

Nachhaltigkeitsbericht

20  
19

**Beiersdorf**

## Beiersdorf im Überblick

Beiersdorf ist ein weltweit agierendes Unternehmen mit über 20.000 Mitarbeitern und 179 Tochtergesellschaften. 2019 erzielte das Unternehmen – bestehend aus den beiden Unternehmensbereichen Consumer und tesa – einen Umsatz von 7.653 Millionen Euro.

Seit mehr als 135 Jahren setzt Beiersdorf regelmäßig Meilensteine im Bereich der Hautpflege und der Klebtechnologie. Den Schwerpunkt der Aktivitäten bildet der Unternehmensbereich Consumer, der mit seinen Marken, wie NIVEA, EUCERIN, HANSAPLAST und LA PRAIRIE, sowie der seit 2019 ins Portfolio aufgenommenen US-amerikanischen Marke COPPERTONE für innovative und hochwertige Haut- und Körperpflegeprodukte steht. Unser international erfolgreiches Markenportfolio orientiert sich an den Wünschen unserer Verbraucher und den jeweiligen lokalen Besonderheiten. Durch diese ausgeprägte Nähe zu Verbrauchern und Märkten und die konsequente

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

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

Unsere unternehmerische Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt und das nachhaltige Denken und Handeln sind gelebte Bestandteile unserer Unternehmenskultur bei Beiersdorf und in den Geschäftsprozessen beider Unternehmensbereiche fest etabliert. Darüber hinaus wurde Nachhaltigkeit 2019 auch in der neuen Konzernstrategie C.A.R.E.+ verankert.

### Beiersdorf Markenportfolio

---



┌ Eine Beschreibung des Geschäftsmodells finden Sie im Kapitel „Geschäft und Strategie“ in unserem Konzernlagebericht des Geschäftsberichts 2019. ┐

## Inhalt

### Beiersdorf Consumer // tesa

- Beiersdorf im Überblick
- Vorwort
- Erklärung zum zusammengefassten Bericht

### Beiersdorf Consumer



- S. c - **2** — Unternehmensbereich Consumer im Überblick
- S. c - **3** — Unsere Verantwortung
- S. c - **19** — Products
- S. c - **33** — Planet
- S. c - **42** — People
- S. c - **60** — Berichterstattung

### tesa



- S. t - **3** — Vorwort
- S. t - **4** — Über diesen Bericht
- S. t - **5** — Das tesa Geschäftsmodell
- S. t - **7** — Unsere Verantwortung
- S. t - **13** — Compliance
- S. t - **18** — Mitarbeiter
- S. t - **32** — Umwelt
- S. t - **42** — Produktverantwortung
- S. t - **50** — Gesellschaftliches Engagement

### Beiersdorf Consumer // tesa

- Prüfungsvermerk
- Impressum

## Vorwort



**STEFAN DE LOECKER**  
Vorstandsvorsitzender



**ZHENGRONG LIU**  
Mitglied des Vorstands  
Personal | Nachhaltigkeit | Services

### Liebe Leserinnen und Leser,

für Beiersdorf war 2019 nicht nur ein Jahr der strategischen Neuausrichtung mit C.A.R.E.+, das ganz im Zeichen von Neuinvestition und Innovation stand. Es war auch ein Jahr, in dem wir in puncto Nachhaltigkeit einen erheblichen Schritt nach vorn gemacht haben: angefangen bei der Veröffentlichung ambitionierter Selbstverpflichtungen bis hin zu substanziellen Erfolgen und Meilensteinen.

Beide Geschäftssegmente des Beiersdorf Konzerns, Consumer und tesa, sind UN Global Compact (UNGC)-Mitglieder. Die zehn Prinzipien des UNGC und die Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDGs) bilden den Rahmen für unsere neue Nachhaltigkeitsagenda sowie unsere zahlreichen Initiativen im Bereich Umwelt und Gesellschaft.

Im folgenden Nachhaltigkeitsbericht 2019 beginnen wir mit einem Überblick über die Erfolge unserer Nachhaltigkeitsstrategie rund um „Products, Planet, People“, die wir zwischen 2012 und 2019 erzielt haben. Anschließend geben wir einen Ausblick auf die neue Nachhaltigkeitsagenda im Rahmen von C.A.R.E.+ und zeigen einige Schwerpunkte auf.

### Consumer

In Einklang mit den strategischen Zielen von C.A.R.E.+ haben wir im Berichtsjahr eine neue Nachhaltigkeitsagenda entwickelt. Der offizielle Start ist für Anfang 2020 geplant.

Wir beschäftigen uns aber nicht erst seit gestern mit dem Thema Nachhaltigkeit. Vielmehr haben wir seit 2012 im Rahmen von „We care.“ mit den drei Säulen

„Products, Planet, People“ umfangreiche Mittel bereitgestellt und ein hohes Engagement unserer Mitarbeiter erreicht. „We care.“ sollte ursprünglich bis 2020 laufen, wir konnten jedoch schon 2019 alle unsere Ziele erreichen. Im Jahr 2020 werden wir unsere „alte“ Agenda aber nicht einfach nur durch eine neue ersetzen, sondern unsere Nachhaltigkeitsambitionen auf Basis des soliden Fundaments, das wir mit „We care.“ gelegt haben, erheblich ausbauen und erhöhen.

Kommen wir zum ersten „P“ – „Products“: 2019 haben wir 55% unserer globalen Umsätze mit Produkten erzielt, deren ökologischer Fußabdruck gegenüber dem Basisjahr 2011 reduziert wurde. Das Ziel von „We care.“ war 50% der globalen Umsätze bis 2020. Dies haben wir durch verschiedene Verbesserungen bei der Auswahl und Beschaffung unserer Rohstoffe und Verpackungsmaterialien erreicht. Aktuell beziehen wir rund 90% unserer palm(kern)ölbasierten Inhaltsstoffe über RSPO-zertifizierte Quellen. Wir haben zudem die Plattform „Action for Sustainable Derivatives“ mitgegründet, um in der Palmöl-Lieferkette mehr Transparenz zu schaffen und einen Wandel zu bewirken.

Nun zum zweiten „P“ – „Planet“: Bis Ende 2019 konnten wir unsere energiebezogenen CO<sub>2</sub>e-Emissionen pro Produkt um 65% gegenüber dem Basisjahr 2014 senken. Darüber hinaus haben wir unseren Strombezug weltweit zu 100% auf erneuerbare Energiequellen umgestellt. Beide Ergebnisse sind wichtige Meilensteine für uns und ein bedeutender Schritt, unserer Vision, ein CO<sub>2</sub>-positives Unternehmen zu werden, näherzukommen.



Und zu guter Letzt das dritte „P“ – „People“: Bis Ende 2019 haben wir über einen Zeitraum von sieben Jahren (seit 2013) das Leben von 1.068.958 Familien weltweit verbessert und damit unser Ziel für 2020, eine Million Familien zu erreichen, deutlich übertroffen. Erzielt haben wir dies durch soziale Initiativen von mehr als 50 unserer Tochtergesellschaften, bei denen sich tausende unserer Mitarbeiter engagiert haben. Wir möchten diese Gelegenheit nutzen, uns bei allen Kollegen persönlich zu bedanken, die zu diesen lokal relevanten Projekten beigetragen und das Leben der Menschen und Gemeinschaften vor Ort nachhaltig positiv beeinflusst haben.

Zukünftig wird „We care.“ durch einen ganzheitlicheren Ansatz abgelöst, der nicht nur fest in C.A.R.E.+ verankert ist, sondern sich auch direkt aus den SDGs der UN ableitet.

Im Rahmen dieses Vorgehens werden wir unsere Initiativen ausweiten und unsere Ambitionen weiter erhöhen. Dies unterstützen wir durch die zielgerichtete Bereitstellung zusätzlicher Ressourcen aus dem C.A.R.E.+ Fond.

**„Expand“ – Ausweitung der Ziele:** Wir werden uns weitere konkrete Ziele im Fokusfeld „Fully Circular Resources“, sowohl für Verpackungen als auch für Rohstoffe setzen, als auch in den produktbezogenen Fokusfeldern „Sustainable Land Use“ und „Regenerative Water Environments“. In unsere neue Agenda nehmen wir auch „Consumer Health & Wellbeing“ mit auf. Bereits im März 2019 sind wir zwei konkrete Selbstverpflichtungen eingegangen, die wir bis 2025 realisiert haben wollen: 100 % unserer Produktverpackungen sollen recycelbar, kompostierbar oder wiederverwertbar sein und der Rezyklat-Anteil unserer Kunststoffverpackungen in Europa soll mindestens 25 % betragen.

**„Lift Up“ – höhere Ziele:** Wir haben unser Klimaziel auf Basis der wissenschaftlich fundierten CO<sub>2</sub>-Reduktionspfade zur Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5 °C angehoben: wir streben nun eine absolute Verringerung unserer Treibhausgasemissionen um 30 % gegenüber dem Basisjahr 2018 in allen drei Scopes bis 2025 an. Wir sind stolz, dass wir damit eine führende Rolle im Kampf gegen den Klimawandel einnehmen.

2019 war in zweifacher Hinsicht bedeutend: Wir haben unsere „We care.“ Ziele ein Jahr früher als geplant erreicht und gleichzeitig eine noch umfangreichere und ambitioniertere Nachhaltigkeitsagenda

für die kommenden fünf bis zehn Jahre im Rahmen von C.A.R.E.+ ausgearbeitet. Wir haben beides erfolgreich gemeistert.

Wir werden uns jedoch nicht auf diesen Erfolgen ausruhen und auch nicht in unseren Bestrebungen nachlassen. Unsere neuen ambitionierten Ziele markieren vielmehr den Beginn einer neuen Ära. Wir werden unser Engagement weiter verstärken, unsere Expertise ausbauen und entsprechende finanziellen Mittel bereitstellen, um auch unsere neue Nachhaltigkeitsagenda erfolgreich umzusetzen – so wie wir es bereits im Zeitraum 2012–2019 getan haben.

## tesa

Auch tesa hat 2019 begonnen, an einer neuen Nachhaltigkeitsagenda als Teil der neuen Geschäftsstrategie, die mit Beginn des Jahres 2020 gilt, zu arbeiten. Die Nachhaltigkeitsagenda soll die Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette noch systematischer und ganzheitlicher abbilden.

Gleichzeitig hat tesa im Berichtsjahr erneut Fortschritte auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Geschäftsbetrieb gemacht. Zum Beispiel konnte tesa seine CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Tonne Endprodukt ein weiteres Mal senken und liegt nun bei –9,8 % im Vergleich zum Basisjahr 2015. Damit befindet sich das Unternehmen im Zielkorridor der angestrebten Reduktion von 10 % im Jahr 2020.

Mit seinen Lösungen hat tesa auch 2019 die Bestrebungen seiner Kunden für mehr Nachhaltigkeit wieder unterstützt: tesa Anwendungen helfen ihnen, ihre Produkte haltbarer, effizienter und energiesparender zu produzieren. So fallen weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen und Abfall an.

Und auch sein gesellschaftliches Engagement hat tesa fortgeführt: tesa Mitarbeiter weltweit haben im Umfeld ihrer Standorte einen positiven Beitrag geleistet und sich in mehr als 40 Projekten engagiert.

Wir laden Sie nun dazu ein, sich in diesem Nachhaltigkeitsbericht über die Nachhaltigkeitsaktivitäten unseres Unternehmens und unsere Erfolge 2019 zu informieren.



STEFAN DE LOECKER



ZHENG RONG LIU

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

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

Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht ist der zusammengefasste, gesonderte nichtfinanzielle Bericht (NFB) des Beiersdorf Konzerns (Unternehmensbereiche Consumer und tesa) und der Beiersdorf AG gemäß § 315b HGB bzw. § 289b HGB integriert. Der Nachhaltigkeitsbericht wird am 3. März 2020 auf der [Beiersdorf Internetseite](#) veröffentlicht.

### Die wesentlichen nichtfinanziellen Themen der Unternehmensbereiche

Die Unternehmensbereiche Consumer und tesa haben im Jahr 2017 die für sie wesentlichen nichtfinanziellen Themen mithilfe einer Materialitätsanalyse (Unternehmensbereich Consumer Seite c-12, Unternehmensbereich tesa Seite t-11) identifiziert. Für das kommende Berichtsjahr ist eine erneute Analyse geplant.

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

Die wesentlichen nichtfinanziellen Themen des Unternehmensbereichs tesa lauten Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten, Interne Nachbesetzung, Arbeitssicherheit, Klimaschutz und CO<sub>2</sub>-Emissionen, Menschenrechte in der Lieferkette sowie Produktsicherheit.

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

Die Angaben zu den wesentlichen nichtfinanziellen Themen erfolgen gesondert für die jeweiligen Unternehmensbereiche. Der Nachhaltigkeitsbericht für den

Unternehmensbereich Consumer beinhaltet auch die Angaben für das Mutterunternehmen Beiersdorf AG. Grundsätzlich werden alle Informationen gemeinsam für den Beiersdorf Konzern und die Beiersdorf AG berichtet. Das mit Wirkung zum 30. August 2019 akquirierte COPPERTONE Geschäft ist in diesem Bericht bis auf wenige Kennzahlen noch nicht enthalten. Für Kennzahlen, die das COPPERTONE Geschäft beinhalten, ist dies an den entsprechenden Stellen in den Kapiteln „Planet“ und „People“ gesondert vermerkt. Unsere Beteiligung NIVEA-KAO in Japan ist in diesem Bericht nicht enthalten, da diese im Hinblick auf nichtfinanzielle Themen eigenständig gesteuert wird. Kennzahlen, die für die Beiersdorf AG separat erhoben werden, sind in einer Tabelle am Ende des Nachhaltigkeitsberichts für den Unternehmensbereich Consumer aufgeführt (Seite c-65).

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

Unternehmensbereich Consumer

Unternehmensbereich tesa

### Anwendung internationaler Rahmenwerke

Der Unternehmensbereich Consumer orientiert sich bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts an den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI). Der Nachhaltigkeitsbericht 2019 wurde anhand der GRI Standards in Übereinstimmung mit der Option „Kern“ erstellt.

Der Unternehmensbereich tesa ist seit über zehn Jahren Mitglied des „Global Compact der Vereinten Nationen“ (UNGC), dem 2019 auch die Beiersdorf AG beigetreten ist. In ihren Fortschrittsberichten informieren sie zu den im Berichtszeitraum erzielten Erfolgen in den Themenfeldern Unternehmensführung, Mitarbeiter, Umweltschutz und Gesellschaftliches Engagement hinsichtlich der zehn definierten Prinzipien des UNGC. Die Fortschrittsberichte des Unternehmensbereichs tesa und der Beiersdorf AG werden als Nachhaltigkeitsberichte veröffentlicht und sind Teil des nichtfinanziellen Berichts des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG.

Aufgrund der unterschiedlichen Wesentlichkeitsanforderungen der GRI Standards beziehungsweise des UNGC und des CSR-RUG wurden für die Erstellung des nichtfinanziellen Berichts

des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG keine internationalen Rahmenwerke gemäß § 315c Abs. 3 HGB i.V.m. § 289d HGB verwendet.

## Index zum nichtfinanziellen Bericht (NFB)

	Kapitel im Nachhaltigkeitsbericht		Seite
<b>Beschreibung des Geschäftsmodells</b>	Eine Beschreibung unseres Geschäftsmodells finden Sie im Kapitel „Geschäft und Strategie“ in unserem Konzernlagebericht des Geschäftsberichts 2019.		
<b>Wesentliche Risiken</b>	<b>Unternehmensbereich Consumer</b>	Risikomanagement	Seite c-13
	<b>Unternehmensbereich tesa</b>	Risikomanagement	Seite t-11

NFB-Aspekt	Wesentliches nichtfinanzielles Thema	Kapitel im Nachhaltigkeitsbericht	Seite
<b>Umweltbelange</b>	<b>Unternehmensbereich Consumer</b>		
	Produktnachhaltigkeit	Unser Engagement im Bereich Products	Seite c-20
	Klima und Energie	Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel Kennzahlen Beiersdorf AG	Seite c-34 Seite c-65
	<b>Unternehmensbereich tesa</b>		
	Klimaschutz und CO <sub>2</sub> -Emissionen	Klimaschutz und CO <sub>2</sub> -Emissionen	Seite t-34
<b>Arbeitnehmerbelange</b>	<b>Unternehmensbereich Consumer</b>		
	Aus- und Weiterbildung	Menschen bei Beiersdorf Kennzahlen Beiersdorf AG	Seite c-49 Seite c-65
	Beschäftigung		
	Arbeitssicherheit	Arbeitsschutz Kennzahlen Beiersdorf AG	Seite c-56 Seite c-65
	<b>Unternehmensbereich tesa</b>		
	Interne Nachbesetzung	Interne Nachbesetzung	Seite t-19
	Arbeitssicherheit	Arbeitssicherheit	Seite t-22
<b>Achtung der Menschenrechte</b>	<b>Unternehmensbereich Consumer</b>		
	Menschenrechte	Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	Seite c-16
	Soziale Bewertung der Lieferanten	Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	Seite c-16
	<b>Unternehmensbereich tesa</b>		
<b>Bekämpfung von Korruption und Bestechung (Compliance)</b>	Menschenrechte in der Lieferkette	Verantwortung in der Lieferkette	Seite t-43
	<b>Unternehmensbereich Consumer</b>		
	Wettbewerbswidriges Verhalten	Compliance Management Kennzahlen Beiersdorf AG	Seite c-13 Seite c-65
	<b>Unternehmensbereich tesa</b>		
<b>Weitere Belange</b>	Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten	Compliance-Management-System Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten	Seite t-14 Seite t-16
	<b>Unternehmensbereich Consumer</b>		
	Produktsicherheit	Sichere und verträgliche Produkte	Seite c-29
	<b>Unternehmensbereich tesa</b>		
	Produktsicherheit	Produktsicherheit	Seite t-44

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



Unternehmensbereich Consumer

# NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2019



We care.

**Beiersdorf**



# Inhalt

## UNTERNEHMENS- BEREICH CONSUMER IM ÜBERBLICK

Seite c - 2



## UNSERE VERANTWORTUNG

Seite c - 3-18

- c-4 Unsere Strategie
- c-4 Fortschritte gegenüber unseren Zielen
- c-5 Ausblick neue Nachhaltigkeitsagenda
- c-8 Organisatorische Verankerung und Ansprechpartner
- c-9 Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit
- c-12 Materialitätsanalyse
- c-13 Risikomanagement
- c-13 Compliance Management
- c-16 Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette



## PRODUCTS

Seite c - 19-32

- c-20 Unser Engagement im Bereich Products
- c-22 Rohstoffe und Verpackungen
- c-29 Sichere und verträgliche Produkte



## PLANET

Seite c - 33-41

- c-34 Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel
- c-39 Abfall
- c-40 Wasser



## PEOPLE

Seite c - 42-59

- c-43 Gesellschaftliches Engagement
- c-49 Menschen bei Beiersdorf



## BERICHTERSTATTUNG

Seite c - 60-76

- c-61 Über diesen Bericht
- c-62 Ratings und Mitgliedschaften
- c-64 Kennzahlen Unternehmensbereich Consumer
- c-65 Kennzahlen Beiersdorf AG
- c-67 GRI Content Index 2019

## Unternehmensbereich Consumer im Überblick

Seit über 135 Jahren steht Beiersdorf für innovative Hautpflege. Was uns ausmacht, sind einzigartige Marken und hochwertige Haut- und Körperpflegeprodukte, mit denen wir Millionen Menschen weltweit überzeugen – Tag für Tag. Für sie entwickeln wir unser international erfolgreiches Markenportfolio konsequent weiter – allen voran unsere Kernmarken NIVEA, EUCERIN, LA PRAIRIE und HANSAPLAST. Wir gehen auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Verbraucher ein und behalten dabei globale Trends sowie regionale Besonderheiten im Blick. Diese ausgeprägte Nähe zu Menschen und Märkten trägt dazu bei, dass wir mit unseren Innovationen regelmäßig neue Meilensteine in der Branche setzen.

Im Jahr 2019 erzielten wir im Unternehmensbereich Consumer mit 15.728 Mitarbeitern einen Um-

satz von 6.274 Millionen Euro. Unsere internationale Wettbewerbsstärke und unseren Erfolg wollen wir auch zukünftig durch die Fokussierung auf die Anfang 2019 aufgestellte Konzernstrategie C.A.R.E.+ weiter ausbauen und nachhaltiges Wachstum erzielen. Unsere Core Values Care, Simplicity, Courage und Trust geben uns die Orientierung für unser Handeln. Diese Werte haben uns als Unternehmen von Beginn an geprägt und leiten uns auch heute noch.

Als Erfinder der modernen Hautpflege ist Care für uns nicht nur ein Teil unseres Geschäfts und ein wichtiger Core Value. Wir verstehen darunter auch unsere Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt. So achten wir bei der Weiterentwicklung unseres Geschäfts darauf, unser Nachhaltigkeitsengagement zu stärken und zu erweitern.

---

### UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



# UNSERE VERANTWORTUNG

Wir verfolgen das Ziel, in den für uns relevanten Märkten und Kategorien die Nummer 1 in der Hautpflege zu sein. Dabei ist Wachstum für uns untrennbar mit unserer unternehmerischen Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt verbunden. Wir haben unsere Nachhaltigkeitsstrategie „We care.“ dabei immer fest im Blick.

## Unsere Erfolge

Mindestens

> **55%**  
unseres Umsatzes durch  
Produkte mit verbessertem  
Umwelteinfluss erzielt \*

> **65%**  
weniger energiebezogene  
CO<sub>2</sub>e-Emissionen pro  
hergestelltem Produkt\*\*

> **100%**  
Strombezug aus erneuer-  
baren Energiequellen

> **1,07** Millionen  
Familien durch unser  
globales gesellschaftliches  
Engagement nachhaltig  
unterstützt\*\*\*

\*(Basisjahr 2011)    \*\* (Basisjahr 2014)    \*\*\* (Basisjahr 2013)

## Unsere Strategie

In einem Geschäftsumfeld, das durch wirtschaftliche Unsicherheit, soziales Ungleichgewicht und ökologische Herausforderungen gekennzeichnet ist, streben wir nach verantwortungsvollem Wachstum.

Nachhaltigkeit ist seit jeher gelebter Bestandteil unserer Unternehmenskultur und tief in unseren Geschäftsprozessen verankert. Unsere „We care.“-Nachhaltigkeitsstrategie leitet uns seit 2012 in der konsequenten Wahrnehmung unserer Verantwor-

tung für Mensch und Umwelt. Sie fußt auf den drei Säulen „Products, Planet, People“ und umfasst damit unsere gesamte Wertschöpfungskette: von der Rohstoffbeschaffung über die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter bis hin zu unserem sozialen Engagement außerhalb des Unternehmens. Ebenfalls definiert sie klare Ziele für verantwortungsvolles Handeln gegenüber den Menschen, denen wir uns verpflichtet fühlen: unseren eigenen Mitarbeitern rund um die Welt sowie unseren Stakeholdern außerhalb des Unternehmens.

## Fortschritte gegenüber unseren Zielen



### PRODUCTS



### PLANET



### PEOPLE

#### UNSERE ZIELE

**BIS 2020**

**50 %**

unseres Umsatzes durch Produkte mit verbessertem Umwelteinfluss erzielen.

(Basisjahr 2011)

**BIS 2020**

**100%**

Bezug des Stroms aus erneuerbaren Energiequellen.

**BIS 2025**

**70%**

Senkung unserer energiebezogenen CO<sub>2</sub>e-Emissionen pro hergestelltem Produkt.

(Basisjahr 2014)

**BIS 2020**

**1 Million**

Familien erreichen und dazu beitragen, ihr Leben zu verbessern.

(Basisjahr 2013)

#### FORTSCHRITTE GEGENÜBER UNSEREN ZIELEN

**ZIEL ERREICHT**



Mindestens **55 %**

unseres Umsatzes durch Produkte mit verbessertem Umwelteinfluss erzielt.

(Basisjahr 2011)

**ZIEL ERREICHT**



**100 %**

Strombezug aus erneuerbaren Energiequellen.

**65 %**

weniger energiebezogene CO<sub>2</sub>e-Emissionen pro hergestelltem Produkt.

(Basisjahr 2014)

**ZIEL ERREICHT**



**1,07 Millionen**

Familien durch unser globales gesellschaftliches Engagement nachhaltig unterstützt.

(Basisjahr 2013)

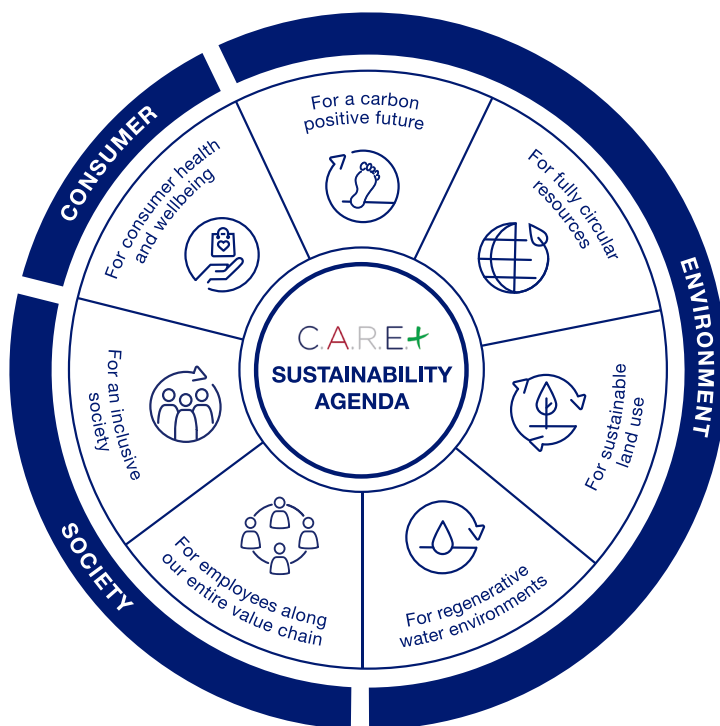


## Ausblick neue Nachhaltigkeitsagenda

Seit der Veröffentlichung unserer Nachhaltigkeitsstrategie „We care.“ im Jahr 2012 hat sich das Thema Nachhaltigkeit in der Gesellschaft stark weiter entwickelt und ist mittlerweile tief im gesamtgesellschaftlichen Bewusstsein verankert. Die Vereinten Nationen haben mit den „Sustainable Development Goals“ (SDGs) einen Rahmen für nachhaltige Entwicklung gegeben, der sich an Volkswirtschaften, Unternehmen und Zivilgesellschaften auf der ganzen Welt richtet. Nachhaltigkeit ist somit zur Normalität geworden und mehr denn je Verpflichtung für alle gesellschaftlichen Akteure.

Unsere überarbeitete Nachhaltigkeitsagenda orientiert sich an sieben Fokusfeldern. Für jedes dieser Fokusfelder werden wir uns ambitionierte Ziele setzen. So stellen wir uns der Verantwortung, die wir als globales Unternehmen gegenüber derzeitigen und zukünftigen Generationen haben, und bekräftigen das uns seit über 100 Jahren entgegengebrachte Vertrauen unserer Verbraucher auch in Zukunft. Unsere überarbeitete Nachhaltigkeitsagenda tritt ab 2020 in Kraft. Dieser Bericht bezieht sich noch auf die „Products, Planet, People“-Struktur und die bis Ende 2019 gültigen „We care.“-Nachhaltigkeitsstrategie.

### Unsere neue Nachhaltigkeitsagenda



Im Bereich „Environment“ stellt der Klimawandel insgesamt die größte Herausforderung dar, vor der wir heute als Gesellschaft stehen. Auch wir verpflichten uns, die negativen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt zu minimieren und unsere CO<sub>2</sub>e-Emissionen kontinuierlich und signifikant zu reduzieren. In diesem Zusammenhang haben wir vier Fokusfelder definiert, die unser Wirken im Bereich Umwelt abdecken und in denen wir uns ambitionierte Ziele setzen werden:

➤ **Fokusfeld „Carbon Positive Future“:** Wir reduzieren unsere direkten und indirekten CO<sub>2</sub>e-Emissionen mit der Vision einer CO<sub>2</sub>e-positiven Zukunft. Neben den direkten Emissionsreduktionsprogrammen an unseren Standorten berücksichtigen wir in diesem Rahmen auch die Emissionen in unserer Wertschöpfungskette. Die Maßnahmen in den anderen ökologischen Fokusfeldern werden ebenso wichtige Beiträge in diesem Fokusfeld leisten.

➤ **Fokusfeld „Fully Circular Resources“:** Wir streben einen nachhaltigen Ressourcenkreislauf an – sowohl für Verpackungen als auch für unsere Formulierungen. Dabei arbeiten wir an Themen rund um die Erneuerbarkeit und Abbaubarkeit von Materialien sowie an deren Wiederverwendbarkeit und Rezyklierfähigkeit. Unsere Anfang 2019 veröffentlichte Ambition, bis 2025 25% Rezyklat in unseren Plastikverpackungen in Europa einzusetzen und 100% unserer weltweiten Verpackungen recycelbar, wiederverwendbar oder kompostierbar zu gestalten, stellt hier eine erste wichtige Zielsetzung dar.

