norm DIN EN 16258 kalkuliert. Die Berechnung der CO₂-Emissionen durch Geschäftsreisen erfolgte nach den Vorgaben des britischen Umweltministeriums (Defra) und des GHG Protocol. Als Grundlage dienten Daten aus dem unternehmenseigenen Erfassungssystem für Geschäftsreisen sowie für einige Länder die Green Reports von AirPlus. Zur Kalkulation der Emissionen nutzt AirPlus den Emissionsrechner der gemeinnützigen Klimaschutzorganisation atmosfair, dessen Berechnungsmethoden internationalen Standards (VDR, Defra, VFU und ICAO) folgen.

Strukturiertes Energiemanagement

An allen deutschen Produktionsstandorten ist ein ISO-50001-zertifiziertes Energiemanagementsystem implementiert. Zudem haben wir Minimalanforderungen im Hinblick auf Energiemanagement in einer „Standard Operation Procedure“ (SOP) definiert, die wir 2017 verbindlich eingeführt haben

und die unter anderem die systematische Analyse sowie Umsetzung von Optimierungspotenzialen behandelt. Ebenso wird in dieser SOP gefordert, dass in jedem Neubau- oder Erweiterungsprojekt für unser Produktionsnetzwerk Energieeffizienzmaßnahmen berücksichtigt und bereits in die Planung eingebracht werden. Die Nachverfolgung des Implementierungsstatus dieser SOP wurde initiiert und wird kontinuierlich im Rahmen unserer ESMAS-Audits fortgeführt.

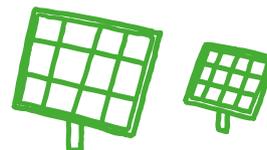
Enge Zusammenarbeit mit internen und externen Stakeholdern

An den verschiedenen Optimierungsmaßnahmen an unseren Produktions- und Bürostandorten sind zahlreiche interne und externe Stakeholder beteiligt. Die enge Zusammenarbeit der verschiedenen Abteilungen wird dabei durch regelmäßige Reports und individuelle, themenbezogene Workshops verbessert.

2017 wurde beispielsweise ein SHE-Workshop (Safety, Health & Environment) in Thailand mit allen SHE-Managern der Produktionszentren in der Asien-Pazifik-Region durchgeführt. Zudem ermöglichen wir über eine IT-Plattform den Erfahrungs- und Wissensaustausch zwischen den Energieexperten in unseren Werken und den Zentralfunktionen.

Auch externe Stakeholder beziehen wir in unsere Aktivitäten mit ein. So haben wir beispielsweise unser neues Klimaziel in Zusammenarbeit mit dem WWF Deutschland erarbeitet.

Zudem nutzen wir das Know-how externer Partner zur Evaluation unserer indirekten Emissionen aus Waren und Dienstleistungen (Scope 3).



Wir streben an, die energiebezogenen CO₂-Emissionen pro hergestelltem Produkt im Scope 1 und 2 bis 2025 um 70% zu senken, im Vergleich zum Basisjahr 2014. In diesem Zusammenhang haben wir uns dazu verpflichtet, die Stromversorgung an allen Standorten weltweit bis 2020 zu 100% auf regenerative Energien umzustellen.*



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER PLANET-ZIEL

* Ohne La Prairie, da die Scope-1- und Scope-2-Emissionen von La Prairie für die Gesamtemissionen des Consumer-Geschäfts nicht wesentlich sind.

Energie

Der Verbrauch fossiler Energieträger ist eine der Hauptursachen für Treibhausgasemissionen und trägt zur Beschleunigung des Klimawandels bei. Ein leistungsfähiges Energiemanagement und die Umstellung unserer Stromversorgung auf regenerative Energien gehören daher zu den Schlüsselfaktoren unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Erneuerbare Energien – Umstellung auf 100% regenerativ erzeugten Strom

Bis 2020 wollen wir die gesamte Stromversorgung an unseren globalen Produktions- und Bürostandorten zu 100% aus Strom aus regenerativen Energiequellen beziehen. Deshalb haben wir 2017 die Rahmenbedingungen an allen Produktionsstandorten geklärt, die zurzeit noch konventionell erzeugten Strom einkaufen. Alle betroffenen Standorte bis auf Mexiko und Nigeria werden schon 2018 umgestellt. Unsere Produktionszentren in Deutschland und Spanien beziehen bereits Strom aus erneuerbaren Energiequellen.

Unsere beiden Produktionszentren in Chile und Polen werden ab 2018 direkt beliefert werden. Die übrigen Produktionsstätten werden in 2018 für ihren eingekauften Strom sogenannte „International Renewable Energy Certificates“ (I-RECs) erwerben, da in diesen Ländern noch keine direkte Belieferung mit Strom aus regenerativen Energiequellen möglich ist oder die Rahmenbedingungen für Direktbelieferung ungünstig sind. Das Werk Mexiko beabsichtigt, seinen Strombedarf durch eine eigene Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungsanlage

selbst herzustellen. Erst wenn exakte Verbrauchswerte vorliegen, kann über Zertifikate oder andere Lösungen entschieden werden.

Zusätzlich betreiben wir an einigen unserer Standorte Photovoltaik-Anlagen und erzeugen damit für einen Teil des Bedarfs selbst umweltfreundlichen Strom, beispielsweise an den Produktionsstandorten Mexiko und Argenton (Spanien) sowie an zurzeit drei europäischen Bürostandorten und im Beiersdorf Kindergarten in Hamburg.



2018 werden wir insbesondere die Umstellung unserer Bürostandorte auf regenerative Energiequellen weiter vorantreiben.

Stationäre Energie

(GJ)

915.538



2015

943.986



2016

970.741



2017

2017 produzierten unsere Photovoltaik-Anlagen weltweit 861 MWh an klimaneutraler, umweltfreundlicher Energie. Das entspricht dem jährlichen Stromverbrauch von circa 215 deutschen Vier-Personen-Haushalten.

2018 werden wir insbesondere die Umstellung unserer Bürostandorte auf regenerative Energiequellen weiter vorantreiben.

Blue Production Center – Energieeffizienz in der Produktion verbessern

Der Energieverbrauch an unseren Standorten hängt von vielen individuellen Rahmenbedingungen ab. Im Rahmen unserer „Blue Production Center“-Initiative ermitteln alle Produktionsstandorte weltweit systematisch und kontinuierlich Potenziale zur



Energieeinsparung und definieren standortspezifische Maßnahmen, um die Energieeffizienz zu verbessern – beispielsweise durch optimierte Beleuchtung, Verminderung von Druckluftleckagen und energiesparende Antriebe. Um die gewonnenen Erkenntnisse global zu nutzen, werden identifizierte Best Practices in unserem internationalen Netzwerk ausgetauscht und von den Verantwortlichen vor Ort auf Umsetzbarkeit geprüft.

Beispielsweise wurde 2017 im Produktionszentrum Waldheim ein Dampfkessel durch einen energieeffizienteren ersetzt. Zur Realisierung unseres neuen Klimaziels haben die Produktionswerke in 2017 mit der Erarbeitung lokaler Maßnahmenpläne begonnen.

Grüne Logistik – systematische Senkung der transportbedingten Emissionen

Um unsere Logistikprozesse möglichst nachhaltig zu gestalten, optimieren wir regelmäßig unter anderem die Containerbeladung, die Ausnutzung der Lkw-Kapazitäten sowie die Transportrouten. Darüber hinaus setzen wir auf kollaborative Projekte wie NexTrust. Dieses von der EU finanzierte Projekt soll die Zusammenarbeit von 31 Partnern in der Logistikbranche fördern, um die Effizienz und Nachhaltigkeit in der europäischen Logistik zu verbessern.

Nachhaltiges Mobilitätsmanagement

Mit einem breit gefächerten Maßnahmenpaket wollen wir die geschäftsreise- und mobilitätsbedingten CO₂-Emissionen auf ein Minimum senken. Mit unserer „Green Car Policy“ haben wir bereits 2013 verbindliche CO₂-Grenzwerte für unsere

Firmenwagenflotte in Deutschland festgelegt. Darüber hinaus fördern wir das Umweltbewusstsein unserer Mitarbeiter durch autofreie Tage, Car-sharing und Mietfahräder vor unserer Konzernzentrale in Hamburg und bauen diese Angebote im Rahmen des Mobilitätsmanagements kontinuierlich aus. Zudem forcieren wir Audio- und Video-konferenzen als Alternative zu Geschäftsreisen.

Green IT – kontinuierlicher Umstieg auf sparsame Technologien

Rechner, Server, Drucker und Co. – um den Energieverbrauch durch unsere IT-Landschaft zu minimieren, planen wir unsere IT-Infrastruktur gemeinsam mit unserer IT-Tochter Beiersdorf Shared Services langfristig und nachhaltig. Dadurch konnte unter anderem der Energieverbrauch des zentralen Rechenzentrums in Hamburg seit 2011 um fast 40% gesenkt werden.



Wir bauen Angebote wie carsharing und Mietfahräder im Rahmen des Mobilitätsmanagements kontinuierlich aus und fördern das Umweltbewusstsein unserer Mitarbeiter.

Unser „Blue Building“-Programm – nachhaltige Immobilien weltweit

Mit unserem „Blue Building“-Programm unterstützen wir, dass unsere eigenen Immobilien höchste Umweltstandards erfüllen, und haben konkrete Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Gestaltung unserer Standorte definiert. Wir betrachten dabei den gesamten Lebenszyklus des Produktions- oder Bürogebäudes.

Neben Energieeinsparungen und Ressourcenschonung achten wir dabei vor allem auch auf die Schaffung eines ebenso attraktiven wie gesunden Arbeitsumfelds für alle Mitarbeiter. Seit 2012 ist eine Zertifizierung nach international geltenden Standards für nachhaltige Gebäude ein Hauptauswahlkriterium für alle unsere größeren Immobilienprojekte.

2017 wurden die Pläne für den Bau einer neuen Konzernzentrale und eines neuen Forschungszentrums in Hamburg vorgestellt. Als erstes Unternehmen in Deutschland strebt Beiersdorf für den Neubau der Konzernzentrale eine Doppelzertifizierung nach dem „Leadership in Energy and Environmental Design“ (LEED) und dem „WELL Building Standard“ – zwei international anerkannten Gütesiegeln für Nachhaltigkeit und Gesundheit

in der Gebäudeplanung. Neben der Gebäudeeffizienz steht insbesondere das Wohlbefinden der Mitarbeiter im Fokus, von der Planung bis hin zur täglichen Nutzung des neuen Gebäudes sowie der geschaffenen neuen Arbeitswelten. Die Fertigstellung ist für 2021 geplant.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER ENGAGEMENT IM BEREICH ENERGIE

Unsere nachhaltigen Immobilien weltweit



1 Deutschland

Platin-Zertifikat der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) für Neubau des betriebseigenen Kindergartens in Hamburg

2 Österreich

Gold-Zertifikat nach dem Nachhaltigkeitsstandard der Österreichischen Gesellschaft für Nachhaltige Immobilienwirtschaft (ÖGNI) für den Bürokomplex der Beiersdorf Ges mbH, Beiersdorf CEE Holding GmbH und der La Prairie Group Austria GmbH

3 Indien

Gold-Status-Zertifikat des „Indian Green Building Council“ (IGBC) sowie LEED Gold-Zertifikat für neue Bau- und Renovierungsarbeiten für das Produktionszentrum in Sanand

4 Mexiko

LEED Gold-Zertifikat für Ausbau der Büroflächen in Mexiko-Stadt

LEED Platinum-Zertifikat für Produktionszentrum in Silao

5 Guatemala

LEED Silber-Zertifikat für Ausbau der Büroflächen in Guatemala-Stadt

6 Chile

LEED Gold-Zertifikat für das Produktionszentrum in Santiago

7 Brasilien

LEED Gold-Zertifikat für Ausbau der Büroflächen in São Paulo

Abfall

Mit „Zero Waste to Landfill“ haben wir uns ein ambitioniertes Ziel gesteckt: Wir wollen bis Ende 2018 auf die Entsorgung von Abfall auf Deponien verzichten.

Für die meisten Produktionszentren haben wir unser Ziel im Bereich Abfall bereits 2017 erreicht:



Alle 16 etablierten Produktionszentren verzichten komplett auf die Deponie-Entsorgung, und zwar sowohl bei den ungefährlichen Abfällen als auch bei den schwierigen beziehungsweise gefährlichen Produktionsabfällen. Für das 2017 in Betrieb genommene Produktionszentrum in Nigeria werden wir 2018 Konzepte zur Zielerreichung erarbeiten.



Für unsere Produktionszentren haben wir unser Ziel im Bereich Abfall bereits 2017 erreicht: Alle 16 etablierten Produktionszentren verzichten komplett auf die Deponierung von Abfällen.

Auch an unseren Lagerstandorten konnten wir 2017 deutliche Fortschritte erzielen. Genau wie für unsere Produktionszentren, gilt auch hier das klare Ziel, bis spätestens Ende 2018 vollständig auf die Deponierung von Abfällen zu verzichten.

Alternative Entsorgungswege

Als global agierendes Unternehmen sind wir auch in solchen Ländern aktiv, in denen es lokal keine Infrastruktur zur Abfallentsorgung ohne Deponierung gibt, die unseren Umweltstandards entspricht. Deshalb haben wir bereits 2015 damit begonnen, die in unserem Distributionszentrum in Dubai entstehenden Abfälle auf dem Seeweg nach

Deutschland zu transportieren, um sie dort wahlweise umweltverträglich zu recyceln oder thermisch zu verwerten. 2017 wurde auch für unser Zentrallager in Peru nach alternativen Entsorgungslösungen – inklusive der grenzüberschreitenden Abfallentsorgung – gesucht.

Nächste Schritte - stufenweiser Aufstieg in der Abfallpyramide

Wir wollen nicht nur komplett auf die Deponieentsorgung verzichten, sondern schrittweise weiter in der Abfallpyramide aufsteigen. Neben dem kontinuierlichen Fokus auf verbesserte Planungsprozesse, die neben anderen Effizienzsteigerungen auch zur Reduktion von Überproduktionen führen und somit wesentlich zur Abfallvermeidung beitragen, arbeiten wir intensiv an Lösungen, um die Abfalltrennung in unseren Werken zu optimieren. So können wir mehr wertvolle Abfälle als Rohstoffe dem Recyclingprozess zuführen.

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

Abfallmenge

(Tonnen)

30.225

23.018

28.986



2015



2016



2017

Wasser

Sauberes Trinkwasser ist eine wertvolle Ressource, die durch den Klimawandel und die wachsende Weltbevölkerung weltweit zunehmend knapper wird. Besonders betroffen von dieser Entwicklung sind Regionen mit einem hohen standortspezifischen Wasserrisiko. Wir betrachten Wasser als einen kostbaren, lebenswichtigen Rohstoff und suchen konsequent in allen Unternehmensbereichen und bei allen Prozessen nach Optimierungspotenzialen, um den Wasserverbrauch und damit das Abwasseraufkommen zu minimieren.

Wasser sparen – mit hochmodernen Anlagen und innovativen Technologien

Wir wollen den Wasserverbrauch in unseren Produktionsprozessen, Gebäuden und allen anderen Bereichen systematisch reduzieren. Dazu setzen wir unter anderem auf hochmoderne Anlagen und innovative Technologien, die den Wasserbedarf im Produktionsprozess senken – insbesondere bei verbrauchsintensiven Reinigungsprozessen. Entstandene Abwässer werden mithilfe neuester technischer Verfahren gereinigt und zum Beispiel zur Kühlung, zur Bewässerung von Grünanlagen oder für sanitäre Zwecke eingesetzt.

Jährliche Risikobewertung mit dem „Aquaduct Water Risk Atlas“

Es ist uns wichtig, die Wasserversorgung an unseren Produktionsstandorten sicherzustellen, ohne dabei die Versorgung der Bevölkerung zu beeinträchtigen. Deshalb bewerten wir jedes Jahr das Wasserrisiko an unseren Standorten mithilfe des „Aquaduct Water Risk Atlas“ des „World Resource Institute“ (WRI). Die aktuellen Daten helfen uns dabei, Entwicklungen und Herausforderungen zu identifizieren – und mit geeigneten Maßnahmen für die Standorte bereits präventiv darauf zu reagieren.

Optimierungsmaßnahmen in Indien, Thailand und Deutschland

2017 haben wir Planungen zu Werkserweiterungen in Indien und Thailand genutzt, um die bislang bestehenden Maßnahmen zur Wasserreduktion auszubauen. In unserem Werk in Indien wird das Verfahren zur Abwasserbehandlung weiter optimiert, so dass in Zukunft zum Beispiel weniger Zusatzstoffe zur Abwasserreinigung eingesetzt werden müssen. Bereits im vergangenen Jahr haben wir in unserem Werk in Mexiko eine neue,

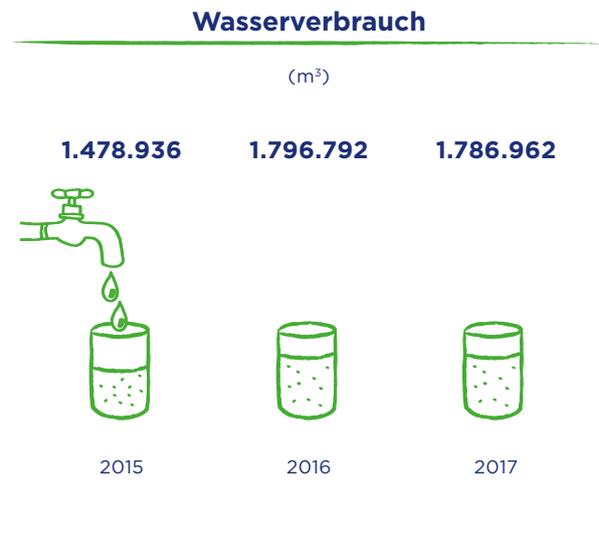


Um den Wasserverbrauch in unseren Produktionsprozessen, Gebäuden und allen anderen Bereichen zu reduzieren, suchen wir systematisch auf allen Ebenen nach Optimierungspotenzialen.

verbesserte Umkehrosmose-Anlage installiert, durch die wir die Abwasserqualität signifikant verbessern konnten. Diese Erfahrungen fließen in anstehende Werkserweiterungen mit ein.

Ende 2016 wurde unser Forschungszentrum in Hamburg mit einem neuen Abscheider ausgestattet, durch den sich die bei der Entwicklung von Kosmetikprodukten eingesetzten abwasserbelastenden Stoffe deutlich besser aus den Abwässern entfernen lassen.

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



PLANET – FACT SHEET 2017



Unsere Erfolge

- ✓ Veröffentlichung unseres neuen Klimaziels und Durchführung einer Engagement-Kampagne zur Aktivierung unserer Mitarbeiter.
- ✓ Alle 16 etablierten Produktionszentren haben das Ziel „Zero Waste to Landfill“ erreicht.
- ✓ Unsere Produktionszentren:
 - 15 % Stationäre Energie*
 - 33 % CO₂-Emissionen*
 - 46 % Strom aus erneuerbaren Energiequellen
 - 5 % Abfälle*
 - 6 % Wasserverbrauch*
- ✓ Unsere Bürostandorte:
 - 43 % Strom aus erneuerbaren Energiequellen

* In unseren Produktionszentren pro Produktionseinheit. (Basisjahr 2014)



Unsere nächsten Schritte

- Umstellung aller Produktionszentren auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen, entweder physisch oder durch Zertifikate (I-RECs).
- Erarbeiten von Aktionsplänen zur Senkung der CO₂-Emissionen aus fossilen Brennstoffen in unseren Produktionszentren.
- Planung zur Umstellung unserer Bürostandorte auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen.
- Entwicklung und Umsetzung eines „Zero Waste to Landfill“-Konzepts für das im Jahr 2017 neu eröffnete Produktionszentrum in Nigeria. Fortführung des „Zero Waste to Landfill“-Ziels für unsere Abfälle aus den externen Fertigwarenlagern.

PEOPLE

Das Wohlergehen unserer Mitarbeiter, ein attraktives Arbeitsumfeld und vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten sind für unseren Erfolg von grundlegender Bedeutung. Reflektiertes und wertebasiertes Handeln ist dabei die Grundlage für erfolgreiche Zusammenarbeit und emotionale Mitarbeiterbindung. Im Rahmen unserer gesellschaftlichen Verantwortung unterstützen wir benachteiligte Familien – stets angepasst an die lokalen Bedürfnisse.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER ENGAGEMENT
IM BEREICH PEOPLE

Gesellschaftliches Engagement

Als global agierendes Unternehmen fühlen wir uns verpflichtet, einen nachhaltigen positiven Einfluss auf unsere Mitmenschen auszuüben. Inspiriert von unserem Core Value „Care“ fördern wir mit unseren Gesundheits- und Sicherheitsinitiativen das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter und übernehmen mit unseren sozialen Projekten auch für Menschen außerhalb unserer Wertschöpfungskette Verantwortung. Diese Projekte bilden die Grundlage für unser ambitioniertes Ziel im Schwerpunktbereich „People“: Bis 2020 wollen wir das Leben von einer Million Familien erreicht und verbessert haben. Dieses Ziel verfolgen wir mithilfe von zwei wesentlichen Instrumenten: den sozialen Sponsoringaktivitäten unserer Marken und dem philanthropischen Engagement auf Unternehmensebene. Beide Ansätze unterscheiden sich zwar in der Art und Weise der Umsetzung und Kommunikation, sie folgen aber dem gleichen Grundprinzip der „Hilfe zur Selbsthilfe“.

Nachhaltige Unterstützung für Familien – angepasst an die lokalen Bedürfnisse

Im Rahmen unseres Engagements im Bereich „People“ konzentrieren wir uns insbesondere auf benachteiligte Familien. Dies ist nicht nur ein Ausdruck der Unternehmenstradition von Beiersdorf – es steht auch in Übereinstimmung mit den Werten unserer Marken. Die Familie besitzt als kleinste Einheit der Gesellschaft eine besondere Bedeutung, wenn es darum geht, soziale Herausforderungen zu überwinden und gesellschaftlichen Wandel zu fördern. Um eine langfristige, ganzheitliche Wirkung zu erzielen, suchen wir nach Möglichkeiten, um die gesamte Familie in unsere Projekte einzubinden – beispielsweise indem wir Eltern miteinbeziehen, wenn es um Ausbildungsprojekte für ihre Kinder geht.

Auf Basis der folgenden Projektkriterien haben wir einen einheitlichen Rahmen für unsere Familieninitiativen entwickelt:

- Kindzentrierte Familienunterstützung – Verbesserung der Zukunftschancen von sozial benachteiligten Kindern
- Kompetenzausbau und Trainings für Familien – Förderung von Fähigkeiten, um die Lebensqualität von Familien zu verbessern
- Infrastruktur für Familien – Unterstützung von Einrichtungen, die Familien ermöglichen, mehr Zeit miteinander verbringen zu können

- Unterstützung und Begleitung älterer Menschen – Fürsorge und Inklusion älterer Menschen
- Familien mit besonderen Herausforderungen – Unterstützung von Familien, die durch Erkrankungen oder Behinderungen einzelner Familienmitglieder besonders belastet sind

Projekten in diesen Kategorien ist gemeinsam, dass ihre unmittelbare Wirkung zwar auf einzelne Familienmitglieder gerichtet sein kann, sie aber letztlich zum Wohlbefinden der ganzen Familie beitragen. Dieser Rahmen ermöglicht es uns auch, unser gesellschaftliches Engagement und die von uns unterstützten Initiativen individuell an die spezifischen lokalen Bedürfnisse der Familien anzupassen. Obwohl wir möglichst viele Familien mit unserem Engagement erreichen möchten, hat die effektive und nachhaltige Verbesserung der Lebensbedingungen vor Ort immer Vorrang vor dem quantitativen Ziel.

Aufbau vertrauensvoller Partnerschaften

Die sozialen Projekte, die wir fördern, werden von lokalen Non-Profit-Organisationen entwickelt und durchgeführt. Die Auswahl und die sorgfältige Überprüfung der Projekte erfolgen durch unsere Tochtergesellschaften vor Ort. So können wir sicherstellen, 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.
- Die Organisation ist nicht auf Profit ausgerichtet, besitzt keine politische Zugehörigkeit und verfolgt keine primäre religiöse Mission.

Durch die Einhaltung dieser Standards, durch einen offenen Dialog und durch die regelmäßige Abstimmung von Verantwortlichkeiten und Erwartungen bauen wir stabile, langfristige und effiziente Partnerschaften auf – und legen damit die Grundlage für nachhaltige soziale Initiativen.

Zu unserem sozialen Engagement zählen neben einer finanziellen Unterstützung auch bedarfsorientierte Produktpenden sowie das persönliche Engagement unserer Mitarbeiter.

Das soziale Engagement unserer Marken

Unsere Marken unterstützen Familien zielgerichtet in den Bereichen, die sowohl zu ihrer Markenidentität und -kompetenz passen als auch auf die sozialen Bedürfnisse vor Ort und die Anliegen unserer Verbraucher ausgerichtet sind. Dabei verfolgen wir das Ziel, nachhaltige, soziale Verbesserungen zu erreichen – und gleichzeitig die Reputation der Marke zu steigern. Um die emotionale Bindung an unsere Marken zu stärken, informieren wir unsere Konsumenten kontinuierlich über unser soziales Engagement und laden sie gleichzeitig zur aktiven Teilnahme ein.

- Mit „NIVEA cares for family“ engagiert sich unsere Kernmarke in drei Schlüsselbereichen für Familien: Kompetenzaufbau für Kinder, Stärkung von Müttern und Bereitstellung von familienfreundlichen Orten und Einrichtungen.
- Hansaplast arbeitet mit nationalen Rotkreuz-Gesellschaften im Bereich Erste Hilfe im Alltag zusammen. Dabei verfolgt Hansaplast das Ziel, die Erste-Hilfe-Kenntnisse von Kindern zu verbessern und ihnen so bereits frühzeitig lebensrettendes Wissen und Können zu vermitteln.

Philanthropisches Unternehmensengagement

Beiersdorf engagiert sich über die sozialen Sponsoringaktivitäten der Marken hinaus auch als Unternehmen für gemeinnützige Initiativen. Im Gegensatz zu den Engagements unserer Marken handelt es sich dabei nicht um Sponsoringaktivitäten, sondern um finanzielle Spenden und Produktpenden. Mit diesen Initiativen unterstützen wir beispielsweise Menschen, die von unvorhergesehenen Situationen und Ereignissen betroffen sind, wie die derzeitige Flüchtlingskrise in Europa. Da sich viele dieser Maßnahmen nur schwer quantifizieren lassen, zahlen sie nicht immer in unser „People“-Ziel ein.

Globale Bewertung unseres lokalen sozialen Engagements

Bis 2020 wollen wir das Leben von einer Million Familien erreichen und verbessern. Unsere sozialen Sponsoringaktivitäten und unser philanthropisches Engagement auf Unternehmensebene helfen uns dabei, dieses ambitionierte Ziel im Themenfeld „People“ zu erreichen. Um unsere Fortschritte auf



diesem Weg zu verfolgen, evaluieren wir jährlich alle sozialen Projekte weltweit, die wir unterstützen. Dazu erheben die lokalen Projektverantwortlichen in unseren Tochtergesellschaften alle relevanten Daten und melden sie in unserer Nachhaltigkeitsmanagement-Software „susy“. Da wir Familien im Rahmen unserer weltweiten Projekte auf sehr unterschiedliche Weise unterstützen, ist die Standardisierung dieser lokal erhobenen Daten eine der zentralen Herausforderungen bei der globalen Analyse unserer Aktivitäten. Die Prinzipien und Standards, die wir dabei anwenden, sind auch die Grundlage für die ganzjährige Zusammenarbeit zwischen unserer globalen Abteilung für soziale Verantwortung und dem lokalen Netzwerk der Promotoren.

Die Ergebnisse der globalen Analyse sind nicht nur integraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung, sondern auch eine wichtige Informationsgrundlage für die interne Steuerung. 2017 haben wir mit unseren Sozialprojekten 179.672 Familien unterstützt – so dass wir seit 2013 mit unserem Engagement insgesamt 840.695 Familien erreichen konnten. Obwohl wir stolz auf diese Leistung sind und unser quantitatives Ziel bis 2020 oder früher erreichen wollen, ist uns die Qualität unserer Projekte immer wichtiger als ihr quantitativer Beitrag.

Transparente Berichterstattung über unsere Fortschritte

Unsere internen und externen Stakeholder erwarten von uns zu Recht, dass wir auch außerhalb unserer Wertschöpfungskette gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und dieses Engagement transparent kommunizieren. Beiersdorf erfüllt diese Erwartungen durch den jährlichen Nachhaltigkeitsbericht sowie durch regelmäßige Aktualisierungen der Unternehmenswebseite.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER
PEOPLE-ZIEL

NIVEA | THANDA SOUTH AFRICA

NIVEA Südafrika – nachhaltige Unterstützung des Dorfzentrums „Thanda“

Im Rahmen der Partnerschaft mit der Organisation „Thanda“ hat NIVEA Südafrika das soziale Engagement in der Region KwaZulu-Natal im Jahr 2017 weiter ausgebaut. NIVEA Südafrika unterstützt das ganzheitlich ausgerichtete Zentrum unter anderem durch finanzielle Mittel, die Thanda für Programme zur frühkindlichen Entwicklung („Early Childhood Development“, ECD), für außerschulische Freizeit- und Bildungsangebote für Kinder und Jugendliche sowie für Projekte zur Verbesserung der Versorgungssicherheit mit Lebensmitteln einsetzt.



Nachhaltige Verbesserung der Lebensbedingungen von Familien

Im Mittelpunkt der Initiative steht das Thanda Dorfzentrum, das sich gemeinsam mit den Dorfmitgliedern durch spezielle Angebote und Programme für eine nachhaltige Verbesserung der Lebensbedingungen von Familien engagiert. Besonders für Kinder in der Region spielt das Thanda Zentrum schon jetzt eine zentrale Rolle. Sie erhalten hier eine warme Mahlzeit und haben die Möglichkeit, in einem geschützten und sicheren Umfeld zu spielen. Das Zentrum beherbergt zudem die einzige Bibliothek sowie den einzigen Spielplatz in der Umgebung und bietet den Kindern mit dem neuen Skatepark eine ganz besondere Attraktion in der Region.

Für die Dorfgemeinschaft ist das Zentrum ein geschützter Raum und eine verlässliche Anlaufstelle für individuelle Unterstützung. Durch das Engagement von NIVEA Südafrika kann es

mittlerweile sieben Tage die Woche statt wie bisher nur fünf Tage öffnen. Um den nachhaltigen Erfolg des Thanda Zentrums sicherzustellen, vermitteln wir den Mitarbeitern zudem Kompetenzen in den Bereichen Administration, Management und Fundraising.

Gute Fundamente legen durch frühkindliche Entwicklungsprogramme

Durch unser Engagement konnten 2017 insbesondere die erst kürzlich eingeführten frühkindlichen Bildungsangebote am Center durch den Bau von neuen Kursräumen erweitert werden. Studien zeigen, dass 90 % der Gehirnentwicklung im Alter von unter fünf Jahren stattfinden, was den ECD-Programmen eine enorme Bedeutung zukommen lässt. Die neuen Kursräume bieten zusätzliche Betreuungsplätze für insgesamt 90 Kinder unter fünf Jahren.

Unterstützt durch die Nachmittagsbetreuung konnte die Alphabetisierungsrate um 186 % gesteigert und die Schwangerschaftsrate unter Teenagern reduziert werden. Kinder, die an dem Programm teilnehmen, zeigen ein um 126 % verbessertes Verständnis wissenschaftlicher Zusammenhänge und besitzen ein um 39 % höheres Selbstbewusstsein.



Durch unsere Unterstützung von Thanda konnte die Alphabetisierungsrate um 186 % gesteigert und die Schwangerschaftsrate unter Teenagern um den Faktor 5 reduziert werden.

„Trust in the Care of NIVEA“

Das Übernehmen von gesellschaftlicher Verantwortung entspricht „Care“ als zentralem Markenwert von NIVEA und spielt außerdem in der süd-afrikanischen Kultur eine besondere Rolle. Hier geht das Verständnis von Zusammengehörigkeit, Verbundenheit und Fürsorge über die direkten Verwandten hinaus. Verantwortung und Solidarität erstrecken sich auf die gesamte Gemeinde.



Aus dieser Haltung heraus wurde auch die Partnerschaft mit Thanda und die diesjährige Kampagne „Trust in the Care of NIVEA“ entwickelt, mit der Konsumenten über NIVEAs Engagement informiert werden.

HANSAPLAST | AKSI SIAGA

Prämiertes Erste-Hilfe-Projekt geht ins dritte Jahr

Vielen Menschen in Indonesien fehlen grundlegende Erste-Hilfe-Kenntnisse zur Versorgung von leichten oder schweren Wunden – so dass sich die Betroffenen im Ernstfall häufig aus Unsicherheit scheuen zu handeln. Um das zu ändern, hat Hansaplast Indonesien 2017 bereits zum dritten Mal seine jährliche Erste-Hilfe-Kampagne „Aksi Siaga Hansaplast“ an zahlreichen Schulen durchgeführt. 2017 nahmen 350 Schulen in der indonesischen Hauptstadt Jakarta und an unserem Produktionsstandort in Malang an der Initiative teil. Damit haben wir mit „Aksi Siaga Hansaplast“ 2017 knapp 60.000 Schüler mit ihren Eltern und rund 2.000 Lehrer erreicht. Unser Ziel: Wir wollen mit unseren Trainings in Zukunft jährlich bis zu 80.000 Kindern in Indonesien zu mehr Sicherheit und Selbstvertrauen im Notfall verhelfen.

Achte auf dich, Sorge für andere – und kümmere dich um die Umwelt

Im Zentrum der Initiative, die wir in Partnerschaft mit dem indonesischen Erziehungs- und Gesundheitsministerium durchführen, stehen drei zentrale Aspekte: „Achte auf dich, Sorge für andere und kümmere dich um die Umwelt“. Kernstück der Aktion ist ein fünfmonatiger Erste-Hilfe-Kurs,

der mit der Unterstützung lokaler Gesundheitszentren und Ärzten in den Schulen durchgeführt wird. Dabei orientieren sich die Inhalte am realen Bedarf. Laut einer Studie sind die häufigsten Verletzungen Blasen und Beulen (70,9%), Verstauchungen (27,5%) und Schnittwunden (23,2%).* Durch einen interaktiven spielerischen Ansatz mit speziell entwickelten Lehrmaterialien und einem Erste-Hilfe-Verbandskasten lernen Schulkinder die Grundlagen der Ersten Hilfe kennen und in der Praxis anwenden. Zum Programm für die Schulkinder zählen Erste-Hilfe-Kurse und verschiedene weitere außerschulische Aktivitäten. Eltern und Lehrer erhalten ein zweistündiges intensives Erste-Hilfe-Training, so dass sie selber sicherer helfen und die Kinder besser unterstützen können. Ein abschließender Wettbewerb unter allen teilnehmenden Schulen – bei dem die Gewinnerschule einen Preis erhält – sorgt bei den Schülern für ein Höchstmaß an Aufmerksamkeit, Engagement und Einsatz während des Unterrichts.