➤ **Fokusfeld „Sustainable Land Use“:** Wir haben uns bereits in der Vergangenheit zu einem nachhaltigen Anbau von Palm(kern)öl verpflichtet, ein für die Kosmetik- und Körperpflegeindustrie besonders wichtiger Rohstoff. Diese Aktivitäten intensivieren wir und weiten sie auf weitere Rohstoffe aus. Zudem werden wir uns zukünftig noch stärker für eine nachhaltige Landnutzung und für entwaldungsfreie Lieferketten einsetzen.

➤ **Fokusfeld „Regenerative Water Environments“:** Über unsere Aktivitäten zur Reduktion des Wasserverbrauchs und zur Abwasseraufbereitung an unseren Standorten hinaus wollen wir unsere Aktivitäten zum Thema Wasser zukünftig in einem eigenen Fokusfeld bündeln und unsere Initiativen um den Wasserverbrauch bei der Produktnutzung und den Schutz mariner Lebensräume erweitern.

Gesellschaftliche Verantwortung, „Society“, ist ein integraler Bestandteil unseres holistischen Nachhaltigkeitsverständnisses. Wir sind uns der komplexen ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen bewusst, die insbesondere durch Globalisierung, Klimawandel und die zunehmende Geschwindigkeit der technologischen Entwicklung getrieben sind und zu gesellschaftlicher Spaltung und sozialen Spannungen führen. Um dieser Herausforderung zu begegnen, haben wir inner- und außerhalb unserer Wertschöpfungskette konkrete Initiativen in zwei Fokusfeldern definiert:

➤ **Fokusfeld „Employees along our entire Value Chain“:** Wir übernehmen Verantwortung für das Wohlergehen aller in unserer Wertschöpfungskette beschäftigten Menschen. Insbesondere fordern und fördern wir die Einhaltung der

Menschenrechte. Die Gesundheit und Sicherheit der Beschäftigten fallen ebenso darunter wie faire Arbeitsbedingungen und eine transparente, respektvolle Zusammenarbeit, die Vielfalt achtet und inklusive Arbeitsumgebungen schafft.

➤ **Fokusfeld „Inclusive Society“:** Über unsere eigene Wertschöpfungskette hinaus werden wir lokal relevante Initiativen unterstützen, die das Wohlbefinden, das Zugehörigkeitsgefühl und die Teilhabe aller Mitglieder der Gesellschaft stärken und fördern. Durch unser Engagement wollen wir zum gesellschaftlichen Zusammenhalt beitragen. Wir engagieren uns zunächst in zwei Aktionsbereichen, die wir schrittweise um weitere Bereiche ergänzen werden:

– Kinder- und Jugendförderung: Wir führen Bildungsprojekte durch, die die positive Entwicklung und das persönliche Wohlergehen von Kindern und Jugendlichen fördern und sie darin bestärken, Verantwortung für sich und ihr Umfeld zu übernehmen.

– Entstigmatisierung von Hautkrankheiten: Wir führen Interventionsprojekte durch, die die physischen und psychischen Auswirkungen von Stigmatisierung durch Hauterkrankungen adressieren und die soziale Teilhabe der Betroffenen fördern.

Als Konsumgüterunternehmen haben wir einen besonderen Blick auf den „Consumer“ und runden mit dem **Fokusfeld „Consumer Health and Wellbeing“** unsere zukünftige Nachhaltigkeitsagenda ab. Mit unseren Produkten aus der kosmetischen und medizinischen Hautreinigung und -pflege sowie der Wundversorgung leisten wir jeden Tag einen Beitrag zur Gesundheit und zum Wohlbefinden unserer Verbraucher. Diese erwarten von uns nicht nur effektive und sichere Produkte, sondern haben auch ein wachsendes Bedürfnis, verantwortungsvoll zu konsumieren. Daher informieren wir unsere Verbraucher transparent über die Sicherheit und Umweltverträglichkeit unserer Produkte und binden sie aktiv in unser Nachhaltigkeitsengagement ein.

Um eine möglichst hohe Wirkung in unseren neuen Fokusfeldern zu erzielen, werden wir die Zusammenarbeit und den Austausch mit internationalen Experten in den jeweiligen Fachgebieten intensivieren.

## Fokusfelder unserer neuen Nachhaltigkeitsagenda

### ENVIRONMENT



#### ... for a Carbon Positive Future

- Reduktion der CO<sub>2</sub>e-Emissionen
- Erneuerbare Energien
- Entfernung von Treibhausgasen aus der Atmosphäre

Unser Beitrag zu den  
SDGs 7 und 13



#### ... for Fully Circular Resources

- Erneuerbare und biologisch abbaubare Inhaltsstoffe
- Recyclable/wiederverwendbare/kompostierbare Verpackungen
- Recycling-Anteil in Verpackungen
- Abfallvermeidung/ Zero Waste to Landfill

Unser Beitrag zu den  
SDG 12 und 14



#### ... for Sustainable Land Use

- Verantwortungsvolle Beschaffung
- Nachhaltige Landnutzung und Unterstützung von Kleinbauern

Unser Beitrag zu den  
SDGs 2 und 15



#### ... for Regenerative Water Environments

- Schutz mariner Lebensräume
- Wassernutzung in Produktion und in Produkten
- Wasserverbrauch bei Produktnutzung
- Versorgung mit sauberem Trinkwasser

Unser Beitrag zu den  
SDGs 6 und 14

### SOCIETY



#### ... for Employees along our entire Value Chain

- Gesundheit und Sicherheit
- Vielfalt
- Menschenrechte

Unser Beitrag zu den  
SDGs 3, 5 und 8



#### ... for an Inclusive Society

- Kinder- und Jugendförderung
- Entstigmatisierung von Hautkrankheiten

Unser Beitrag zu den  
SDGs 3, 4 und 10

### CONSUMER



#### ... for Consumer Health and Wellbeing

- Vertrauen und Transparenz
- Produktsicherheit
- Hautgesundheit

Unser Beitrag zu  
SDG 12

## Organisatorische Verankerung und Ansprechpartner

### Organisatorische Verankerung

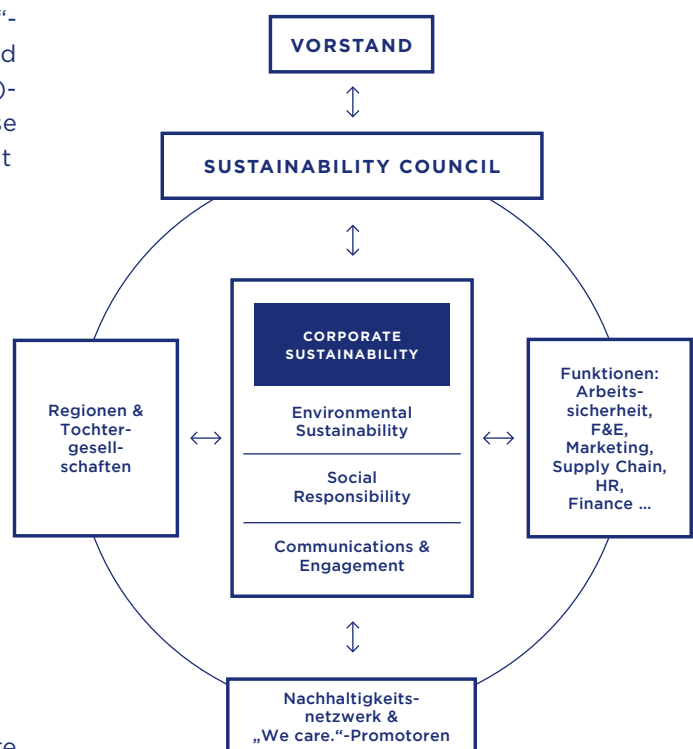
Das Thema Nachhaltigkeit ist tief in unseren Geschäftsprozessen und den entsprechenden Funktionsbereichen verankert. Verantwortlich für die Weiterentwicklung und globale Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda ist die Abteilung Corporate Sustainability, die direkt an den Vorstand berichtet.

Das Corporate-Sustainability-Team arbeitet eng mit allen Funktionsbereichen zusammen und ist zusätzlich über verschiedene Schnittstellen mit dem globalen Unternehmensnetzwerk verbunden, zum Beispiel über das Netzwerk von „We care.“-Promotoren mit den Ländergesellschaften und über die Safety, Health & Environmental (SHE)-Manager mit den Produktionsstandorten. Diese lokalen Ansprechpartner setzen im Austausch mit dem Corporate-Sustainability-Team in Hamburg die globale Nachhaltigkeitsstrategie im Rahmen der lokalen Möglichkeiten um und sind wichtige Multiplikatoren für unser Mitarbeiterengagement.

Im Jahr 2019 haben wir das „Sustainability Council“ ins Leben gerufen. Das Council wird von den verantwortlichen Executive-Committee-Mitgliedern für Nachhaltigkeit und Forschung und Entwicklung geleitet. Es wird durch die Abteilung Corporate Sustainability koordiniert und besteht aus Senior Managern der Funktionen Forschung und Entwicklung, Marketing, Supply Chain, Einkauf, Kommunikation und aus Länderverantwortlichen. Das Gremium legt die inhaltlichen Schwerpunkte

unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten fest und stellt die funktionsübergreifende Priorisierung der einzelnen Initiativen sicher. Auf diese Weise wollen wir unser Nachhaltigkeitsprofil weiter ausbauen und Synergien zwischen verschiedenen Regionen und Geschäftsbereichen noch stärker nutzen.

Im Berichtsjahr wurde insbesondere die neue Nachhaltigkeitsagenda gestaltet (Seite c-5) und mit der Erarbeitung weiterer Ziele für die Periode nach 2020 begonnen.



### Ansprechpartner



**INKEN HOLLMANN-PETERS**  
Vice President Corporate  
Communications & Sustainability



**DORLE BAHR**  
Head of Environmental  
Sustainability



**CHRISTIANE HÖLSCHER**  
Global CSR Manager

## Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist ein komplexes Themengebiet, in dem man gemeinsam mehr erreicht. Wir setzen deshalb auf starke und beständige Partnerschaften und binden alle Interessengruppen entlang unserer Wertschöpfungskette ein. Dazu zählen unsere Mitarbeiter, Verbraucher, Geschäfts- und Handelspartner, Investoren, Wissenschaftler, Politiker und Behörden sowie angrenzende Gemeinschaften und Non-Profit-Organisationen (NPOs). Sie sind wichtige Stakeholder, mit denen wir gemeinsam unsere ökologischen und sozialen Ziele erreichen wollen.

Im Austausch und in gemeinsamen Projekten unterstützen sie uns mit ihrem Wissen und ihrer Erfahrung. Mit ihrer Hilfe haben wir auch die Möglichkeit, Faktoren nachhaltig zu beeinflussen, die über unsere Unternehmensgrenzen hinausreichen. Das trifft besonders dann zu, wenn es zum Beispiel darum geht, Wertstoffkreisläufe zu schließen und Verpackungsmüll zu reduzieren. Hier müssen Hersteller und Handel kooperativ nach Lösungen suchen. Nur durch eine langfristige und vertrauensvolle Zusammenarbeit können wir als Unternehmen das nachhaltige Wirtschaften entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette vorantreiben.

### Unsere Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiter spielen eine zentrale Rolle bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmensalltag. Daher erachten wir es als wichtig, unsere Mitarbeiter zu inspirieren und zu motivieren, sich persönlich einzubringen, wenn es um Nachhaltigkeit geht. Ihr tägliches Handeln und ihre Ideen sind es, die unsere Nachhaltigkeitsstrategie tragen. Indem wir transparent über aktuelle Themen und Projekte informieren und den Dialog zwischen Mitarbeitern und Top-Management fördern, befähigen wir unsere Mitarbeiter, aktiv mitzugestalten. Unser Ziel ist es, dass jeder Mitarbeiter bei Beiersdorf weltweit informiert ist und weiß, wie er eigene Ideen ins Unternehmen einbringen oder gemeinsam mit Kollegen verfolgen kann. Dafür haben wir verschiedene Kommunikationsformate und Initiativen etabliert.

Im Rahmen des 2018 ins Leben gerufenen Event-Formats „Sustainability Forum“ informieren wir unsere Mitarbeiter über zentrale Themen, Projekte und Erfolge unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Durch die Einbindung des Managements und der

jeweils involvierten Fachfunktionen vermitteln die Foren wichtiges Fachwissen und bieten Möglichkeiten zum inspirierenden Austausch mit internen und externen Experten. Das Format wurde im November 2018 mit dem Themenschwerpunkt Palmöl gestartet und findet seither zweimal jährlich im Headquarter Hamburg statt. Es kann von allen anderen Mitarbeitern an den weltweiten Unternehmensstandorten per Livestream mitverfolgt werden.

Im Mai 2019 widmete sich die Veranstaltung unter dem Titel „The Plastic Challenge“ dem derzeit allgegenwärtigen Thema Plastik. Neben spannenden internen Vorträgen zum Thema Mikroplastik und Verpackungen sprach auch Heike Vesper, Biologin und Leiterin des Fachbereichs Meeresschutz des WWF Deutschland, als Expertin über ihr Engagement zur Vermeidung von Plastikmüll. Sie vermittelte neue Einblicke zur Bedrohung der Umwelt durch Plastik, erläuterte die Ursachen und trug Ideen zur Lösung vor. Zudem konnten die Mitarbeiter verschiedene Messestände besuchen, die laufende Projekte wie „Loop“ (Seite c-21) und „Recyclist“ (Seite c-27) vorstellten oder über verschiedene Projekte im Bereich der Materialreduktion bei Beiersdorf informieren.

Das „Sustainability Forum“ im November 2019 gab einen Einblick in die laufende Ausarbeitung der neuen Nachhaltigkeitsagenda für 2020+. Mehr als 1.000 Mitarbeiter folgten der Einladung und nahmen persönlich oder per Skype aus den Tochtergesellschaften rund um die Welt an der einstündigen Veranstaltung teil. Neben einer kurzen Erläuterung zu jedem neuen Fokusfeld wurde in dieser Veranstaltung „Fully Circular Resources“ ausführlich behandelt und Ziele, laufende Projekte und geplante Initiativen vorgestellt, um die globale Mitarbeiterschaft über dieses sehr dynamische und akut relevante Themenfeld gut informiert zu halten. Im Anschluss diskutierte unser Vorstandsvorsitzender Stefan De Loecker im Rahmen seines Dialogformats „CEO unplugged“ unter dem Motto „From Concept to Culture“ mit Mitarbeitern.

Auch über die Grenzen unseres Unternehmens hinaus ermutigen und unterstützen wir unsere Mitarbeiter, sich persönlich zu engagieren. Es gibt

unter anderem die Möglichkeit, sogenannte „Teamtage“ mit einem sozialen oder ökologischen Nutzen zu verbinden, was seit vielen Jahren sehr gut angenommen wird und zu zahlreichen langfristigen Partnerschaften mit Organisationen und Vereinen geführt hat. So arbeiten wir zum Beispiel seit 2017 mit dem Trinkwasserwald e.V. zusammen und setzen gemeinsam Projekte um (Seite c-11).

### Zusammenarbeit mit dem Handel

Das „Rezyklat-Forum“ wurde erstmals im Jahr 2018 von dm-drogerie markt und acht weiteren Industrie- und Handelspartnern initiiert, um die Kreislaufwirtschaft zu stärken und die Wiederverwendung von Verpackungen auszuweiten. Nach der Maxime „Gemeinsam Werte schaffen“ bringt diese Initiative Einzelhändler, Hersteller und Vertreter der Abfall- und Recycling-Industrie zusammen. Gemeinsam arbeiten die Partner daran, das Bewusstsein der Menschen für Kreislaufsysteme zu steigern – von der Produktkonzeption bei den Herstellern über die Nutzung durch die Kunden bis hin zur Wiederverwertung der Verpackung. Denn durch die Förderung einer sortenreinen Trennung können langfristig die Recycling-Quote und der Recycling-Anteil von Produkten gesteigert werden. Ziel ist es zudem, das Verpackungsaufkommen generell zu reduzieren und schon im Entstehungsprozess darauf zu achten, dass die Verpackungen recyclingfähig sind. Am 8. Oktober 2019 war Beiersdorf in Hamburg Gastgeber für das „Rezyklat-Forum“. Mehr als 100 Teilnehmer besuchten die Veranstaltung. Neben Updates der teilnehmenden Einzelhändler und Hersteller zu aktuellen Projekten und Themen gab es Präsen-  
 tationen über neue Technologien und Designprinzipien für nachhaltige Verpackungen.

tationen über neue Technologien und Designprinzipien für nachhaltige Verpackungen.

### Einbindung unserer Verbraucher

Da unsere Verbraucher ein berechtigtes Interesse daran haben, zu erfahren, was wir auf Unternehmens-, Marken- und Produktebene im Bereich Nachhaltigkeit tun, berichten wir transparent und ehrlich über unsere Initiativen und Projekte, Fortschritte und Ziele. Zudem wissen wir, dass es nicht nur für Unternehmen, sondern auch für jeden Einzelnen eine große Herausforderung ist, sich auf einen nachhaltigen Lebensstil umzustellen und viele Fragen und Unsicherheiten bestehen. Daher haben wir uns im Berichtsjahr unter anderem in der Aufklärung engagiert: Da es ein wichtiger Aspekt zur Etablierung einer Kreislaufwirtschaft ist, eine korrekte Mülltrennung zu realisieren, war hier der Ansatzpunkt. Denn je besser die Materialien voneinander getrennt werden, desto eher können sie recycelt werden. Im Sommer 2019 führten daher einige Mitglieder des „Rezyklat-Forums“ eine Reihe von Maßnahmen durch, um die Verbraucher über die ökologischen Potenziale der Kreislaufwirtschaft aufzuklären. Auch Beiersdorf unterstützte die Aktionen durch sogenannte „Abfallsortierworkshops“, die in verschiedenen dm-Filialen in Deutschland umgesetzt wurden. Dies ist nur ein Beispiel dafür, wie Hersteller und Händler zielführend zusammenarbeiten können, um das Verbraucherbewusstsein in Sachen Nachhaltigkeit zu stärken.



**ERFAHREN SIE MEHR MEHR ÜBER UNSER  
STAKEHOLDER ENGAGEMENT**



# 4 FRAGEN

... an Iain Holding, General Manager Management Unit Deutschland/Schweiz



Iain Holding (erste Reihe, 3. von links)

## Was genau ist das Projekt Trinkwasserwald e.V.?

Der Trinkwasserwald e.V. engagiert sich unter dem Motto „Gemeinsam Trinkwasser pflanzen“ für den Erhalt der Trinkwasserressourcen in Deutschland. Im Zentrum der Arbeit steht dabei die Umwandlung von Nadelwald-Monokulturen zu artenreichen Mischwäldern. Beiersdorf kooperiert seit 2017 mit dem gemeinnützigen Umweltschutzverein und beteiligt sich auch aktiv an den Pflanzaktionen.

## Wie engagiert sich Beiersdorf? Und warum im Bereich Aufforstung und Trinkwasserschutz?

Nachhaltigkeit ist zentraler Teil unserer Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ und zudem in unseren Unternehmenswerten tief verankert. Wir wollen ein nachhaltiges Verhalten sowohl am Arbeitsplatz als auch in unserem Privatleben erreichen. Auf unserem „Sustainability Day“ im August haben wir dazu eine Challenge innerhalb des Geschäftsbereichs Deutschland initiiert: Jeder Kollege konnte einen Monat lang durch nachhaltiges Handeln zuhause und im Büro CO<sub>2</sub>e einsparen und dafür Punkte sammeln. Diese Punkte wurden am Ende in Bäume umgerechnet, denn Bäume spielen eine große Rolle bei der Speicherung von CO<sub>2</sub>e. Die Aufforstung von Wäldern ist also – neben der Vermeidung von CO<sub>2</sub>e – ein wichtiges Mittel, um die Klimakrise in den Griff zu bekommen. Die „gesammelten“ Punkte haben wir am Ende der Challenge in Form von echten Bäumen eigenhändig mit Trinkwasser e.V. gepflanzt.

## Welche positiven Effekte hat diese Aufforstung?

Im Rahmen der Baumpflanzaktion im Naturschutzgebiet Lüneburger Heide haben unsere 170 Kollegen tatsächlich 8.000 Eichensetzlinge gepflanzt. Durch diese Bäume werden 1.600.000 Liter sauberes Trinkwasser entstehen und zwar Jahr für Jahr. Das sichert den lebenslangen Bedarf von 1.600 Menschen und auch den der kommenden Generationen – neben der CO<sub>2</sub>e-Speicherung, die die Bäume leisten.

## Was hat das Team aus der Baumpflanzaktion mitgenommen?

Mir ist es wichtig, Nachhaltigkeit erlebbar zu machen, denn die Veränderung beginnt durch jeden einzelnen von uns. Das hat bei der Baumpflanzaktion funktioniert: Wir fanden es toll, selbst mal richtig aktiv zu werden und im Wald Bäume zu pflanzen. Und alle waren wir mit Begeisterung dabei. Bei der anschließenden Führung erzählte uns der Förster beim sogenannten „Wald Teaching“ noch viel Interessantes über das Ökosystem Wald und seine Bedeutung für die Menschen und Tiere. Wir haben also nicht nur Bäume gepflanzt, sondern dabei auch wertvolle Erfahrungen gesammelt: nicht nur als Team, sondern auch in Form von neuem Wissen.



**ERFAHREN SIE MEHR ÜBER  
TRINKWASSERWALD E. V.**

## Materialitätsanalyse

Der regelmäßige Dialog mit unseren Stakeholdern nimmt für uns als Unternehmen einen sehr hohen Stellenwert ein und entsprechend suchen wir aktiv den Austausch mit ihnen. Unser Fokus liegt auf den Nachhaltigkeitsthemen, die aus Sicht unserer Stakeholder und für Beiersdorf als Unternehmen besonders relevant sind.

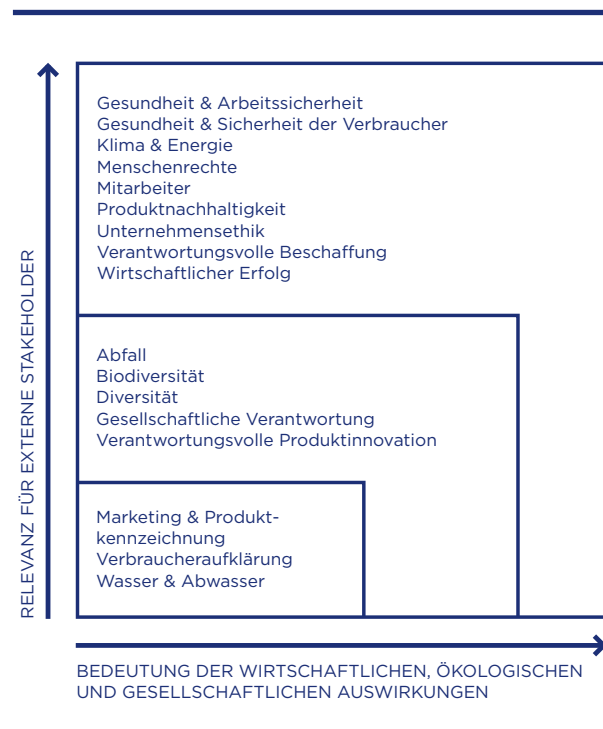
### Fortlaufende Ausrichtung des Nachhaltigkeitsmanagements

Seit dem Jahr 2011 setzen wir im Rahmen unseres Stakeholder-Diologs auf die Materialitätsanalyse als strategisches Instrument zur Identifikation von Nachhaltigkeitsthemen. Mit ihr stellen wir fest, an welchen Punkten unsere Wertschöpfungskette, unsere Aktivitäten und Produkte die größte Wirkung auf Gesellschaft und Umwelt haben. Dazu werden Themen und Fragestellungen identifiziert, die globale Herausforderungen miteinbeziehen und Einfluss auf unseren langfristigen Erfolg haben.

Im Jahr 2017 haben wir unsere dritte Materialitätsmatrix mit Blick auf unsere Wirkung auf Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft aktualisiert, um die sich verändernden Einflüsse auf unsere Geschäftstätigkeit und die aktuellen Stakeholder-Anforderungen miteinbeziehen. Unsere Materialitätsmatrix enthält 17 Themen, die unsere Stakeholder und wir als wesentlich ansehen. Die Materialitätsmatrizen der vergangenen Jahre (2011, 2014 und 2017) finden sich im [Download-Bereich](#) auf unserer Internetseite unter der entsprechenden Jahreszahl.

2019 haben wir zudem unsere Nachhaltigkeitsagenda überarbeitet. In diesem Rahmen wurden die Themen „Regenerative Water Environments“ und „Consumer Health and Wellbeing“ zu neuen Fokusfeldern unserer Nachhaltigkeitsagenda definiert. Eine Aktualisierung und Anpassung unserer Materialitätsmatrix ist für das kommende Jahr geplant. Weitere Informationen zur neuen Agenda finden sich im Berichtskapitel „Ausblick neue Nachhaltigkeitsagenda“ (Seite c-5).

### Materialitätsmatrix





## Risikomanagement

### Konzernweites Risikomanagement in Bezug auf nichtfinanzielle Aspekte

Unserem konzernweiten integrierten Risiko- und Chancenmanagement liegt ein strukturierter Prozess zur Risikoerfassung, -bewertung und -steuerung zugrunde (Risikobericht im Konzernlagebericht: „Integriertes Risiko- und Chancenmanagementsystem“). In diesem Prozess wird nach operativen, funktionalen und strategischen Risiken unterschieden und eine Nettobetrachtung der Risiken vorgenommen. Als erfolgsorientiertes und verantwortungsbewusstes Unternehmen ist es uns wichtig, etwaige finanzielle Konsequenzen und potenziell unsere Reputation beschädigende Aspekte solcher Risiken frühzeitig zu erkennen.

Im Verlauf des Jahres 2019 haben wir begonnen, zusätzlich die Einschätzung der Risiken in Bezug auf die nichtfinanziellen Aspekte in das konzernweite System zum Risiko-Reporting zu integrieren.

Diese neue Funktionalität wurde im Berichtsjahr zunächst für funktionale und strategische Risiken

im Unternehmensbereich Consumer umgesetzt. Die gleiche Systematik wird auch für Risiken mit ausschließlich nichtfinanziellen Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft eingesetzt.

Das strategische Risiko für Beiersdorf, das sich aus einem sich verändernden Konsumentenverhalten im Zusammenhang mit der aktuellen Diskussion über die Verwendung von Plastik in Produkten und Verpackungen ergibt, schätzen wir als kritisch und sehr wahrscheinlich ein. Ebenso schätzen wir die Auswirkungen von Plastikverpackungen auf die Umwelt als sehr wahrscheinlich und eher hoch ein und bewerten das damit verbundene Risiko daher als wesentlich. Diesem Risiko begegnen wir zukünftig durch unsere Verpflichtung, bis 2025 in unseren Plastikverpackungen in Europa mindestens 25 % Rezyklat einzusetzen und ebenfalls bis 2025 100 % unserer Produktverpackungen rezyklierbar, wiederbefüllbar oder kompostierbar zu gestalten.

Nähere Informationen finden sich im Kapitel „Unser Engagement im Bereich Products“.

## Compliance Management

### Vertrauen als Leitlinie und Grundwert

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

### 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 zugrunde.

**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 nach wie vor auf Korruptionsprävention sowie kartellrechtskonformem und datenschutzkonformem Verhalten. In unseren Tochtergesellschaften haben wir lokal verantwortliche Compliance-Beauftragte installiert, die dazu beitragen, dass unsere Mitarbeiter alle Elemente dieser Compliance-Programme kennen und beachten. Die zentrale Compliance-Management-Abteilung in Hamburg berät und unterstützt jederzeit Compliance-Beauftragte und das lokale Management. Darüber hinaus wollen wir damit sicherstellen, 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.



Unser Compliance-Rahmenwerk wird durch das Vorleben und Handeln von Management und Mitarbeitern zum Leben erweckt.



**CHRISTIAN SCHWARZ**

Head of Corporate Compliance Management

### 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 und eine mittlere bis hohe Auswirkung haben. Wir analysieren diese priorisierten Themen detailliert und wollen damit sicherstellen, dass angemessene Gegenmaßnahmen existieren oder ergriffen werden. Kriterien für die Risikoanalyse sind dabei insbesondere Risikoindizes, Vorfälle in der Vergangenheit, das Geschäftsmodell, der Standort, die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie das Umsatzvolumen. Die Ergebnisse werden dem Vorstand vorgestellt und von uns genutzt, um unsere globalen und lokalen Compliance-Programme und sonstigen Aktivitäten laufend anzupassen und zu verbessern.