Digitale Aufklärungskampagne – Konsumenteneinbindung über Social-Media-Kanäle

Im September 2017 endeten die diesjährigen „Aksi Siaga Hansaplast“-Trainingsprogramme an den Schulen – zeitgleich mit dem weltweiten Erste-Hilfe-Tag. Hansaplast Indonesien nutzte den Anlass für eine landesweite digitale Aufklärungskampagne auf den Social-Media-Kanälen Facebook und Instagram. Unter dem Hashtag #SiagaHansaplast hatten Konsumenten die Gelegenheit, sich umfassend über Erste Hilfe und die optimale Versorgung von Wunden zu informieren.

* Indonesia Basic Health Research 2013

FLÜCHTLINGSHILFE

Humanitäre Flüchtlingshilfe in Deutschland – unsere unternehmerische Verantwortung

Im Rahmen unserer unternehmerischen Verantwortung haben wir uns dazu verpflichtet, Menschen zu unterstützen, die ihre Heimatländer aufgrund von Krieg, Verfolgung oder Menschenrechtsverletzungen verlassen. Um den Betroffenen eine neue Perspektive zu bieten und ihre Integration in Deutschland zu erleichtern, stellt Beiersdorf Headquarter bis 2020 insgesamt 100 Praktikumsplätze für Geflüchtete in Hamburg bereit.

Job-Programme – ein Einstieg in die berufliche und gesellschaftliche Integration

Mit unseren Job-Programmen – die wir seit 2015 durch Beiersdorf Headquarters in Hamburg anbieten – wollen wir ein Zeichen für die gesellschaftliche und berufliche Eingliederung von Geflüchteten setzen. Seit 2016 bieten wir unsere Job-Programme in enger Kooperation mit verikom – Verbund für interkulturelle Kommunikation und Bildung e.V. und W.I.R. – work and integration for refugees an. Dabei können Geflüchtete ein sechswöchiges bzw. dreimonatiges Integrations-Praktikum absolvieren. Für sie ist es häufig das erste Mal, dass sie in einem deutschen Unternehmen arbeiten und ihre vorhandene Qualifikation und Deutschkenntnisse im Arbeitsleben unter Beweis stellen können. Wir bringen die Bewerber in den zu ihrer Qualifikation passenden Fachabteilungen unter, zum Beispiel im Gesundheitsmanagement, im Bereich Forschung und Entwicklung oder in der Produktionstechnik. Darüber hinaus schaffen wir gemeinsam mit allen Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld, in dem Integration dauerhaft gelingen kann. Bis 2017 konnte Beiersdorf Headquarters 31 Praktikumsplätze anbieten – und fünf der Praktikanten anschließend in ein befristetes Arbeitsverhältnis übernehmen. Im September 2017 begann ein Geflüchteter die Ausbildung zum IT-Kaufmann.

Jeder Geflüchtete, der länger als sechs Wochen bei uns beschäftigt ist, hat zudem die Möglichkeit, sich im Unternehmen einen „Buddy“ als persönlichen Ansprechpartner zu suchen. Viele Kollegen nutzen dieses Angebot sehr gerne – und bieten den Geflüchteten so ein Netzwerk und Freundschaften über die jeweilige Abteilung hinaus. Auch regelmäßige gemeinsame Mittagessen mit allen



Integrations-Praktikanten, Buddys und Kollegen haben sich mittlerweile fest etabliert.

Persönliches Engagement vor Ort – enge Zusammenarbeit mit dem Deutschen Roten Kreuz

Viele der Hamburger Flüchtlingsunterkünfte werden vom Deutschen Roten Kreuz (DRK) betrieben. Seit Herbst 2015 unterstützen wir diese Arbeit durch eine enge Zusammenarbeit mit dem DRK in Hamburg-Eimsbüttel. Neben Produkt- und Geldspenden ist das persönliche und freiwillige Engagement unserer Mitarbeiter ein fester Bestandteil unserer Unterstützung. 2017 haben sich zahlreiche Mitarbeiter regelmäßig mit diversen Projekten in der Flüchtlingshilfe eingebracht, zum Beispiel durch das Sortieren von Kleiderspenden sowie die Ausgabe der Kleidung an Geflüchtete. Verschiedene Teams unternahmen zudem Ausflüge mit Kindern, Jugendlichen oder Familien in die nähere Umgebung – etwa in den Zoo, zu gemeinsamen Sportaktivitäten oder einfach zum Spielen und Grillen. Und weil Sprachkenntnisse eine zentrale Voraussetzung für eine gelungene Integration sind, haben sich 2017 mehrere unserer Mitarbeiter erstmals in offenen Deutschkursen engagiert.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Menschen bei Beiersdorf

Strategische Leitgedanken

Beiersdorf ist eine weltweit agierende Organisation mit der tiefen unternehmerischen Wurzel in Deutschland. Bis heute vereint und verpflichtet zentraler Leitgedanke die Führungsgenerationen über Jahrzehnte hinweg, nämlich der Einklang zwischen dem wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens und dem Wohlergehen seiner Beschäftigten. Beiersdorf ist der Überzeugung, dass wichtige Mitarbeiterbelange sich nur dann erfolgreich entwickeln können, wenn diese in einem größeren, konsistenten personalpolitischen Rahmen eingebettet sind.

Überall in der Welt ein guter Arbeitgeber zu sein, ist die essentielle Grundlage unseres Handelns. Ein guter Arbeitgeber bietet „Gute Arbeit“ an, von Sozialleistungen über Interessenvertretung bis hin zu einer offenen Unternehmenskultur. Im Abschnitt **„Beiersdorf als Arbeitgeber“** wird näher darauf eingegangen.

„Wohlergehen“ unserer Beschäftigten bedeutet heute weitaus mehr. Dazu gehört vor allem auch die fortwährende Befähigung unserer Belegschaft, sich den Veränderungen zu stellen und diese aktiv mitzugestalten. Die Umsetzung dieses neuen Ansatzes wird im Abschnitt **„We shape the way we work“** dargestellt.

Im Abschnitt **„Erfolgsfaktor Vielfalt“** werden die Maßnahmen und Ergebnisse zur Förderung der Diversität im Unternehmen vorgestellt.

Beiersdorf als Arbeitgeber: Wir praktizieren „Gute Arbeit“ – weltweit

2017 haben wir weltweit 701 neue Arbeitsplätze geschaffen (ohne tesa). Damit stieg die Beschäftigtenzahl im Unternehmensbereich Consumer zum 31. Dezember 2017 auf 14.477 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vorjahr: 13.776). Von ihnen waren 7.700 (+5%) in Europa, 4.225 (+4%) in der Region Afrika/Asien/Australien und 2.552 (+7%) in der Region Amerika beschäftigt.

Ende 2017 unterhielt Beiersdorf* in 40 Ländern insgesamt 63 Gesellschaften mit mindestens 50 Beschäftigten. Neben der vollständigen Erfüllung der landesspezifischen gesetzlichen Bestimmungen der Sozialversicherung in allen diesen Gesellschaften boten wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch überall freiwillige Sozialleistungen an. Diese orientierten sich an den Bedürfnissen der lokalen Belegschaft. Mehr als 60% unserer Gesellschaften finanzierten eine Zusatzkrankenversicherung; mehr als 50% stellten eine zusätzliche Altersversorgung zur Verfügung. Im betrieblichen Alltag zählten Essenzuschüsse (über 80%) und Zuschüsse für Transport und Mobilität

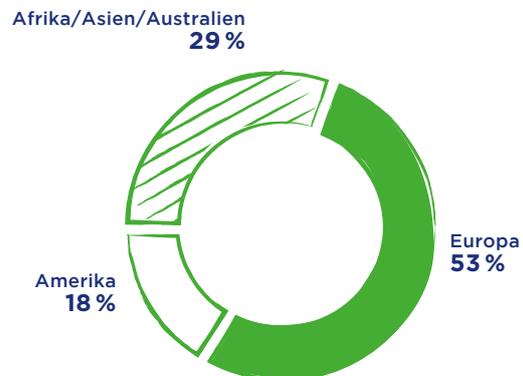
Anzahl Mitarbeiter Konzern

(ohne tesa)



Anteil Mitarbeiter nach Regionen

(ohne tesa)



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

(70%) zu den häufigsten Firmenleistungen für die Beschäftigten.

Mehr als ein Drittel unserer Gesellschaften investierte im Jahr 2017 in die Unterstützung für die Kinderbetreuung. Eine große Einrichtung unterhielt der Standort Hamburg mit der Kindertagesstätte „TroploKids“. Dort standen im Berichtsjahr 100 Betreuungsplätze zur Verfügung; 24 Erzieherinnen und drei Erzieher waren in der Kita als Beiersdorf-eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.



Beiersdorf achtet nicht nur auf die wettbewerbsfähige Vergütung von Fachkräften, Experten und Führungspersonal. Im unteren Einkommensbereich liegen die Löhne und Gehälter unserer Tochtergesellschaften stets deutlich über dem jeweiligen gesetzlichen Mindestlohn. Im Durchschnitt übertrafen die unteren 10% der Einkommensskala (Löhne und Gehälter der Mitarbeiter) unserer Ländergesellschaften den jeweiligen gesetzlichen Mindestlohn im Berichtsjahr um den Faktor 2,4.

„Gute Arbeit“ bedeutet für uns jedoch weit mehr als wettbewerbsfähige Bezahlung und umfangreiche Sozialleistungen. Auch im Bereich der Arbeitsorganisation zeigt sich Beiersdorf als guter Arbeitgeber: Im Jahr 2017 boten 63% aller Beiersdorf Tochtergesellschaften ortsungebundene Arbeit an. Am häufigsten wurde die Möglichkeit einer Homeoffice-Tätigkeit genutzt. Wir streben an,

dieses Angebot in seinen unterschiedlichsten Varianten weiter auszubauen.

Zu „Guter Arbeit“ gehört auch eine offene Unternehmenskultur. Regelmäßige Feedbackgespräche sind in allen Beiersdorf Tochtergesellschaften ein integraler Bestandteil des Miteinanders. Darüber hinaus fördern wir weltweit die persönliche und berufliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter. 100% der Gesellschaften boten im Berichtsjahr in unterschiedlichen Formen zusätzliche Weiterbildungsmöglichkeiten an, beispielsweise Kompetenz-, Sprach-, Management- und weitere Bildungsprogramme.

Zum Jahresende 2017 gab es in 51% aller Beiersdorf Tochtergesellschaften eine Form von Arbeitnehmer-Interessenvertretung, Betriebsrat oder Gewerkschaftsorganisation, obwohl dies lediglich für 37% unserer Tochtergesellschaften gesetzlich vorgeschrieben war.

„We shape the way we work“: Agilität als neuer Schwerpunkt neben „Guter Arbeit“*

Märkte, Technologien und Verbraucher erleben einen tief greifenden Wandel mit zum Teil abrupten und dramatischen Veränderungen für unsere Branche. Damit ein Unternehmen seinen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Verantwortungen gerecht werden kann, müssen die Veränderungsbereitschaft und Anpassungsfähigkeit – besonders durch gezielte Personal- und Organisationsentwicklungsmaßnahmen – gestärkt werden. Dies haben wir im Jahr 2017 zum Anlass genommen, die seit Jahren gelebten Arbeitsmodelle zu überdenken und die Initiative „Agiles Arbeiten“ zusätzlich in den Mittelpunkt der Personalarbeit zu rücken. „We Shape The Way We Work“ – eine inhaltliche Übersetzung des zuerst in Deutschland entstandenen „Agilen Arbeitens“ – bündelte alle global laufenden Aktivitäten und betonte zugleich den Stellenwert der Mitarbeiterbeteiligung in diesem Prozess. So wurden im Jahr 2017 verschiedene Workshops initiiert und über eine virtuelle Community unter allen Mitarbeitern Ideen zu neuen Arbeitsmodellen gesammelt und diskutiert. Auf dieser Basis starteten im abgelaufenen Geschäftsjahr bereits erste Veränderungsprojekte,

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



die jeweils auf einen der vier Themenbereiche des „Agilen Arbeitens“ einzahlen:

- Arbeitsumfeld
- Wissen und Lernen
- Führung und Mitarbeiterbindung
- Partizipation

Arbeitsumfeld

Als verantwortungsbewusster Arbeitgeber sorgen wir für ein Arbeitsumfeld mit zahlreichen Angeboten, um den Arbeitsalltag flexibel zu gestalten. Allein in Deutschland nutzen unsere Beschäftigten mehr als 300 verschiedene Arbeitszeitmodelle, daneben noch Homeoffice, Langzeitkonten sowie Jobsharing, das auch von Führungskräften praktiziert wird. Am 7. Juli 2017, dem ersten Tag des G20-Gipfels in Hamburg, haben wir zudem einen groß angelegten Praxistest gestartet: Die rund 2.500 Beschäftigten der Hamburger Zentrale arbeiteten einen Tag im Homeoffice bzw. an einem Ort ihrer Wahl außerhalb des Unternehmens.

Eine bessere, nachhaltigere Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist aufgrund vielfältiger Lebenssituationen unserer Beschäftigten längst nicht mehr über starre, allgemeingültige Vorschriften zu erreichen. Nötig sind zeit- und bereichsnahe Lösungen, die im Team bzw. zwischen Mitarbeitern und Führungskräften direkt vereinbart werden können. Dafür schaffen wir immer mehr Voraussetzungen, indem wir unsere Personalpolitik

und unsere Betriebsvereinbarungen regelmäßig mit den Sozialpartnern überprüfen und verändern.

Dabei ist es uns wichtig, dass zuerst der Arbeitgeber auf Vertrauensbasis mehr Flexibilität zulässt. So erlauben wir unter anderem bereits seit einigen Jahren, das dienstliche Telefon und Internet in einem angemessenen Umfang privat zu nutzen. In der Hamburger Zentrale steht auch der erweiterte Post- und Paketservice auf dem Firmengelände der Belegschaft offen, damit sie Alltagsaufgaben zeitsparend erledigen können – während der offiziellen Arbeitszeit. Zudem bieten wir am Standort Hamburg regelmäßig ärztliche Vorsorgeuntersuchungen an. 2017 nahmen 1.043 Beschäftigte daran teil.

Dass Vertrauensbildung auf Gegenseitigkeit beruht zeigt eine Betriebsvereinbarung, die 2017 geschlossen wurde: Ein Teil der außertariflich Beschäftigten in der Beiersdorf AG wechselte damit auf ein auf Selbstkontrolle und Vertrauen basierendes Modell der Arbeitszeiterfassung.

Wissen und Lernen

Die kontinuierliche Befähigung unserer Mitarbeiter und die Weiterentwicklung des Einzelnen durch Trainings und bedarfsorientiertes Wissensmanagement sind essentiell für die Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens. Auf diese Weise sorgen wir dafür, dass unsere Mitarbeiter den sich verändernden Anforderungen

zum Beispiel durch Digitalisierung und sich wandelnde Geschäftsmodelle gewachsen sind. Somit können wir unsere Führungskräfte zu wesentlichen Anteilen aus den eigenen Reihen rekrutieren. Auch im Jahr 2017 profitiert 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 eine „Lernende Organisation“ darstellen. Mit insgesamt 12 funktionalen und funktionsübergreifenden Akademien – darunter die Entwicklungsangebote für Führungskräfte und für digitale Kompetenzen – hat sich der Umfang des Programms im letzten Jahr mehr als verdoppelt. Die Veranstaltungen finden an unterschiedlichen Standorten in der ganzen Welt statt, um auch die regionalen Bedarfe zu bedienen. Inhaltlich setzen wir auf eine Mischung aus aktuellem Fachwissen und einer Vielzahl von Fallbeispielen aus der Praxis, die überwiegend von internen Experten vorbereitet und interaktiv begleitet wurden. Ein schnell wachsendes Angebot an onlinebasierten und virtuellen Lernformaten eröffnet den Mitarbeitern zudem jederzeit Zugang zu Wissen und unterstützt den kontinuierlichen Lernprozess. So startete 2017 im Marketing mit dem „Digital IQ“-Programm und 1.200 Teilnehmern die weltweit größte, crossfunktionale Online-Lerninitiative zu digitalen Themen.

Führung und Mitarbeiterbindung

2015 hat Beiersdorf einen Plan zur mittelfristigen strategischen Entwicklung des Unternehmens vorgelegt – die Roadmap 2020. Die People Agenda

ist ein zentraler Bestandteil dieser Roadmap und befindet sich in der Umsetzung. Sie legt besonderen Wert auf die Themen Entwicklung der Mitarbeiter und der Führungskräfte sowie emotionale Mitarbeiterbindung (Employee Engagement). Ähnliche Schwerpunkte gelten auch für das separat gesteuerte selektive Geschäft bei La Prairie.

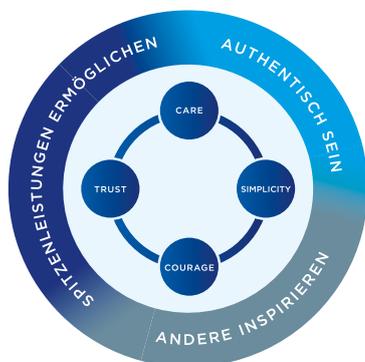
Reflektiertes und wertebasiertes Handeln ist die Grundlage für langfristig erfolgreiche Zusammenarbeit und die emotionale Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen. Unsere Core Values „Care“, „Simplicity“, „Courage“ und „Trust“ sind die Basis für das Führungsverständnis „Leadership the Beiersdorf Way“.