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

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, sodass 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 klare Verhaltensregeln und Handlungsanweisungen zum kartellrechtskonformen Verhalten. Das betrifft beispielsweise den Kontakt und den Austausch von Informationen mit Wettbewerbern, die Kommunikation mit Kunden (zum Beispiel Einzelhändlern) im Zusammenhang mit Verkaufspreisen, das Category Management sowie Dos and Don'ts.

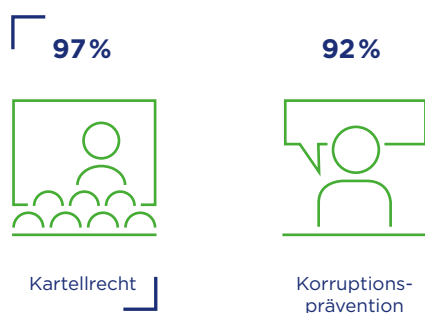
Unsere Antikorrupsionsrichtlinie dient als Handlungsleitfaden bei Geschenken, Produktmustern und Einladungen sowie zum Umgang mit Interessenkonflikten.

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

Alle risikoexponierten Mitarbeiter und Führungskräfte erhalten in regelmäßigen Abständen gezielte Schulungen. Diese Schulungen werden als Präsenzschiulung oder E-Learning durchgeführt und dienen dazu, unsere Mitarbeiter zu sensibilisieren und aufzuzeigen, wo weitere Unterstützung eingeholt werden kann. Zudem werden alle Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder regelmäßig über relevante Compliance-Themen unterrichtet. Die Trainingsteilnahmequoten für das Jahr 2019 finden Sie in der folgenden Abbildung.

### Teilnahmen an Compliance-Schulungen

Teilnahmequote 2019 (global)



### Aufmerksam und verantwortungsvoll handeln

Das persönliche Engagement eines jeden Mitarbeiters ist von zentraler Bedeutung, um Compliance nachhaltig zu leben. Ihnen stehen deshalb unterschiedliche Wege beziehungsweise Kanäle

zur Verfügung, um mögliche Compliance-Verstöße zu melden – auf Wunsch auch anonym. Die Mitarbeiter werden hierüber regelmäßig informiert. Ausgewählte Kanäle wie „Speak up. We care.“ stehen auch der allgemeinen Öffentlichkeit zur Verfügung, um mögliches Fehlverhalten zu melden. Wir wollen damit sicherstellen, dass unsere Verhaltensleitlinien eingehalten werden, und tragen so zu einem aufmerksamen und verantwortungsvollen Miteinander bei.

Konzernweit betreiben wir die auf der BKMS®-Technologie basierende „Speak up. We care.“-Hinweisgeberplattform. Diese ist weltweit und rund um die Uhr zugänglich. In Deutschland setzen wir zudem einen externen Ombudsmann ein. Dieser nimmt ebenfalls vertrauliche Mitteilungen zu potenziellen Compliance-Verstößen entgegen. Darüber hinaus haben wir eine interne Compliance-Hotline eingerichtet. An der Aufklärung sind die relevanten Fachfunktionen sowie in der Regel die interne Revision beteiligt. Hinweise auf Kartellrechts- und Datenschutzverstöße werden von einer spezialisierten Expertenfunktion innerhalb der Rechtsabteilung aufgeklärt und nachverfolgt.

### Wirksamkeit kontinuierlich sicherstellen

Ein Bild über die Wirksamkeit unseres Compliance-Management-Systems machen wir uns durch ein regelmäßiges, konzernweites Compliance-Reporting. Dabei erfassen wir Compliance-Vorfälle als auch den Stand der Umsetzung unserer Compliance-Programme. Das gilt für die Konzernzentrale ebenso wie für Tochtergesellschaften weltweit. Anhand der Ergebnisse können wir weiteren Handlungsbedarf ableiten und entsprechende Maßnahmen umsetzen. Selbstverständlich werden wir über materielle Compliance-Vorfälle auch außerhalb der Reporting-Zyklen 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 Tradition von Beiersdorf als verlässliches und vertrauenswürdigen Unternehmen gerecht zu werden.



**ERFAHREN SIE MEHR ÜBER UNSER COMPLIANCE MANAGEMENT**

## Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette

Beiersdorf steht als international tätiges Unternehmen mit rund 20.000 Mitarbeitern in der Verantwortung, sich aktiv für die Einhaltung von Gesetzen, Verhaltensstandards und Menschenrechten einzusetzen. Das gilt für alle eigenen Standorte und Mitarbeiter, aber darüber hinaus auch für alle Beschäftigten entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

### Einhaltung der Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette

Die respektvolle und kooperative Zusammenarbeit im Unternehmen sowie mit unseren nationalen und internationalen Geschäftspartnern ist uns wichtig. Wir sehen die Risiken, die vor allem in unserer vorgelagerten Lieferkette bestehen. In unseren internen und externen Verhaltenskodizes legen wir deshalb verbindliche Rahmenbedingungen für unsere weltweiten Aktivitäten und Geschäftsbeziehungen fest. Wir fordern und fördern die Einhaltung der Menschenrechte durch unsere Mitarbeiter und unsere Lieferanten und machen deutlich, dass wir weder Korruption noch Zwangsarbeit, Kinderarbeit oder Diskriminierung dulden. Im Berichtsjahr sind wir zudem dem „Global Compact der Vereinten Nationen“ (UNGC) beigetreten (siehe Seite c-63). Mit der Mitgliedschaft bestärken wir unsere Verpflichtung zur Einhaltung der Menschenrechte und unterstützen aktiv die zehn Prinzipien des Global Compact.

### Der interne Code of Conduct als verbindlicher Leitfaden für unsere Mitarbeiter

Das gemeinsame Verständnis unserer Werte und Normen sowie ein hohes Maß an Verantwortung sind für uns als Unternehmen und für jeden Mitarbeiter unabdingbar. Als Orientierung dienen uns dabei unsere Core Values: Care, Simplicity, Courage und Trust. Die für uns grundlegenden und verbindlichen Vorgaben und Maßstäbe sind in unserem Verhaltenskodex, dem Code of Conduct (CoC), festgehalten. Dieser Kodex unterstützt alle Mitarbeiter und Führungskräfte weltweit, die festgeschriebenen Werte und Regeln im täglichen Handeln umzusetzen. Er ist eine Orientierungshilfe und zeigt, wie wir mit schwierigen Situationen in verschiedenen Bereichen umgehen. Dieser Verhaltensleitfaden wurde zuletzt 2019 aktualisiert. Die Einhaltung des CoC wird regelmäßig durch unser konzernweites Compliance Management (Seite c-13) überprüft.

### Umwelt- und Arbeitsschutzstandards an unseren Produktionsstandorten

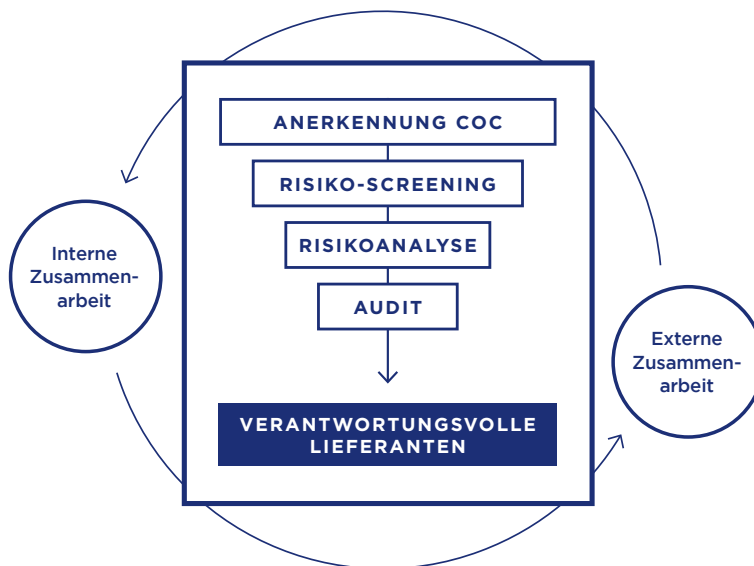
Die Themen Umweltschutz und Arbeitssicherheit haben für uns an allen Standorten eine hohe Priorität. Alle Beiersdorf Werke durchlaufen unser Audit nach dem „Environmental Protection and Safety Management Audit Scheme“, kurz ESMAS. Das Audit wird regelmäßig alle drei Jahre durchgeführt. Es gewährleistet, dass geeignete Maßnahmen zur Einhaltung unserer weltweit gültigen Umwelt- und Arbeitsschutzstandards an allen Standorten umgesetzt werden. 2019 wurden die Beiersdorf Werke in Itatiba (Brasilien), Bangkok (Thailand), Nairobi (Kenia) sowie Shanghai, Wuhan und Xiantao (China) auditiert und zertifiziert. Für 2020 sind acht weitere Audits in unseren deutschen Werken in Hamburg, Berlin und Waldheim sowie in Poznan (Polen), Tres Cantos (Spanien), Santiago de Chile (Chile), Silao (Mexiko) und Sanand (Indien) geplant.

Die Audits werden seit 2013 von einem global tätigen Zertifizierungsdienstleister durchgeführt. Die Bewertung aller Standorte findet nach unserem ESMAS-System statt, das sich an den international anerkannten Normen ISO 14001 (Umweltmanagementsysteme) sowie an der im März 2018 in Kraft getretenen DIN ISO 45001 (Managementsysteme für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit) orientiert. Alle Ergebnisse werden – wie die Maßnahmenplanung auch – in einer SharePoint-basierten Datenbank erfasst und können dort von unseren Produktionsstandorten abgerufen werden. Die transparente Erfassung erleichtert den jeweiligen Standorten die Vorbereitung sowie die Durchführung der Betriebsprüfungen. Auch die Umsetzung gezielter Optimierungsmaßnahmen wird so vereinfacht – von der Planung bis zur Erfolgskontrolle.

### Hohe Anforderungen an unser Lieferantennetzwerk

Beiersdorf betreibt 17 Produktionsstandorte in den vier geografischen Hauptregionen Europa, Nord- und Südamerika, Naher Osten und Afrika sowie Asien-Pazifik. Unsere Standorte werden von einem weltweiten Lieferantennetzwerk unterstützt. Es besteht aus rund 25.000 Direktlieferanten in knapp 110 Ländern, die uns mit Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und anderen Gütern beliefern oder Dienstleistungen erbringen. Ihr Handeln erweitert unseren sozialen und ökologischen Fußabdruck.

## Implementierungsprozess des Lieferanten-CoC



Entsprechend ist es uns wichtig, unser Verantwortungsbewusstsein gegenüber Mensch und Umwelt auch auf die mit uns verbundenen Partner in der Lieferkette zu übertragen und gemeinsam die Geschäftsrisiken zu minimieren. Wir unterstützen unsere Lieferanten beim Auf- und Ausbau einer nachhaltigen Lieferkette und erwarten von ihnen, dass sie ihrer sozialen, ökologischen und ökonomischen Verantwortung gerecht werden – und unsere Verbraucher qualitativ hochwertige Produkte erhalten.

### Unser Lieferanten-Code of Conduct

Wir suchen und fördern langfristige Geschäftsbeziehungen mit Lieferanten, die sich zu unseren Standards und Prinzipien der nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmensführung bekennen. Dafür haben wir einen Verhaltenskodex für Lieferanten (Lieferanten-Code of Conduct, CoC) und ein Steuerungskonzept für unsere direkten Lieferanten entwickelt. Sie legen die Richtlinien einer verantwortungsvollen Unternehmensführung für unsere Lieferkette fest und

fordern auch eine Erfüllung der Anforderungen von vorgelagerten Lieferanten. Der Lieferanten-CoC basiert auf den Prinzipien der „Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen“ (UN), den „Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation“ (ILO) und den „Leitsätzen für multinationale Unternehmen“ der „Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung“ (OECD). Er bezieht sich auf vier kritische Einflussbereiche: Unternehmensintegrität, Menschenrechte und Arbeitsstandards, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sowie Umweltschutz. Der Kodex ist die Basis der Zusammenarbeit mit allen externen Partnern, denn die schriftliche Erklärung zur Einhaltung unseres CoC ist ein Teil des Vertrags mit allen Lieferanten des Beiersdorf Netzwerks.

### Der Implementierungsprozess unseres Lieferanten-Code of Conduct

Der Implementierungsprozess\* unseres CoC für Lieferanten wird über unseren Einkauf gesteuert und trägt dazu bei, das Risiko von Verstößen

\* 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.

gegen unsere Richtlinien zu minimieren. Der Prozess umfasst vier Schritte: Nach der Unterzeichnung des Lieferanten-CoC folgen ein initiales Risiko-Screening, eine umfassende Risikoanalyse der Lieferanten und schließlich die Durchführung eines Audits bei Lieferanten mit hohem Risiko von Verstößen.

Die schriftliche Anerkennung des CoC ist der erste wichtige Schritt im CoC-Implementierungsprozess. Alle Lieferanten müssen sich durch ihre Unterschrift dazu verpflichten, in allen Produktionsstandorten und bei allen Prozessen dieselben Standards wie unsere Standorte einzuhalten. Aktuell wickeln wir rund 90% unserer Beschaffungen über Partner ab, die unseren Lieferanten-CoC anerkannt haben.

Bei unseren rund 25.000 direkten Lieferanten führt das Responsible-Sourcing-Team ein Risiko-Screening durch, das auf den Ländern basiert, aus denen wir unsere Ware beziehen. Dabei werden auch diejenigen Lieferanten miteinbezogen, die den CoC noch nicht schriftlich anerkannt haben. Das Screening unterscheidet zwischen den Risikostufen gering, hoch und extrem hoch und bewertet die Lieferanten entsprechend. Es berücksichtigt sowohl das länderbezogene Risiko\*, das sich aus den vier kritischen Einflussbereichen des Lieferantenkodex ergibt, als auch die Bedeutung des einzelnen Lieferanten für Beiersdorf in Bezug auf Einkaufsvolumen und Markennähe.

Direkte Lieferanten mit einem hohen oder einem extrem hohen Risiko müssen über die Sedex-Platt-

form eine umfassende Selbstauskunft abgeben. Nach einer vertieften Risikobewertung entscheidet das Responsible-Sourcing-Team, ob ein anschließendes Audit erforderlich ist. Um die Objektivität der Untersuchung zu gewährleisten, wird sie von unabhängigen und zertifizierten Auditoren nach dem standardisierten „Sedex Members Ethical Trade Audit“ (SMETA) 4-Säulen-Auditprotokoll durchgeführt. Seine vier Säulen korrespondieren mit den vier kritischen Einflussbereichen unseres Lieferanten-CoC. Die abschließenden Ergebnisse des Audits sind die Basis für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Sie zeigen konkrete Herausforderungen und Handlungsfelder auf und dienen als Grundlage für die gemeinsame Erarbeitung von Maßnahmenplänen. In Extremfällen können die Auditergebnisse auch zum Ausschluss von Lieferanten führen.

### Branchenübergreifende Zusammenarbeit für eine nachhaltige Lieferkette

Um die Nachhaltigkeit entlang unserer Lieferkette zu verbessern, setzen wir auf die branchenübergreifende Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen, unseren direkten Lieferanten und verschiedenen internen und externen Stakeholdern. Vor allem durch die Partnerschaft mit den internationalen Kollaborations-Plattformen Sedex und AIM-PROGRESS können wir wertvolle Synergien erschließen. Die SMETA-Audits werden von den Mitgliedern des AIM-PROGRESS – und damit auch von Beiersdorf – anerkannt. Durch die Nutzung von Plattformen wie Sedex und AIM-PROGRESS können wir unser Nachhaltigkeitsengagement entlang der Lieferkette kontinuierlich verbessern.

#### UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



\* 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.



# PRODUCTS

Seit über 135 Jahren entwickeln wir innovative und qualitativ hochwertige Hautpflegeprodukte. Unsere langjährige Erfahrung und Kompetenz in Forschung und Entwicklung sowie die konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen und Wünschen unserer Verbraucher haben uns zu einem weltweit führenden Unternehmen im Bereich der Hautpflege gemacht. Natürlich spielt bei unseren Produkten auch Nachhaltigkeit eine Rolle. Daher arbeiten wir über unsere Marken und Produktsortimente hinweg konsequent daran, nachhaltiger zu werden.

## Unsere Erfolge

Seit  
**> 2019**  
Mitgliedschaft in der Global Shea Alliance und der Initiative „Action for Sustainable Derivatives“

**> 0%**  
Mikroplastik in „Rinse-off“ Produkten und ausschließliche Verwendung von biologisch abbaubaren Trübungsmitteln

**> 25%**  
recyceltes PET in der ersten Produktverpackung

**>** Einstieg in die zertifizierte Naturkosmetik durch FLORENA FERMENTED SKINCARE

**> 91%**  
Umstellung auf massenbilanziertes Palm(kern)öl und entsprechende Derivate bis Ende 2019

## Unser Engagement im Bereich Products

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

### Das Ziel ist erreicht

Das Ziel haben wir bereits im Berichtsjahr 2019 erreicht: 55% unseres Umsatzes wurden mit Produkten erwirtschaftet, die im Vergleich zu 2011 einen verbesserten Umwelteinfluss aufweisen.

- 8% Verbesserungen im Bereich Verpackung
- 35% Verbesserungen in der Produktformel
- 12% Verbesserungen im Bereich Verpackung und Formulierung

### Unsere Kriterien für nachhaltige Formulierungen und Verpackungen

Von der Auswahl der Rohstoffe über Produktion, Verpackung und Transport bis hin zur Entsorgung – im gesamten Produktlebenszyklus suchen wir gezielt nach Optimierungspotenzialen. Unsere bisher durchgeführten Lebenszyklusanalysen (LZA) zeigen, dass der Umwelteinfluss unserer Produkte außerhalb der Nutzungsphase überwiegend durch die ökologischen Parameter der eingesetzten Rohstoffe und die Ressourceneffizienz unserer Verpackungen bestimmt wird. Entsprechend liegt hier der Fokus unserer Kriterien zur Nachhaltigkeitsbewertung.

Da sich unsere Auswirkungen auf die Biodiversität und Entwaldung vor allem durch die von uns eingesetzten Materialien bestimmen lassen, beziehen unsere Nachhaltigkeitskriterien entsprechende Zertifizierungssysteme mit ein.

Bei unseren Verpackungen beurteilen wir neben dem Aspekt der Materialreduktion auch den Einsatz von „Forest Stewardship Council“ (FSC)-zertifizierten Eingangsmaterialien. Hinzu kommen die

Nutzung von Nachfüllkonzepten und der Anteil von Rezyklat – also die Nutzung von wiederverwerteten Materialien, insbesondere Kunststoffen. Bei einem Austausch von Materialien bewerten wir die Veränderung in der Umweltverträglichkeit anhand eines vereinfachten LZA-Tools, das wir 2015 auf Basis von LZA-Analysen entwickelt haben und seither kontinuierlich weiterentwickeln. Diese Veränderungen werden im Rahmen des Innovationsprozesses mit Hilfe einer Scorecard gemessen.

Bei der Bewertung unserer Produktformeln ist – wie in den vergangenen Jahren – neben dem Einsatz von nachhaltig zertifizierten palm(kern)ölbasierten Rohstoffen vor allem der Verzicht auf Mikroplastik-Partikel gemäß der Definition des UNEP, dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen, für uns von zentraler Bedeutung. Die Verwendung von erneuerbaren Inhaltsstoffen stellt ein weiteres Kriterium dar.

Sofern ein Produkt anhand dieser Kriterien im Vergleich zu seiner Vorgängerversion eine verbesserte Bewertung erhält, fließt der jährliche Umsatz, den wir mit ihm erzielen, in die Erfassung unseres Produkt-Nachhaltigkeitsziels ein. Neuentwicklungen ohne Vorgängerversion werden mit einer möglichst ähnlichen Referenz verglichen.

### Funktionsübergreifende Steuerung

Das Sustainability Council übernimmt eine zentrale Rolle in der Koordination von Innovationen im Bereich Produktnachhaltigkeit. Hier kommen alle involvierten Funktionen zusammen, sodass Initiativen priorisiert und neue Zielsetzungen formuliert werden können.

### Neue Ziele für 2025

Da wir unser 2020-Ziel für ein nachhaltigeres Produktportfolio im Verlauf des Berichtsjahres erreicht haben, definieren wir aktuell neue, ambitionierte Ziele, die sich stark an unseren Kriterien für nachhaltigere Verpackungen und Produktformulierungen orientieren. Diese präzisere Zielsetzung erlaubt nicht nur eine transparentere Kommunikation, sondern auch eine effektivere Integration von

\* Bei unserem Produktziel betrachten wir nur den Massenmarkt und das Dermokosmetikgeschäft. Das Premiumsegment mit LA PRAIRIE ist für den ökologischen Fußabdruck des Consumer-Geschäfts nicht wesentlich und wird zudem in einer separaten Organisation geführt.





Die Flasche des neuen NIVEA Gesichtereinigungsöls enthält 25 % recyceltes Material. Damit sparen wir pro Jahr mehr als 12 Tonnen PET ein.



**DR. CATJA PRYKOP**

Global Marketing Director NIVEA Face Cleansing

Nachhaltigkeit im Unternehmen. Unsere ersten neuen Ziele, die bereits im Berichtsjahr veröffentlicht wurden, gelten dem Bereich der nachhaltigen Verpackung. Weitere Ziele folgen im Jahr 2020.

### Geschlossene Kreisläufe für nachhaltige Verpackung

Für Beiersdorf spielt das Thema Kreislaufwirtschaft, die sogenannte „Circular Economy“, eine zentrale Rolle und ist ein Grundsatz für die Entwicklung nachhaltiger Verpackungen. Durch Recycling wird zum einen die Umwelt entlastet und zum anderen tragen Aufbereitung und Wiederverwendung von Altmaterialien zu einer erheblichen Einsparung wertvoller Ressourcen und Rohstoffe bei. Auf diese Weise reduzieren wir das im Risikomanagement identifizierte Risiko von nachteiligen Auswirkungen unserer Verpackungen auf die Umwelt.

Der Einsatz von recyceltem Verpackungsmaterial in unseren Verpackungen ist daher ein wichtiges Thema. Im Berichtsjahr haben wir uns das Ziel gesetzt, bis 2025 25 % recyceltes Material in unsere Plastikverpackungen in Europa zu integrieren.

In enger Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten arbeiten unsere Teams abteilungsübergreifend daran, für alle unsere Verpackungsmaterialien optimale Lösungen für nachhaltige, sichere und ansprechende Verpackungen zu entwickeln. Hierbei spielt auch die Wiederverwertbarkeit unserer Verpackungen eine wichtige Rolle. 2019 haben wir uns das Ziel gesetzt, dass im Jahr 2025 100 %

unserer Verpackungen recycelbar, wiederverwendbar oder kompostierbar sind.

Um Materialkreisläufe zu schließen, testen wir auch neue Wege, beispielsweise über unsere Teilnahme an der Zero-Waste-Einkaufsplattform Loop. Die Initiative von TerraCycle, die 2019 in Paris gestartet wurde, hat das Ziel, durch Mehrwegverpackungen Abfall zu reduzieren. Beiersdorf beteiligt sich an diesem Pilotprojekt im Großraum Paris mit zwei After-Shave-Produkten aus dem NIVEA MEN-Sortiment.

Darüber hinaus führen wir mit externen Partnern Recyclbarkeitsstudien durch, um die Recyclbarkeit unserer Verpackung sicherzustellen. Dadurch erhalten wir wertvolle Erkenntnisse über verfügbare Entsorgungsinfrastrukturen und -praktiken.

### UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



## Rohstoffe und Verpackungen

Zur ausgezeichneten Qualität und Sicherheit unserer Produkte trägt die Auswahl hochwertiger Rohstoffe bei. Um knappe Ressourcen zu schonen und die Auswirkungen unserer Produkte auf die Umwelt zu minimieren, verfolgen wir bei der Gewinnung unserer Rohstoffe hohe ökologische und soziale Standards. Auch im Bereich Verpackungen lässt sich viel für Nachhaltigkeit tun: Die Strategie „Vermeiden, reduzieren, wiederverwenden, recyceln“ beschreibt vier Prinzipien, die wir bei der Entwicklung und Weiterentwicklung unserer Verpackungen verfolgen.

### UNSER ANSPRUCH: HAUTPFLEGE OHNE MIKROPLASTIK

Der Verzicht auf Mikroplastik genießt bei Beiersdorf bereits seit langem eine hohe Priorität. Es ist unser erklärtes Ziel, Mikroplastik in allen Produktformeln konsequent zu vermeiden und auf umweltverträglichere Alternativen zu setzen.

Weil wir die entsprechenden wissenschaftlichen Einschätzungen ernst nehmen und teilen, folgen wir dem „Umweltprogramm der Vereinten Nationen“ (UNEP) in seiner Definition von Mikroplastik. Es beschreibt Mikroplastik-Partikel als feste Kunststoffteilchen mit weniger als 5 mm Durchmesser, die nicht biologisch abbaubar sowie nicht wasserlöslich sind. Diese Mikroplastik-Partikel gelangen nach aktuellen Forschungserkenntnissen vorrangig über falsch entsorgten Müll und Abwässer in unsere Weltmeere und Flüsse. Weitere Quellen für Mikroplastik sind beispielsweise synthetische Textilfasern, der Abrieb von Autoreifen, Straßenfarbe oder Schuhwerk sowie Plastikpartikel aus Produkten des täglichen Bedarfs.

Die Verwendung alternativer, biologisch abbaubarer Inhaltsstoffe ist für Beiersdorf ein zentrales Anliegen, das wir kontinuierlich und mit hohem Engagement in Forschung und Produktentwicklung umsetzen. So haben wir bereits seit 2015 in unseren Formeln sämtliche Peeling-Partikel aus Polyethylen, die sogenannten Microbeads, durch biologisch abbaubare Partikel ersetzt.

Ein Jahr früher als ursprünglich geplant, erreichten wir zudem 2019 einen weiteren wichtigen Meilenstein: Unsere „Rinse-off“-Produkte, die der Verbraucher nach der Anwendung sofort wieder abwäscht – beispielsweise Shampoos und Duschgele –, produzieren wir seit diesem Jahr ausschließlich mit biologisch abbaubaren Trübungsmitteln. Damit haben wir unsere hoch gesteckten Ziele für „Rinse-off“-Produkte frühzeitig erfüllt. Dazu konnten wir die Umweltverträglichkeit unserer abwaschbaren Produkte verbessern, ohne Kompromisse bei Wirksamkeit, Sicherheit oder Hautverträglichkeit einzugehen.

### Wir gehen den Weg weiter

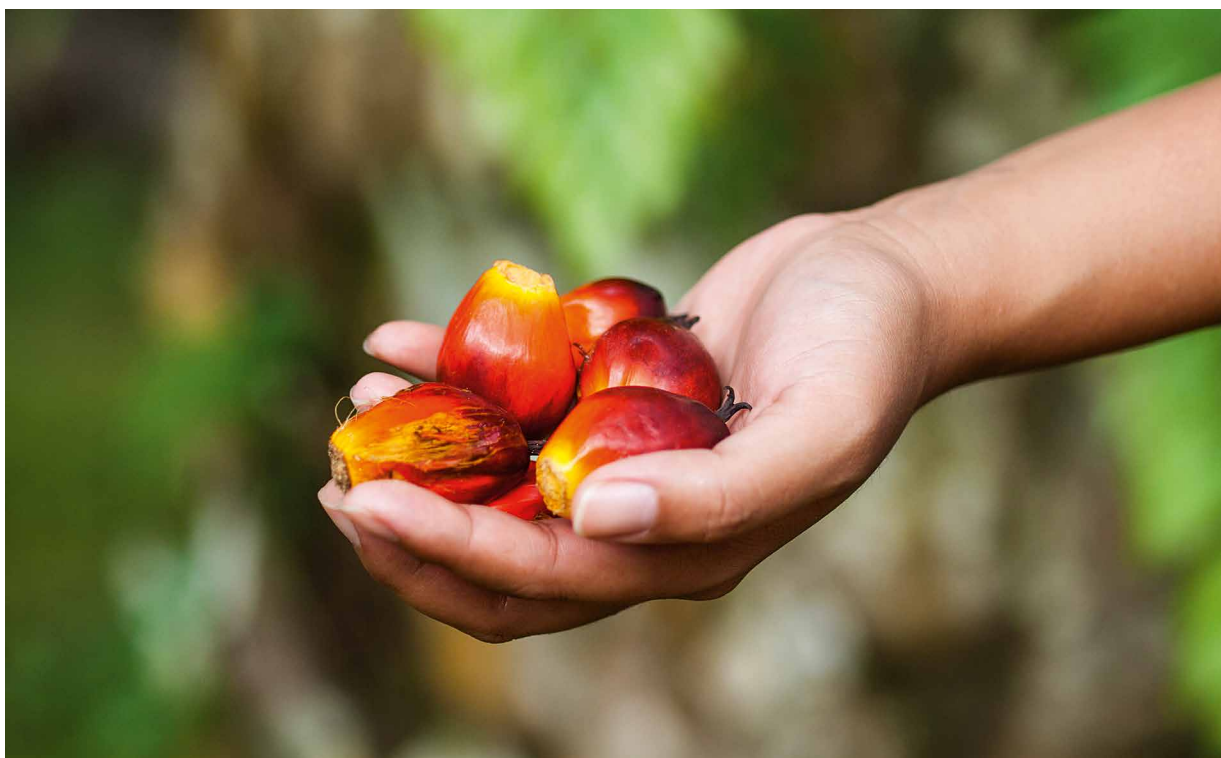
In den nächsten Jahren werden wir sicherstellen, dass alle unsere Produktformeln weltweit ohne Stoffe auskommen, die wir als Mikroplastik betrachten. Dazu gehören auch „Leave-on“-Produkte, wie Hautcremes, die nicht abgewaschen werden. Bis spätestens Ende 2020 soll etwa der Inhaltsstoff Nylon vollständig ersetzt werden. Dieser wurde bislang noch bei einigen Produkten für ein geschmeidiges Hautgefühl bei der Anwendung eingesetzt.