Mitarbeiter, die sich für ihre Arbeit begeistern und an ihrem Arbeitsplatz engagieren, sind die Basis dafür, dass wir als Unternehmen unsere Ziele erreichen. Um die emotionale Mitarbeiterbindung zu stärken, lässt Beiersdorf seit 2013 weltweit eine unabhängige Mitarbeiterbefragung durch einen renommierten Dienstleister durchführen. Bei La Prairie wurde diese Form der Befragung zum zweiten Mal durchgeführt. In beiden Fällen lag die Beteiligung 2017 bei über 90 % und die Mitarbeiterbindung ist seit dem jeweiligen Beginn der Befragungen auf ein deutlich überdurchschnittliches Niveau gestiegen*. Wir fördern und unterstützen den offenen Dialog in den Teams und fordern alle Mitarbeiter dazu auf, auf Basis der Umfrageergebnisse gezielte Maßnahmen eigenverantwortlich abzuleiten und umzusetzen.

Jeder Beiersdorf Mitarbeiter erhält die Chance zur Weiterentwicklung, sei es auf der aktuellen Stelle oder in Vorbereitung auf eine neue Stelle. Wir möchten, dass Managementpositionen mit Talenten aus den eigenen Reihen besetzt werden, und ermöglichen dies durch die zielgerichtete Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter. Im Jahr 2017 wurden 75 % der Stellen der ersten Managementgruppe (Vorjahr: 71 %, Roadmap-2020-Ziel: 75 %) und 88 % der Positionen der zweiten Managementgruppe (Vorjahr: 75 %, Roadmap-2020-Ziel: 90 %) an interne Kandidaten vergeben.

Wir haben 2017 damit begonnen, unsere People Agenda über 2020 hinaus fortzuschreiben, und werden diese Arbeiten im kommenden Jahr fortsetzen.

Unser Führungsverständnis: Leadership the Beiersdorf Way



* Im Vergleich mit Ergebnissen vergleichbarer Umfragen anderer Unternehmen durch den beauftragten Dienstleister.

Partizipation

Beiersdorf lebt den Dialog auf Augenhöhe mit den Beschäftigten und setzt auf die aktive Beteiligung der Belegschaft an der Entscheidungsfindung sowie an den Erfolgen des Unternehmens. Eine gute Sozialpartnerschaft ist uns sehr wichtig. Arbeitnehmervertretungen sind über die Mitbestimmungsrechte eng eingebunden in die Weiterentwicklung unserer personalpolitischen Instrumente.

Veranstaltungen auf globaler und lokaler Ebene, wie Townhall-Meetings, Round Tables oder Onlinechats, bieten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Möglichkeit zum direkten und offenen Austausch mit dem Vorstand und dem Management. Darüber hinaus testen wir erfolgreich die Möglichkeiten interner Onlineplattformen, auf denen unsere Mitarbeiter ihre Arbeitswelt aktiv mitgestalten können. So haben wir beispielsweise unser neues Führungsverständnis „Leadership the Beiersdorf Way“ über ein weltweites Online-Crowdstorming mit internationalen Mitarbeitern

verschiedener Führungsebenen entwickelt. Darüber hinaus erarbeitete das Management-Team im Bereich Forschung und Entwicklung gemeinsam mit allen Führungskräften ein Programm zur Stärkung der Innovationskultur.

Erfolgsfaktor Vielfalt*

Eine vielfältige und international orientierte Belegschaft ist die Basis für die Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens. Sie eröffnet uns den Zugang zu einem größeren Talent-Pool und ermöglicht uns ein besseres Verständnis der sich verändernden Märkte und Konsumenten. Zudem profitieren wir von der höheren Innovations- und Problemlösungskraft, die durch Diversität, etwa von Nationalitäten, Altersgruppen und Geschlechtern, erreicht wird.

Weltweit waren zum 31. Dezember 2017 Mitarbeiter aus 98 Nationen bei uns beschäftigt, über 40% unserer Führungskräfte aus den ersten drei Managementgruppen verfügten über eine mindestens dreijährige berufliche Auslandserfahrung.

ONE TEAM 🌐 ♿ 😊 ♀
LIVING DIVERSITY



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

Zusätzlich zur Förderung der Internationalität ermutigen wir unsere Mitarbeiter, in andere Funktionen zu wechseln. Das Sammeln von Erfahrungen außerhalb der eigenen Fachfunktion erweitert den Horizont des Einzelnen und bereichert die Vielfalt innerhalb der Unternehmensbereiche und funktionsübergreifend.

Ein besonderes Anliegen ist uns seit vielen Jahren die Chancengleichheit von Frauen und Männern bei ihrer beruflichen Entwicklung. Um dieses Ziel zu erreichen, wurden in den vergangenen Jahren verschiedene Maßnahmen ergriffen wie zum Beispiel die Ermöglichung von flexiblen Arbeitszeiten und Homeoffice, die Durchführung von Mentoring-Programmen für weibliche Führungskräfte oder der Aufbau des Netzwerks „Women in Leadership“.



GÉRALDINE WEILANDT

MARKETING DIRECTOR BUSINESS UNIT PHARMACY &
CORPORATE DIVERSITY MANAGER

Wir haben die Zielsetzung der Beiersdorf AG zur Chancengleichheit der Geschlechter an die im März 2015 eingeführten gesetzlichen Bestimmungen angepasst. Daher werden im Folgenden die Führungsebenen der Beiersdorf AG und nicht die Managementgruppen betrachtet.

Unter den Managern der ersten Führungsebene lag der Frauenanteil zum Jahresende 2017 bei 26%. Damit haben wir unsere Zielsetzung (mindestens 30% bis zum 30. Juni 2017) noch nicht erreichen können. Statistisch gesehen fehlten uns zwei weibliche Führungskräfte auf der ersten Führungsebene. Tatsächlich wurde die Entscheidung zur Berufung drei weiterer Frauen in die erste Führungsebene bereits getroffen und diese werden ihre neuen Positionen in 2018 aufnehmen. Auf der zweiten Führungsebene lag der Frauenanteil Ende 2017 bei 46% und somit deutlich über unserer Zielsetzung für den 30. Juni 2017 von mindestens 38%.

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 der ersten Führungsebene liegt zum Jahresende bei 38% und damit über dem Zielwert von 30%.

Im Sommer 2017 hat der Vorstand der Beiersdorf AG neue Fünf-Jahres-Ziele beschlossen: 35% Frauenanteil für die erste und 50% für die zweite Führungsebene im Jahr 2022. In den kommenden Jahren wollen wir unsere Initiativen hierfür fortführen und ausbauen, unter anderem auf den Gebieten Familie & Beruf, individuelle Förderungen sowie strategische Nachfolgeplanung.

ARBEITSSCHUTZ

Safety first

Die Sicherheit unserer Mitarbeiter und der Schutz ihrer Gesundheit sind zentrale Elemente unserer Nachhaltigkeitsstrategie und besitzen eine hohe Priorität. Das Supply Chain Leadership Team analysiert regelmäßig Ursachen aktueller Unfälle, um kurzfristig über Korrekturmaßnahmen, ein zusätzliches Budget oder weitere Ressourcen zu entscheiden. Einmal im Monat wird zudem der Vorstand über die Entwicklungen im Bereich Sicherheit informiert.

Langfristig verfolgen wir weltweit das strategische Ziel „Zero Accidents“ – also „Null Unfälle“ –, für das wir eine Roadmap mit konkreten Zielvorgaben erarbeitet haben. Nachdem wir 2016 die Arbeitsunfälle pro eine Million geleistete Arbeitsstunden (Accident Frequency Rate, AFR) in unserem globalen Produktionsnetzwerk bereits um 50% im Vergleich zu 2015 reduzieren konnten, stieg die AFR 2017 jedoch wieder auf 2,2. Dies zeigt uns, dass wir noch stärker an unseren Systemen und Prozessen arbeiten müssen, um unsere Ziele langfristig zu erreichen.

Audits der Managementsysteme

Ein zentrales strategisches Element, das uns dabei unterstützt, unsere Ziele für Sicherheit und auch für Umweltschutz zu erreichen, ist der Aufbau entsprechender Managementsysteme.

Die Wirksamkeit der Systeme in den Organisationen und ihre Anwendung in der täglichen Praxis überprüfen wir durch regelmäßige Audits nach dem internen Environmental and Safety Management Audit Scheme (ESMAS) in unserem weltweiten Produktionsnetzwerk. Hierbei werden die Aspekte von Sicherheit und Umweltschutz innerhalb eines Managementsystems integriert. Unsere Audits sind dabei an international anerkannte Managementsystem-Auditstandards wie ISO 14001, OHSAS 18001 sowie den Entwurf der künftigen ISO 45001 angelehnt. Die Ergebnisse der Audits werden in einer Maßnahmenliste erfasst und regelmäßig nachverfolgt (Seite c-18).

Arbeitssicherheit von Anfang an

2017 haben wir zudem verstärkt die strategische Neuausrichtung einzelner internationaler Produktionsstandorte weitergeführt: Bereits in einer sehr frühen Phase der Planungen von

Standorterweiterungen oder Umbauten adressieren wir zukünftig Sicherheitsaspekte. Dabei wenden wir auch zunehmend standardisierte, internationale Methoden der Risikoidentifizierung und -bewertung an.

Verbesserte Kommunikation

Ein wesentlicher Bestandteil unserer Strategie ist zudem ein verstärkter Austausch der für die Sicherheit verantwortlichen Funktionen im Konzern. In regelmäßig stattfindenden regionalen Telefonkonferenzen werden sicherheitsrelevante Vorkommnisse geteilt. Dafür wurde bereits 2015 eine Online-Kommunikationsplattform aufgebaut, über die wesentliche Dokumente bereitgestellt werden. 2017 haben wir diese Arbeit konsequent fortgesetzt und die regionalen Sicherheitsmanager zu einem starken globalen Team vernetzt, das monatlich Unfälle und Beispiele guter Problemlösungen bespricht. Regelmäßige Workshops in regionalen Gruppen vor Ort stellen darüber hinaus einen kontinuierlichen Erfahrungsaustausch zwischen den jeweiligen lokalen Sicherheitsmanagern sicher.

Globale Standards für Arbeitssicherheit

Das globale Team hat 2017 gemeinsam mit den lokalen Managern die weltweiten Sicherheitsstandards weiterentwickelt. Durch eine globale Unfallanalyse ermittelte das Team wesentliche Elemente für die weitergehenden Standardisierungen, die gleiche fortschrittliche Arbeitsbedingungen innerhalb unseres Produktionsnetzwerks schaffen.

Die Einhaltung dieser Standards überprüfen wir regelmäßig mit den lokalen Sicherheitsexperten durch sogenannte „Major-Risk-Assessments“. Zudem ist wiederkehrend das globale Sicherheitsteam an jedem Werk vor Ort.

Chile – vierte Auszeichnung für ein exzellentes Arbeitsschutz-Managementsystem

2017 wurde unser Produktionszentrum in Chile bereits zum vierten Mal in Folge durch die nationale Unfallversicherung Mutual de Seguridad für sein exzellentes Arbeitsschutz-Managementsystem ausgezeichnet. Die Prüfung des Managementsystems erfolgte nach dem internationalen Managementsystem-Standard OHSAS 18001. Worauf wir besonders



stolz sind: Bislang erhielten in Chile nur 58 von insgesamt 98.525 Unternehmen, die Mitglied der nationalen Unfallversicherung sind, diese Auszeichnung.

Thailand – drei Millionen Arbeitsstunden ohne Arbeitsunfall

Zwei Tage lang ruhte 2017 die gesamte Arbeit in unserem Werk in Thailand. Der Grund: Wie in den Vorjahren auch führten wir vor Ort eine zweitägige Kampagne rund um Sicherheit, Gesundheit und Umweltschutz durch. Mehr als 600 Mitarbeiter nutzten die Gelegenheit, um sich über Themen wie gesunde Ernährung, Abfall- und Energiemanagement sowie Arbeitssicherheit zu informieren. Im Rahmen der Kampagne wurden auch die zehn goldenen Regeln zur Arbeitssicherheit vorgestellt, über die künftig jeder Werksbesucher vor dem Eintritt auf das Werksgelände informiert wird.



Unsere Anstrengungen zahlen sich aus, wie eine eindrucksvolle Zahl zeigt: Bis Ende Juni verzeichnete das Werk drei Millionen Arbeitsstunden ohne einen Arbeitsunfall mit mehr als einem Tag Arbeitsausfall.

Die nächsten Schritte – verstärkte Zusammenarbeit und weitere Standards

In den nächsten Jahren werden wir unser strategisches Ziel „Zero Accidents“ weiter intensiv verfolgen. Dazu werden wir die Zusammenarbeit

zwischen den lokalen Sicherheitsmanagern und dem globalen Sicherheitsteam kontinuierlich verbessern und weitere internationale Standards entwickeln und implementieren. Darüber hinaus wollen wir die Sicherheit am Arbeitsplatz auch außerhalb unseres Produktionsnetzwerkes stärken, beispielsweise durch die Entwicklung eines globalen Sicherheitsstandards für unsere Bürostandorte. Zudem soll das Thema Sicherheit ein stärkeres Gewicht bei der Auswahl unserer Logistikdienstleister und bei der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten erhalten. Insgesamt werden wir uns auch mit dem Thema Sicherheitskultur intensiver beschäftigen.

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

GESUNDHEITSMANAGEMENT

„good for me“ – unser Gesundheitsmanagement

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter ist uns wichtig, deshalb zählt ein leistungsfähiges Gesundheitsmanagement zu den zentralen Bausteinen unserer Personalpolitik an unseren Hamburger Standorten. Unser Ziel: Die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter durch ein breites Leistungsangebot dauerhaft zu erhalten, gezielt zu fördern und im Falle einer Erkrankung aktiv wiederherzustellen. Unser „good for me“-Gesundheitsmanagement bündelt seit 2014 die Aktivitäten des betriebsärztlichen Dienstes, der Gesundheitsförderung, der Sozialberatung sowie der Bereiche Arbeitsschutz, Catering, der DAK Gesundheit und unserer Sportgemeinschaft. Im Zentrum stehen dabei die fünf Fokusfelder:



Vorsorge | Früherkennung



Bewegung



Ernährung



Balance



Arbeitsumfeld

Kursangebote – kontinuierlich evaluiert und optimiert

2017 haben wir insgesamt 28 verschiedene Kurse an unserem Standort in Hamburg angeboten. Dieses breit gefächerte Kursangebot wollen wir kontinuierlich ausbauen und optimal an die gesundheitlichen Bedürfnisse unserer Mitarbeiter anpassen. Dabei berücksichtigen wir neben der gesamtgesellschaftlichen Entwicklung auch die Ergebnisse aus unserem Gesundheits-Check sowie Anregungen von Ärzten und Kollegen. Die Qualität der von uns angebotenen Kurse evaluieren wir kontinuierlich über einen Online-Fragebogen, den die Teilnehmer nach dem Kursende ausfüllen.

Vorsorge | Früherkennung – wissen, ob Handlungsbedarf besteht

Häufig werden gerade Vorsorgeuntersuchungen aufgrund von Terminschwierigkeiten und einem hohen Zeitaufwand „auf die lange Bank“ geschoben. Deshalb bieten wir unseren Mitarbeitern in Hamburg zwei kostenlose Vorsorgeuntersuchungen direkt in unserem Unternehmen an – einen Gesundheits-Check und ein Hautscreening. Beide Angebote haben sich in den letzten Jahren fest in unserem Gesundheitsmanagement etabliert. 2017 nutzten 365 Mitarbeiter die Möglichkeit, sich im Rahmen eines Gesundheits-Checks umfassend untersuchen zu lassen. Am Hautscreening nahmen 2017 678 Mitarbeiter teil.

Bewegung, Ernährung, Balance – neue Angebote in allen Fokusfeldern

Im Fokusfeld Bewegung haben wir unser Kursangebot weiter ausgebaut. Neu ist zum Beispiel der Bewegungskurs „Ready to move“, der durch gezielte Fitnessübungen die Rückengesundheit in den Fokus stellt. Im Schwerpunktbereich Ernährung hat sich der 2016 eingeführte Gewichtsmanagement-Kurs „BesserEsser@Beiersdorf“ für einen gesunden Lebens- und Ernährungsstil sehr gut etabliert und wurde 2017 weiter fortgeführt. Ebenfalls ausgebaut wurde unser Portfolio im Fokusfeld Balance. Neben bestehenden Angeboten wie Autogenem Training oder Progressiver Muskelentspannung bieten wir unseren Mitarbeitern mit dem Resilienz-Training „CARE“ einen weiteren Kurs, um die innere Widerstandskraft und das Immunsystem der Seele zu stärken – so dass unsere Mitarbeiter bereits frühzeitig Werkzeuge gegen Stress, Überlastungen oder Burn-out zur Hand haben.

Ausblick – unternehmensweite Gesundheitsangebote

In Zukunft wollen wir Teile unseres Gesundheitsprogramms schrittweise auf andere Standorte und Unternehmenstöchter übertragen. 2018 werden wir beispielsweise Mitarbeiter im tesa Werk in Hausbruch in der „Leitmerkmalmethode“ – einem Verfahren zur Bewertung von körperlichen Belastungen – schulen. Darüber hinaus bieten wir ausgewählte Gesundheitsangebote an weiteren Bürostandorten an, zum Beispiel in der Schweiz.