Durch den verstärkten Einsatz biologisch abbaubarer Polymere in allen Produktlinien verfolgen wir zudem weiter das Ziel, die Umweltverträglichkeit unseres Portfolios ganzheitlich zu verbessern. Unsere globalen Forschungs- und Entwicklungsteams setzen sich dafür ein, dass wir auch in Zukunft unsere ambitionierten Ziele im Bereich Mikroplastik geradlinig verfolgen und erreichen.

### PALM(KERN)ÖL AUS NACHHALTIGEM ANBAU

Aus Palm(kern)öl und anderen pflanzlichen und mineralischen Ölen werden Inhaltsstoffe gewonnen, die für die Kosmetikproduktion essenziell sind, zum Beispiel Emulgatoren oder Tenside. Beiersdorf bezieht Palm(kern)öl nicht direkt, setzt jedoch dessen Derivate – also weiterverarbeitete Stoffe auf der Basis von Palm(kern)öl – ein. Der Gesamtbedarf lag 2019 bei rund 33.000 t. Das entspricht 0,04%\* der jährlichen Produktion an Palm(kern)öl weltweit.

\* Landwirtschaftsministerium der Vereinigten Staaten 2019.



In den vergangenen Jahren haben wir bei der Umstellung auf nachhaltig zertifiziertes Palm(kern)öl deutliche Fortschritte erzielt. Unser Ziel besagt: Bis 2020 soll in allen Beiersdorf Produkten ausschließlich Palm(kern)öl aus nachhaltigen Quellen eingesetzt werden. Dies ist Teil unserer „Palm Sustainability Roadmap“. Mit ihr steuern wir unsere weltweiten Aktivitäten auf dem Weg zu einer nachhaltigen Rohstoffbeschaffung. Und: Wir überprüfen regelmäßig den Erfolg unserer Maßnahmen und fördern eine nachhaltige Palm(kern)öl-Wirtschaft auch über verschiedene Projekte.

Wir wollen eine größtmögliche Transparenz entlang der langen und komplexen Lieferkette schaffen, um die Verantwortung für die Herkunft unserer Rohstoffe übernehmen zu können. Die Gewinnung der von uns verwendeten Palm(kern)öl-Rohstoffe soll nachhaltig sein und nicht zur Entwaldung beitragen. Die meisten Risiken in Bezug auf nachhaltiges Wirtschaften finden sich dabei in unserer vorgelagerten Lieferkette. Da sie sich unserem direkten Einfluss entzieht, streben wir eine möglichst genaue Kenntnis der Arbeits- und Lebensbedingungen sowie der Maßnahmen zum Umweltschutz rund um die Rohstoffgewinnung und -verarbeitung an. Nur so können wir – gemeinsam mit Lieferanten und den lokalen

Gemeinschaften – Optimierungspotenziale identifizieren, Verbesserungen der Arbeits- und Lebensbedingungen herbeiführen und eine nachhaltige Palm(kern)öl-Wirtschaft fördern. Um diese Ziele zu erreichen, konzentrieren wir uns auf vier strategisch wichtige Punkte:

### 1. Nachhaltige Zertifizierung

Wir bauen den Anteil an massenbilanziertem Palm(kern)öl seit unserer ersten Lieferung im Jahr 2015 stetig aus und so betrug der Anteil Ende 2019 insgesamt 91% unseres Bedarfs. Seit 2011 orientieren wir uns dabei am „RSPO Supply Chain Certification Standard“ (SCCS) des „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO). Bis 2020 wollen wir alle palm(kern)ölbasierten Inhaltsstoffe in unseren Produkten auf physisch nachhaltig zertifizierte, massenbilanzierte Rohstoffe umstellen. Bis dahin gleichen wir den verbleibenden Anteil über RSPO „Book and Claim“-Zertifikate aus. Ein wichtiger Meilenstein war die Auszeichnung mit dem RSPO Multi-Site SCCS Zertifikat 2016. Die globale Implementierung des SCCS trägt dazu bei, unsere Aktivitäten im gesamten Beiersdorf Netzwerk noch besser zu steuern und den Weg für eine nachhaltige Palm(kern)öl-Lieferkette mit zertifizierten Quellen weltweit freizumachen.

## 2. Größtmögliche Transparenz

Seit Jahren bemühen wir uns in enger Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten darum, unsere Lieferkette transparenter zu gestalten. Wir kennen heute bereits bei rund 92% unseres Einkaufsvolumens von palm(kern)ölbasierten Rohstoffen die Herkunftsregion und bemühen uns, die Transparenz weiter zu steigern. So können wir eine nachhaltige Palm(kern)öl-Wirtschaft fördern und unsere Nachhaltigkeitskriterien implementieren. Eine transparente Lieferkette hilft uns, neue Herausforderungen zu identifizieren und auf diese zu reagieren.

Aus diesem Grund ist Beiersdorf Mitbegründer der Initiative „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD), die 2019 ins Leben gerufen wurde. Die Gründungsmitglieder wollen sich für eine größtmögliche Transparenz und Nachhaltigkeit entlang der gesamten Lieferkette von Palm(kern)öl-Derivaten in den Bereichen Kosmetik, Körperpflege, Reinigungsmittel und Oleochemikalien einsetzen. Ihnen stehen unter anderem Methoden und Tools zu Risikoüberwachungs- und Bewertungsmechanismen sowie Beschwerdeverfahren zur Verfügung. Diese neue Initiative ist ein weiterer wichtiger Baustein unserer „Palm Oil Sustainability Roadmap 2020“.

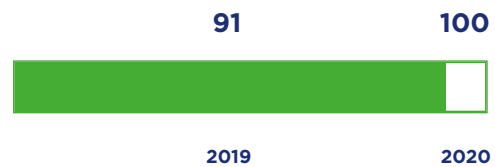


## 3. Transformation in den Anbaugebieten

Wir engagieren uns in den Anbaugebieten dafür, dass Kleinbauern nachhaltig anbauen, und überzeugen sie davon, dass der Umstieg auf eine nachhaltige Bewirtschaftung ohne weitere Entwaldung zur Steigerung ihrer Lebens- und Einkommenssituation beitragen kann. Damit uns das gelingt, unterstützen wir seit 2018 im Rahmen eines Kooperationsprojekts mit dem „World Wide Fund for Nature“ (WWF) in West-Kalimantan (Indonesien) 300 Kleinbauern beim Wechsel zu einem nachhaltigen Palmölanbau. Davon profitieren nicht nur die Kleinbauern selbst, sondern auch die drei

## Unser nachhaltiges Palm(kern)öl-Commitment

(%)



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

Dörfer mit rund 4.500 Einwohnern in der Anbauregion.

Im ersten Projektjahr konnten schon erste Erfolge im Rahmen des Projekts erzielt werden. Für die verschiedenen Gemeinden wurden maßgeschneiderte Community-Projekte aufgesetzt, die mitunter Trainings für den Obst- und Gemüseanbau sowie die Verbesserung des Kautschukanbaus, der die zweite Einkommensquelle der Kleinbauern darstellt, beinhalten. Des Weiteren ist es dem WWF Team vor Ort gelungen, erste wichtige Schritte auf dem Weg zu einem nachhaltigen Palmölanbau umzusetzen. Um legale Lizenzen für den Anbau zu erwerben, wurden bereits Gruppen für Kooperativen gebildet und die ersten Trainings zur Qualitätssteigerung konnten gestartet werden. Im nächsten Projektjahr fokussieren wir uns auf die Fertigstellung der Trinkwasserversorgung in den Gemeinden, den Ausbau der Trainings sowie die Sicherstellung von legalem Palmöl- und Kautschukanbau. Zudem werden wir uns für die Umsetzung einer No-Deforestation-Politik des Distrikts einsetzen.

In Zukunft wollen wir auch mit anderen Partnern Projekte umsetzen, die Veränderungen in der globalen Palm(kern)öl-Lieferkette bewirken. So schaffen wir Möglichkeiten, um die Lebensbedingungen entlang unserer Lieferkette positiv zu beeinflussen. Die Erkenntnisse aus unserem Lieferketten-Rückverfolgbarkeitsprojekt unterstützen uns bei der Auswahl und Umsetzung von Projekten. Die lokalen Bedürfnisse und die spezifischen Fragestellungen in den Beschaffungsregionen stehen dabei im Vordergrund.



#### 4. Externes Engagement

Um die nachhaltige Palm(kern)öl-Wirtschaft zu fördern, engagieren wir uns beim RSPO und beim Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP). Die Teilnahme an diesen Initiativen ist auch wichtig für die Weiterentwicklung unserer eigenen „Palm Sustainability Roadmap“. Die RSPO-Prinzipien definieren einen verantwortungsvollen Mindeststandard, während sich das FONAP mit vier weiterführenden Zertifizierungskriterien noch stärker für die Belange von Umwelt und lokalen Gemeinschaften einsetzt. Seit 2018 unterstützen wir zudem das FONAP Kleinbauern-Projekt in Perak (Malaysia) in Kooperation mit Wild Asia und WWF Deutschland. Ziel des Projekts ist es, die Zusatzkriterien des FONAP auf ihre praktische Umsetzbarkeit zu prüfen. Mehr zu unserem Engagement findet sich auf den Internetseiten der [RSPO](#) und der [FONAP](#). Zudem haben wir 2018 zum ersten Mal am „Forest/ Palm Oil Program“ des „Carbon Disclosure Project“ (CDP) teilgenommen und wurden hierfür auch in diesem Jahr mit der höchsten Bewertung, einem „Score A“, ausgezeichnet.

#### SHEABUTTER – UNTERSTÜTZUNG VON FRAUEN IN WESTAFRIKA

Sheabutter wird aus der Nuss des afrikanischen Karitébaums gewonnen. Der natürlich nachwachsende Rohstoff wird hauptsächlich aus den westafrikanischen Ländern Burkina Faso, Ghana, Mali, Benin, Nigeria, Togo und der Elfenbeinküste bezogen. Die weltweit einzige Region, in der der Sheanuss- oder Karitébaum wächst, zieht sich quer durch Afrika im Süden der Sahara und wird als „Shea Belt“ bezeichnet. Mit ihren pflegenden Eigenschaften ist Sheabutter aus der Körperpflege und Kosmetik nicht wegzudenken.

Die Herstellung von Sheabutter liegt traditionell in der Hand der Frauen: Rund 16 Millionen von ihnen verdienen ihren Lebensunterhalt innerhalb der Shea-Lieferkette. Sie organisieren sich in Kooperativen und die zunehmende Nachfrage ermöglicht es ihnen, ihre Lebensumstände zu verbessern. Wegen ihrer großen wirtschaftlichen Bedeutung wird Sheabutter auch das „Gold der Frauen“ genannt.





Die vier Beiersdorf Mitarbeiter hinter dem Shea-Produkt

Beiersdorf ist seit 2019 Mitglied der „Global Shea Alliance“ (GSA) (Seite c-63), einer Initiative mit über 500 Mitgliedern aus 35 Ländern – darunter Frauengruppen, Lieferanten, Markenhersteller, Einzelhändler und Non-Profit-Organisationen. Die GSA fördert die Nachhaltigkeit, setzt Qualitätsstandards und verbessert die Lebensgrundlage der Frauen und ihrer Familien auf dem Land. Dazu führt sie verschiedene Projekte durch – zum Beispiel zur Entwicklung lokaler Gemeinschaften und zum Schutz der Ökosysteme vor Ort.

Zusammen mit der GSA und unserem Shea-Lieferanten unterstützen wir seit 2019 Frauengruppen in Burkina Faso und Ghana. Ziel des gemeinsamen Projekts ist es, 10.000 Shea-Sammlerinnen über fünf Jahre zu schulen und zu unterstützen, vor allem in den Bereichen Gesundheit und Sicherheit, Produktionsoptimierung und wirtschaftlichem

Know-how. Damit fördern wir die ländliche Entwicklung und die Emanzipation, indem wir den Frauen die Möglichkeit bieten, auf selbstbestimmte Art und Weise zu produzieren und Handel zu betreiben.

Hier setzt auch eine von vier Mitarbeitern der Unternehmenszentrale in Hamburg entwickelte Produktidee an: 100% reine Sheabutter – sozialverantwortlich bezogen aus Westafrika. Das Produkt verfolgt die Grundsätze des fairen und direkten Handels und stellt die Rückverfolgbarkeit der Sheabutter bis auf die Ebene der Frauengruppen in Westafrika sicher. Die limitierte Edition ist in den NIVEA Häusern in Hamburg und Berlin sowie im NIVEA Online Shop erhältlich. Und: Ein Euro pro verkauftem Produkt wird an soziale Projekte gespendet, die unsere Mitarbeiter in Burkina Faso betreuen.



# 4 FRAGEN

... an Adrian Przybill und Hannah Rasel, Senior Packaging Specialists

## Wie wurde die Idee zu „Recyclist“ geboren?

Hannah Rasel: Wir arbeiten ja immer daran, unsere Produkte und Verpackungen nachhaltiger zu gestalten. Und: Es gab die Vision, für unsere Kunststoffverpackungen mittelfristig eine Kreislaufwirtschaft zu schaffen, sie also mehrmals für die gleiche Anwendung nutzbar zu machen. Dabei lag es auf der Hand, die Vision zuerst „im Kleinen“ in die Tat umzusetzen. Zudem wollten wir die anderen Mitarbeiter dafür sensibilisieren, dass Kunststoff kein Abfall ist, sondern ein wertvoller Rohstoff. So war die Idee zur „Flasche aus der Flasche“ geboren.

## Wie wurde das Projekt umgesetzt?

Adrian Przybill: Wir waren wirklich überrascht von dem großen Engagement unserer Kollegen. Die Resonanz war enorm: In nicht einmal zwei Monaten kamen über 2.600 leere Beiersdorf Polyethylen-(PE)-Flaschen zusammen, aus denen nach einem Wiederaufbereitungsprozess knapp 2.500 neue Flaschen hergestellt werden konnten – unsere „Recyclist“-Edition. Diese Flaschen wurden zu 100% aus unserem eigenen Material erstellt. Ohne die tolle Unterstützung unserer Kollegen wäre das nicht möglich gewesen. Wir haben die Flaschen dann mit Duschgel befüllt und gleich wieder als Dankeschön an die Mitarbeiter zurückgegeben. Es war sehr spannend, den Prozess komplett zu begleiten, das hat uns beiden viel Spaß gemacht.

## Was hat Beiersdorf aus diesem Projekt gelernt?

Hannah Rasel: Durch dieses Projekt konnten wir grundlegend die Machbarkeit eines Kreislaufs testen und wir haben gesehen, dass wir deutlich weniger Materialverlust haben, als in der Theorie angenommen. Auch welche Qualität wir mit unserem eigenen Rezyklat erzielen, konnten wir in Erfahrung bringen.



Dazu war das Feedback der Mitarbeiter zur Verwendung des neu entstandenen Produkts sehr wertvoll für uns, zum Beispiel wie wichtig ihnen die Farbe der Flasche ist und wie ihnen der Grauton gefällt, der durch die zufällige Mischung der gesammelten Flaschen entstanden war.

## Wie geht es weiter mit „Recyclist“?

### Gibt es weitere Projekte?

Adrian Przybill: Fest steht: Die erste zu 100% recycelte Beiersdorf PE-Flasche in den Händen zu halten, war erst einmal das Ende der Kampagne. Gleichzeitig haben wir damit aber den Grundstein für weitere Projekte gelegt. Denn die gesammelten Erfahrungen sind wertvoll für unsere Vision einer geschlossenen Kreislaufwirtschaft und für unser Ziel, bis 2025 den Rezyklat-Anteil unserer Plastikverpackungen in Europa auf 25% zu steigern.

## FLORENA FERMENTED SKINCARE



### Der Einstieg von Beiersdorf in die zertifizierte Naturkosmetik

Natürlichkeit, Authentizität und Nachhaltigkeit sind Themen, die für unsere Verbraucher wichtiger werden als ein klassisches Schönheitsideal – diesen wachsenden Trend beobachten wir im Hautpflegesegment bereits seit einiger Zeit. Unter dem Markennamen FLORENA FERMENTED SKINCARE haben wir in den Pilotmärkten Italien und Frankreich erstmals eine Serie von Naturkosmetikprodukten auf den Markt gebracht. Mit der neuen Pflegelinie gehen wir gezielt auf den Wunsch der Verbraucher nach zertifizierten Naturkosmetikprodukten ein, die hochwertige Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs, Wirksamkeit und nachhaltige Verpackungen verbinden. Das innovative Konzept beruht auf dem natürlichen Prozess der Fermentation. Fermentation ist ein altbekannter und natürlicher Prozess, der die Eigenschaften von natürlichen Inhaltsstoffen transformieren kann und bereits vielseitig eingesetzt wird. Diesen leistungsstarken Umwandlungsprozess übertragen wir in die heutige Kosmetikwelt. Unser Anspruch ist es, mit fermentierter Naturkosmetik einen Mehrwert für den Verbraucher zu bieten – mit Konzepten und Ideen, die noch nicht auf dem Markt sind.

Alle Produkte sind nach dem internationalen COSMOS-NATURAL-Standard zertifiziert. Dieses Label belegt unser Bekenntnis, nur hochwertige Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs mit minimaler Verarbeitung zu verwenden. COSMOS NATURAL verfolgt strenge Richtlinien, die alle Aspekte von der Beschaffung über die Herstellung bis hin zum Marketing und der Kontrolle der Kosmetikprodukte

abdecken. So müssen beispielsweise sämtliche nach dem COSMOS-NATURAL-Standard zertifizierte Formulierungen, die auf der Haut verbleiben, mindestens 99% Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs enthalten. Außerdem dürfen nur zertifizierte Rohstoffe eingesetzt werden.

Bei der Produktlinie setzen wir zudem auf eine möglichst geringe und umweltfreundliche Verpackung und konzentrieren uns auf Nachhaltigkeit. Mit der Verwendung von nur einwandigen Creme-Tiegeln verringert sich deren Gewicht auf sieben Gramm, sodass sie sechsmal leichter sind als Standardbehälter. Darüber hinaus bestehen die Tiegel aus 100% recyceltem Plastik (rPET) und das Papier in den Faltschachteln aus mindestens 70% recyceltem Material.

### UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS





## Sichere und verträgliche Produkte

Sichere Produkte, die absolut unbedenklich verwendet werden können, haben für uns die höchste Priorität. Durch die strikte Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben ergänzt um unsere eigenen Leitlinien, die sich an neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen orientieren, wollen wir sicherstellen, dass unsere hohen Ansprüche an die Qualität unserer Produkte weltweit gewährleistet sind.

Unser Verständnis von Qualität geht in diesem Rahmen über die Bewertung und Freigabe unserer Produkte hinaus. Wir verstehen Qualität als einen Prozess, der kontinuierlich zu Verbesserungen führt. Dieses Verständnis haben wir in der „Beiersdorf Quality Policy“ formuliert. Sie leitet die Unternehmensführung, das Management und alle Mitarbeiter in ihrem täglichen Handeln. Die „Beiersdorf Quality Policy“ dient dazu, die Kundenzufriedenheit und das hohe Vertrauen der Verbraucher in unsere Produkte langfristig zu erhalten und auszubauen und unsere Wettbewerbsfähigkeit auch für die Zukunft zu gewährleisten.

### Sicherheitsbewertung aller Rohstoffe und Formeln

Um unsere eigenen Ansprüche an die Qualität unserer Produkte zu erfüllen, beschäftigen wir ein Team von erfahrenen und hoch qualifizierten Sicherheitsbewertern. Erst nachdem die gesetzlich geforderte Bewertung und Freigabe der Rohstoffe und Formeln durch dieses Team erfolgt ist, dürfen sie in unseren Produkten eingesetzt werden.

Die Sicherheitsbewerter arbeiten eng mit den angrenzenden Bereichen, wie Forschung, Produkt- und Packmittelentwicklung, zusammen. Sie bewerten jeden eingesetzten Rohstoff und jede Formel auf ihre Sicherheit und Verträglichkeit für die Verbraucher. Für die Sicherheitsbewertung kosmetischer Produkte ist neben Erfahrung und Fachkenntnis vor allem der wissenschaftliche Austausch zu neuen Erkenntnissen über die Verträglichkeit und Sicherheit von Rohstoffen, Formeln und Packmitteln unabdingbar. Entsprechend besuchen unsere Sicherheitsbewerter Kongresse, sind Mitglieder in Arbeitsgruppen, Expertenteams und nehmen auch an speziellen internationalen Fachtrainings teil. Bei allem stehen immer der fach-

liche Austausch und die Fortbildung im Zentrum. Dies trägt dazu bei, dass wir auch in Zukunft angemessen und verantwortungsbewusst handeln.

Wichtig ist uns in diesem Rahmen auch, dass wir unsere externen Dienstleister und Lieferanten, zum Beispiel Parfum- und Rohstoffhersteller, in die Pflicht nehmen. Wir lassen uns von diesen die Einhaltung der gesetzlichen und auch der über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinausgehenden Anforderungen bestätigen.

### Weltweit verbindliche Beiersdorf Sicherheitsanforderungen

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

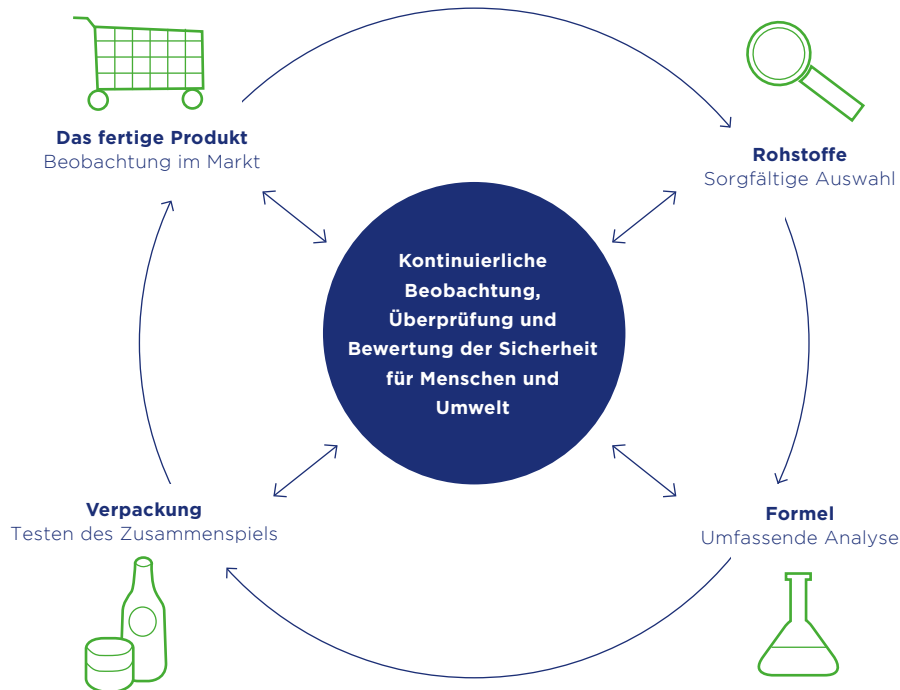
Die Vorgaben der „EU-Kosmetik-Verordnung 1223/2009“ sind für uns von besonderer Bedeutung. Sie regelt einerseits die Anforderungen an die Qualifikation des Sicherheitsbewerters und an die Sicherheit eines Produkts. Andererseits definiert sie auch die Kriterien zur korrekten Kennzeichnung von Produkten und zur Bereitstellung von Informationen, um einen sicheren Transport und Umgang mit den Produkten zu gewährleisten.

Die rechtlichen Anforderungen an die Sicherheit der Produkte verändern sich – auf globaler Ebene betrachtet – laufend. Um dem Risiko, gegen aktuelle Regulierungen zu verstoßen, präventiv zu begegnen, arbeitet unser zentrales Regulatory-Affairs-Team mit einem globalen Netzwerk aus lokalen „Regulatory Affairs Officers“ zusammen. Sie verfolgen alle regulatorischen Vorgaben und deren Änderungen in den Märkten, in denen wir unsere Produkte vertreiben. Bereits bei der Produktentwicklung wollen wir auf diese Weise sicherstellen, dass sämtliche für die jeweiligen Vertriebsländer gültigen Anforderungen erfüllt sind.

### Vom Rohstoff zum fertigen Produkt – die Sicherheitsbewertung im Detail

Die umfassende Sicherheitsbewertung bei der Entwicklung oder dem Relaunch eines Produkts

## Sicherheitsbewertung – vom Rohstoff bis zum Produkt im Markt



bezieht sich gleichermaßen auf die Rohstoffe, die kosmetische Formel und die Verpackung.

### Rohstoffe

Ob und wie ein bestimmter Rohstoff in der Produktentwicklung angewendet werden darf, entscheidet zunächst das Chemikalienrecht. In Europa gilt hier die REACH-Verordnung. Hinzu kommt, ausdrücklich bezogen auf die kosmetischen Produkte, die Rohstofffreigabe, wie die „Cosmetics, Toiletries and Fragrance Association“ (CTFA). Im nächsten Schritt bewerten unsere eigenen Toxikologen und Sicherheitsbewerter den infrage kommenden Ausgangsstoff anhand von umfassenden Analyseergebnissen. Dabei wird zum Beispiel die Reinheit geprüft, nach Rückständen gesucht, sowie Daten zur Toxikologie und Hautverträglichkeit erhoben. Auch dabei orientieren wir uns, neben unseren eigenen strengen Qualitätsanforderungen, an international anerkannten Standards und Vorgaben, zum Beispiel den „Notes of Guidance for the Testing of

Cosmetic Ingredients and their Safety Evaluation“ des „Scientific Committee on Consumer Safety“ (SCCS).

Alle relevanten Informationen werden bei Beiersdorf in einem zentralen System zusammengefasst und dort von unseren Produktentwicklern abgerufen. Auf dieser breiten Basis von Informationen wird geprüft, wie ein Rohstoff im Rahmen von Vorgaben und Grenzen für die Entwicklung neuer Produktformeln verwendet werden darf. So kann der Produkttyp, beispielsweise ein Pflege- oder Waschprodukt, der Anwendungsbereich, etwa Gesicht oder Körper, sowie die Anwendergruppe, wie Babys oder Erwachsene, klar definiert werden. Das Gleiche gilt für die Bestimmung der Einsatzmenge des Rohstoffs.

### Kosmetische Formel

Ein zentraler Aspekt der Sicherheitsbewertung ist die mikrobiologische Stabilität der kosmetischen Formeln. Kosmetische Produkte sind im Rahmen



der Herstellung und auch später bei der Anwendung immer wieder dem Einfluss von Mikroorganismen, beispielsweise Bakterien und Pilzen, ausgesetzt. Sie können das Produkt verderben und den Verbraucher gefährden. Daher muss die kosmetische Formel in der Lage sein, die Ausbreitung von Mikroorganismen zu verhindern beziehungsweise deren mögliche Auswirkungen vollständig zu unterdrücken. Deshalb unterziehen wir alle Formeln bereits in frühen Entwicklungsphasen einem speziellen Testverfahren zur mikrobiologischen Belastbarkeit. Darüber hinaus überprüfen wir unsere Produkte mit dem sogenannten „Bioburden“-Test während des Herstellungsprozesses auf eine mögliche Verkeimung und stellen so eine fehlerfreie Produktion und Hygiene sicher.

Ein weiterer wichtiger Schritt bei der Sicherheitsbewertung ist die Analyse des Zusammenspiels der Rohstoffe innerhalb der kosmetischen Formel. Mehrere verschiedene Testverfahren stellen

die Verträglichkeit der Gesamtformel sicher. Im Beiersdorf Testcenter führen wir diverse Probandenstudien zur Verträglichkeit der neuen Formeln durch. Nur wenn unsere Produkte alle Tests zu unserer vollsten Zufriedenheit bestehen, ist der Weg zum Verbraucher frei und damit eine sicher und gut verträgliche Anwendung über den gesamten Lebenszyklus eines Produkts sichergestellt.



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

### Verpackung

Neben den Rohstoffen und den kosmetischen Formeln werden auch Packmittel einer intensiven Sicherheitsüberprüfung unterzogen. Zusammen mit den Formeln setzen wir die Packmittel verschiedenen Temperatur- und Lagerbedingungen aus. So können wir ausschließen, dass potenziell nachteilige Komponenten aus den Verpackungen

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



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

### Kontinuierliche Überprüfung der Produkte

Auch nach dem Übergang in die Vermarktung übernehmen wir Verantwortung für die Qualität und Sicherheit aller neuen Produkte. Über unser globales Netzwerk an Qualitätsmanagern und unser internationales Reklamationsmanagement sammeln wir kontinuierlich Informationen zu den reklamierten Qualitätsmängeln. Unsere Sicherheitsbewerter analysieren diese Erkenntnisse, um gegebenenfalls Korrekturmaßnahmen einzuleiten. So können wir, zum Beispiel im Falle einer Unverträglichkeit, sofort reagieren. Bei Neuentwicklungen oder Formeländerungen kommen uns die Beobachtungen und genauen Produktkenntnisse insofern zugute, als sinnvolle Anpassungen frühzeitig identifiziert und bei den Produkten der nächsten Generation von Beginn an berücksichtigt werden können. Dieser Weg trägt dazu bei, unserem Anspruch an die Verträglichkeit und Sicherheit unserer Produkte

dauerhaft und auf höchstem Niveau gerecht zu werden.



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

### Rohstoffe, die kritisch diskutiert werden

Wir beobachten und analysieren permanent neue Erkenntnisse und Hinweise aus der Wissenschaft, den Medien oder von Interessengruppen mit Blick auf den sicheren Einsatz von Rohstoffen in unseren Produkten. Dazu bedienen wir uns eines mehrstufigen, funktionsübergreifenden Entscheidungsprozesses. Bei wissenschaftlichen Fragestellungen zur Sicherheit von Inhaltsstoffen tragen wir zur Generierung und Bereitstellung erforderlicher Daten bei. Wir entscheiden über die Verwendung von in der Öffentlichkeit umstrittenen Stoffen nach einer verantwortungsvollen, wissenschaftlich fundierten Einzelfallbetrachtung. Die einwandfreie, gesundheitlich unbedenkliche und gesetzeskonforme Nutzung hat hierbei für uns allerhöchste Priorität. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Unbedenklichkeit von Inhaltsstoffen agieren wir nach dem Vorsorgeprinzip – auch schon bevor es zu gesetzlichen Vorgaben kommt.

## Unsere nächsten Schritte

- Bis 2020 100 % nachhaltige palm(kern)ölbasierte Rohstoffe und papierbasierte Verpackungsmaterialien.
- Bis 2025 25 % recyceltes Material in Plastikverpackungen in Europa integrieren.
- Diverse Umstellungen auf Produktverpackungen mit rPET.
- Ausbau des Einsatzes biologisch abbaubarer Polymere in allen Produktlinien.



# PLANET

In einer Zeit, die von extremen ökologischen Herausforderungen geprägt ist, geht es uns als Unternehmen darum, alle Schritte im Rahmen unserer Handlungsmöglichkeiten zu ergreifen, um dem Klimawandel entgegenzuwirken: sei es verantwortlich mit der Ressource Wasser umzugehen, den Energieverbrauch signifikant zu reduzieren oder unnötigen Abfall zu vermeiden. Als global agierendes Unternehmen arbeiten wir auf allen Ebenen an Lösungen, um unserer Verantwortung gerecht zu werden.

## Unsere Erfolge

> **100%**

Strom aus erneuerbaren  
Energien weltweit

> **-3,5%**

Abfallmengen\*

> **-65%**

CO<sub>2</sub>e-Emissionen\*

\* in unseren Produktionsstandorten pro Produktionseinheit  
(Basisjahr 2014)

## Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel

Um Optimierungspotenziale zu erkennen und unsere Aktivitäten erfolgreich umzusetzen, tauschen wir uns regelmäßig mit unseren internen und externen Stakeholdern aus. Dazu gehört auch, dass wir im Rahmen der jährlichen Befragung des „Carbon Disclosure Project“ (CDP) unsere Managementansätze und Daten zu den Themenbereichen Klima und Wasser offenlegen. Bei der CDP-Bewertung innerhalb des „Climate Change Program“ erhielten wir 2019 eine „B“-Bewertung und für unsere Angaben im „Water Disclosure Program“ eine „B“-Bewertung.

### Unser Klimaziel: Das haben wir bisher erreicht\*

Im Jahr 2017 haben wir ein Klimaziel entwickelt, mit dem wir unseren Beitrag zur Verlangsamung des Klimawandels leisten möchten und das Abkommen der UN-Klimakonferenz in Paris 2015 (COP21) unterstützen.

Im Vergleich zum Basisjahr 2014 wollen wir unsere energiebezogenen CO<sub>2</sub>e-Emissionen (Scope 1 und 2) pro hergestelltem Produkt bis 2025 um 70 % senken. Im dritten Jahr seit der Veröffentlichung unseres Klimaziels konnten wir im Berichtsjahr 2019 die CO<sub>2</sub>e-Emissionen pro hergestelltem Produkt im Vergleich zu 2014 bereits um 65 % reduzieren.

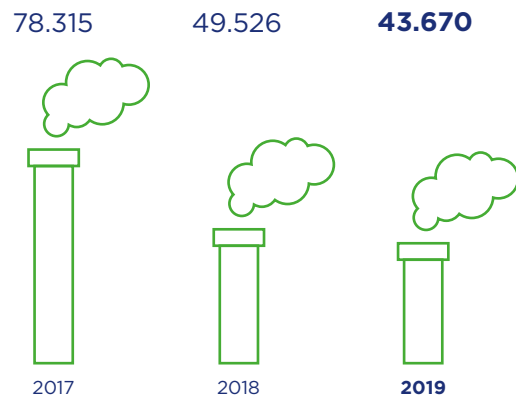
Als eine der wesentlichen Maßnahmen zur Zielerreichung wollen wir alle Standorte weltweit bis 2020 auf eine Stromversorgung aus regenerativen Energien umstellen. Dieses Ziel haben wir vorzeitig erreicht: Bereits im Berichtsjahr 2019 konnten wir alle Produktionsstandorte und Büros weltweit auf Strom aus regenerativen Energiequellen umstellen.

### Energiebezogene Emissionen berechnen und senken

Wir erfassen, konsolidieren und analysieren unsere Energieverbräuche, um unsere weltweiten CO<sub>2</sub>e-Emissionen zu ermitteln. Bei unseren Berechnungen berücksichtigen wir sowohl direkte Emissionen, die beispielsweise durch die Verbrennung von Gas

### Beiersdorf CO<sub>2</sub>e-Emissionen Scope 1 und Scope 2\*

(tCO<sub>2</sub>e)



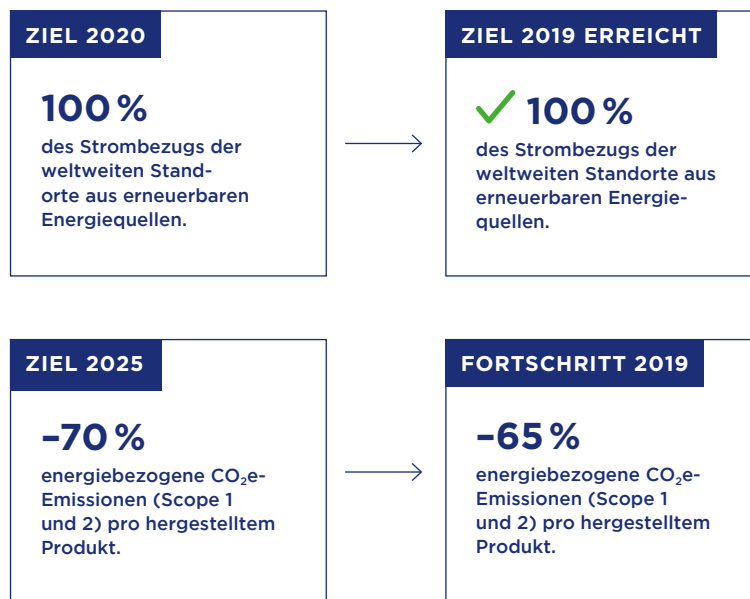
\* Im Rahmen der Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit wurden ausschließlich die Daten des Jahres 2019 geprüft.

oder Heizöl entstehen (Scope-1-Emissionen), als auch indirekte Emissionen, die durch den Bezug von Strom, Wärme oder Dampf verursacht werden (Scope-2-Emissionen). Die kontinuierliche Erhebung dieser Daten hilft uns dabei, die Wirksamkeit unserer durchgeführten Maßnahmen zu überprüfen und zukünftige Einsparpotenziale zu erkennen. Wir erheben Energieverbrauchsdaten von allen unseren Produktionsstandorten sowie von drei durch uns betriebenen Lagern. Darüber hinaus erfassen wir die Verbräuche unserer Büros ab 50 Mitarbeiter (in Vollzeitäquivalenten). Durch einen engen Austausch mit den Datenerfassern und einen regelmäßigen Validierungsprozess ist es uns gelungen, die Qualität unsere Scope-1- und Scope-2-Angaben in den vergangenen Jahren stetig zu verbessern.

Wir berechnen unsere energiebezogenen direkten und indirekten CO<sub>2</sub>e-Emissionen nach den Vorgaben des „Greenhouse Gas (GHG) Protocol“. Die Emissionsdaten des „Intergovernmental Panel

\* Bei unseren Klimazielen betrachten wir den Massenmarkt, das Dermokosmetikgeschäft sowie das Premiumgeschäft mit LA PRAIRIE. Das im Berichtsjahr akquirierte Geschäft der Marke COPPERTONE wird ab dem Übernahmezeitpunkt ebenfalls erfasst. Alle in diesem Abschnitt dargestellten CO<sub>2</sub>e-Emissionen basieren auf der „market-based“-Methode. Die „location-based“-Methode finden Sie in unserem [GRI Content Index \(305-2\)](#) im Anhang dieses Reports.

## Unser Klimaziel (Basisjahr 2014)



on Climate Change“ (IPCC), die Emissionsfaktoren unserer Energieversorger und der „International Energy Agency“ (IEA) bilden dabei die Grundlage für die Berechnung unserer energiebezogenen direkten und indirekten CO<sub>2</sub>e-Emissionen. Als Kalkulationsbasis werden unter anderem direkt abgelesene Energieverbrauchsdaten und Rechnungen unserer Energielieferanten verwendet. Der von uns gewählte Konsolidierungsansatz für die Emissionsberechnung ist die operative Steuerung.

Neben der „market-based“-Methode, die wir auch bei unserem Klimaziel anwenden, berichten wir unsere Scope-2-Emissionen zusätzlich nach der „location-based“-Methode (GRI Content Index 305-2). Durch dieses Vorgehen wird mess- und sichtbar, welchen Beitrag Strom aus erneuerbaren Energien zur Erreichung unseres Klimaziels leistet.

Da wir nur wenig Dampf oder Wasser aus Fernwärme- oder Kaltwasseranlagen verwenden, ist dieser Anteil an unseren Scope-2-Emissionen sehr gering. Die Menge dieser Emissionen berechnen wir unter Verwendung der Emissionsfaktoren, die das Bilanzierungstool GaBi und das britische Umweltministerium (Defra) zur Verfügung stellen.

### Ziel erreicht: 100 % Strom aus erneuerbaren Energiequellen

2019 haben wir unser Ziel zu Strom aus erneuerbaren Energien vorzeitig erreicht. Alle Beiersdorf Büro- und Produktionsstandorte weltweit beziehen zu 100 % Strom aus erneuerbaren Energiequellen.

Mit der Umstellung der Standorte Mexiko und Nigeria im Berichtsjahr ist dieses Ziel nun für alle unsere Produktionsstandorte erreicht – einschließlich des neu akquirierten Produktionsstandorts der Marke COPPERTONE in Cleveland (USA). In Deutschland, Chile, Spanien und Polen werden unsere Produktionsstandorte direkt mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen beliefert. Der direkte Bezug in den anderen Ländern ist noch nicht oder nur teilweise möglich, daher werden dort sogenannte „International Renewable Energy Certificates“ (I-RECs) für den eingekauften Strom erworben.

Nach Umstellung der verbleibenden Bürostandorte beziehen nun weltweit alle Bürostandorte Strom aus erneuerbaren Quellen. Abhängig von den Verfügbarkeiten vor Ort beziehen wir auch hier den Strom direkt und kaufen I-RECs oder europäische Herkunftsnachweise („Guarantees of Origin“).





Mit den Photovoltaik-Anlagen, die an einigen unserer Produktions- und Bürostandorte installiert sind, können wir einen Teil unseres Strombedarfs selbst decken. Unsere Produktionsstandorte in Shanghai und Thailand sowie das Büro in Australien haben im Berichtsjahr eigene Anlagen in Betrieb genommen. Im Berichtsjahr haben unsere Photovoltaik-Anlagen weltweit 1.853 MWh Strom erzeugt. Zum Vergleich: Dies entspricht dem Jahresverbrauch von rund 382 Drei-Personen-Haushalten in Deutschland (siehe Statistisches Bundesamt). Wir prüfen derzeit den Einsatz zusätzlicher Photovoltaik-Anlagen an weiteren Standorten.

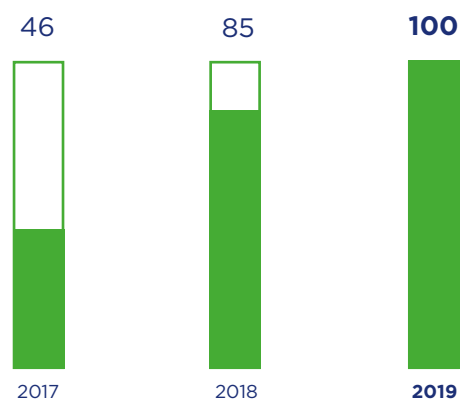
### Systematische Verbesserungen für energieeffizientere Standorte

In einer seit 2017 bei Beiersdorf geltenden „Standard Operating Procedure“ (SOP) haben wir verbindliche Minimalanforderungen an das Energiemanagement festgelegt. Diese sehen unter anderem vor, dass Optimierungspotenziale systematisch analysiert, erfasst und umgesetzt werden. An unseren Standorten hängt der Energieverbrauch von verschiedenen individuellen Rahmenbedingungen ab und wird beispielsweise von der Heißwassertemperatur in der Produktion

oder den Außentemperaturen beeinflusst. Die Ermittlung und Zuordnung des Energieverbrauchs ermöglicht es uns, Effizienzpotenziale individuell zu identifizieren und Verbräuche zu reduzieren.

### Beiersdorf Stromanteil aus erneuerbaren Energien\*

(%)



\* Im Rahmen der Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit wurden ausschließlich die Daten des Jahres 2019 geprüft.



Im Rahmen unserer „Manufacturing Excellence“-Initiative ermitteln alle Produktionsstandorte weltweit systematisch und kontinuierlich Potenziale zur Energie- sowie Emissions-Einsparung und planen darauf aufbauend standortspezifische Maßnahmen, um die Energieeffizienz zu verbessern. Im Berichtsjahr wurden durch die Initiative an fast allen Produktionsstandorten entsprechende Projekte finalisiert oder weiterführende Maßnahmenpläne erstellt.

Unser Produktionsstandort in Shanghai hat zum Beispiel durch eine systematische Kontrolle des Stromverbrauchs Bereiche mit besonders hohen Verbräuchen identifiziert und Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt. Durch die Optimierung der Drucklufterzeugung, der Klimaanlage sowie der Pumpen konnte der Stromverbrauch im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesenkt werden.

### **LEED: Weichenstellung für einen nachhaltig effizienten Gebäudebetrieb**

Neben der Nutzung hat auch die Bauart eines Gebäudes einen maßgeblichen Einfluss auf den Ressourcenverbrauch. Energieeffiziente, moderne Gebäude und Produktionsstandorte tragen demnach wesentlich zur Erreichung unseres Klimaziels bei. Bei der Errichtung eines neuen oder bei der Umgestaltung eines bestehenden Gebäudes betrachten wir dessen gesamten Lebenszyklus und setzen gezielt auf nachhaltige Energiekonzepte und Lösungen. Bei unseren Neubau- und Erweiterungsprojekten streben wir stets eine Zertifizierung nach dem „Leadership in Energy and Environmental Design“ (LEED) an. LEED ist eine international anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung für Gebäude und Bauprojekte. Nach einem spezifischen Bewertungssystem definiert LEED eine Reihe von einzuhaltenden Standards für umweltfreundliches, ressourcenschonendes und nachhaltiges Bauen. Die gemessene Qualität wird je nach erreichter Punktezahl in Qualitätsstufen „Silber“, „Gold“ und „Platin“ unterschieden. Im Jahr 2019 hat unser Produktionsstandort in Bangkok (Thailand) im Rahmen seiner Erweiterungsprojekte die LEED-Gold Zertifizierung erhalten.

### **Gemeinsam Scope-3-Emissionen identifizieren und reduzieren**

Die indirekten Emissionen, die entlang unserer Wertschöpfungskette beispielsweise durch den Bezug von Waren und Dienstleistungen oder Transportaktivitäten entstehen, werden als Scope-3-Emissionen bezeichnet. Als verantwortungsbewusstes Unternehmen haben wir in den vergangenen Jahren damit begonnen unsere Scope-3-Emissionen zu analysieren, die unsere Scope-1- und Scope-2-Emissionen erheblich übersteigen.\*

Um Maßnahmen zur Reduktion dieser Scope-3-Emissionen erarbeiten zu können, haben wir zunächst auf Basis eines Input-Output-Modells die für uns relevantesten Kategorien identifiziert. Bei dieser Analyse werden Daten aus dem Einkauf nach unterschiedlichen Kategorien und Herkunftsländern gruppiert, um die ökologischen Effekte nach Kategorie zu quantifizieren. Das Input-Output-Modell bewertet Ressourcenverbräuche und Umweltbelastungen in der gesamten Lieferkette auf Basis internationaler Statistiken und Datenbanken. Auf Grundlage der Ergebnisse haben wir entschieden, uns auf die folgenden vier Kategorien zu fokussieren:

- Verpackungsmaterialien
- Rohmaterialien für Produktformeln
- Fertigwarenlieferanten
- Transport

Da die Ausgangsdaten des Input-Output-Modells auf monetären Einkaufsdaten beruhen und das Modell allgemeine Daten und Durchschnittswerte sowie Statistiken zur Ermittlung der ökologischen Effekte verwendet, haben wir für diese vier Kategorien Berechnungsmethoden entwickelt, die – sofern möglich – auf exaktere Daten zurückgreifen, und somit eine Fortschrittskontrolle unserer Reduktionsmaßnahmen ermöglichen sollen:

#### **Verpackungsmaterialien**

Ein Teil unserer Scope-3-Emissionen entsteht in den Herstellungsprozessen der Verpackungen, die wir einkaufen. Hier verknüpfen wir unternehmenseigene Primärdaten verschiedener Verpackungsmaterialien

\* Bei den folgenden Ausführungen zu unseren Scope-3-Emissionen werden nur der Massenmarkt sowie das Dermokosmetikgeschäft betrachtet. Die Scope-3-Emissionen aus Produkttransporten beinhalten ebenfalls das COPPERTONE Geschäft ab Übernahmezeitpunkt. Die Scope-3-Emissionen des Premiumsegments mit LA PRAIRIE sind nicht berücksichtigt.

und -mengen\* mit materialspezifischen cradle-to-gate Emissionsfaktoren aus dem Bilanzierungstool GaBi. Die gesamten Emissionen aus unseren Verpackungsmaterialien betrugen im Jahr 2019 danach 436.743 tCO<sub>2</sub>e.

### Rohmaterialien für Produktformeln

Die Produktion der Rohmaterialien, die wir für unsere Produktformeln benötigen, verursacht ebenfalls Emissionen. Für diese Einkaufskategorie können wir nur auf das monetäre Einkaufsvolumen zurückgreifen und haben daher erneut eine Input-Output-Modellierung vorgenommen. In dieser Datenbasis sind die für unsere Fertigwarenlieferanten kontraktierten Rohstoffe nicht berücksichtigt. Um eine bessere Vergleichbarkeit zum Vorjahr zu erzielen, wurden die monetären Einkaufsvolumina preisbereinigt. Dazu wurden die Einkaufsvolumina jedes Rohstoffs mit dem jeweiligen Durchschnittspreis des Vorjahres über alle Regionen und Lieferanten bewertet. Die Kalkulation ergab für das Jahr 2019 Emissionen von 271.278 tCO<sub>2</sub>e.

Diese Ansätze für die Bereiche Verpackungs- und Rohmaterialien sollen es uns in der Zukunft auch ermöglichen, die Wirksamkeit unserer Maßnahmen im Bereich Produktnachhaltigkeit (Seite c-19) zu messen.

### Fertigwarenlieferanten

Einen Teil unserer Produkte beziehen wir von Fertigwarenlieferanten. Um auch die Emissionen dieser ausgelagerten Produktion zu berücksichtigen, haben wir die entsprechenden Energieverbrauchsdaten sowie Emissionsfaktoren bei unseren

Lieferanten abgefragt. Diese beziehen sich ausschließlich auf die für uns produzierten Produktmengen. 2019 konnten wir 72% unseres Ausgabevolumens der ausgelagerten Fertigwarenproduktion über die durchgeführte Abfrage abdecken. Die im Rahmen der Abfrage von unseren Fertigwarenlieferanten gemeldeten Emissionen lagen 2019 bei 38.027 tCO<sub>2</sub>e.

### Transport

Unsere globalen transportbedingten CO<sub>2</sub>e-Emissionen aus Fertigwarentransporten innerhalb von Beiersdorf und aus Lieferungen zu unseren Kunden und Distributoren berechnen wir mithilfe des „EcoTransIT“-Tools nach den Vorgaben der europäischen Norm DIN EN 16258. 2019 haben wir in diesem Bereich Emissionen von 104.136 tCO<sub>2</sub>e ermittelt.

### Unsere nächsten Schritte

Unser Ziel ist es, auch in Zukunft unseren ökologischen Fußabdruck Schritt für Schritt zu verkleinern und einen Beitrag zu den „Sustainable Development Goals“ (SDGs) im Bereich Klima und Umwelt zu leisten. Über die bereits in den vergangenen Jahren erzielten Erfolge hinaus, haben wir uns mit der Unterzeichnung der „Business Ambition for 1.5°C“ verpflichtet, das Ambitionsniveau unserer Klimaziele nochmals zu erhöhen. Die „Business Ambition for 1.5°C“ ist eine Kampagne des UN Global Compact, die Unternehmen dazu aufruft, emissionsreduzierende Ziele im Einklang mit wissenschaftsbasierten Zielen zu setzen, um die globale Erderwärmung auf 1,5°C bis zum Jahr 2100 zu begrenzen.

#### UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



\* Wir berücksichtigen bei dieser Berechnung Konsumentenverpackungen und Sekundärpackmittel. Packmittel, die im Rahmen von Konfektionierungsarbeiten oder bei der Transportvorbereitung hinzugefügt werden, sind nicht enthalten.

## Abfall

Unser Abfallmanagement leistet einen wichtigen Beitrag zur CO<sub>2</sub>e-Reduktion, indem wir Abfälle vermeiden, wo dies möglich ist, und die nicht vermeidbaren Mengen bestmöglich verwerten. So kann ein wertvoller Beitrag zum Klimaschutz geleistet werden. Die Abfallentsorgung auf Deponien – das sogenannte „Land-filling“ – stellt eine besondere Belastung für unsere Umwelt dar. Somit hatten wir es uns zum Ziel gesetzt „Zero Waste to Landfill“ (ZWTL) für unsere Produktionsstandorte und alle größeren Logistikzentren zu erreichen.

In diesem Jahr haben unsere Kollegen aus Peru, die für die Entsorgung unserer unverkäuflichen Ware aus einem externen Warenlager verantwortlich sind,

### Abfallmengen

(Produktionsstandorte)

(t)



\* Produktionsstandorte und Headquarters

das ZWTL-Ziel erreicht. Aufgrund sehr begrenzter Möglichkeiten, diese Art von Abfällen in Peru umweltschonend zu entsorgen, stellte diese Aufgabe eine große Herausforderung für alle Beteiligten dar. Mit viel Engagement und Arbeitseinsatz über fast drei Jahre hinweg, wurden jetzt Vereinbarungen mit geeigneten Entsorgungsanlagen getroffen, die einen Großteil der Abfälle recyceln können und die nicht verwertbaren Anteile in einer Abfallverbrennungsanlage entsorgen.

### „Vermeiden, reduzieren, wiederverwenden, recyceln“

Unser Ziel ist es, Abfälle möglichst gar nicht entstehen zu lassen. Im gesamten Produktionszyklus verfolgen wir die Strategie „vermeiden, reduzieren, wiederverwenden, recyceln“. Heute noch unvermeidbare Abfälle sind häufig kostbare Rohstoffe, die erneut genutzt werden können – wenn die Materialien recycelbar, trenn- und erfassbar sind. Wir versuchen, den Recycling-Anteil aller Abfälle zu erhöhen, weil das effiziente Recycling – insbesondere von Verpackungen – signifikant zum Klimaschutz beiträgt. Zu diesem Thema sind wir mit verschiedenen standortübergreifenden Aktivitäten im Bereich Verpackungsentwicklung und der kontinuierlichen Optimierung des Abfallmanagements auf dem richtigen Weg.

### Das zweite Leben für Überbestände

Eine besondere Herausforderung ist die Entsorgung von überlagerter und unbrauchbar gewordener



Unsere vier Kollegen aus Peru

Fertigware. Trotz genauer Planung können Überbestände nicht immer vermieden werden. Wir arbeiten an neuen Lösungen, um die Vernichtung von Fertigwaren – inklusive des Transports und der Verpackung – in Zukunft zu reduzieren.

Mehr Recycling und eine stoffliche Verwertung der Waren stehen hier im Zentrum der Maßnahmen. Daher arbeiten wir auch bei der Vernichtung von Fertigwaren an einer verbesserten Materialtrennung, um einzelne Verpackungsbestandteile besser dem Recycling zuführen zu können. Darüber hinaus spenden wir gebrauchsfähige Ware, die über unsere Vertriebskanäle nicht mehr verkauft werden kann, jedoch qualitativ noch in Ordnung ist, über unsere weltweit wirkenden Initiative „We

don't waste, we donate“ für einen guten Zweck. So versorgen wir soziale Projekte mit dringen benötigten Produkten und schonen die Umwelt.

#### UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



## Wasser

Wasserknappheit ist besonders in Regionen mit einem hohen standortspezifischen Wasserrisiko eine Bedrohung, jedoch werden auch weltweit die Ressourcen an sauberem Trinkwasser durch den Klimawandel, die steigende Bevölkerungszahl und andere Einflussfaktoren knapper. Als verantwortungsbewusstes Unternehmen betrachten wir Wasser als kostbaren Rohstoff und achten in allen Unternehmensbereichen und Prozessen darauf, den Wasserverbrauch und unser Abwasseraufkommen zu minimieren.

### Nachhaltiges Wassermanagement im Fokus

In den Erweiterungsplanungen für einige unserer Produktionsstandorte hat das Thema nachhaltiges

Wassermanagement erheblich an Bedeutung gewonnen. Wir wollen in diesem Rahmen den Wasserverbrauch in unseren Produktionsprozessen, Gebäuden und allen anderen Bereichen reduzieren. Das gilt ganz besonders für verbrauchsintensive Reinigungsprozesse. Hier setzen wir auf hochmoderne Anlagen und innovative Technologien. Entstehende Abwässer werden mit neuesten technischen Verfahren gereinigt und dann beispielsweise zur Kühlung, zur Bewässerung oder für sanitäre Zwecke eingesetzt. Diese Maßnahmen werden oftmals im Rahmen der LEED-Zertifizierungen (Seite c-37) unserer Produktionsstandorte umgesetzt. Hier können auch scheinbar kleine Verbesserungen beitragen, wie die Modernisierungen im Bereich von Sanitäranlagen oder gezielte

#### Wasserverbrauch

(Produktionsstandorte)

(m<sup>3</sup>)

1.697.836      1.580.318      **1.666.042**



2017



2018



2019

#### Abwasservolumen

(Produktionsstandorte)

(m<sup>3</sup>)

771.450      845.228      **856.054**



2017



2018



2019



Verbrauchsmessungen im Produktionsbereich zur Optimierung des nachhaltigen Wassermanagements.