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



PEOPLE – FACT SHEET 2017



Unsere Erfolge

- ✓ Überprüfung der Konformität von Sicherheitsanforderungen in europäischen Lägern.
- ✓ Umsetzung von NIVEAs gesellschaftlichem Engagement in 38 Ländern.
- ✓ Im Rahmen des „good for me“-Gesundheitsmanagements wurden insgesamt 28 verschiedene Kurse an unserem Standort in Hamburg angeboten.
- ✓ Bereitstellung von 31 Integrations-Praktika für Geflüchtete in unserem Headquarter am Standort Hamburg.
- ✓ An den kostenlosen Vorsorgeuntersuchungen – einem individuellen Gesundheits-Check und einem Hautscreening – nahmen insgesamt 1.043 Mitarbeiter in Hamburg teil.



Unsere nächsten Schritte

- Entwickeln von Sicherheitsstandards mit dem globalen Team der Sicherheitsmanager.
- Kontinuierlicher Ausbau und Verbesserung der „good for me“-Kursangebote.
- Implementierung von Sicherheitsstandards in unseren Büros.
- Weiterentwicklung des internationalen Mitarbeiterengagements im Rahmen von „NIVEA cares for family“.
- Schrittweise Übertragung unseres Gesundheitsprogramms auf andere Standorte und Tochterunternehmen.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Nachhaltigkeit ist ein komplexes Thema mit Einflussfaktoren, die weit über unsere Unternehmensgrenzen hinwegreichen. Deshalb setzen wir auf starke und beständige Partnerschaften und einen engen Dialog mit unseren externen Stakeholdern. Durch die Einbindung aller Interessengruppen können wir die Nachhaltigkeit entlang unserer Wertschöpfungskette steigern und unsere ökologischen und sozialen Ziele gemeinsam mit unseren Stakeholdern schneller und effizienter erreichen.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER
STAKEHOLDER ENGAGEMENT

ENGAGEMENT UNSERER MITARBEITER

„Wir nutzen zehn Elektroshuttlebusse für unsere drei chinesischen Produktionszentren.“

HR-TEAM
CHINA



„Ich habe die künstliche Beleuchtung neu programmiert, um mehr Tageslicht zu nutzen. Das spart 250.000 kWh pro Jahr.“

LARS RATSCHOW
MEXIKO



„Ich nehme den Bus zur Arbeit und nutze Carsharing mit Kollegen für externe Meetings.“

MICHELLE GUERSONI
BRASILIAN

Mitarbeiterkampagne rund um unser neues Klimaziel

Bei unserem Klimaziel für 2025 geht es nicht nur darum, die Energieeffizienz an allen Standorten zu verbessern, die Stromversorgung auf erneuerbare Quellen umzustellen oder die Emissionen aus eingekauften Waren und Dienstleistungen zu verringern, sondern auch darum, was jeder Mitarbeiter im Kleinen beitragen kann.

Treibhausgasemissionen spielen eine größere Rolle in unserem Alltag, als man zunächst vermuten würde: Sie verstecken sich in dem, wie wir uns fortbewegen, was wir essen oder wie wir einkaufen. Mit unserem Klima-Film haben wir die Mitarbeiter zunächst über das komplexe Thema Klimawandel aufgeklärt – seine Auswirkungen und was wir mit unserem neuen Klimaziel genau erreichen wollen.

Zudem haben wir weltweit alle Mitarbeiter dazu aufgerufen, ihre Ideen für einen klimafreundlicheren Alltag mit ihren Kollegen zu teilen und sie zu inspirieren. Mit großem Erfolg: Viele sind bereits sehr engagiert und kreativ auf diesem Gebiet unterwegs. Sie nutzen öffentliche Verkehrsmittel, kaufen regionale Lebensmittel, verzichten auf Pappbecher oder bringen Ideen wie die Optimierung der Tageslichtnutzung in den Werken für einen geringeren Stromverbrauch ein. Die Kampagne wird mit weiteren Initiativen im nächsten Jahr fortgesetzt.

Gemeinsame Pflanzaktion für einen guten Zweck: Mitarbeiterengagement für sozial benachteiligte Kinder in Indien

Bäume pflanzen, Schatten spenden: Insgesamt 20 Beiersdorf Mitarbeiter starteten an unserem Produktionsstandort in Sanand in Indien ihre erste Volunteering-Initiative und bepflanzten den Schulgarten einer nahe gelegenen lokalen Grundschule im Rahmen einer ehrenamtlichen Pflanzaktion mit Jungbäumen. Die neuen Bäume, die das Team gemeinsam mit über 100 begeisterten Grundschulern pflanzte, sollen den bislang baumlosen neuen kleinen Schulgarten beschatten.

„Das Projekt ist nicht nur eine gute Gelegenheit, Kinder in unserem Umfeld zu unterstützen, sondern bietet auch eine großartige Möglichkeit für Mitarbeiter unterschiedlicher Abteilungen, miteinander in Kontakt zu kommen und neue Erfahrungen außerhalb ihres normalen Arbeitsalltags zu teilen.“

DR. NILS HOFFMANN

LEITER FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG
NIVEA INDIEN

Die Pflanzaktion ist der Auftakt einer langfristig angelegten sozialen Initiative, mit der die Mitarbeiter in Sanand die Kinder einer Grundschule in der Nähe der Produktionsanlagen unterstützen. Das Projekt wird in enger Zusammenarbeit mit der SMILE Foundation durchgeführt, einer lokalen Organisation, die sich für benachteiligte Kinder und ihre Familien einsetzt. Das Ziel der Zusammenarbeit ist, die Schulsituation der Kinder vor Ort nachhaltig zu verbessern. Dazu wurde gemeinsam mit der SMILE Foundation ein Plan mit monatlichen Team-Events erstellt. Die Aktivitäten reichen von der Renovierung der Klassenräume über Sportveranstaltungen bis hin zu Aufklärungsaktionen, bei denen die Kinder über die Bedeutung von Handhygiene informiert werden. Zusätzlich unterstützt NIVEA Indien die Bildungsprogramme der SMILE Foundation mit einer jährlichen Spende.

Von dem freiwilligen Engagement profitieren nicht nur die Schüler, sondern auch die Mitarbeiter. Sie können sich ehrenamtlich in einem sozialen Projekt einbringen und sehen die Auswirkungen ihres Engagements in ihrem direkten Umfeld. An der Aktion beteiligten sich Mitarbeiter aus den Bereichen Forschung und Entwicklung, Produktion und Human Resources.



Engagement für Trinkwasserschutz

Auch in Deutschland ist der sorgsame und bewusste Umgang mit Trinkwasserressourcen ein Thema. Deshalb hat sich ein Team von 15 Mitarbeitern aus unserem Headquarter in Hamburg im November 2017 einen Tag lang für den Erhalt unserer Trinkwasserressourcen engagiert: Unter Anleitung des Trinkwasserwald® e.V. haben sie die ersten 550 von insgesamt 4.000 Setzlingen für einen Hektar neuen Eichenwald gepflanzt. Der dadurch entstehende natürliche Wald generiert dauerhaft 800.000 Liter qualitativ hochwertigen Trinkwassers zusätzlich pro Jahr und Hektar. Dies entspricht dem jährlichen Trinkwasserbedarf von 800 Menschen.



Im Anschluss konnte das Team im Rahmen einer fachkundigen Führung eines Försters durch die „Erlebniswelt Wald“ seine Erkenntnisse aus der Pflanzaktion weiter vertiefen und das Ökosystem Trinkwasserwald dank zahlreicher zusätzlicher Erläuterungen noch besser kennenlernen.

Die Pflanzaktion hat unsere Mitarbeiter darin bestärkt, wie wichtig das Engagement in ihrer Region ist und dass sensible Ökosysteme auch hierzulande geschützt werden müssen. Die nächsten Pflanztermine sind für das kommende Jahr bereits geplant.

EINBINDUNG UNSERER LIEFERANTEN

Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit: Mit einem strategischen Lieferantenmanagement wollen wir sicherstellen, dass unsere hohen Standards bei Qualität, Arbeitsbedingungen und Umweltschutz auch von unseren Lieferanten eingehalten werden. Dabei suchen wir mit regelmäßigen Dialogformaten und gemeinsamen Projekten gezielt nach Optimierungspotenzialen, um die Nachhaltigkeit in unserer Wertschöpfungskette zu steigern. Ein weiterer zentraler Punkt für die enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten ist die Stärkung unserer Innovationskraft durch die Integration von externem Wissen.

PEARLFINDERS – Formate für Lieferanten und strategische Partner

Seit Mitte 2016 bündeln wir unsere Innovationsaktivitäten unter dem Kommunikationsdach „PEARLFINDERS – We Open Innovation“. Zu den erfolgreichen PEARLFINDERS-Formaten zählen zwei bewährte Inhouse-Veranstaltungen für unsere Lieferanten – die „Formulation Academy“ und die „Supplier Fair“.

Die „Formulation Academy“ fand 2017 bereits zum siebten Mal in unserem Hamburger Forschungszentrum statt. Im Rahmen der zweitägigen Veranstaltungen teilen ausgewählte langjährige Innovationspartner ihr Know-how mit den Forschern und Entwicklern von Beiersdorf. Im Fokus standen dabei innovative und nachhaltige Texturen und Formulierungen für die Gesichts-, Körper- und Sonnenpflege.

Eine Neuheit ist die „Innovation Journey“, die wir als Weiterentwicklung der „Supplier Fair“ erstmals in diesem Jahr durchgeführt haben. Auf der Veranstaltungsreihe, die von der Forschung und Entwicklung organisiert wurde, konnten ausgewählte externe Partner ihre innovativen Ideen und Produkte präsentieren und gemeinsam mit Experten diskutieren. Die Themenauswahl orientierte sich dabei an den Hauptsuchfeldern, die wir für Innovation definiert haben, sowie an den globalen Megatrends. Nachhaltigkeit wird in Zukunft einer der stärksten Treiber für Produktinnovationen sein. So beschleunigt beispielsweise die weltweit zunehmende Wasserknappheit die Entwicklung von Haut- und Schönheitspflegeprodukten, die ohne Wasser genutzt werden können. Darüber hinaus präsentierten die externen Referenten zahlreiche

weitere Produktinnovationen und erhielten von Beiersdorf Mitarbeitern einen vertiefenden Einblick in die Ansätze, mit denen wir an mehr Nachhaltigkeit in der Haut- und Schönheitspflege forschen.

Inspiration und Innovation – nachhaltige Präsenz auf der „In-Cosmetics“

Mit über 780 Ausstellern und knapp 9.000 Besuchern ist die „In-Cosmetics“, die im April 2017 in London stattfand, die weltweit größte Kosmetikmesse – und damit die wichtigste Inspirations- und Innovationsquelle für unsere Branche im Rohstoffbereich. In diesem Jahr stand das Thema Nachhaltigkeit erstmals als eigenes Schwerpunktthema in einer sogenannten „Sustainability Corner“ im Fokus. Im Rahmen der Messe konnten große Kosmetikunternehmen wie Beiersdorf über ihr Nachhaltigkeits-Engagement informieren. Dorle Bahr, Head of Environmental Sustainability bei Beiersdorf, erläuterte unsere Nachhaltigkeitsstrategie sowie Ziele und zeigte auf, dass sich bestimmte Herausforderungen auf der Produktebene nur gemeinsam mit den Lieferanten lösen lassen. Ein Ansatz, den wir mit unserem strategischen Lieferantenmanagement bereits zielgerichtet verfolgen.

2018 werden wir unser strategisches Lieferantenmanagement weiter intensivieren und die erfolgreichen PEARLFINDER-Formate fortführen.



ERFAHREN SIE MEHR ÜBER DIE EINBINDUNG UNSERER LIEFERANTEN

Ratings

Um die Wirksamkeit unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen genau zu kennen, erheben wir kontinuierlich relevante Nachhaltigkeitskennzahlen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Anhand dieser Kennzahlen analysieren wir unsere Performance und können gezielt Optimierungspotenziale identifizieren. Diese Kennzahlen werden zudem regelmäßig von externen Ratingagenturen bewertet und bieten dem Markt und unseren Stakeholdern damit ein Maximum an Objektivität, Vergleichbarkeit und Transparenz.



CDP

Das Carbon Disclosure Project (CDP) bewertet die von Unternehmen veröffentlichten Umweltdaten. Beiersdorf beteiligt sich bereits seit 2006 am CDP. Nach dem „Score B-“ im Jahr 2016 haben wir mit unserer Klimaberichterstattung 2017 den „Score C“ erreicht. Im CDP „Water Disclosure Program“ wurden wir 2016 und 2017 mit „B“ bewertet.



FTSE4Good

FTSE4Good

FTSE4Good ist eine weltweit führende Indexfamilie zu Nachhaltigkeit und Corporate Governance. Der Index listet Unternehmen, die sich durch herausragende unternehmerische Verantwortung auszeichnen. Beiersdorf gehört dazu.



oekom research AG

Die oekom research AG bewertet als eine der weltweit führenden Ratingagenturen die soziale und ökologische Performance von Unternehmen. Bereits 2016 wurde Beiersdorf der Prime-Status verliehen. 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 2016 und 2017 das ESG-Rating „A“ erhalten.

Kennzahlen Geschäftsbereich Consumer

	EINHEIT	2015	2016	2017
ECONOMIC				
Umsatz Consumer	in Millionen €	5.546	5.606	5.799
Produktionsstandorte	Anzahl	17	16	17
PRODUCTS				
Fortschritt gegenüber unserem Products-Ziel	%	18	25	23
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
Book & Claim („RSPO Credits“)	%	100	70	46
PLANET				
Stationäre Energie	GJ	915.538	943.986	970.741
Mobile Energie	GJ	135.006	145.334	157.025
CO ₂ -Emissionen (Scope 1 + 2)	t CO ₂ e	95.433	77.864	80.919
Strom aus erneuerbaren Energiequellen	%	9	42	45
Abfallmenge	Tonnen	30.225	23.018	28.986
Wasserverbrauch	m ³	1.478.936	1.796.792	1.786.962
Abwasservolumen	m ³	808.298	877.245	860.355
PEOPLE				
Mitarbeiter gesamt	Anzahl	13.549	13.776	14.477
Arbeitsunfälle (≥ 1 Tag Arbeitsausfall)	Anzahl	73	50	52
Durch soziale Projekte nachhaltig unterstützte Familien	Anzahl	181.026	235.186	179.672

Wir konnten 2017 unsere Datenabdeckung erneut steigern und die Qualität unserer Daten und Hochrechnungen verbessern. Im Vergleich zum Vorjahr können daher Verschiebungen der Daten auftreten.

Relevante Kennzahlen zum nichtfinanziellen Bericht der Beiersdorf AG

	EINHEIT	2017
COMPLIANCE		
Teilnehmerquote Kartellrecht-Training	%	84
PLANET		
Strom aus erneuerbaren Energiequellen	%	100
CO ₂ -Emissionen (Scope 1 + 2)	t CO ₂ e	6.960
PEOPLE		
Accident Frequency Rate (AFR)	Unfälle pro eine Million Arbeitsstunden	3,47
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 1	%	67
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 2	%	82

GRI Content Index 2017

Abkürzungsverzeichnis

3PMs	Fertigwarenhersteller (Third-Party Manufacturers)	ILO	Internationale Arbeitsorganisation (International Labour Organization)
AIM	European Brands Association	IUCN	Weltnaturschutzunion (International Union for Conservation of Nature)
CoC	Verhaltenskodex (Code of Conduct)	LA	Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung (Labor Practices and Decent Work)
DCGK	Deutscher Corporate Governance Kodex	OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Organization for Economic Cooperation and Development)
DMA	Managementansatz (Disclosure Management Approach)	PCs	Produktionszentren (Production Centers/Sites)
EC	Ökonomisch (Economic)	PR	Produktverantwortung (Product Responsibility)
EN	Ökologisch (Environmental)	RSPO	Roundtable on Sustainable Palm Oil
EPAA	Europäische Partnerschaft für alternative Ansätze zu Tierversuchen (European Partnership on Alternative Approaches to Animal Testing)	Sedex	Supplier Ethical Data Exchange
FEA	Europäischer Aerosolverband (European Aerosol Federation)	SMETA	Sedex Members Ethical Trade Audit
FONAP	Forum Nachhaltiges Palmöl (Forum for Sustainable Palm Oil)	SO	Gesellschaftlich (Society)
GHG	Treibhausgas (Greenhouse Gas)	VCI	Verband der Chemischen Industrie
HR	Menschenrechte (Human Rights)	WIE	Wirtschaft. Initiative. Engagement.
IGA	Industrie Gemeinschaft Aerosole e.V.	WRI	World Resources Institute
IKW	Industrieverband Körperpflege und Waschmittel		