### Regelmäßige Wasserrisikobewertung weltweit

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

### Auf dem neusten Stand: die Abwasseranlagen

Die Erweiterungen der Werke an unseren Produktionsstandorten weltweit erhöht die Menge des Produktionsabwassers. Aber: Wir nutzen die Baumaßnahmen auch, um bestehende Anlagen zu prüfen, technisch anzupassen und den Einsatz von innovativen Technologien zu testen. Ziele sind ein geringerer Wasserverbrauch und eine bessere Abwasserreinigung, damit wir die steigenden Anforderungen an die Wasseraufbereitung erfüllen. In unserem spanischen Werk in Tres Cantos bei Madrid versuchen wir zum Beispiel, Abwasser aus der betriebsinternen Abwasserreinigungsanlage so gut aufzubereiten, dass es wieder in wasserverbrauchsintensiven Produktionsprozessen wie Spül- und Reinigungsprozessen eingesetzt werden kann. Dadurch wird der Frischwasserverbrauch verringert.

### Neue Gebäude, neue Technologien – für eine hochmoderne Produktion

Mit dem Projekt „Pailin“ – benannt nach dem Blauen Saphir – am Standort Bangplee erweitert Beiersdorf

seine Produktion im Bereich Haut- und Hautpflegeprodukte in Thailand. Pailin ist Teil des weltweiten Netz-Masterplans zur Erhöhung der Produktionskapazität und zur Modernisierung der Infrastruktur. Das Sanierungsprojekt zeigt unser Engagement im Bereich Nachhaltigkeit: Das Gebäude verfügt beispielsweise über ein Bewässerungssystem, das recyceltes Wasser verwendet und über ein Solardach zur Stromerzeugung für bis zu 500 kW. Darüber hinaus werden emissionsarme Baumaterialien und hocheffiziente Maschinen zur Minimierung der CO<sub>2</sub>e-Emissionen und umweltfreundliche, FCKW-freie Kältemittelanlagen eingesetzt.

### Abwasser-Neutralisation im ersten modularen Werk bei Beiersdorf

Das Gujarat Werk in Sanand (Indien) ist das erste modulare Werk, das Beiersdorf errichtet hat. Der gesamte Bau ist mit dem LEED Gold ausgezeichnet. Abwasser bleibt hier nicht übrig, sondern wird vollständig in einer Aufbereitungsanlage gereinigt und danach für die Gartenbewässerung verwendet. Regenwassernutzung und die Tröpfchenbewässerung gehören wie Solarleuchten und Solarröhren zu den vielen technischen Innovationen, die hier eingesetzt werden.

#### UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



### Unsere nächsten Schritte

- Erarbeitung von Maßnahmen zur Begrenzung der Erderwärmung auf maximal 1,5 °C bis 2100.
- Planung sowie Expansion von Photovoltaik-Anlagen.
- Ausbau unserer Maßnahmen zur Reduktion des Wasserverbrauchs und zur Abwasseraufbereitung im Rahmen unseres neuen Fokusfeldes „Regenerative Water Environments“.

# PEOPLE

Das Wohlergehen unserer Mitarbeiter hat innerhalb unserer Nachhaltigkeitsstrategie eine besondere Priorität, denn sie spielen eine zentrale Rolle für unseren unternehmerischen Erfolg: Ein gesundes und attraktives Arbeitsumfeld mit vielfältigen Entwicklungsmöglichkeiten ist daher für uns von grundlegender Bedeutung. Zudem fördern wir reflektiertes und wertebasiertes Handeln, denn es bildet die Grundlage für erfolgreiche Zusammenarbeit von Individuen und Teams. Über unser Unternehmensumfeld hinaus stärken wir benachteiligte Familien über eine Vielzahl lokaler Initiativen.

## Unsere Erfolge

> Reduzierung der „Accident Frequency Rate“ von **1,9** auf

**1,2**

in unseren Produktionsstandorten gegenüber dem Vorjahr

> Auszeichnung von Beiersdorf China für das beste CSR-Projekt 2019

> Relaunch des betrieblichen Gesundheitsmanagements „GOOD FOR ME“

> **50**

Länder haben soziale Aktivitäten durchgeführt

> **22**

Jobsharing-Tandems beschäftigten wir bei uns in Deutschland zu Geschäftsjahresende, **13** Tandems ermöglichten sich damit sogar Führung in Teilzeit

## Gesellschaftliches Engagement

„Bis 2020 wollen wir eine Million Familien erreichen und ihr Leben verbessern.“ Dieses ambitionierte Ziel haben wir im Jahr 2013 im Schwerpunktbereich „People“ formuliert. Für uns als global agierendes Unternehmen ist es selbstverständlich, dass wir Verantwortung für unser Umfeld übernehmen und die Situation unserer Mitmenschen nachhaltig positiv beeinflussen. Das Leitmotiv für dieses Engagement bildet unser Core Value „Care“. In enger Zusammenarbeit mit lokalen Experten setzen wir weltweit langfristige soziale Projekte um, mit denen wir benachteiligte Menschen unterstützen.

Im aktuellen Berichtszeitraum haben wir unser Ziel aus dem Jahr 2013 erreicht. Dieser Erfolg motiviert uns, dem Grundprinzip „Hilfe zur Selbsthilfe“ weiter zu folgen und auch zukünftig die sozialen Sponsoring-Aktivitäten unserer Marken und das philanthropische Unternehmensengagement danach auszurichten.

### Unterstützung für Familien – nachhaltig und lokal relevant

Sozial benachteiligte Familien stehen im Mittelpunkt unseres Engagements im Bereich „People“. Familien sind ein wichtiger Ansatzpunkt, wenn es darum geht, sozialen Herausforderungen zu begegnen und gesellschaftlichen Wandel zu fördern. Wir möchten langfristige und ganzheitliche Unterstützung bieten. Damit folgen wir der Unternehmenstradition von Beiersdorf und füllen die Werte unserer Marken mit Leben. Die unten stehenden Aktionsfelder bilden den Rahmen für die Initiativen, die wir unterstützen.

Diese sind individuell an die spezifischen lokalen Bedürfnisse der Familien angepasst. Die Qualität unserer Projekte ist dabei immer wichtiger als ihr quantitativer Beitrag zur Zielerreichung.

### Vertrauensvolle Partnerschaften aufbauen

Wer vor Ort ist, kennt die lokalen Bedingungen und Schwierigkeiten der Menschen am besten. Deshalb arbeiten wir mit lokalen Non-Profit-Organisationen zusammen, die die sozialen Projekte entwickeln und durchführen. Unsere Tochtergesellschaften vor Ort wählen die Projekte aus und prüfen ihre Umsetzung sorgfältig.

Mit klar definierten Standards stellen wir sicher, dass ein potenzieller Partner zu uns passt:

- Die Organisation verfügt über fundiertes lokales Know-how in der gewählten Projektkategorie und kann belegen, dass sie bereits ähnliche Projekte durchgeführt 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 primär religiöse Mission.

#### Unsere fünf Aktionsfelder:

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



Zusätzlich stehen wir mit diesen Organisationen in einem offenen Dialog, in dem wir Verantwortlichkeiten und Erwartungen regelmäßig abstimmen. So entstehen stabile, langfristige und effiziente Partnerschaften – und damit eine solide Grundlage für nachhaltige soziale Initiativen.

Unser soziales Engagement umfasst finanzielle Unterstützung sowie bedarfsorientierte Produktspenden und wird ergänzt durch das persönliche Engagement unserer Mitarbeiter.

### **Das soziale Engagement unserer Marken**

Unsere Marken unterstützen Familien gezielt 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. Wir möchten nachhaltige gesellschaftliche Verbesserungen erreichen. Dabei beziehen wir auch unsere Verbraucher ein: Kontinuierlich und transparent informieren wir sie über unser soziales Engagement und laden sie ein, sich auch selbst aktiv an diesem Engagement zu beteiligen. So gewinnen wichtige soziale Themen eine größere Aufmerksamkeit.

In diesem Rahmen setzt sich „NIVEA cares for family“ in drei Schlüsselbereichen für Familien ein:

1. Kompetenzaufbau für Kinder
2. Stärkung von Müttern
3. Bereitstellung von familienfreundlichen Orten und Einrichtungen

Ein Beispiel für den Bereich „Stärkung von Müttern“ ist das Projekt „Sentuhan Ibu“ in Indonesien. NIVEA unterstützt mit dieser Initiative unter anderem Mütter von Kindern mit Behinderung durch gezielte Beratungsprogramme.

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

### **Philanthropisches Unternehmensengagement**

Auch als Unternehmen engagiert sich Beiersdorf für gemeinnützige Initiativen. Anders als bei den Aktivitäten unserer Marken stehen dabei nicht Sponsoring-Aktivitäten im Mittelpunkt, sondern Geld-,

Produkt- und Zeitspenden. Allein am Standort unserer Zentrale in Hamburg kooperieren wir mit mehr als 15 gemeinnützigen sozialen Organisationen: Zusammen ermitteln wir, wie und wo Beiersdorf ihre Tätigkeit vor Ort am besten unterstützen kann. Immer wieder beziehen wir sie auch in firmeninterne Aktionen und Initiativen ein und fördern so – etwa beim jährlichen Beiersdorf Weihnachtsmarkt – auch das gesellschaftliche Engagement unserer Mitarbeiter. Ein Beispiel dafür ist die Kooperation mit der Initiative KULTURISTENHOCH2. Das Hamburger Projekt, das sich für einen besseren Dialog zwischen den Generationen einsetzt, wird von Beiersdorf nicht nur mit Geld-, sondern auch mit Zeitspenden unterstützt.

### **Ziel erreicht: globale Bewertung unseres Engagements**

Wir haben unser ambitioniertes Ziel im Bereich „People“ erreicht – dank der sozialen Sponsoring-Aktivitäten unserer Marken und des Engagements auf Unternehmensebene. Seit 2013 evaluieren wir jährlich alle sozialen Projekte, die wir weltweit unterstützen, und behalten so unsere Fortschritte kontinuierlich im Blick: Die Projektverantwortlichen in unseren Tochtergesellschaften sammeln zunächst alle lokal relevanten Daten, die anschließend zentral zusammengeführt werden, um die Aktivitäten global analysieren zu können. Die Prinzipien und Standards, die wir bei der Analyse anwenden, sind auch die Grundlage für die ganzjährige Zusammenarbeit zwischen unserer globalen Abteilung für gesellschaftliches Engagement und dem lokalen Netzwerk der Promotoren. Die Analyseergebnisse bilden eine wichtige Informationsbasis für die interne Steuerung und sind auch ein integraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung.

### **Weiterentwicklung des sozialen Engagements**

Nachdem wir unser Ziel aus dem Jahr 2013 erreicht haben, werden wir 2020 ein neues Ziel für den Kernbereich „People“ entwickeln. Zunächst werden wir unser bisheriges Engagement detailliert auf Erfolgsfaktoren und Verbesserungsmöglichkeiten überprüfen. Gemeinsam mit Experten und in Anlehnung an die „Sustainable Development Goals“ (SDGs) der Vereinten Nationen werden wir dann künftige gesellschaftliche Herausforderungen identifizieren und Bereiche auswählen, in denen unser Unternehmen und unsere Marken am effektivsten eine nachhaltige positive Wirkung erzielen können.



## Transparente Berichterstattung über unsere Fortschritte

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

### UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS



## NIVEA INDONESIEN | SENTUHAN IBU

### Sentuhan Ibu: NIVEA Indonesien weitet erfolgreiche Initiative aus

Seit 2016 setzt sich NIVEA Indonesien mit der Initiative „Sentuhan Ibu“ (wörtlich übersetzt „Die Berührung der Mutter“) gezielt für Mütter von behinderten Kindern ein. In der indonesischen Gesellschaft werden diese Frauen häufig ausgegrenzt. Sie leiden unter den dort immer noch weitverbreiteten Vorurteilen gegenüber Menschen mit Behinderung und sind gleichzeitig in ihrem Alltag besonders darin gefordert, den individuellen Bedürfnissen ihrer Kinder gerecht zu werden. Um diese Mütter in ihrer gesellschaftlich und privat herausfordernden Situation zu stärken, hat NIVEA die Initiative „Sentuhan Ibu“ gestartet.

### Gemeinsam geht es besser

In Zusammenarbeit mit dem psychologischen Institut Kemuning Kembar wurde ein achtmonatiges Programm entwickelt, das neben verschie-



denen Workshops auch Gesprächsgruppen organisiert, in denen sich die Frauen über ihre Situation austauschen können. Ziel ist es, die Mütter für die speziellen Bedürfnisse ihrer Kinder zu sensibilisieren und sie dabei zu unterstützen, bestmöglich auf diese einzugehen. So soll nicht zuletzt auch das Selbstvertrauen der Frauen wachsen.

Holger Welters, General Manager Beiersdorf Indonesien, erläutert: „Das Programm stärkt diese besonders geforderten Mütter und gibt ihnen die Unterstützung, die sie benötigen – denn sie spielen eine entscheidende Rolle für die Entwicklung ihrer Kinder. Mit ‚Sentuhan Ibu‘ stellen wir die emotionalen Kernwerte von NIVEA in einen sozialen Zusammenhang.“

Das Programm findet bisher in Yogyakarta an einer Schule für kognitiv beeinträchtigte Kinder und an der Bandung Special School für Kinder mit Sehbehinderung statt.

### **Ausweitung des Projekts: Traumahilfe auf Lombok**

2018 erschütterte ein starkes Erdbeben Lombok, eine Insel in der indonesischen Provinz West-Nusa Tenggara. 564 Menschen starben und viele Überlebende sind bis heute traumatisiert, darunter zahlreiche Kinder. NIVEA Indonesien hat sich deshalb entschieden, die „Sentuhan Ibu“-Initiative zu erweitern und auch die betroffenen Menschen auf Lombok zu unterstützen. In Kooperation mit dem Udayana One Health Collaborating Center der Udayana-Universität auf der Nachbarinsel Bali und dem koordinierenden Ministerium für Entwicklung und Kultur konnte NIVEA Indonesien ein dreimonatiges Programm ins Leben rufen, bei dem die Traumaaarbeit im Fokus steht. In diesem Rahmen erhalten betroffene Mütter und ihre Kinder psychologische Hilfe bei der Verarbeitung ihrer traumatischen Erfahrung.

Die Teilnehmer bewerteten das Programm bislang als hilfreich und auch ein Psychologe der Universität Udayana zog in seiner begleitenden Forschung eine erste positive Bilanz, insbesondere in Bezug auf die Verbesserung der Bindung zwischen den Müttern und ihren Kindern.

NIVEA Indonesien wird seine erfolgreiche „Sentuhan Ibu“-Initiative langfristig fortführen und auf weitere Regionen des Landes ausweiten.

## **BEIERSDORF DEUTSCHLAND | KULTURISTENHOCH2**

### **Gemeinsam Kultur erleben: Hamburger Projekt fördert Austausch zwischen den Generationen**

Beiersdorf fördert im Rahmen des Aktionsfelds „Unterstützung und Begleitung älterer Menschen“ das Generationenprojekt KULTURISTENHOCH2, das Senioren und Jugendliche aus demselben Stadtteil durch gemeinsame kulturelle Aktivitäten verbindet. Die Initiative setzt sich aktiv gegen Ausgrenzung und Isolation älterer Menschen ein und engagiert sich für ein verantwortliches Miteinander der Generationen und mehr Zusammenhalt im Viertel.

### **Einsamkeit im Alter – eine wachsende Herausforderung**

In Deutschland sind insbesondere finanziell schlechter gestellte Senioren immer stärker von Einsamkeit und sozialer Isolation betroffen. Um dieser Herausforderung zu begegnen und älteren Menschen wieder eine größere Teilhabe an der Gesellschaft zu ermöglichen, wurde KULTURISTENHOCH2 im Jahr 2016 gegründet.

Im Rahmen des Projekts werden Senioren mit geringem Einkommen mit Oberstufenschülern aus Hamburger Schulen zusammengebracht und zum gemeinsamen Besuch einer kulturellen Veranstaltung eingeladen. KULTURISTENHOCH2 stellt den Kontakt zwischen den kulturinteressierten älteren Menschen und den Schülern, die sich freiwillig für dieses Ehrenamt melden, her. Beim Museums-, Theater- oder Konzertbesuch begegnen sich die „Tandems“ auf Augenhöhe: Der Senior steuert die für ihn kostenlosen Eintrittskarten bei, der Jugendliche lädt in der Pause zu einem Getränk ein. Auf Wunsch begleiten die Schüler die älteren Menschen auch sicher zur Veranstaltung und zurück nach Hause.

### **Empathie und Verständnis für ältere Menschen schaffen**

Um dieses Angebot zu ermöglichen, kooperiert KULTURISTENHOCH2 mit Hamburger Schulen und dem Verein KulturLeben Hamburg e.V., der gespendete Eintrittskarten von über 100 Anbietern im Stadtgebiet zur Verfügung stellt. Die Jugendlichen bereiten sich im Vorfeld in schulinternen Workshops unter externer fachlicher Anleitung auf ihre freiwillige Aufgabe vor. Im Vordergrund steht vor allem das Vermitteln von Empathie und



Verständnis für die Lebenslage der Senioren. So kommt beispielsweise ein Alterssimulationsanzug zum Einsatz, mit dem die Schüler die Einschränkungen des Alters erleben können.

Damit leistet das Projekt nicht nur einen Beitrag zur sozialen und kulturellen Teilhabe von älteren Menschen, sondern fördert zugleich das bürgerschaftliche Engagement von Jugendlichen. Sie erhalten durch KULTURISTENHOCH2 die Gelegenheit zum Dialog mit einer älteren Generation, zum Austausch von Lebenserfahrungen und Sichtweisen.

### **Nachhaltige Förderung des gesellschaftlichen Miteinanders**

Beiersdorf fördert KULTURISTENHOCH2 bereits seit 2016, weil das Projekt langfristig wirkt und den Zusammenhalt in den einzelnen Hamburger Stadtteilen stärkt. In dieser Zeit hat Beiersdorf nicht nur finanzielle Unterstützung geleistet, sondern unsere Mitarbeiter haben sich auch im Rahmen von sozialen Teamtagen engagiert. So unterstützte das Team Conference & Eventmanagement 2019 schon zum zweiten Mal die Abschlussveranstaltung zum Schuljahresende.



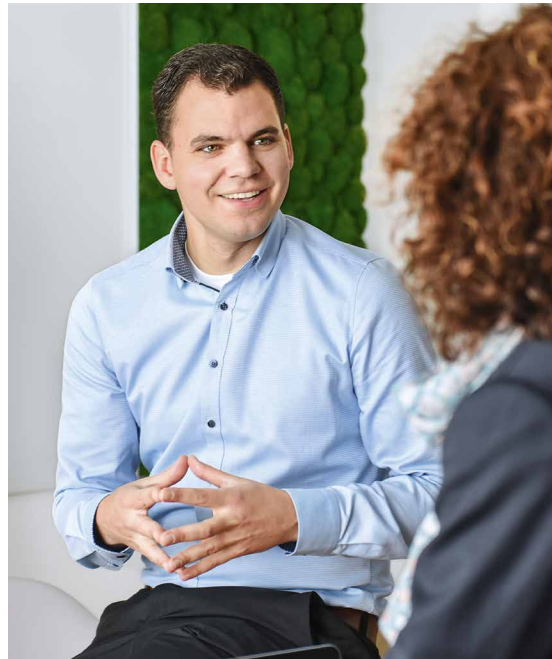
# 3 FRAGEN

... an Fabian Kutzner, Teamleiter Conference & Eventmanagement

KULTURISTENHOCH2 zeigt, wie leicht es ist, einen Beitrag zu leisten, indem man einfach Zeit und Aufmerksamkeit schenkt.

”

FABIAN KUTZNER



## Was ist das Besondere an dem Projekt KULTURISTENHOCH2?

Das Projekt schafft es über das Thema Kultur, die Herausforderungen Altersarmut und soziale Teilhabe zu adressieren und die Öffentlichkeit für diese wichtigen Themen zu sensibilisieren. Es ist zudem nicht selbstverständlich, dass sich Schüler in diesem Alter engagieren und ältere Menschen zu Kunst und Kultur begleiten. KULTURISTENHOCH2 zeigt, wie leicht es sein kann, einen Beitrag zu leisten, indem man einfach Zeit und Aufmerksamkeit schenkt.

## Wie hat das Conference & Eventmanagement Team konkret unterstützt?

In diesem Jahr fand die Abschlussfeier am Schuljahresende in unserem Beiersdorf Auditorium statt. Im Vorfeld haben wir bei der Gesamtorganisation mitgewirkt sowie Kontakte zu Dienstleistern hergestellt. Das Besondere war, dass nicht nur unser Team Zeit für die

Veranstaltung zur Verfügung gestellt hat, sondern auch alle Partner und Dienstleister – wie Konferenztechnik oder Konferenzausstattung – haben ihre Leistungen umsonst erbracht. Wir sind allen Unterstützern sehr dankbar, dass sie sich mit uns zusammen für dieses tolle Projekt eingesetzt haben.

## Warum engagiert sich das Team für das Projekt?

Das Engagement im Rahmen unseres Teamtages kommt bei allen Teammitgliedern gut an. Es ist eine Abwechslung zu unserem normalen Arbeitsalltag und schafft zugleich sozialen Mehrwert. KULTURISTENHOCH2 hat unserem Team auch noch einmal die Bedeutung von Altersarmut und sozialer Isolation vor Augen geführt. Wir freuen uns deshalb, dass wir das Projekt über die finanzielle Förderung von Beiersdorf hinaus mit unserem Veranstaltungs-Know-how unterstützen konnten.



## Menschen bei Beiersdorf

Unsere Mitarbeiter machen uns zu dem, was wir sind. Unser unternehmerischer Erfolg ist ein Spiegel der hohen fachlichen Qualifikation und Einsatzbereitschaft unserer Beschäftigten. Die systematische und langfristige Investition in unsere Mitarbeitenden ist fest in unseren Unternehmenswerten („Core Values“), unserer Strategie C.A.R.E.+ sowie in unserer „HR-Roadmap“ verankert.

Zum 31. Dezember 2019 beschäftigten wir weltweit 20.654 Mitarbeitende und damit 3,0% mehr als im Jahr zuvor (20.059). Ein wichtiger Grund für den Anstieg der Beschäftigtenzahl ist der Erwerb von COPPERTONE zum 30. August 2019. Deutschland mit 6.682 (Vorjahr: 6.676) Mitarbeitenden hat nach wie vor die meisten Beschäftigten, was einem Anteil von 32% entspricht. Im Unternehmensbereich Consumer arbeiteten insgesamt 15.728 Beschäftigte (Vorjahr: 15.142), 4.926 bei tesa (Vorjahr: 4.917).



### C.A.R.E.+ stärkt die Investition in Mitarbeitende

Inspirierende Personalarbeit ist die kollektive Ambition des Beiersdorf Vorstands. Sie ist seit Jahren Teil der gemeinsamen Ziele. Personalthemen haben einen festen Platz auf der Agenda jeder Beiersdorf Vorstandssitzung. Die Überarbeitung der HR-Roadmap verhielt sich 2019 zeitlich und inhaltlich synchron zu der Entwicklung der Strategie C.A.R.E.+ , um die richtige Balance aus Veränderung und Kontinuität sicherzustellen. Während Arbeitsschwerpunkte wie Mitarbeiterbindung („Engagement“) und Führungskräfteentwicklung beibehalten wurden, rückten weitere große Themen in diesem Jahr in den Fokus und wurden 2019 mit Investitionen bedacht: lernende Organisation, neue Arbeitswelt („New Work“) sowie die weitere Vertiefung und Ausweitung der Konzerninitiativen Vielfalt & Inklusion.

Fortschrittliche Arbeitsbedingungen und vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten sind das, was Beiersdorf stets anstrebt. Gleichwohl bedeutet die Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeitenden und die Arbeit für sie kein ganzjähriges Wohlfühlprogramm. Frühzeitige Veränderungen und Anpassungen von Strukturen und Prozessen an sich wandelnde Anforderungen im Geschäftsumfeld und auf Verbraucherseite sind ein wichtiger Teil der Personalarbeit und gehören bei Beiersdorf zur kontinuierlichen Umsetzung der HR-Roadmap. Es ist eine der schwierigsten Managementaufgaben, Menschen von der Notwendigkeit von Veränderungen zu überzeugen, noch bevor sie eine Krise zu spüren bekommen. Gerade aufgrund des kontinuierlichen Geschäftserfolgs von Beiersdorf ist es entscheidend, dass wir den Wandel mit einer Reihe von sinnvollen, wertschöpfenden und kulturprägenden Initiativen jedes Jahr ganz oben auf unserer Personalagenda stehen haben. Dabei legen wir großen Wert auf die interne Kommunikation und ein strukturiertes Change Management.

Die überarbeitete Fassung der HR-Roadmap soll die nachhaltige Umsetzung der C.A.R.E.+ Strategie in fünf zentralen, eng miteinander verknüpften Themenfeldern vorantreiben:


- „Unsere Unternehmenskultur bezieht jeden mit ein“
- „Die digitale Transformation von Beiersdorf vorantreiben, mit den Menschen zusammen“
- „Jeder lernt! Auch und besonders aus Fehlern“
- „Passende Organisationsformen und Vergütungsstruktur fördern das richtige Verhalten“
- „Gute Führungseigenschaften sind nicht angeboren, sondern Ergebnisse sorgsamer Förderung“

### Unternehmenskultur

Sie bilden das Herz unseres Unternehmens: die Kernwerte („Core Values“) von Beiersdorf. Sie sind authentisch in unserer Geschichte verwurzelt und im Tagesgeschäft all unserer Tochtergesellschaften rund um die Welt fest verankert.

Die emotionale Mitarbeiterbindung ist für uns ein entscheidendes Kriterium. Von 2013 bis 2018 haben wir jährliche eine konzernweite Mitarbeiterbefragung durchgeführt, um den Handlungsbedarf auf Team- und Organisationsebene zu identifizieren.

Auf eine globale Befragung im Jahr 2019 haben wir verzichtet, da die neue EU-Verordnung zum allgemeinen Datenschutz größere Änderungen erfordert. Diese Pause haben wir auch dazu genutzt, das Design der Befragung konzeptionell zu überarbeiten, um flexibler und schneller am Puls der Organisation reagieren zu können. 2020 werden wir wieder weltweit Mitarbeiterbefragungen durchführen.

Bei Beiersdorf wird der Dialog auf Augenhöhe mit den Mitarbeitenden angestrebt. Dies zeigt sich in der Bereitschaft der Führungskräfte zu unterschiedlichen Formen des Dialogs mit der Organisation und in der Vielfalt unserer internen Kommunikationswege und -instrumente. Sie ermöglichen es den Beschäftigten, sich direkt mit dem Vorstand und dem Top-Management auszutauschen. Dazu gehören Veranstaltungen auf globaler und lokaler Ebene wie „Townhall-Meetings“, „Round Tables“ und „Fireplace Talks“ sowie diverse Online-Foren und Chats. „Nähe“ ist dabei ein Schlüsselbegriff: Die Mitarbeiter werden mit zeitnahen Informationen an wichtige Ereignisse und Entscheidungen herangeführt – zum Beispiel in „Townhall-Meetings“ mit globalen Live-Streams am Tag der Veröffentlichung der Quartalszahlen. 

### Partizipation und Teilhabe

Wir beteiligen unsere Beschäftigten an wesentlichen Entscheidungsprozessen und am Unternehmenserfolg. Die große Mehrheit der Beschäftigten weltweit nimmt mittels variabler Vergütung am Geschäftserfolg des Unternehmens teil. Auch die enge Einbindung von Arbeitnehmervertretungen ist Teil unserer Unternehmenskultur. Ende 2019 verfügten 55 % (Vorjahr: 56 %) unserer Organisationen über einen Betriebsrat, eine Gewerkschaftsorganisation oder eine andere Form der Mitarbeitervertretung, obwohl dies lediglich für 44 % unserer Organisationen (Vorjahr: 45 %) gesetzlich vorgeschrieben ist.

Partizipation bedeutet auch, dass sich die Belegschaft aktiv an der Gestaltung ihres Arbeitsplatzes beteiligen. Neue Büroprojekte an jedem Ort der Welt werden seit jeher durch Mitarbeiter-sondierungen und einen Change-Management-Prozess begleitet. Das größte Projekt dieser Art ist in Hamburg, wo wir seit 2018 einen neuen Campus bauen. Er soll 2021/22 fertiggestellt werden und bis zu 3.000 hochmoderne Arbeitsplätze beherbergen. Statt „top-down“ und „one-size-fits-all“

haben wir eine umfassende Veränderungsinitiative ins Leben gerufen, an der sich Mitarbeiter aus allen wichtigen Funktionen und Bereichen aktiv beteiligen. Gemeinsam mit funktionsübergreifenden Teams wurde 2019 eine völlig neue Arbeitsplatzstrategie entwickelt. Sie wurde auch von unseren Betriebsräten unterstützt. Darüber hinaus hatten die Mitarbeiter die Möglichkeit, ihre Meinungen und Vorschläge in verschiedenen Umfragen zu den zukünftigen Leistungen zu äußern.

### Neue Arbeitswelt, neue Wege des Arbeitens

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

Beiersdorf hat vor drei Jahren das Konzept des „Agilen Arbeitens“ ausgerufen. Daraus gingen zahlreiche Learning-Initiativen hervor, die heute fester Bestandteil unseres Wissens- und Qualifizierungskonzepts sind (Näheres im Kapitel „Lernkultur“).

Beiersdorf betreibt vor diesem Hintergrund kraftvoll einen Kulturwandel hin zu innovativer Arbeitsgestaltung und setzt dabei auf die fruchtbare Zusammenarbeit von Unternehmensführung und Mitarbeitenden, die die neuen Impulse aufnehmen und an ihre Kollegen weitergeben. So entwickelte sich im Berichtsjahr eine Mitarbeitenden-Initiative, die die Methode „Working Out Loud“ (WOL) global im Unternehmen einführen konnte, bei der es darum geht, über WOL-Zirkel mit anderen Mitarbeitenden das eigene Wissen und die eigene Arbeit sichtbar zu machen, damit alle davon profitieren können. Diese und weitere sowohl Unternehmens- als auch Mitarbeitenden-Initiativen rund um „New Work“ (die neue Art des Arbeitens im digitalen Zeitalter) griff ein funktionsübergreifendes Projektteam auf, das im November 2019 das erste „NEW WORK FESTIVAL“ in der Beiersdorf Konzernzentrale veranstaltete – über Zusammenarbeit, Kreativität

Mit persönlicher Unterstützung und Beratung bringe ich passende Jobsharing-Partner zusammen.



**CHRISTINA BRAASE**  
Diversity Expert



und Innovation, digitale Transformation, Technologie, Führung, Lernen, Intra- und Entrepreneurship, Zweck von Arbeit, Diversity und Nachhaltigkeit.

„New Work“ bezieht sich nicht nur auf Arbeitsplatzgestaltung und Technik. Beiersdorf engagiert sich auch für die Gesundheit und für das körperliche und mentale Wohlbefinden der Mitarbeiter. Das konzerneigene Gesundheitsmanagement wird von Jahr zu Jahr weiterentwickelt und auf die Bedarfe von Beschäftigten in einer sich schnell wandelnden Arbeitswelt hin optimiert. Ziel ist es, mit den Angeboten von „GOOD FOR ME“ die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter langfristig und nachhaltig zu erhalten und den eigenverantwortlichen Umgang der Beschäftigten mit ihrer Gesundheit zu fördern. Rund 97% (Vorjahr: 92%) unserer weltweiten Organisationen bieten Maßnahmen zur Gesundheitsförderung an. Seit 2014 bieten wir als ein besonderes Angebot in der Konzernzentrale ein Hautscreening für unsere Mitarbeiter an.

### **Vielfalt unter unserem Ansatz „Diversity & Inclusion“**

Als global agierendes Unternehmen verstehen wir die Vielfalt unserer Belegschaft als Chance. Sie ist daher ein zentrales Element unserer strategischen Ausrichtung und trägt dazu bei, Beiersdorf als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren. Bei uns arbeiten Menschen aus unterschiedlichen Nationen, Kulturen und Generationen. Diese Vielfalt wollen wir gezielt fördern. Denn unterschiedliche

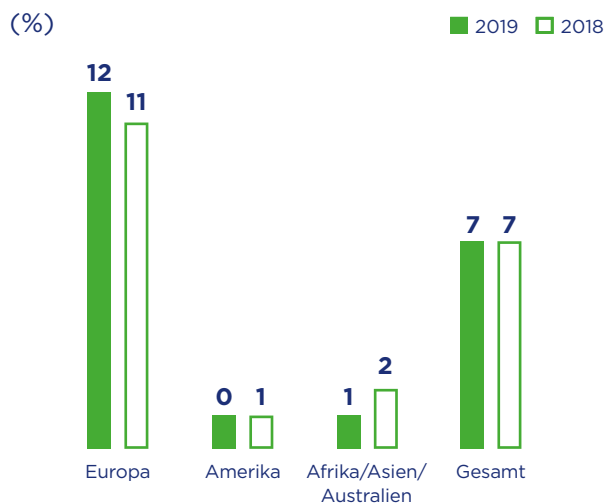
Perspektiven stärken die Innovationskraft, unsere Wettbewerbsfähigkeit und lassen uns Kundenbedürfnisse besser verstehen.

„Diversity & Inclusion“ ist ein globaler Management-Prozess bei Beiersdorf und fester Bestandteil der Vorstandsarbeit. Maßnahmen zur Förderung von Chancengleichheit und Vielfalt bei Beiersdorf werden von einem funktionsübergreifenden Diversity-Team konzipiert und umgesetzt, dessen Mitglieder sich neben ihrer regulären Arbeit ehrenamtlich engagieren. Seit seiner Gründung ist dieses Team zu einem globalen Netzwerk mit vielen Botschaftern in den Tochtergesellschaften gewachsen. Darüber hinaus prüft und unterstützt der Diversity-Ausschuss des Aufsichtsrats regelmäßig verschiedene wichtige Initiativen.

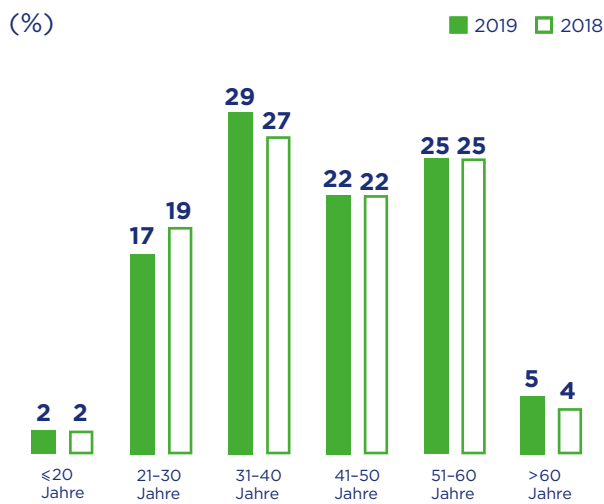
Neben der internationalen und kulturellen Vielfalt ist das Thema Gender – insbesondere die Chancengleichheit von Frauen und Männern im Beruf – seit Jahren ein Schwerpunkt.

Seit der Einführung des „Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Männern und Frauen an Führungspositionen“ in Deutschland ist es für die Beiersdorf AG gesetzlich vorgeschrieben, Zielgrößen für den Frauenanteil im Vorstand und in den ersten beiden Führungsebenen sowie Fristen zur Erreichung dieser Zielgrößen festzulegen. Für den Aufsichtsrat der Beiersdorf AG gilt der gesetzliche Mindestanteil von 30% an Frauen und Männern. Dieser wurde mit aktuell 42% Aufsichtsrätinnen (5 von 12) übertroffen.

## In Teilzeit arbeitende Mitarbeiter nach Regionen



## Altersstruktur im Consumer-Business-Segment Deutschland



Für den Frauenanteil im Vorstand und in den beiden oberen Führungsebenen lauten die aktuellen Zielgrößen und Fristen wie folgt:

- Vorstand: bis 30. Juni 2022 mindestens 10 % Frauenanteil (Stand per Ende Dezember 2019: 13 %; Vorjahr: 14 %)
- 1. Führungsebene: bis 30. Juni 2022 mindestens 35 % Frauenanteil (Stand per Ende Dezember 2019: 31 %; Vorjahr: 24 %)
- 2. Führungsebene: bis 30. Juni 2022 mindestens 50 % Frauenanteil (Stand per Ende Dezember 2019: 48 %; Vorjahr: 48 %)

Zusätzlich zu den gesetzlichen, für die Beiersdorf AG geltenden Vorgaben hat Beiersdorf 2018 ein globales Ziel für den Anteil weiblicher Führungskräfte in den drei höchsten Management-Gruppen (MG 1-3) beschlossen. Bis spätestens zum 30. Juni 2022 soll in den MG 1-3 eine Zielgröße von 35 % Frauen erreicht werden. Zum Ende des Geschäftsjahres 2019 konnte dort ein Frauenanteil von 30,2 % erreicht werden (Vorjahr: 30,4 %).

Auch LA PRAIRIE fördert die Chancengleichheit von Frauen und Männern und legt bei der Besetzung von Führungspositionen großen Wert auf ein ausgewogenes Verhältnis von Frauen und Männern. In der Geschäftsleitung von LA PRAIRIE (ohne CEO) lag der Frauenanteil zum Ende des Berichtsjahres bei 29 % (Vorjahr: 38 %). Der Frauenanteil im gesamten Top-Management von LA PRAIRIE betrug im Jahr 2019 58 % (Vorjahr: 53 %).

Um die Chancengleichheit von Frauen und Männern bei Beiersdorf noch effektiver zu gestalten, haben wir 2019 unsere Initiative „enCOURAGE“ als Rahmen für alle unsere Gender-Diversity-Aktivitäten weiter ausgebaut. Ihre Maßnahmen berücksichtigen die unterschiedlichen Bedürfnisse der Beschäftigten in den verschiedenen Phasen ihres Berufslebens. Zu den bereits bestehenden Aktivitäten im Rahmen dieser Initiative gehören:

- „move forward!“, ein Mentoring-Programm für talentierte Frauen, die eine Führungskarriere entweder anstreben oder ausbauen möchten.
- „Peer Coaching Circles“, ein erweitertes Angebot von „move forward!“ mit dem Ziel, gemeinsam zu lernen und zu wachsen.
- „Women in Leadership“, das mittlerweile hierarchieübergreifende Netzwerk, das 2019 die 3. „Women in Leadership Convention“ veranstaltet hat. Die Convention ist mehr als nur ein jährliches Networking-Event: Weibliche Vorbilder und ihre Geschichten aus dem wirklichen Leben inspirieren eine viel größere Zielgruppe, ihre Führungsrolle zu übernehmen oder weiterzuentwickeln und gleichzeitig die Karriere ihrer Kolleginnen zu unterstützen.

Wir bieten Frauen und Männern eine fortschrittliche Personalpolitik und eine Vielzahl von flexiblen Arbeitsmöglichkeiten. 67 % (Vorjahr: 58 %) unserer Organisationen bieten Gleitzeit, 67 % (Vorjahr: 65 %) mobiles Arbeiten bzw. Homeoffice, 50 % (Vorjahr: 48 %) Teilzeitangebote, 28 % (Vorjahr:



21%) Sabbaticals. Unsere Betriebskindertagesstätte in Hamburg gehört mit seinen 108 Plätzen und 29 Erziehern zu den größten seiner Art in Deutschland.

Neben regulärer Teilzeit ist auch Jobsharing – ein Arbeitsmodell, bei dem sich zwei Beschäftigte als Job-Tandem eine Position teilen – bei uns bereits seit Jahren gelebte HR-Praxis, auch auf Führungsebene. Zum Geschäftsjahresende beschäftigen wir bei uns in Deutschland 22 Jobsharing-Tandems. 13 Tandems ermöglichten sich damit Führung in Teilzeit. Seit 2019 setzen wir auf einen persönlicheren Ansatz, der zur Vermittlung von Jobsharing-Tandems den Menschen in den Vordergrund stellt. Nach einem Vermittlungsgespräch direkt mit einer Jobsharing-Expertin im Personalbereich werden passende Kandidaten aktiv zusammengebracht und auf dem Weg zu einem erfolgreichen Jobsharing-Tandem unterstützt.

Gleiches Entgelt für Frauen und Männer für gleiche oder gleichwertige Arbeit war schon vor Inkrafttreten des deutschen Gesetzes zur Entgelttransparenz Teil der Personalpolitik von Beiersdorf. Die Entgeltgleichheit wird bei der Beiersdorf AG einerseits über die tarifvertragliche Entgeltstruktur und andererseits über die innerbetrieblichen Prozesse zur Bewertung außertariflicher Positionen sichergestellt. Im außertariflichen Bereich erfolgt die Zuordnung zu den maßgeblichen AT-Gehaltsbändern stellenbezogen und damit im Sinne des Entgelttransparenzgesetzes an sich geschlechtsneutral. Geschlechterspezifische Abweichungen der Höhe der Jahreszielgehälter im außertariflichen Bereich bewegen sich um die Nulllinie.

Als weltweit tätiges Unternehmen sind wir in unserer Belegschaft international ausgerichtet. Zum Berichtsjahresende waren für uns Mitarbeiter aus 108 Nationen tätig (Vorjahr: 100). Im Hauptsitz in Hamburg hatten wir einen Anteil internationaler Beschäftigter von 17,4 % (Vorjahr 17,1%). 40 % unserer Führungskräfte aus den ersten drei Managementgruppen haben für mindestens drei Jahre im Ausland gelebt und gearbeitet (Vorjahr: 39 %).

Auch das Arbeiten mit verschiedenen Generationen ist ein wichtiger Aspekt von Vielfalt und Inklusion. Der Anteil an über 50-jährigen Arbeitnehmern im Consumer-Bereich in Deutschland liegt bei 30 %. Gleichzeitig sind 16 % der Mitarbeitenden jünger als 30 Jahre (Vorjahr: 17 %). Der Altersdurchschnitt der Beschäftigten lag zum 31. Dezember 2019 bei 42 Jahren (Vorjahr: 42 Jahre). Durch eine gute Altersmischung gelingt es uns, die Stärken der unterschiedlichen Generationen zu nutzen und Spitzen bei altersbedingten Austritten zu vermeiden. Zur Stärkung der Mitarbeitenden 50 plus bietet die Beiersdorf AG auf die Bedarfe der Zielgruppe zugeschnittene interne Weiterbildungsangebote an.

Das 2019 als Mitarbeiterinitiative gestartete Netzwerk „Neue Generation 50+“ engagiert sich zudem, „Alter“ als Karrierehindernis infrage zu stellen und durch Möglichkeiten aufzuzeigen, wie die berufliche Ambition uneingeschränkt vom Alter verwirklicht werden kann.

Unsere Mitarbeitenden haben zudem 2019 eine LGBTIQ+\* Initiative gegründet: „Be You @Beiersdorf“ hat das Ziel, eine sichtbarere Gemeinschaft für die vielen LGBTIQ+ Kollegen im Unternehmen zu schaffen. Dazu gehört der Aufbau eines Netzwerks durch interne und externe Veranstaltungen, die Verbesserung des allgemeinen Verständnisses von LGBTIQ+ Themen am Arbeitsplatz und der Abbau von unbewussten Vorurteilen und Stereotypen. „Be You @Beiersdorf“ ist auch Teil des externen Netzwerks „Prout at Work“ und plant die weitere Integration mit bestehenden Plattformen und Interessengruppen außerhalb von Beiersdorf.

Menschen mit Behinderungen unter den Mitarbeitenden: Wir setzen uns für ihre Gleichbehandlung und Chancengleichheit ein – gegen jede Form von Diskriminierung. Zusätzlich vergibt Beiersdorf Aufträge an Behindertenwerkstätten. Ein Beispiel ist hier die Pflege der Beiersdorf Grünanlagen in Hamburg durch die Elbe-Werkstätten, der größten bundesdeutschen Behinderteneinrichtung ihrer Art.

Ungeachtet unserer umfangreichen Aktivitäten zur Förderung von „Diversity & Inclusion“ halten wir uns

\* LGBTIQ ist eine aus dem englischen Sprachraum kommende Abkürzung für Lesbian (lesbisch), Gay (schwul), Bisexual (bisexuell), Transgender (transgender), Intergender (intergender) und Queer (queer).

Wir glauben, dass jeder auf dieser Welt sein wahres Ich, seine wahre Identität zeigen sollte.



#### **RALPH ZIMMERER**

Vice President Global NIVEA Brand & Design Management und Gründer des Netzwerks „Be You @Beiersdorf“

bei dem, was wir tun, zurück und haben eine realistische Sicht auf die Grenzen unseres Tuns. Wir wissen, dass viele der Herausforderungen, denen wir uns stellen müssen, tief in den jeweiligen Gesellschaften verwurzelt sind. Wo immer möglich, engagieren wir uns jedoch, das richtige Umfeld und gezielte Unterstützung zu bieten, damit unsere Mitarbeitenden die vielen noch bestehenden Barrieren besser überwinden können.

### **Mitarbeitende und die digitale Transformation**

Die weltweite, von umfassenden Schulungen begleitete Einführung von Office 365 im Berichtsjahr ist nicht nur ein System-Upgrade. Office 365 ermöglicht unseren Experten und Teams weltweit eine bessere Zusammenarbeit und Kommunikation und hilft so auch allen Mitarbeitern, ihre digitalen Kompetenzen stetig zu verbessern.

Ein Beispiel für eine durch die neue Office 365-Umgebung maßgeblich unterstützte „Grassroot“-Initiative ist die „QualityOnShelf“-App. Sie wurde von Mitarbeitenden innerhalb von nur drei Monaten inhouse entwickelt. Über eine intuitive Benutzeroberfläche können nun nicht nur die zuständigen Qualitätsmanager, sondern alle Beiersdorf Mitarbeitenden weltweit beschädigte Waren fotografieren sowie Barcode, GPS-Standort und die Ladenfiliale erfassen. Wir gewinnen nun tagesaktuelle, relevante Erkenntnisse und können in Echtzeit reagieren – ein großer Mehrwert für das Qualitätsmanagement und nur eines von vielen Beispielen für „making digital work for you“.

Auch der weltweite Roll-out des globalen Personalmanagement-Systems COMPASS hat die digitale Transformation im Berichtsjahr weiter vorangetrieben. Die Plattform bündelt alle Personaldaten, um den Dialog und die Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitenden, Führungskräften und HR zu stärken und schafft damit die technische Voraussetzung für innovative Personalarbeit. COMPASS unterstützt eigenverantwortliches Handeln und lebenslanges Lernen. So steht jeder einzelne Beschäftigte mit seinem Profil im Mittelpunkt, für das man individuell entscheidet, welche Daten man preisgibt und welche Angaben zu Entwicklungsschritten und Karriereinteressen man machen möchte.

### **Lernkultur**

Wir investieren systematisch in die berufliche Entwicklung unserer Mitarbeitenden und fördern ihre Talente individuell und nachhaltig. Mit unserem im Berichtsjahr vorgestellten Konzept „Learning@Beiersdorf“ haben wir die Basis für die nächste Stufe der „Lernenden Organisation“ gelegt. Das Konzept basiert auf drei Komponenten: dem Aufbau einer globalen Lerninfrastruktur, die durch ein Lern-Management-System gesteuert und mit Werkzeugen angereichert wird, mit denen die Mitarbeiter ihre eigenen Lerninhalte erstellen können; der Sicherstellung eines zielgerichteten Lernens, das heißt qualitativ hochwertiger Lerninhalte für bestimmte Gruppen; und schließlich der selbstverständlichen Verankerung des Lernens in unserem Arbeitsalltag.

Die 2019 etablierte Online-Lernplattform „COM-PASS Learning“ ist hierfür die globale Basis für Lerninhalte und kommt in rund 90 Tochtergesellschaften zum Einsatz. Die Plattform bietet einen schnellen, einfachen Zugriff auf unterschiedlichste Lernformate, darunter zum Beispiel E-Learnings oder Videos aber auch klassische Klassenraum-Trainings, und wird stetig erweitert. Sowohl auf globaler als auch auf regionaler Ebene sind im Berichtsjahr zahlreiche neue Inhalte dazugekommen. Zudem haben wir zahlreiche, überwiegend von den Fachakademien Finance, Procurement, R&D, HR, Quality und Planning entwickelte E-Learnings im Angebot. Was ebenso erfreulich ist: Viele unserer Mitarbeitenden haben großes Interesse an Lerninhalten außerhalb ihres eigenen Fachgebiets gezeigt und das Kursangebot cross-funktional genutzt.

In Deutschland gibt es zudem unter dem Namen „Lernen in der Freizeit“ ein umfassendes kostenloses Fortbildungsprogramm außerhalb der Arbeitszeit für alle Beschäftigten. Die Kursangebote umfassen die Themenfelder Persönliche Fähigkeiten, Methoden & Techniken und Fachliche Kompetenzen.

### Führungskräfteentwicklung

Mit „Leadership the Beiersdorf Way“ haben wir 2017 unser Verständnis einer guten Führungskultur bei Beiersdorf etabliert. Er basiert auf unseren Unternehmenswerten Care, Simplicity, Courage und Trust. Ziel von „Leadership the Beiersdorf Way“ ist es, Führungspersönlichkeiten zu entwickeln, die authentisch sind, inspirieren und ihr Team zu hervorragender Leistung befähigen. Dieser Ansatz erklärt Führung teilweise aus der Perspektive der Geführten, wodurch sich die Akzeptanz und Einbindung aller Mitarbeiter erhöht. Gute Führungskräfte übertragen entsprechend unserer Unternehmenswerte Entscheidungsbefugnisse auch an Mitarbeitende („Empowerment“) und akzeptieren es, im Sinne schnellerer Prozesse eigene Entscheidungsbereiche abzutreten („Depowerment“).

Wir streben an, dass die Mehrheit von Management-Positionen mit Talenten aus den eigenen Reihen besetzt wird, und ermöglichen dies durch die zielgerichtete Vorbereitung unserer Mitarbeitenden auf die neue Rolle. Im Jahr 2019 haben wir 100 % der Stellen der ersten Managementgruppe (Vorjahr: 75 %, Roadmap-2020-Ziel: 75 %) und 83 % der zweiten Managementgruppe (Vorjahr: 80 %, Roadmap-2020-Ziel: 90 %) an interne Kandidaten vergeben.

Beiersdorf setzt eine Vielzahl unterschiedlicher Methoden ein, um neue Talente zu identifizieren und deren langfristige Entwicklung zu fördern. Um eine starke Management-Pipeline sowie Transparenz über die Potenziale in der Organisation sicherzustellen, führen wir beispielsweise einen jährlichen „Talent Review“ durch. Die Teilnahme ist freiwillig. Teilnehmende Beschäftigte erhalten im Anschluss ein zusätzliches persönliches Feedback durch ihre Vorgesetzten.

Unser Weiterbildungsangebot umfasst Nachwuchsprogramme, Sprachkurse, fachspezifische Trainings und spezielle Führungskräfteprogramme – unter anderem in Zusammenarbeit mit der renommierten IMD Business School. Neben den auf unsere Bedarfe maßgeschneiderten Führungsentwicklungsprogrammen umfasst das Angebot auch sogenannte Open-Enrollment-Programme.

Die Qualität dieser langfristigen Arbeit wurde von trendence gewürdigt, die die Beiersdorf AG im Ranking der attraktivsten Arbeitgeber für Nachwuchskräfte in der deutschen FMCG-Branche auf Platz 1 gewählt hat.

### Nachwuchsförderung

Die Nachwuchsförderung beinhaltet bei Beiersdorf zudem ein umfassendes Ausbildungsangebot: Allein in Hamburg haben wir im Berichtsjahr 110 junge Menschen in acht verschiedenen Berufen ausgebildet. Welchen Stellenwert die frühzeitige Ansprache von potenziellen Mitarbeitenden hat, zeigt außerdem eine besondere Initiative unseres Recruitings: die International Internship Challenge. Bereits im sechsten Jahr in Folge haben wir im Geschäftsjahr 2019 aus rund 1.700 Bewerbungen die 32 besten Studierenden aus aller Welt zu einem zweitägigen Karriere-Event in unsere Konzernzentrale in Hamburg eingeladen. Am Ende der Challenge wurden vier Auslandspraktika in den Bereichen Brand Management & Digital Marketing, Sales & eCommerce, Supply Chain Management sowie Finance & Controlling vergeben.

#### UNSER BEITRAG ZU DEN SDGS





## ARBEITSSCHUTZ

Die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter hat bei Beiersdorf höchste Priorität, denn unsere Mitarbeiter sind mit ihrem täglichen Einsatz für den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens mit verantwortlich. „Care“ ist einer unserer Core Values und seit Beginn der Unternehmensgeschichte ein zentraler Teil von Beiersdorf und entsprechend fest in unserer Strategie verankert. Es gehört zu unserem Selbstverständnis, dass wir Verantwortung für unsere Mitarbeiter übernehmen und uns um ihr Wohlbefinden kümmern. Deswegen ist die Vermeidung von Unfällen und gesundheitlichen Belastungen ein zentrales Ziel bei allen unseren Aktivitäten, denn Sicherheit und Gesundheit sind nicht verhandelbar.

### Internationale Audits für mehr Sicherheit

Um weltweit gültige Umwelt- und Managementstandards in allen unseren Werken zu implementieren und ihre Umsetzung zu prüfen, gibt es an den Standorten Audits nach unserem internen „Environmental Protection and Safety Management Audit Scheme“ (ESMAS) (Seite c-16). Diese Audits werden alle drei Jahre durchgeführt, um die Wirksamkeit und Qualität der Managementsysteme in den einzelnen Werken zu prüfen. Dabei

wird nicht nur die Funktionalität, sondern auch die tägliche Umsetzung kontrolliert. ESMAS orientiert sich an den international anerkannten Normen ISO 14001 (Umweltmanagementsysteme) sowie an der im März 2018 in Kraft getretenen DIN ISO 45001 (Managementsysteme für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit). Die Ergebnisse der Audits liegen auf einem hohen Niveau und konnten 2019 noch weiter gesteigert werden.

### Das „Zero Accidents“-Programm: knapp 40% weniger Arbeitsunfälle

Beiersdorf verfolgt im Bereich Arbeitsunfälle das Ziel „Zero Accidents“ – zu Deutsch „Null Unfälle“. Bei diesem Programm stehen die Senkung von Unfallzahlen, die Beseitigung unsicherer Arbeitsbedingungen und sicherheitskonforme Verhaltensweisen in allen Unternehmensbereichen im Fokus. Um dieses Ziel langfristig zu erreichen, wurden entsprechende Zielvorgaben formuliert, über deren Status der Vorstand regelmäßig informiert wird.

Mit unserer „Accident Frequency Rate“ (AFR) dokumentieren wir alle Arbeitsunfälle, die zu mindestens einem Ausfalltag geführt haben. 2019 konnten



wir die AFR an unseren Produktionsstandorten weiter reduzieren. Nach 1,9 Unfällen pro eine Million Arbeitsstunden im Jahr 2018 konnten wir diese auf 1,2 im Berichtsjahr senken und die Arbeitsunfälle damit um knapp 40% senken. Damit hat mehr als die Hälfte unserer Produktionsstandorte das langfristige Ziel von „Zero Accidents“ im Berichtsjahr 2019 erreicht. Der im Berichtsjahr akquirierte Produktionsstandort der Marke COPPERTONE ist ab dem Übernahmezeitpunkt ebenfalls enthalten.

Basis für diese gelungene Reduzierung war das konsequente Ausschließen von Hauptunfallursachen. Neu eingeführte Standards und Prozesse zielen darauf ab, die Ursachen für Unfälle bereits vor der Entstehung gefährlicher Situation zu erkennen und durch entsprechende Sicherheitsvorkehrungen zu beseitigen.

Zusätzlich zu technischen Verbesserungen und der Optimierung von Abläufen haben wir ein weltweites Programm gestartet, das den Fokus auf das sichere Verhalten von Mitarbeitern legt. Unsere Führungskräfte lernen dabei, sichere und unsichere Verhaltensweisen zu erkennen und Gespräche mit den Mitarbeitern zum Thema Arbeitsschutz zu führen. Unterstützt wird dieses Programm durch Initiativen an einzelnen Standorten, bei denen auch die Familien der Mitarbeiter einbezogen werden.

### Die nächsten Schritte

Obwohl sich unsere Unfallzahlen in die richtige Richtung entwickeln und unsere Maßnahmen wirken, haben wir im Jahr 2019 gemeinsam mit allen Sicherheitsmanagern der Werke unsere Strategie überarbeitet und eine erweiterte Roadmap für die nächsten Jahre aufgestellt.

#### Wir fokussieren uns dabei auf drei Säulen:

- Management-Prozesse
- Management von Hauptrisiken
- Entwickeln einer Sicherheitskultur als ein Team

Die diesen drei Säulen zugehörigen Initiativen wurden 2019 entwickelt und werden ab 2020 implementiert, um unserem Ziel „Null Unfälle“ weiterhin näherzukommen.

Auch unsere weltweiten Bürostandorte unterstützen wir mit einem globalen Programm. Zusammen mit einem externen Partner überprüfen wir im Jahr 2020 unsere definierten Sicherheitsstandards an allen Standorten.

## GESUNDHEITSMANAGEMENT

### „GOOD FOR ME“ – das betriebliche Gesundheitsmanagement bei Beiersdorf

Die physische und psychische Gesundheit unserer Mitarbeiter liegt uns am Herzen, denn sie leisten mit ihrem täglichen Einsatz einen entscheidenden Beitrag zum Erfolg des Unternehmens. Folgerichtig sehen wir es als unsere Aufgabe an, die notwendigen Voraussetzungen für ein positives, gesundheitsförderndes Arbeitsumfeld zu schaffen und die Leistungskraft unserer Mitarbeiter zu stärken. Ein wirkungsvolles Gesundheitsmanagement ist daher ein wichtiger Baustein unserer Personalpolitik. Deswegen unterstützt unsere Gesundheitsmarke „GOOD FOR ME“ seit 2014 unsere rund 3.000 Mitarbeiter an den Hamburger Standorten. Damit wollen wir die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter aktiv fördern und sie in allen wichtigen Lebenslagen unterstützen.