Allgemeine Standardangaben

¹ ++ vollständig berichtet
 + teilweise berichtet

Indikator	GRI Standardinformationen	Status ¹	Referenz																																			
ASPEKT: STRATEGIE UND ANALYSE																																						
G4-1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation	++	Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Board_Statement																																			
ASPEKT: ORGANISATIONSPROFIL																																						
G4-3	Name der Organisation	++	Beiersdorf AG																																			
G4-4	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	++	Beiersdorf_Unser_Profil Beiersdorf_Marken																																			
G4-5	Hauptsitz der Organisation	++	Beiersdorf AG, Unnastraße 48, 20245 Hamburg, Deutschland																																			
G4-6	Anzahl der Länder, in denen die Organisation operiert	++	Beiersdorf_Standorte																																			
G4-7	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	++	Geschäftsbericht: Anteilsbesitzliste der Beiersdorf AG 2017																																			
G4-8	Belieferte Märkte	++	Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Unternehmensbereiche Beiersdorf_Standorte Geschäftsbericht: Beiersdorf_Segmentberichterstattung_2017 Beiersdorf_Regionale_Berichterstattung_2017 Beiersdorf_Konzernumsatz_2017																																			
G4-9	Größe und Umfang der Organisation	++	Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Standorte Geschäftsbericht: Menschen bei Beiersdorf 2017 Beiersdorf_Zehnjahresuebersicht_2017 Beiersdorf_Ertragslage_Consumer_2017 2017 verkauften wir weit über 3,8 Milliarden Verbrauchereinheiten weltweit.																																			
G4-10	Gesamtzahl der Beschäftigten	+	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Mitarbeiter gesamt</th> <th>Davon Leiharbeiter- nehmer*</th> <th>Frauenanteil Mitarbeiter gesamt</th> <th>Männeranteil Mitarbeiter gesamt</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Deutschland</td> <td>3.863</td> <td>83</td> <td>50%</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Europa (exkl. Deutschland)</td> <td>3.837</td> <td>98</td> <td>60%</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Nordamerika</td> <td>338</td> <td>0</td> <td>67%</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Lateinamerika</td> <td>2.214</td> <td>49</td> <td>56%</td> <td>44%</td> </tr> <tr> <td>Afrika/Asien/ Australien</td> <td>4.225</td> <td>34</td> <td>49%</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>14.477</td> <td>264</td> <td>54%</td> <td>46%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* Leiharbeiternehmer mit einem Arbeitsvertrag über 6 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 Leiharbeiternehmer.</p> <p>Saisonale Schwankungen: Es liegen keine signifikanten Schwankungen hinsichtlich der Anzahl der Angestellten vor.</p>		Mitarbeiter gesamt	Davon Leiharbeiter- nehmer*	Frauenanteil Mitarbeiter gesamt	Männeranteil Mitarbeiter gesamt	Deutschland	3.863	83	50%	50%	Europa (exkl. Deutschland)	3.837	98	60%	40%	Nordamerika	338	0	67%	33%	Lateinamerika	2.214	49	56%	44%	Afrika/Asien/ Australien	4.225	34	49%	51%	Gesamt	14.477	264	54%	46%
	Mitarbeiter gesamt	Davon Leiharbeiter- nehmer*	Frauenanteil Mitarbeiter gesamt	Männeranteil Mitarbeiter gesamt																																		
Deutschland	3.863	83	50%	50%																																		
Europa (exkl. Deutschland)	3.837	98	60%	40%																																		
Nordamerika	338	0	67%	33%																																		
Lateinamerika	2.214	49	56%	44%																																		
Afrika/Asien/ Australien	4.225	34	49%	51%																																		
Gesamt	14.477	264	54%	46%																																		
G4-11	Prozentsatz aller Arbeitnehmer, die von Kollektivvereinbarungen erfasst sind	+	Beiersdorf AG (Headquarter): 47% der Angestellten sind Tarifmitarbeiter, 42% sind außertariflich angestellt. Die verbleibenden 11% sind Führungskräfte.																																			

Indikator	GRI Standardinformationen	Status ¹	Referenz
G4-12	Lieferkette der Organisation	++	<p>Die Lieferkette von Beiersdorf ist primär regional. Wir führen laufende 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 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 befinden sich in den Regionen Europa, Amerika, Naher Osten (inkl. 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. Wir sind bestrebt, unsere Beschaffung weiter auf regional ansässige Lieferanten auszurichten, um eine integrierte Lieferkette und bessere Qualitätskontrolle zu gewährleisten. 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.</p> <p>Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette</p>
G4-13	Wichtige Veränderungen während des Berichtszeitraums bezüglich der Größe, Struktur und der Eigentumsverhältnisse der Organisation oder ihrer Lieferkette	++	<p>Geschäftsbericht: Beiersdorf Geschaeft und Strategie 2017 Beiersdorf Kapital Struktur 2017 Anteilsbesitzliste der Beiersdorf AG 2017 Beiersdorf Akquisitionen und Divestments 2017</p>
G4-14	Berücksichtigung des Vorsorgeansatzes oder des Vorsorgeprinzips	++	<p>Seite c-8, Kapitel Risikomanagement Geschäftsbericht: Beiersdorf Risikobericht 2017 Beiersdorf Risiken und Grundsätze Risikomanagement 2017</p>
G4-15	Befürwortete oder unterstützte extern entwickelte wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Chartas, Prinzipien oder andere 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
G4-16	Mitgliedschaften in Verbänden und nationalen oder internationalen Interessenverbänden	++	<p>Organisationen mit Fokus auf Nachhaltigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • AIM-PROGRESS • Europäischer Aerosolverband (FEA) • Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) • Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) • Sedex • Wirtschaft. Initiative. Engagement. (WIE) <p>Branchenverbände 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)
ASPEKT: ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN			
G4-17	Unternehmen, die im konsolidierten Jahresabschluss oder in gleichwertigen Dokumenten aufgeführt sind	++	<p>Geschäftsbericht: Anteilsbesitzliste der Beiersdorf AG 2017 Unternehmenswebseite: Beiersdorf Standorte</p>

Indikator	GRI Standardinformationen	Status ¹	Referenz																																																																																																																																																
G4-18	Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte und der Abgrenzung von Aspekten	++	Seite c-11, Kapitel Materialitätsanalyse Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Materialitaetsanalyse																																																																																																																																																
G4-19	Wesentliche Aspekte, die im Prozess zur Festlegung der Berichtsinhalte ermittelt wurden	++	Seite c-11, Kapitel Materialitätsanalyse Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Materialitaetsanalyse																																																																																																																																																
G4-20/21	Abgrenzung der Aspekte innerhalb und außerhalb der Organisation	++	<p>Abgrenzung der Aspekte innerhalb und außerhalb der Organisation</p> <table border="1"> <tr><td>EC</td><td>Wirtschaftliche Leistung</td><td>x</td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Materialien</td><td>x</td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Energie</td><td>x</td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Wasser</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Biodiversität</td><td></td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Emissionen</td><td>x</td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Abwasser und Abfall</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td>EN</td><td>Produkte und Dienstleistungen</td><td>x</td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Compliance</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Transport</td><td>x</td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Insgesamt</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte</td><td></td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Beschwerdeverfahren hinsichtlich ökologischer Aspekte</td><td>x</td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Beschäftigung</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td>LA</td><td>Aus- und Weiterbildung</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Vielfalt und Chancengleichheit</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken</td><td></td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Beschwerdeverfahren hinsichtlich Arbeitspraktiken</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Gleichbehandlung</td><td>x</td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen</td><td>x</td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Kinderarbeit</td><td></td><td>O</td></tr> <tr><td>HR</td><td>Zwangs- oder Pflichtarbeit</td><td></td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Prüfung</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten</td><td></td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Beschwerdeverfahren hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Korruptionsbekämpfung</td><td>x</td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Wettbewerbswidriges Verhalten</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Compliance</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td>SO</td><td>Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen</td><td></td><td>O</td></tr> <tr><td></td><td>Beschwerdeverfahren hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Kundengesundheit und -sicherheit</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td>PR</td><td>Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Marketing</td><td>x</td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Compliance</td><td>x</td><td></td></tr> </table> <p>X = Abgrenzung der Aspekte innerhalb der Organisation O = Abgrenzung der Aspekte außerhalb der Organisation</p>	EC	Wirtschaftliche Leistung	x	O		Materialien	x	O		Energie	x	O		Wasser	x			Biodiversität		O		Emissionen	x	O		Abwasser und Abfall	x		EN	Produkte und Dienstleistungen	x	O		Compliance	x			Transport	x	O		Insgesamt	x			Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte		O		Beschwerdeverfahren hinsichtlich ökologischer Aspekte	x	O		Beschäftigung	x			Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis	x			Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz	x		LA	Aus- und Weiterbildung	x			Vielfalt und Chancengleichheit	x			Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken		O		Beschwerdeverfahren hinsichtlich Arbeitspraktiken	x			Gleichbehandlung	x	O		Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen	x	O		Kinderarbeit		O	HR	Zwangs- oder Pflichtarbeit		O		Prüfung	x			Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten		O		Beschwerdeverfahren hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen	x			Korruptionsbekämpfung	x	O		Wettbewerbswidriges Verhalten	x			Compliance	x		SO	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen		O		Beschwerdeverfahren hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen	x			Kundengesundheit und -sicherheit	x		PR	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	x			Marketing	x			Compliance	x	
EC	Wirtschaftliche Leistung	x	O																																																																																																																																																
	Materialien	x	O																																																																																																																																																
	Energie	x	O																																																																																																																																																
	Wasser	x																																																																																																																																																	
	Biodiversität		O																																																																																																																																																
	Emissionen	x	O																																																																																																																																																
	Abwasser und Abfall	x																																																																																																																																																	
EN	Produkte und Dienstleistungen	x	O																																																																																																																																																
	Compliance	x																																																																																																																																																	
	Transport	x	O																																																																																																																																																
	Insgesamt	x																																																																																																																																																	
	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte		O																																																																																																																																																
	Beschwerdeverfahren hinsichtlich ökologischer Aspekte	x	O																																																																																																																																																
	Beschäftigung	x																																																																																																																																																	
	Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis	x																																																																																																																																																	
	Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz	x																																																																																																																																																	
LA	Aus- und Weiterbildung	x																																																																																																																																																	
	Vielfalt und Chancengleichheit	x																																																																																																																																																	
	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken		O																																																																																																																																																
	Beschwerdeverfahren hinsichtlich Arbeitspraktiken	x																																																																																																																																																	
	Gleichbehandlung	x	O																																																																																																																																																
	Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen	x	O																																																																																																																																																
	Kinderarbeit		O																																																																																																																																																
HR	Zwangs- oder Pflichtarbeit		O																																																																																																																																																
	Prüfung	x																																																																																																																																																	
	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten		O																																																																																																																																																
	Beschwerdeverfahren hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen	x																																																																																																																																																	
	Korruptionsbekämpfung	x	O																																																																																																																																																
	Wettbewerbswidriges Verhalten	x																																																																																																																																																	
	Compliance	x																																																																																																																																																	
SO	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen		O																																																																																																																																																
	Beschwerdeverfahren hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen	x																																																																																																																																																	
	Kundengesundheit und -sicherheit	x																																																																																																																																																	
PR	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	x																																																																																																																																																	
	Marketing	x																																																																																																																																																	
	Compliance	x																																																																																																																																																	
G4-22	Auswirkung jeder Neuformulierung einer Information aus früheren Berichten und die Gründe für solche Neuformulierungen	++	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet																																																																																																																																																
G4-23	Wichtige Änderungen im Umfang und hinsichtlich der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen	++	Seite c-11, Kapitel Materialitätsanalyse Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Materialitaetsanalyse																																																																																																																																																

Indikator	GRI Standardinformationen	Status ¹	Referenz
ASPEKT: EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN			
G4-24	Liste der von der Organisation eingebundenen Stakeholdergruppen	++	Unternehmenswebseite: Beiersdorf Sustainability Stakeholder Engagement Beiersdorf Nachhaltigkeit Stakeholderdialog
G4-25	Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder, die eingebunden werden	++	Unternehmenswebseite: Beiersdorf Sustainability Stakeholder Engagement Beiersdorf Nachhaltigkeit Stakeholderdialog
G4-26	Ansatz der Organisation zur Einbindung von Stakeholdern einschließlich der Häufigkeit der Einbindung nach Art und Stakeholdergruppe	++	Seite c-59, Kapitel Stakeholder Engagement Unternehmenswebseite: Beiersdorf Sustainability Stakeholder Engagement Beiersdorf Nachhaltigkeit Stakeholderdialog
G4-27	Wichtigste Themen und Anliegen, die durch Einbindung der Stakeholder aufkommen	++	Unternehmenswebseite: Beiersdorf Aktuelle Fragen
ASPEKT: BERICHTSPROFIL			
G4-28	Berichtszeitraum	++	Die Reportingperiode ist das Kalenderjahr 2017.
G4-29	Datum des jüngsten vorhergehenden Berichts	++	Unser letzter Nachhaltigkeitsbericht 2016 sowie der ergänzende GRI Content Index wurden im Mai 2017 veröffentlicht.
G4-30	Berichtszyklus	++	Die Beiersdorf AG verfolgt einen jährlichen Reportingzyklus.
G4-31	Anlaufstelle für Fragen bezüglich des Berichts oder seiner Inhalte	++	Beiersdorf Kontakt Nachhaltigkeit
G4-32	Die von der Organisation gewählte „In Übereinstimmung“-Option	++	Seite c-2, Kapitel Berichtsprofil Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeitsberichterstattung
G4-33	Externe Prüfung des Berichts	++	Informationen zu der externen Prüfung finden Sie im Beiersdorf Konzern und Beiersdorf AG Nachhaltigkeitsbericht 2017 unter „Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit“.
ASPEKT: UNTERNEHMENSFÜHRUNG			
G4-34	Führungsstruktur der Organisation, einschließlich der Komitees des höchsten Kontrollorgans	++	Unternehmenswebseite: Beiersdorf Führungsstruktur Beiersdorf Erklärung Unternehmensführung Geschäftsbericht: Beiersdorf Corporate Governance Bericht 2017
ASPEKT: ETHIK UND INTEGRITÄT			
G4-56	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen (Verhaltens- und Ethikkodizes) der Organisation	++	Seite c-12, Kapitel Compliance Management und Seite c-15, Kapitel Menschenrechte Unternehmenswebseite: Beiersdorf Unsere Core Values Beiersdorf Compliance Leitlinien Beiersdorf Code of Conduct Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette

Spezifische Standardangaben

¹ ++ vollständig berichtet

+ teilweise berichtet

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
KATEGORIE: WIRTSCHAFTLICH			
G4-DMA – Managementansatz EC		++	Geschäftsbericht: Beiersdorf Aktie und Investor Relations 2017 Beiersdorf Kennzahlen im Ueberblick 2017 Beiersdorf Geschaefit und Strategie 2017

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
ASPEKT: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG			
G4-EC1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	++	Geschäftsbericht: Beiersdorf Kennzahlen im Ueberblick 2017 Beiersdorf Ertragslage Consumer 2017 Beiersdorf Regionale Berichterstattung 2017 Beiersdorf Erläuterungen Gewinn- und Verlustrechnung 2017 Beiersdorf Personalaufwand 2017
G4-EC2	Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen für die Aktivitäten der Organisation	+	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 Sustainability Fokus Planet Beiersdorf Sustainability Fokus Products
G4-EC3	Verpflichtungen der Organisation aus dem leistungsorientierten Pensionsplan	++	Geschäftsbericht: Beiersdorf Pensionsrückstellungen 2017
G4-EC4	Finanzielle Unterstützung vonseiten der Regierung	++	Es gab keine wesentliche finanzielle Unterstützung vonseiten der Regierung im Jahr 2017.

KATEGORIE: ÖKOLOGISCH

G4-DMA – Managementansatz EN		++	Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeitsstrategie Beiersdorf Sustainability Fokus Planet Beiersdorf Nachhaltigkeit Management
------------------------------	--	----	--

ASPEKT: MATERIALIEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Materialien)		++	Seite c-21, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products Unternehmenswebseite: Beiersdorf Sustainability Fokus Products Beiersdorf Nachhaltigkeit Rohstoffe Beiersdorf Nachhaltigkeit Verpackung
G4-EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	+	Für extern bezogene Materialien, die benötigt werden, um Produkte für den Unternehmensbereich Consumer in unseren eigenen Produktionsstätten zu produzieren, basieren die Berechnungen auf Primärdaten. Eine Ausnahme bilden die Verpackungsmaterialien, diese beziehen sich auf die Verpackungen aller verkauften Produkte. Jede Materialkategorie enthält sowohl erneuerbare als auch nicht erneuerbare Materialien.

Eingesetzte Materialien	Einheit
Verpackungsmaterialien	146.299 t
Rohmaterial der Formeln	534.310 t
Produktionsmaterialien	832 t
Andere	114 t

ASPEKT: ENERGIE

Aspektspezifischer Managementansatz (Energie)		++	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-37, Kapitel Energie Unternehmenswebseite: Beiersdorf Sustainability Fokus Planet Beiersdorf Nachhaltigkeit Energie
---	--	----	--

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz																																													
G4-EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	++	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet Scope 1 Stationäre direkte Energie Einheit <table border="1"> <tr><td>Erdgas</td><td>506.036</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Flüssiggas (stationärer Verbrauch)</td><td>8.459</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Benzin (für Generatoren)</td><td>240</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Diesel (für Generatoren)</td><td>4.822</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Heizöl</td><td>369</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Eigenerzeugte Energie aus erneuerbaren Quellen</td><td>3.098</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Gesamt</td><td>523.024</td><td>GJ</td></tr> </table> Scope 1 Mobile Energie Einheit <table border="1"> <tr><td>Kraftstoff aus nicht erneuerbaren Energieträgern</td><td>148.946</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern</td><td>8.079</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Gesamt</td><td>157.025</td><td>GJ</td></tr> </table> Scope 2 Stationäre indirekte Energie Einheit <table border="1"> <tr><td>Eingekaufter Strom</td><td>428.030</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Fernwärme</td><td>2.540</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Eingekaufter Dampf</td><td>16.242</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Fernkälte</td><td>904</td><td>GJ</td></tr> <tr><td>Gesamt</td><td>447.716</td><td>GJ</td></tr> </table>	Erdgas	506.036	GJ	Flüssiggas (stationärer Verbrauch)	8.459	GJ	Benzin (für Generatoren)	240	GJ	Diesel (für Generatoren)	4.822	GJ	Heizöl	369	GJ	Eigenerzeugte Energie aus erneuerbaren Quellen	3.098	GJ	Gesamt	523.024	GJ	Kraftstoff aus nicht erneuerbaren Energieträgern	148.946	GJ	Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern	8.079	GJ	Gesamt	157.025	GJ	Eingekaufter Strom	428.030	GJ	Fernwärme	2.540	GJ	Eingekaufter Dampf	16.242	GJ	Fernkälte	904	GJ	Gesamt	447.716	GJ
Erdgas	506.036	GJ																																														
Flüssiggas (stationärer Verbrauch)	8.459	GJ																																														
Benzin (für Generatoren)	240	GJ																																														
Diesel (für Generatoren)	4.822	GJ																																														
Heizöl	369	GJ																																														
Eigenerzeugte Energie aus erneuerbaren Quellen	3.098	GJ																																														
Gesamt	523.024	GJ																																														
Kraftstoff aus nicht erneuerbaren Energieträgern	148.946	GJ																																														
Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern	8.079	GJ																																														
Gesamt	157.025	GJ																																														
Eingekaufter Strom	428.030	GJ																																														
Fernwärme	2.540	GJ																																														
Eingekaufter Dampf	16.242	GJ																																														
Fernkälte	904	GJ																																														
Gesamt	447.716	GJ																																														
G4-EN5	Energieintensität	++	Die Ergebnisse beziehen sich auf Scope-1- und Scope-2-Energieverbräuche, die unter EN3 ausgewiesen wurden. Berechnungen basieren auf tatsächlich gemessenen Daten. Die Bezugsgröße (Nenner der Verhältniszahl) wird in der Tabelle gezeigt. PCs Einheit <table border="1"> <tr><td>Direkte Energie/1.000 Produktionseinheiten</td><td>145</td><td>MJ</td></tr> <tr><td>Indirekte Energie/1.000 Produktionseinheiten</td><td>128</td><td>MJ</td></tr> <tr><td>Energie/1.000 Produktionseinheiten</td><td>273</td><td>MJ</td></tr> </table>	Direkte Energie/1.000 Produktionseinheiten	145	MJ	Indirekte Energie/1.000 Produktionseinheiten	128	MJ	Energie/1.000 Produktionseinheiten	273	MJ																																				
Direkte Energie/1.000 Produktionseinheiten	145	MJ																																														
Indirekte Energie/1.000 Produktionseinheiten	128	MJ																																														
Energie/1.000 Produktionseinheiten	273	MJ																																														

ASPEKT: WASSER

Aspektspezifischer Managementansatz (Wasser)		++	Seite c-41, Kapitel Wasser Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Wasser Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Wasserverbrauch Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Gemeinsam_Ressourcen_Schonen																																
G4-EN8	Gesamtwasserentnahme nach Quelle	+	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>PCs</th> <th>Büro-standorte</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Wasserentnahme (Primärdaten)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Städtische Wasserversorgungen oder Wasserversorgungsunternehmen</td> <td>1.638.377</td> <td></td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Grundwasser</td> <td>59.459</td> <td></td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Regenwasser</td> <td></td> <td></td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Oberflächenwasser</td> <td></td> <td></td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Abwasser von anderen Organisationen</td> <td></td> <td></td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Wasserverbrauch gesamt</td> <td>1.697.836</td> <td>89.126</td> <td>m³</td> </tr> </tbody> </table>		PCs	Büro-standorte	Einheit	Wasserentnahme (Primärdaten)				Städtische Wasserversorgungen oder Wasserversorgungsunternehmen	1.638.377		m ³	Grundwasser	59.459		m ³	Regenwasser			m ³	Oberflächenwasser			m ³	Abwasser von anderen Organisationen			m ³	Wasserverbrauch gesamt	1.697.836	89.126	m³
	PCs	Büro-standorte	Einheit																																
Wasserentnahme (Primärdaten)																																			
Städtische Wasserversorgungen oder Wasserversorgungsunternehmen	1.638.377		m ³																																
Grundwasser	59.459		m ³																																
Regenwasser			m ³																																
Oberflächenwasser			m ³																																
Abwasser von anderen Organisationen			m ³																																
Wasserverbrauch gesamt	1.697.836	89.126	m³																																
G4-EN9	Durch die Wasserentnahme wesentlich beeinträchtigte Wasserquellen	+	Seite c-41, Kapitel Wasser Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Wasserverbrauch																																
G4-EN10	Prozentsatz und Gesamtvolumen des wieder zugeführten und wiederverwendeten Wassers	+	PCs (Primärdaten) Einheit <table border="1"> <tr> <td>Wieder zugeführtes und wiederverwendetes Wasser</td> <td>54.479</td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Prozentualer Anteil an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser</td> <td>3,21</td> <td>%</td> </tr> </table>	Wieder zugeführtes und wiederverwendetes Wasser	54.479	m ³	Prozentualer Anteil an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser	3,21	%																										
Wieder zugeführtes und wiederverwendetes Wasser	54.479	m ³																																	
Prozentualer Anteil an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser	3,21	%																																	

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
-----------	-------------------------	---------------------	----------

ASPEKT: BIODIVERSITÄT

Aspektspezifischer Managementansatz (Biodiversität)		+	Seite c-21, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products
G4-EN11	Standorte, betrieben in oder angrenzend an (Schutz-) Gebiete mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von Schutzgebieten	++	Keiner unserer Standorte befindet sich in oder in der Nähe von Schutzgebieten oder Gebieten mit hoher Artenvielfalt außerhalb von Schutzgebieten.
G4-EN14	Gesamtzahl der gefährdeten Arten auf der Roten Liste der IUCN und auf nationalen Listen geschützter Arten, die ihren Lebensraum in Gebieten haben, die von der Geschäftstätigkeit der Organisation betroffen sind	++	Durch die Geschäftstätigkeit von Beiersdorf sind keine Arten auf der Roten Liste der IUCN betroffen.

ASPEKT: EMISSIONEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Emissionen)		++	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-37, Kapitel Energie Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Energie Beiersdorf Nachhaltigkeit Weniger CO₂ Emissionen
--	--	----	---

G4-EN15	Direkte Treibhausgas-emissionen (Scope 1)	+	Scope-1-GHG-Emissionen (eigene Produktion, geleaste und eigene Büroräume) unter Bezugnahme auf die unter EN3 ausgewiesenen direkten Energieverbräuche. Emissionen von Firmenwagen basieren auf verfügbaren Daten zum Kraftstoffverbrauch (siehe EN3) sowie auf Daten, die sich auf die zurückgelegte Entfernung eines Fahrzeugs beziehen (nicht in EN3 enthalten). Die Mengen werden in Kohlenstoffäquivalenten ausgewiesen und basieren auf Primärdaten (ohne Hochrechnung). Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-37, Kapitel Energie
---------	---	---	---

Scope 1		Büro-	
GHG-Emissionen	PCs	standorte	Einheit
Erdgas	23.120	5.347	t CO ₂ e
Flüssiggas (stationärer Verbrauch)	491	44	t CO ₂ e
Benzin (für Generatoren)	0	17	t CO ₂ e
Diesel (für Generatoren)	243	117	t CO ₂ e
Heizöl	14	13	t CO ₂ e
Emissionen von Firmenwagen	711	13.063	t CO ₂ e
Gesamt	24.579	18.601	t CO₂e

G4-EN16	Indirekte energiebezogene Treibhausgas-Emissionen (Scope 2)	+	Scope-2-GHG-Emissionen (eigene Produktion, geleaste und eigene Büroräume, geleaste und eigene Fahrzeuge) unter Bezugnahme auf die unter EN3 ausgewiesenen indirekten Energieverbräuche. Die Mengen werden in Kohlenstoffäquivalenten ausgewiesen und basieren auf Primärdaten (ohne Hochrechnung). Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-37, Kapitel Energie
---------	---	---	--

Scope 2 (market-based)		Büro-	
GHG-Emissionen	PCs	standorte	Einheit
Eingekaufter Strom	31.421	5.098	t CO ₂ e
Fernwärme	0	159	t CO ₂ e
Eingekaufter Dampf	1.013	0	t CO ₂ e
Mobile Energie	48	0	t CO ₂ e
Gesamt	32.482	5.257	t CO₂e

Scope 2 (location-based)		Büro-	
GHG-Emissionen	PCs	standorte	Einheit
Eingekaufter Strom	50.239	8.143	t CO ₂ e

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz																																	
G4-EN17	Weitere indirekte Treibhausgas-Emissionen (Scope 3)	++	<p>Scope-3-GHG-Emissionen (ausgelagerte Fertigwarenproduktion, Fertigwarentransport und Geschäftsfreisen). Die Mengen werden in Kohlenstoff-äquivalenten ausgewiesen und basieren auf Primärdaten (ohne Hochrechnung). Der gewählte Konsolidierungsansatz für Emissionen ist die operative Steuerung. Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet</p> <p>Scope 3 GHG-Emissionen Beiersdorf Einheit</p> <table border="1"> <tr> <td>Geschäftsreisen</td> <td>12.560</td> <td>t CO₂e</td> </tr> <tr> <td>Fertigwarentransport</td> <td>71.454</td> <td>t CO₂e</td> </tr> </table> <p>Scope 3 GHG-Emissionen 3PMs Einheit</p> <table border="1"> <tr> <td>Energiebezogene GHG-Emissionen</td> <td>49.545</td> <td>t CO₂e</td> </tr> </table>	Geschäftsreisen	12.560	t CO ₂ e	Fertigwarentransport	71.454	t CO ₂ e	Energiebezogene GHG-Emissionen	49.545	t CO ₂ e																								
Geschäftsreisen	12.560	t CO ₂ e																																		
Fertigwarentransport	71.454	t CO ₂ e																																		
Energiebezogene GHG-Emissionen	49.545	t CO ₂ e																																		
G4-EN18	Intensität der Treibhausgas-Emissionen	++	<p>Alle in ein Verhältnis gesetzte Angaben basieren auf tatsächlich gemessenen Daten.</p> <p>Beiersdorf Einheit</p> <table border="1"> <tr> <td colspan="3">Scope 1</td> </tr> <tr> <td>GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten</td> <td>14,76</td> <td>kg CO₂e</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Scope 2</td> </tr> <tr> <td>GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten</td> <td>12,90</td> <td>kg CO₂e</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>27,66</td> <td>kg CO₂e</td> </tr> <tr> <td colspan="3">davon PCs Einheit</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Scope 1</td> </tr> <tr> <td>GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten</td> <td>8,40</td> <td>kg CO₂e</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Scope 2</td> </tr> <tr> <td>GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten</td> <td>11,11</td> <td>kg CO₂e</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>19,51</td> <td>kg CO₂e</td> </tr> </table>	Scope 1			GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten	14,76	kg CO ₂ e	Scope 2			GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten	12,90	kg CO ₂ e	Gesamt	27,66	kg CO₂e	davon PCs Einheit			Scope 1			GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten	8,40	kg CO ₂ e	Scope 2			GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten	11,11	kg CO ₂ e	Gesamt	19,51	kg CO₂e
Scope 1																																				
GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten	14,76	kg CO ₂ e																																		
Scope 2																																				
GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten	12,90	kg CO ₂ e																																		
Gesamt	27,66	kg CO₂e																																		
davon PCs Einheit																																				
Scope 1																																				
GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten	8,40	kg CO ₂ e																																		
Scope 2																																				
GHG-Emissionen/1.000 Produktionseinheiten	11,11	kg CO ₂ e																																		
Gesamt	19,51	kg CO₂e																																		
G4-EN19	Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen	+	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-37, Kapitel Energie																																	
G4-EN21	NO _x , SO _x und andere signifikante Emissionen in die Luft	+	<p>Die folgenden Daten beziehen sich auf Fertigwarentransporte und basieren auf EcoTransIT. Es werden die Transportarten Straße, Schiene, Seeschifffahrt und Binnenschifffahrt abgedeckt. Die Berechnungen basieren auf Well-to-Wheel-Daten einschließlich Auslastungsspezifikationen. Alle Daten beziehen sich auf intern verfügbare Informationen. Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet</p> <p>Scope 3 Einheit</p> <table border="1"> <tr> <td>EcoTransIT SO₂</td> <td>165.940</td> <td>kg SO₂e</td> </tr> <tr> <td>EcoTransIT NO_x</td> <td>371.083</td> <td>kg NO₂</td> </tr> <tr> <td>EcoTransIT Partikel PM10</td> <td>23.305</td> <td>kg PM10</td> </tr> </table>	EcoTransIT SO ₂	165.940	kg SO ₂ e	EcoTransIT NO _x	371.083	kg NO ₂	EcoTransIT Partikel PM10	23.305	kg PM10																								
EcoTransIT SO ₂	165.940	kg SO ₂ e																																		
EcoTransIT NO _x	371.083	kg NO ₂																																		
EcoTransIT Partikel PM10	23.305	kg PM10																																		

ASPEKT: ABWASSER UND ABFALL

Aspektspezifischer Managementansatz (Abwasser und Abfall)	++	Seite c-40, Kapitel Abfall und Seite c-41, Kapitel Wasser Unternehmenswebseite: Beiersdorf Sustainability Fokus Planet Beiersdorf Nachhaltigkeit Abfall Beiersdorf Nachhaltigkeit Wasser
--	----	--

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz																																
G4-EN22	Gesamtvolumen der Abwasser-einleitung nach Qualität und Einleitungsort	++	<p>Beiersdorf unterscheidet nicht zwischen geplanter und ungeplanter Abwassereinleitung. Daher beziehen sich die nachfolgenden Daten auf gemessene und geschätzte Einleitungswerte basierend auf Rechnungen der Wasserversorger unserer PCs und Bürostandorte (sofern Daten vorliegen). Die Methoden unserer internen Abwasserbehandlungsanlagen erfüllen die lokalen gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich der Parameter zur Abwassereinleitung.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Abwasser</th> <th>PCs</th> <th>Büro-standorte</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Städtische Wasserversorgung</td> <td>712.630</td> <td></td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Oberflächenwasser</td> <td>31.042</td> <td></td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Grundwasser</td> <td>0</td> <td></td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Bewässerung</td> <td>27.107</td> <td></td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Weitere</td> <td>671</td> <td></td> <td>m³</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>771.450</td> <td>88.904</td> <td>m³</td> </tr> </tbody> </table>	Abwasser	PCs	Büro-standorte	Einheit	Städtische Wasserversorgung	712.630		m ³	Oberflächenwasser	31.042		m ³	Grundwasser	0		m ³	Bewässerung	27.107		m ³	Weitere	671		m ³	Gesamt	771.450	88.904	m³				
Abwasser	PCs	Büro-standorte	Einheit																																
Städtische Wasserversorgung	712.630		m ³																																
Oberflächenwasser	31.042		m ³																																
Grundwasser	0		m ³																																
Bewässerung	27.107		m ³																																
Weitere	671		m ³																																
Gesamt	771.450	88.904	m³																																
G4-EN23	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	+	<p>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.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PCs</th> <th>Ungefährliche Abfälle</th> <th>Gefährliche Abfälle</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fertigwarenvernichtung</td> <td>304</td> <td>307</td> <td>t</td> </tr> <tr> <td>Recycling</td> <td>11.068</td> <td>591</td> <td>t</td> </tr> <tr> <td>Deponierung</td> <td>922</td> <td>0</td> <td>t</td> </tr> <tr> <td>Kompostierung</td> <td>588</td> <td></td> <td>t</td> </tr> <tr> <td>Verbrennung</td> <td>8.635</td> <td>22.812</td> <td>t</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>21.517</td> <td>23.710</td> <td>t</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Bürostandorte</th> <th>Einheit</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Abfälle Gesamt</td> <td>2.426 t</td> </tr> </tbody> </table>	PCs	Ungefährliche Abfälle	Gefährliche Abfälle	Einheit	Fertigwarenvernichtung	304	307	t	Recycling	11.068	591	t	Deponierung	922	0	t	Kompostierung	588		t	Verbrennung	8.635	22.812	t	Gesamt	21.517	23.710	t	Bürostandorte	Einheit	Abfälle Gesamt	2.426 t
PCs	Ungefährliche Abfälle	Gefährliche Abfälle	Einheit																																
Fertigwarenvernichtung	304	307	t																																
Recycling	11.068	591	t																																
Deponierung	922	0	t																																
Kompostierung	588		t																																
Verbrennung	8.635	22.812	t																																
Gesamt	21.517	23.710	t																																
Bürostandorte	Einheit																																		
Abfälle Gesamt	2.426 t																																		
G4-EN24	Gesamtzahl und -volumen signifikanter Leckagen	++	Es kam zu keinen signifikanten Leckagen in 2017.																																
G4-EN25	Gewicht des transportierten, importierten, exportierten oder behandelten Abfalls	++	2017 haben wir keine gefährlichen Abfälle, die gemäß den Bestimmungen des Basler Übereinkommens (Anlage I, II, III und VIII) als gefährlich eingestuft werden, transportiert, importiert, exportiert oder behandelt.																																

ASPEKT: PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Produkte und Dienstleistungen)	++	Seite c-21, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products und Seite c-27, Kapitel Verpackung Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Sustainability_Fokus_Products Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Rohstoffe Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Verpackung
G4-EN27 Umfang der Maßnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	+	Seite c-21, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products und Seite c-27, Kapitel Verpackung Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Rohstoffe Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Verpackung

ASPEKT: COMPLIANCE

Aspektspezifischer Managementansatz (Compliance)	++	Seite c-12, Kapitel Compliance Management, Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette und Seite c-18, Kapitel Nachhaltigkeitsmanagement Unternehmenswebseite: Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Umwelt_und_Arbeitsschutzstandards Beiersdorf_Code_of_Conduct Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Unsere_Verantwortung_in_der_Lieferkette
--	----	--

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
G4-EN29	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften	++	Es kam 2017 zu keinen signifikanten Bußgeldern oder nicht monetären Sanktionen wegen eines Verstoßes gegen Umweltgesetze und -vorschriften.

ASPEKT: TRANSPORT

Aspektspezifischer Managementansatz (Transport)		++	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-37, Kapitel Energie Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Gruene Logistik
G4-EN30	Erhebliche ökologische Auswirkungen durch den Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien und Mitarbeitertransport	+	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und Seite c-37, Kapitel Energie Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Gruene Logistik
		Scope 1	Einheit
		Firmenwagen	13.774 t CO ₂ e
		Scope 3	Einheit
		Geschäftsreisen	12.560 t CO ₂ e
		Fertigwaretransport	71.454 t CO ₂ e

ASPEKT: INSGESAMT

Aspektspezifischer Managementansatz (Insgesamt)		++	Seite c-8, Kapitel Strategie Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeitsstrategie
G4-EN31	Die gesamten Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz nach Art	++	Einheit
		Gesamte Aufwendungen für Abfallentsorgung, Emissionsbehandlung und Abhilfekosten	4,04 Mio. EUR
		Gesamtkosten für Prävention und Umweltmanagement	7,70 Mio. EUR
		Gesamt	11,74 Mio. EUR

ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE

Aspektspezifischer Managementansatz (Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte)		++	Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
G4-EN32	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	+	100% unserer Lieferanten sind durch unser initiales Risiko-Screening abgedeckt. Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
G4-EN33	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	++	2017 wurden keine Lieferantenbeziehungen aufgrund eines schwerwiegenden Verstoßes gegen unseren Lieferanten-CoC beendet. Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette

ASPEKT: BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE

Aspektspezifischer Managementansatz (Beschwerdeverfahren hinsichtlich ökologischer Aspekte)		++	Ein klares Bekenntnis zum verantwortungsvollen Handeln, verbunden mit einem Prozess zur Behebung von Schwachstellen, ist ein wesentliches Element eines effektiven Umweltmanagementsystems. Eine Notfall- und Umweltmanagementstrategie ist an allen Standorten implementiert. An jedem Standort pflegen wir enge Beziehungen zu unserer Nachbarschaft und den lokalen Behörden. Wir bieten auch gezielte Kontaktmöglichkeiten auf unseren lokalen und Unternehmenswebseiten. Jegliche Beschwerden, die uns über einen dieser Kanäle erreichen, werden sofort bearbeitet und bis zur Lösungsfindung verfolgt.
---	--	----	---

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
G4-EN34	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen	++	Im Jahr 2017 haben wir keine Beschwerden registriert. Die Ergebnisse beziehen sich auf verfügbare regionale Daten, die in unserem jährlichen Nachhaltigkeitsbericht bewertet wurden.

KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH – ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG

G4-DMA – Managementansatz LA	++	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf
------------------------------	----	---

ASPEKT: BESCHÄFTIGUNG

Aspektspezifischer Managementansatz (Beschäftigung)	++	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf	
G4-LA2	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten, nicht aber Mitarbeitern mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten gewährt werden	+	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf
G4-LA3	Rückkehrrate an den Arbeitsplatz und Verbleibrate nach der Elternzeit nach Geschlecht	+	Die Rückkehrrate an den Arbeitsplatz nach der Elternzeit liegt für Frauen sowie Männer bei 100% (basierend auf allen Mitarbeitern der Hamburger Tochtergesellschaften, die 2017 aus der Elternzeit zurückgekommen sind). Die Verbleibrate nach der Elternzeit liegt bei Frauen bei 96% und bei Männern bei 92% (Verbleibrate berücksichtigt eine Minimumdauer von 12 Monaten bei Beiersdorf nach der Elternzeit; basierend auf Mitarbeitern, die aus der Elternzeit des Jahres 2016 wiedergekommen sind).

	Mitarbeiteranzahl
Elternzeit	
Anspruch auf Elternzeit	130
davon männliche Mitarbeiter	31
davon weibliche Mitarbeiter	99
In Anspruch genommene Elternzeit	113
davon männliche Mitarbeiter	16
davon weibliche Mitarbeiter	97
Nach der Elternzeit zurückgekehrte Mitarbeiter	140
davon männliche Mitarbeiter	42
davon weibliche Mitarbeiter	98
Nach der Elternzeit zurückgekehrte und nach 12 Monaten weiterbeschäftigte Mitarbeiter	103
davon männliche Mitarbeiter	33
davon weibliche Mitarbeiter	70

ASPEKT: ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS

Aspektspezifischer Managementansatz (Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis)	++	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf	
G4-LA4	Mindestmitteilungsfristen bezüglich betrieblicher Veränderungen	+	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf 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.

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
-----------	-------------------------	---------------------	----------

ASPEKT: ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

Aspektspezifischer Managementansatz (Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz)		++	Seite c-55, Kapitel Arbeitsschutz und Seite c-56, Kapitel Gesundheitsmanagement Unternehmenswebseite: Beiersdorf Sustainability Fokus People Beiersdorf Nachhaltigkeit Sicherheit Unserer Mitarbeiter Beiersdorf Nachhaltiges Management fuer Sicherheit Beiersdorf Nachhaltigkeit Betriebliche Gesundheitsfoerderung Beiersdorf Nachhaltigkeit Gefahrgut
G4-LA5	Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, die in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten ist, die die Überwachung von Programmen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unterstützen und entsprechende Beratung anbieten	++	Über 75% der Gesamtbelegschaft sind in offiziellen Gesundheits- und Sicherheitsausschüssen mit Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern vertreten. Seite c-55, Kapitel Arbeitsschutz
G4-LA6	Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht	+	Unsere globale Unfallberichterstattung richtet sich nach den Leitlinien der GRI. In den einzelnen Ländern sind die Berichterstattungssysteme von lokalen Gesetzen und den jeweiligen Versicherungssystemen vorgegeben. Globales Unfallreporting Einheit Unfallhäufigkeitsrate (über 200.000 Arbeitsstunden) 0,39 Ausfallzeitquote (über 200.000 Arbeitsstunden) 6,74 Abwesenheitsquote 0,03 % Wegeunfälle 110 Anzahl der Arbeitsunfälle, die zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen 52 Anzahl der Arbeitsunfälle, die NICHT zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen 496 Festgelegte Arbeitszeit 26.840.887 h Todesfälle 0
G4-LA7	Arbeiter mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung	++	Im Berichtszeitraum gab es bei uns keine Positionen, mit denen ein hohes Verletzungs- oder Krankheitsrisiko verbunden war.
G4-LA8	Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden	++	Keine formellen Vereinbarungen (weder lokal noch global) mit Gewerkschaften betreffen Gesundheits- und Sicherheitsthemen.

ASPEKT: AUS- UND WEITERBILDUNG

G4-LA9	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	+	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf Durchgeführte Trainings in Hamburg 2017 Kommunikationstraining und Persönlichkeitsentwicklung 76 Funktionale Trainings 85 Leadership Development 195 Empfehlungen für neue Mitarbeiter (Onboarding) 17 After-Work/Wochenend-Trainings 274 IT-Training 76 Sprachunterricht 481 Interkulturelles Training 23 Gesamtanzahl der Teilnehmer 1.227
--------	---	---	---

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
G4-LA10	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, die zur fortdauernden Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter beitragen und diese im Umgang mit dem Berufsaufstieg unterstützen	+	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf
G4-LA11	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten, nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	++	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf

ASPEKT: VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

G4-LA12	Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren	+	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Diversity
---------	--	---	---

ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken)		++	Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
G4-LA14	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden	+	100% unserer Lieferanten sind durch unser initiales Risiko-Screening abgedeckt. Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
G4-LA15	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	++	2017 wurden keine Lieferantenbeziehungen aufgrund eines schwerwiegenden Verstoßes gegen unseren Lieferanten-CoC beendet.

ASPEKT: BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Beschwerdeverfahren hinsichtlich Arbeitspraktiken)		+	Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
G4-LA16	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden	++	Im Berichtsjahr wurden keine materiellen Beschwerden über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht.

GESELLSCHAFTLICH: MENSCHENRECHTE

G4-DMA - Managementansatz HR		++	Seite c-15, Kapitel Menschenrechte und Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
------------------------------	--	----	---

ASPEKT: INVESTITIONEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Investitionen)		++	Seite c-15, Kapitel Menschenrechte und Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
---	--	----	---

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
G4-HR2	Gesamtzahl der Schulungsstunden von Mitarbeitern in Bezug auf die Menschenrechtspolitik und -verfahren	++	Seite c-15, Kapitel Menschenrechte Wir haben keine spezifische Schulung zum Thema Menschenrechte. Für neue Beiersdorf Mitarbeiter bieten wir eine Orientierungsveranstaltung an, die den Verhaltenskodex für Mitarbeiter und die Ethikleitlinien umfasst. Darüber hinaus werden unsere Mitarbeiter im Einkauf jährlich durch den Kurs „Procurement Academy“ über den Verhaltenskodex für Lieferanten informiert.
ASPEKT: GLEICHBEHANDLUNG			
G4-HR3	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	++	Im Berichtsjahr gab es keine materiellen Diskriminierungsvorfälle. Seite c-12, Kapitel Compliance Management
ASPEKT: VEREINIGUNGSFREIHEIT UND RECHT AUF KOLLEKTIVVERHANDLUNGEN			
Aspektspezifischer Managementansatz (Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen)		++	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf und Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
G4-HR4	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht der Beschäftigten auf Vereinigungsfreiheit oder Kollektivverhandlungen verletzt wird oder erheblich gefährdet sein könnte, und ergriffene Maßnahmen zum Schutz dieser Rechte	++	Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
ASPEKT: KINDERARBEIT			
G4-HR5	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen ein erhebliches Risiko von Kinderarbeit besteht, und ergriffene Maßnahmen als Beitrag zur Abschaffung von Kinderarbeit	++	Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
ASPEKT: ZWANGS- ODER PFLICHTARBEIT			
G4-HR6	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen ein erhebliches Risiko von Zwangs- oder Pflichtarbeit besteht, und ergriffene Maßnahmen als Beitrag zur Beseitigung aller Formen von Zwangs- oder Pflichtarbeit	++	Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
ASPEKT: PRÜFUNG			
G4-HR9	Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen geprüft wurden	+	Seite c-15, Kapitel Menschenrechte und Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTEN			
Aspektspezifischer Managementansatz (Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten)		++	Seite c-15, Kapitel Menschenrechte und Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
G4-HR10	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	+	100% unserer Lieferanten sind durch unser initiales Risiko-Screening abgedeckt. Seite c-15, Kapitel Menschenrechte und Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
G4-HR11	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	+	2017 wurde keine Lieferantenbeziehungen aufgrund eines schwerwiegenden Verstoßes gegen unseren Lieferanten-CoC beendet. Seite c-15, Kapitel Menschenrechte und Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette

ASPEKT: BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTSVERLETZUNGEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Beschwerdeverfahren hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen)		+	Seite c-12, Kapitel Compliance Management, Seite c-15, Kapitel Menschenrechte und Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
G4-HR12	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf menschenrechtliche Auswirkungen	++	Im Berichtsjahr wurden keine materiellen Beschwerden über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht.

GESELLSCHAFTLICH: GESELLSCHAFT

G4-DMA - Managementansatz SO		++	Seite c-12, Kapitel Compliance Management, Seite c-15, Kapitel Menschenrechte, Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette und Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf Unternehmenswebseite: Beiersdorf Sustainability Fokus People Beiersdorf Compliance Leitlinien Beiersdorf Code of Conduct Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette Beiersdorf Nachhaltiges Management fuer Sicherheit
------------------------------	--	----	---

ASPEKT: KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

Aspektspezifischer Managementansatz (Korruptionsbekämpfung)		++	Seite c-12, Kapitel Compliance Management Wir leisten angemessene Geld- und Sachspenden ausschließlich zur Förderung von Projekten zur Stärkung der Familie. Spenden für politische Parteien oder ähnliche Einrichtungen oder an Privatpersonen werden nicht geleistet. Vor jeder Spende prüfen wir gründlich die betreffenden Einrichtungen. Umfassendere Richtlinien zu diesem Thema werden gerade erarbeitet.
G4-SO4	Informationen und Schulungen über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	+	In einzelnen 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. Richtlinien und Verfahren zur Bekämpfung von Korruption im Rahmen des Beiersdorf Korruptionspräventionsprogramms 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 „Corruption Prevention Program“ durchgeführt. Seite c-12, Kapitel Compliance Management

ASPEKT: WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Wettbewerbswidriges Verhalten)		++	Seite c-12, Kapitel Compliance Management
G4-SO7	Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse	++	Im Berichtszeitraum war kein Unternehmen der Beiersdorf Gruppe Gegenstand wesentlicher kartellrechtlicher Untersuchungen.

ASPEKT: COMPLIANCE

Aspektspezifischer Managementansatz (Wettbewerbswidriges Verhalten)		++	Seite c-12, Kapitel Compliance Management
---	--	----	---

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
G4-SO8	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	++	Geschäftsbericht: Beiersdorf Risikobericht 2017 Beiersdorf sonstige finanzielle Verpflichtungen 2017 Beiersdorf sonstige Rueckstellungen 2017

ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH GESELLSCHAFTLICHER AUSWIRKUNGEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen)		++	Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
G4-SO9	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft überprüft wurden	++	100% unserer Lieferanten sind durch unser initiales Risiko-Screening abgedeckt. Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette
G4-SO10	Signifikante aktuelle und potenzielle negative Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette sowie ergriffene Maßnahmen	++	2017 wurden keine Lieferantenbeziehungen aufgrund eines schwerwiegenden Verstoßes gegen unseren Lieferanten-CoC beendet. Seite c-15, Kapitel Verantwortung in der Lieferkette Unternehmenswebseite: Beiersdorf Nachhaltigkeit Unsere Verantwortung in der Lieferkette

ASPEKT: BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH GESELLSCHAFTLICHER AUSWIRKUNGEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Beschwerdeverfahren hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen)		++	Seite c-12, Kapitel Compliance Management
G4-SO11	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft	+	Aus Gründen der Vertraulichkeit machen wir keine Angaben zur Anzahl der gemeldeten Fälle möglicher Compliance-Verstöße.

GESELLSCHAFTLICH: PRODUKTVERANTWORTUNG

G4-DMA – Managementansatz PR		++	Seite c-21, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products und Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte Unternehmenswebseite: Beiersdorf Forschungszentrum Beiersdorf Hautforschung Beiersdorf Testcenter Beiersdorf Produkt und Verbraucherforschung Beiersdorf Sustainability Fokus Products
------------------------------	--	----	---

ASPEKT: KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT

Aspektspezifischer Managementansatz (Kundengesundheit und -sicherheit)		++	Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte Unternehmenswebseite: Beiersdorf Forschungszentrum Beiersdorf Hautforschung Beiersdorf Produkt und Verbraucherforschung
G4-PR1	Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln	++	Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte 100% unserer kosmetischen Fertigwaren müssen von Experten für Produktsicherheit freigegeben werden.

ASPEKT: KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Aspektspezifischer Managementansatz (Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen)		++	Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte 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.
--	--	----	--

Indikator	GRI Standardinformation	Status ¹	Referenz
G4-PR3	Art der Produkt- und Dienstleistungsinformationen, die durch die Verfahren der Organisation für Informationen über und die Kennzeichnung von Produkte(n) erforderlich sind, sowie Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, die solchen Informationspflichten unterliegen	++	Wir halten alle gesetzlichen Vorschriften bezüglich notwendiger Produkt- und Serviceinformationen ein. Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte
G4-PR4	Gesamtzahl der Fälle von Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln	+	Nur in äußerst seltenen Fällen sind unsere Produkte Gegenstand von gesetzlichen Untersuchungen zu Produktangaben oder -kennzeichnung. Falls eine Behörde oder ein Gericht Änderungen der Produktangaben oder -kennzeichnung verlangt, kommen wir dieser Aufforderung selbstverständlich nach.

ASPEKT: MARKETING

G4-PR6	Verkauf verbotener oder umstrittener Produkte	++	Beiersdorf hält sich in allen Märkten an bestehende Gesetze und regulatorische Anforderungen. Die Produktformulierungen können daher voneinander abweichen, und bestimmte Produkte können Beschränkungen für den Verkauf in anderen Märkten unterliegen. Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte Unternehmenswebseite: Beiersdorf Aktuelle Fragen Beiersdorf Sustainability Stakeholder Engagement
--------	---	----	--

ASPEKT: COMPLIANCE

G4-PR9	Geldwert der erheblichen Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	++	Geschäftsbericht: Beiersdorf Risikobericht 2017
--------	---	----	--

Impressum

Herausgeber

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Unnastraße 48
20245 Hamburg

Redaktion und Konzept

Beiersdorf Aktiengesellschaft
Corporate Sustainability

Kontakt

Dunja Jäger
E-Mail: We.care@Beiersdorf.com

Text

Berichtsmanufaktur GmbH, Hamburg
Illumat Kommunikation, Rupert Wolf

Übersetzung

World2World Hamburg, Jim Blake

Gestaltung

Berichtsmanufaktur GmbH, Hamburg

Nachhaltigkeit auf unserer Unternehmenswebseite:
www.beiersdorf.de/nachhaltigkeit/ueberblick

This Sustainability Review is also available in English.