### Ganzheitliche Betreuung unter einem Dach

Im Jahr 2019 haben wir die Gesundheitsmarke „GOOD FOR ME“ neu ausgerichtet: Jetzt sind alle Aktivitäten ganzheitlich in neu strukturierten Teams – MEDICAL, SOCIAL und WELLBEING – unter dem neuen Dach gebündelt.

Unser Anspruch ist es, dass wir für unsere Mitarbeiter ein Ansprechpartner sind, der in allen Bereichen ganzheitlich, professionell, bedingungslos und vertraulich unterstützt. Mit unserer Hilfe können unsere Mitarbeiter ihr persönliches „GOOD FOR ME“ definieren und fördern. Das breite Leistungsangebot umfasst drei zentrale Felder:

- **Prevent** – mit Vorsorgemaßnahmen und Gesundheits-Checks
- **Balance** – mit Angeboten für das allgemeine Wohlbefinden und Mindfulness im Arbeitsalltag
- **Cure** – als akute Hilfe und Unterstützung

Im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes koordiniert das Gesundheitsmanagement auch die Zusammenarbeit mit anderen unternehmensinternen Stakeholdern, die Einfluss auf die Gesundheit unserer Mitarbeiter haben. Dazu zählen zum Beispiel die Beiersdorf Sportgemeinschaft e.V., die Krankenkasse DAK Gesundheit, das Catering oder die Arbeitssicherheit.

### WELLBEING – Achtsamkeit und Balance als wichtige Themenfelder

Die Arbeitswelten befinden sich im Wandel. Themen wie Life-Balance und eine positive Arbeitsatmosphäre werden immer wichtiger für unsere Beschäftigten. Neben den klassischen Angeboten von WELLBEING wird von Abteilungen und Mitarbeitern zunehmend nach Angeboten zu Achtsamkeit und Balance gefragt. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter mit umfassenden Angeboten, die weit über die klassische Gesundheitsförderung hinausgehen, dabei, ihre bestmögliche Balance im Arbeitsalltag herzustellen.

So wird unser „Health Coaching“ sehr gut angenommen und verzeichnet steigende Teilnehmerzahlen. Es ermöglicht den Mitarbeitern, individuelle Gesundheitsthemen aktiv anzugehen, gezielt und in einem vertraulichen Rahmen. Gesundheitsexperten unterschiedlicher Fachrichtungen begleiten unsere Mitarbeiter bei der Umsetzung persönlicher Ziele wie der Reduktion von Rückenschmerzen oder Stress.

Mit „GOOD FOR US“ bieten wir zusätzlich ein teamorientiertes Format, mit dem wir auf die spezifischen Gesundheitsbedürfnisse der verschiedenen Teams bei Beiersdorf eingehen können. Wir bieten passende Maßnahmen und Impulse – im kleinen Rahmen, aber auch in mehrwöchigen Kursen – die eine positive und gesunde Teamkultur fördern.

Des Weiteren informieren wir in verschiedenen Kampagnen unsere Mitarbeiter zu unterschiedlichen Gesundheitsaspekten und aktuellen Themen. So startete im Herbst die Kampagne „Simplify“, die sich mit Digital Detox, Mindfulness und Schlafverhalten beschäftigte.

### SOCIAL – Unterstützung und Beratung in allen Lebensphasen

Der Bereich SOCIAL unterstützt unsere Mitarbeiter und Führungskräfte in unterschiedlichen Lebens- und Arbeitsphasen. Wir informieren, bieten



individuelle Klärungshilfe und ressourcenorientierte Beratung – natürlich immer im Rahmen der gesetzlichen Schweigepflicht.

Es gehört zur langjährigen Unternehmenskultur von Beiersdorf, dass Mitarbeiter Familie und Beruf gut miteinander vereinbaren können. Unsere Mitarbeiter können sich zum Beispiel an das Team SOCIAL wenden, wenn sie Fragen zu den Themen Mutterschutz und Elternzeit, Pflege von Angehörigen oder Vereinbarkeit von Beruf und Familie haben.

Seit jeher setzen wir uns für berufstätige Mütter und Väter ein: Schon seit über 80 Jahren unterstützen wir unsere Mitarbeiter mit einem betriebs-eigenen Kindertagesheim und mit der Kita „Troplo Kids“ setzen wir diese Tradition fort. Die Kita, die wir 2013 eröffnet haben, bietet Platz für mehr als 100 „kleine Beiersdorfer“ und Kinder aus dem Stadtteil Eimsbüttel. Alleinerziehende Elternteile haben dabei einen vorrangigen Anspruch auf die Unterbringung. Das Angebot umfasst einen Krippenbereich, den Elementarbereich und eine Vorschule.

Zudem möchten wir unsere Mitarbeiter darin unterstützen, dass sie motiviert und möglichst unbeschwert ihrer Arbeit nachgehen können. Schwierige

Lebenssituationen, psychische Belastungen und Konflikte am Arbeitsplatz können das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit beeinträchtigen. Daher stehen wir unseren Mitarbeitern unter anderem nach Trauerfällen oder nach der Diagnose einer Langzeiterkrankung zur Seite und vermitteln bei Bedarf auch externe Hilfe.

### **MEDICAL – Gesundheit am Arbeitsplatz**

Die Gesundheit der Beiersdorf Mitarbeiter erhalten und verbessern – das ist das Ziel des Bereichs MEDICAL. Neben den betriebsärztlichen Kernaufgaben wie dem Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz, reisemedizinischer Beratung für Geschäftsreisen und der Wiedereingliederung nach längerer Erkrankung kümmert sich MEDICAL auch um die professionelle medizinische Versorgung bei akuten Erkrankungen und Unfällen. Die Unterstützung bei psychischen Belastungen gehört ebenso zum Aufgabenfeld.

Seit 2014 bieten wir ein Hautscreening für unsere Mitarbeiter an. Neben der Untersuchung auf Hautkrebs können sie ihre Haut in diesem Rahmen gründlich und professionell auf Probleme wie

Trockenheit, Allergien und frühzeitige Hautalterung prüfen lassen. Wie wichtig solche Maßnahmen zur Früherkennung sind, zeigen die Zahlen aus dem Berichtsjahr: Von insgesamt 500 Teilnehmern wurden 60 Personen mit dringend behandlungsbedürftigen Hautveränderungen weiterverwiesen.

Außerdem bieten wir unseren Mitarbeitern jährlich Gripeschutzimpfungen an. Die Nachfrage nach diesem Angebot ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen und wurde im Jahr 2019 von 1.183 Mitarbeitern angenommen.

### **Ausblick – unternehmensweite Gesundheitsangebote**

Wir wollen die Zusammenarbeit mit weiteren Standorten und Unternehmenstöchtern in Bezug auf unser Gesundheitsprogramm in Zukunft ausbauen. Ein Beispiel ist die Kampagne rund um das Thema Health & Happiness mit der Kernbotschaft „Glücklichsein ist ein Teil der eigenen Gesundheit“ aus dem Frühjahr 2019. Sie kam nicht nur bei den Mitarbeitern in Hamburg, sondern auch bei unseren anderen Standorten gut an.

## **Unsere nächsten Schritte**

- (Weiter-)Entwicklung von sozialen Unternehmens- und Markeninitiativen im Rahmen unseres neuen Fokusbereichs „Inclusive Society“.
- Einführung eines weltweiten Sicherheitsprogramms für unsere Bürostandorte.
- Ausbau von individualisierten Mitarbeiterangeboten im Bereich Coaching, Sprechstunden und Beratung.
- Weitere Investitionen ins eigene Personal, vor allem in den Bereichen Nachwuchsförderung, Weiterbildung mit den Schwerpunkten digitaler Kompetenzen und Führung sowie Vielfalt und Inklusion.

# BERICHT- ERSTATTUNG

Wir informieren unsere Stakeholder aktiv und regelmäßig über Ziele, Projekte und Erfolge im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Der jährlich erscheinende Bericht orientiert sich an den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI). Dazu berücksichtigen wir auch die „Sustainable Development Goals“ (SDGs) der Vereinten Nationen (UN). Weiterhin sind wir seit 2019 Mitglied des „Global Compact der Vereinten Nationen“ (UNGC) und unterstützen seine zehn universellen Prinzipien.

> **2003**

haben wir unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht

Seit

> **2011**

führen wir regelmäßig Materialitätsanalysen durch, deren Ergebnisse in unsere Berichte einfließen

Seit

> **2017**

wird unser Nachhaltigkeitsbericht durch die Wirtschaftsprüfung (Limited Assurance) bestätigt

Seit

> **2018**

beziehen wir die Sustainable Development Goals in unseren Nachhaltigkeitsbericht ein



## Über diesen Bericht

Seit 2003 veröffentlichen wir jährlich unseren Nachhaltigkeitsbericht. Ziel dieser Berichterstattung ist es, unsere Stakeholder über unsere Leistungen, Erfolge und auch Herausforderungen in den drei Bereichen der Nachhaltigkeitsstrategie – „Products, Planet, People“ – zu informieren. Dazu beschreiben wir unsere strategischen Ansätze, Projekte und Maßnahmen, mit denen wir unsere Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette wahrnehmen.

Unser Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich an den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI). Seit 2018 wenden wir die GRI Standards an und erstellen unseren Bericht in Übereinstimmung mit der Option „Kern“.

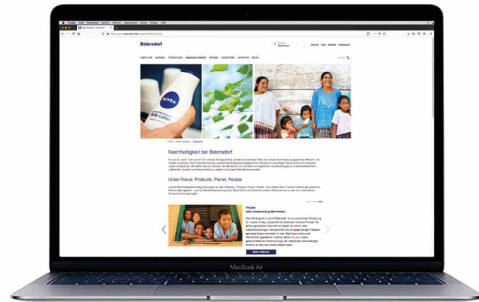
Die Themen für unsere Aktivitäten und unsere Berichterstattung überprüfen wir regelmäßig durch eine Materialitätsanalyse (Seite c-12) und lassen die Ergebnisse in den Bericht einfließen. In unser Engagement beziehen wir auch die „Sustainable Development Goals“ (SDGs) der Vereinten Nationen (UN) mit ein und nehmen diese seit 2018 im Nachhaltigkeitsbericht auf. Die für uns besonders relevanten Ziele finden sich in einer Übersicht auf Seite c-66 und werden anhand der SDG-Icons in den entsprechenden Kapiteln kenntlich gemacht.

Und: Beiersdorf ist seit 2019 Mitglied des „Global Compact der Vereinten Nationen“ (UNGC). Die Unterzeichner des Global Compact verpflichten

sich zur Einhaltung von zehn Prinzipien auf Basis allgemein anerkannter UN-Normen in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Wir berichten im Rahmen des vorliegenden Berichts über unsere Fortschritte in diesen Themenfeldern. Eine Zuordnung der Aussagen im Bericht zu den zehn Prinzipien des UNGC findet sich im GRI Index (Seite c-67).

Im Nachhaltigkeitsbereich auf unserer [Internetseite](#) berichten wir ebenfalls über unsere Fortschritte und die Entwicklungen einzelner Projekte weltweit. Dort stellen wir auch Berichte und Informationen aus früheren Berichtsjahren als [Download](#) zur Verfügung.

Zur besseren Lesbarkeit werden in diesem Nachhaltigkeitsbericht die männlichen oder allgemeinen Bezeichnungen verwendet. Selbstverständlich sind alle Geschlechter stets gleichermaßen angesprochen.



## Ratings und Mitgliedschaften

Die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie erfordert das gemeinschaftliche Handeln entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette. Gemeinsam mit entsprechend ausgerichteten Organisationen, wollen wir einen maßgeblichen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung auf globaler Ebene leisten und zusammen Fortschritte erzielen. Um unsere Aktivitäten und unsere unternehmerischen

Erfolge zu messen und zu optimieren, bewerten wir unsere Leistungen kontinuierlich anhand relevanter Nachhaltigkeitskennzahlen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette. Dazu prüfen Ratingagenturen regelmäßig unsere Daten, um dem Markt und unseren Stakeholdern eine größtmögliche Objektivität, Vergleichbarkeit und Transparenz zu bieten.

### Ratings



#### CDP

Das „Carbon Disclosure Project“ (CDP) bewertet die von Unternehmen veröffentlichten Umweltdaten. Beiersdorf beteiligt sich bereits seit 2006 am CDP. 2019 haben wir innerhalb des „Climate Change Program“ einen „Score B“ erreicht und einen „Score A–“ in der Kategorie „Forest“, in welcher wir mit unserem umfassenden „Palm Oil Program“ teilgenommen haben. Im CDP „Water Disclosure Program“ wurden wir mit einem „Score B–“ bewertet und haben uns im Vergleich zum Vorjahr um eine Ratingstufe verbessert.



FTSE4Good

#### FTSE4Good

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



#### ISS ESG

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



#### MSCI ESG Research

„MSCI ESG Research“ analysiert die Nachhaltigkeit eines Unternehmens anhand detaillierter Kennzahlen zu Umwelt- und Sozialaspekten sowie die Corporate Governance. Insgesamt werden mehr als 6.000 Unternehmen weltweit bewertet. Beiersdorf erhält seit 2017 das ESG Rating „AA“.

## Mitgliedschaften



### AIM-Progress

In der weltweiten Initiative „AIM-PROGRESS“ haben sich über 40 führende Hersteller von Fast Moving Consumer Goods zusammengeschlossen, um die Zusammenarbeit in der Lieferkette zu verbessern. Beiersdorf nutzt die Plattform, die mit dem Motto „Gemeinsam mehr erreichen“ wirbt, um verantwortungsvolle Einkaufspraktiken und mehr Nachhaltigkeit entlang der Lieferkette zu fördern.



### FONAP

Das „Forum Nachhaltiges Palmöl“ (FONAP) verfolgt das Ziel, den Anteil nachhaltig erzeugten Palmöls in der DACH-Region schnellstmöglich signifikant zu erhöhen und gleichzeitig existierende Standards und Zertifizierungen zu verbessern. Als Gründungsmitglied des FONAP engagiert sich Beiersdorf aktiv am Dialog und Erfahrungsaustausch und trägt zur zeitnahen Umstellung auf nachhaltig zertifiziertes Palm- und Palmkernöl bei.



### GSA

Die „Global Shea Alliance“ (GSA) ist ein gemeinnütziger Branchenverband mit 500 Mitgliedern aus 35 Ländern. Die GSA fördert Nachhaltigkeit in der Shea-Industrie sowie Qualitätspraktiken und -standards. Gemeinsam mit der Nichtregierungsorganisation setzt sich Beiersdorf in Westafrika für eine nachhaltige Nutzung von Shea ein und fördert Frauengruppen vor Ort.



### RSPO

Der „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO) setzt sich für nachhaltige Anbaumethoden von Palmöl ein und legt in diesem Zuge globale Standards und Kriterien fest. Als Mitglied des RSPO unterstützt Beiersdorf die Förderung der nachhaltigen Anbaumethoden und tritt dabei weltweit in den Dialog mit Produzenten, Regierungen, Non-Profit-Organisationen (NPO) und Verbraucher.



### Sedex

Über die Kooperationsplattform „Sedex“ können Lieferanten die Nachhaltigkeitsdaten zu ihren Beschaffungspraktiken teilen. Die Nutzung ermöglicht Beiersdorf Einblicke in das verantwortungsvolle Handeln und die Nachhaltigkeitsbestrebungen der Lieferanten, wodurch mehr Transparenz in der Lieferkette geschaffen werden kann.



### SPC

Die „Sustainable Packaging Coalition“ (SPC) ist eine mitgliederbasierte Kooperation, die sich zum Ziel gesetzt hat, Verpackungen nachhaltiger zu gestalten. Als Teil der SPC setzt sich Beiersdorf für einen verantwortungsvollen Umgang mit nachhaltigen Verpackungen ein. Dazu gehören Projekte zum Recycling und zur Entwicklung innovativer, ressourcenschonender Materialien.



### UNGC

Der „United Nations Global Compact“ (UNGC) ist die weltweit größte und wichtigste Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Beiersdorf ist Mitglied des UNGC und bekennt sich zu dessen zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Klima sowie Korruptionsprävention.

## Kennzahlen Unternehmensbereich Consumer

	EINHEIT	2017	2018	2019
<b>ECONOMIC</b>				
Umsatz Consumer	in Millionen €	5.799	5.890	<b>6.274</b>
Produktionsstandorte	Anzahl	17	17	<b>17</b>
<b>PRODUCTS</b>				
Fortschritt gegenüber unserem Products-Ziel	%	23	49	<b>55</b>
Rohstoffbeschaffung gemäß unserer Policy für nachhaltiges Palm(kern)öl nach dem „RSPO Standard“*	%	100	100	<b>100</b>
* Unterstützt die Produktion von RSPO-zertifiziertem, nachhaltigem Palm(kern)öl.				
davon				
Mass Balance	%	54	63	<b>91</b>
Book & Claim („RSPO Credits“)	%	46	37	<b>9</b>
<b>PLANET</b>				
Energieverbrauch	GJ	965.620	1.134.833	<b>1.200.575</b>
Direkte Energie	GJ	670.085	688.423	<b>710.352</b>
Indirekte Energie	GJ	443.811	446.410	<b>490.223</b>
CO <sub>2</sub> e-Emissionen (Scope 1 und 2)	tCO <sub>2</sub> e	78.315	49.526	<b>43.670</b>
Strom aus erneuerbaren Energiequellen	%	46	85	<b>100</b>
Abfallmengen (Produktionsstandorte und Headquarters)	Tonnen	26.560	27.333	<b>25.646</b>
Wasserverbrauch (Produktionsstandorte)	m <sup>3</sup>	1.697.836	1.580.318	<b>1.666.042</b>
Abwasservolumen (Produktionsstandorte)	m <sup>3</sup>	771.450	845.228	<b>856.054</b>
<b>PEOPLE</b>				
Mitarbeiter gesamt	Anzahl	14.477	15.142	<b>15.728</b>
Arbeitsunfälle (≥ 1 Tag Arbeitsausfall)	Anzahl	52	57	<b>37</b>
Durch soziale Projekte nachhaltig unterstützte Familien	Anzahl	179.672	121.241	<b>107.022</b>

Wir konnten 2019 unsere Datenabdeckung erneut steigern und die Qualität unserer Daten und Hochrechnungen verbessern. Im Vergleich zum Vorjahr können daher Verschiebungen der Daten auftreten. Die Angaben zu den Energieverbräuchen und Emissionen beziehen sich auf unsere Produktionsstandorte (mit Ausnahme von Nigeria) und Bürostandorte (seit 2019 ab 50 Vollzeitäquivalenten) sowie auf drei durch uns betriebene Lager.



## Relevante Kennzahlen zum nichtfinanziellen Bericht der Beiersdorf AG

	EINHEIT	2019
<b>COMPLIANCE</b>		
Teilnehmerquote Kartellrecht-Training	%	<b>90 %</b>
<b>PLANET</b>		
Strom aus erneuerbaren Energiequellen	%	<b>100</b>
CO <sub>2</sub> e-Emissionen (Scope 1 und 2)	tCO <sub>2</sub> e	<b>6.537</b>
<b>PEOPLE</b>		
„Accident Frequency Rate“ (AFR)	Unfälle pro eine Million Arbeitsstunden	<b>3,23</b>
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 1	%	<b>– *</b>
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 2	%	<b>83</b>

\* Im Jahr 2019 wurde in der Beiersdorf AG keine Besetzung in dieser Managementgruppe vorgenommen.

## Unser Beitrag zu den SDGs

SDG	Beschreibung	Unser Beitrag
	Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern	Seite c-16, Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette Seite c-20, Unser Engagement im Bereich Products Seite c-22, Rohstoffe und Verpackungen Seite c-43, Gesellschaftliches Engagement
	Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern	Seite c-16, Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette Seite c-43, Gesellschaftliches Engagement Seite c-49, Menschen bei Beiersdorf
	Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern	Seite c-43, Gesellschaftliches Engagement
	Geschlechtergerechtigkeit und Selbstbestimmung für alle Frauen und Mädchen erreichen	Seite c-49, Menschen bei Beiersdorf
	Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten	Seite c-34, Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel Seite c-40, Wasser
	Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und zeitgemäßer Energie für alle sichern	Seite c-34, Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel
	Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern	Seite c-2, Unternehmensbereich Consumer im Überblick Seite c-16, Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette Seite c-20, Unser Engagement im Bereich Products Seite c-22, Rohstoffe und Verpackungen Seite c-49, Menschen bei Beiersdorf
	Ungleichheit innerhalb von und zwischen Staaten verringern	Seite c-49, Menschen bei Beiersdorf
	Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen	Seite c-16, Verantwortung in der Wertschöpfungskette Seite c-20, Unser Engagement im Bereich Products Seite c-22, Rohstoffe und Verpackungen Seite c-34, Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel Seite c-39, Abfall
	Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen	Seite c-34, Unsere Verantwortung im Bereich Planet und unser Klimaziel
	Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen	Seite c-20, Unser Engagement im Bereich Products Seite c-22, Rohstoffe und Verpackungen
	Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodenverschlechterung stoppen und umkehren und den Biodiversitätsverlust stoppen	Seite c-20, Unser Engagement im Bereich Products Seite c-22, Rohstoffe und Verpackungen

# GRI Content Index 2019

(GRI Standards Version 2016)

Vorjahreswerte sind im GRI Content Index 2018 enthalten.

<sup>1</sup> ++ vollständig berichtet

+ teilweise berichtet

Angabe	GRI Standardinformation	Status <sup>1</sup>	Referenz	UNGC																																			
<b>GRI 101: GRUNDLAGEN</b>																																							
<b>GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN</b>																																							
<b>ORGANISATIONSPROFIL</b>																																							
102-1	Name der Organisation	++	Beiersdorf AG																																				
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	++	Beiersdorf hält sich in allen Märkten an die bestehenden Gesetze und regulatorischen Anforderungen. Die Produktformulierungen können daher voneinander abweichen und bestimmte Produkte können landesspezifischen Verkaufsbeschränkungen unterliegen. Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf Unser Profil</a>   <a href="#">Beiersdorf Marken</a>   <a href="#">Beiersdorf Aktuelle Fragen</a>																																				
102-3	Hauptsitz der Organisation	++	Beiersdorf AG, Unnastraße 48, 20245 Hamburg																																				
102-4	Betriebsstätten	++	Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf Standorte</a>																																				
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	++	Geschäftsbericht: <a href="#">Anteilsbesitzliste der Beiersdorf AG 2019</a>																																				
102-6	Belieferte Märkte	++	Geschäftsbericht: <a href="#">Beiersdorf Segmentberichterstattung 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Regionale Berichterstattung 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Konzernumsatz 2019</a> Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf Standorte</a>   <a href="#">Beiersdorf Unternehmensbereiche</a>																																				
102-7	Größe der Organisation	++	2019 verkauften wir um die 4 Milliarden Verbrauchereinheiten weltweit. Geschäftsbericht: <a href="#">Menschen bei Beiersdorf 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Zehnjahresübersicht 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Ertragslage Consumer 2019</a> Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf Standorte</a>																																				
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	++	<table> <thead> <tr> <th></th><th>Mitarbeiter gesamt</th><th>Davon befristete Verträge*</th><th>Frauenanteil Mitarbeiter gesamt</th><th>Männeranteil Mitarbeiter gesamt</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Deutschland</td><td>4.143</td><td>510</td><td>49%</td><td>51%</td></tr> <tr> <td>Europa (exkl. Deutschland)</td><td>4.098</td><td>333</td><td>61%</td><td>39%</td></tr> <tr> <td>Nordamerika</td><td>818</td><td>2</td><td>58%</td><td>42%</td></tr> <tr> <td>Lateinamerika</td><td>2.182</td><td>18</td><td>55%</td><td>45%</td></tr> <tr> <td>Afrika/Asien/Australien</td><td>4.487</td><td>592</td><td>50%</td><td>50%</td></tr> <tr> <td><b>Gesamt</b></td><td><b>15.728</b></td><td><b>1.455</b></td><td><b>54 %</b></td><td><b>46 %</b></td></tr> </tbody> </table> <p>* Mitarbeiter mit einem befristeten Vertrag (unabhängig von der Laufzeit)</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. Saisonale Schwankungen: Es liegen keine signifikanten Schwankungen hinsichtlich der Anzahl der Angestellten vor.</p>		Mitarbeiter gesamt	Davon befristete Verträge*	Frauenanteil Mitarbeiter gesamt	Männeranteil Mitarbeiter gesamt	Deutschland	4.143	510	49%	51%	Europa (exkl. Deutschland)	4.098	333	61%	39%	Nordamerika	818	2	58%	42%	Lateinamerika	2.182	18	55%	45%	Afrika/Asien/Australien	4.487	592	50%	50%	<b>Gesamt</b>	<b>15.728</b>	<b>1.455</b>	<b>54 %</b>	<b>46 %</b>	6
	Mitarbeiter gesamt	Davon befristete Verträge*	Frauenanteil Mitarbeiter gesamt	Männeranteil Mitarbeiter gesamt																																			
Deutschland	4.143	510	49%	51%																																			
Europa (exkl. Deutschland)	4.098	333	61%	39%																																			
Nordamerika	818	2	58%	42%																																			
Lateinamerika	2.182	18	55%	45%																																			
Afrika/Asien/Australien	4.487	592	50%	50%																																			
<b>Gesamt</b>	<b>15.728</b>	<b>1.455</b>	<b>54 %</b>	<b>46 %</b>																																			
102-9	Lieferkette	+	Bei Beiersdorf haben wir uns zu wettbewerbsfähigem und nachhaltigem Wachstum verpflichtet. Wir stärken unsere weltweite Position, indem wir systematisch in den Ausbau unserer Produktionsstandorte und -kapazitäten investieren. Zu den wichtigsten Projekten, die wir 2019 in diesem Bereich umgesetzt haben, gehörten der Ausbau unserer Werke in Indien, Thailand, Brasilien und Spanien. Alle diese Bemühungen sind Ausdruck für unser konsequentes Engagement für Nachhaltigkeit in den einzelnen Regionen. Im Rahmen unserer C.A.R.E.+ Strategie konzentrieren wir uns noch stärker auf die Bedürfnisse der lokalen Verbraucher. Unsere 17 Produktionsstandorte (PCs) befinden sich in den Regionen Europa, Amerika, Naher Osten (inklusive Afrika) sowie Asien-Pazifik und produzieren hauptsächlich für ihre lokalen und regionalen Märkte. Die Hauptaktivitäten an unseren Produktionsstandorten sind Herstellung und Abfüllung. Das Produktionsnetzwerk wird durch ausgewählte Fertigwarenlieferanten (3PMs) ergänzt. Primärmaterialien werden direkt von unseren Lieferanten bezogen. Um den Konsumentenbedarf zu erfüllen und die Agilität unserer Lieferkette zu steigern, führen wir laufend Analysen des Produktions- und Distributionsnetzwerks durch und aktualisieren stets unser Lieferantennetzwerk. Wir überprüfen ebenso ständig unser Netzwerk von Fertigwarenerstellern, um sicherzustellen, dass wir die lokalen Anforderungen effektiv und effizient erfüllen. Unsere Produktionsstandorte und 3PMs liefern die Fertigwaren über ein Netzwerk von Lagerhäusern und Distributionszentren an unsere Kunden. Produktkonfektionierungen („Copacking“) werden hauptsächlich in den Lagerbetrieb integriert. Lager- und Transportaktivitäten werden als Dienstleistungen eingekauft. Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette																																				
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	++	Geschäftsbericht: <a href="#">Beiersdorf Geschäft und Strategie 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Kapital Struktur 2019</a>   <a href="#">Anteilsbesitzliste der Beiersdorf AG 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Akquisitionen und Divestments 2019</a>																																				
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	++	Seite c-13, Kapitel Risikomanagement Geschäftsbericht: <a href="#">Beiersdorf Risikobericht 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Risiken und Grundsätze Risikomanagement 2019</a>																																				

Angabe	GRI Standardinformation	Status <sup>1</sup>	Referenz	UNGC
102-12	Externe Initiativen	++	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charta der Vielfalt</li> <li>• Deutscher Corporate Governance Kodex (DCGK)</li> <li>• „Partnerschaft für Luftgüter und schadstoffarme Mobilität der Stadt Hamburg“</li> <li>• Initiative „Responsible Care“ des Verbands der Chemischen Industrie (VCI)</li> <li>• Zehn Prinzipien des United Nations Global Compact (UNGC)</li> <li>• Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)</li> <li>• OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen</li> <li>• Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen</li> <li>• Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDG)</li> </ul>	
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	++	<p>Organisationen mit Fokus auf Nachhaltigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AIM-PROGRESS</li> <li>• European Aerosol Federation (FEA)</li> <li>• Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP)</li> <li>• Global Shea Alliance (GSA)</li> <li>• Green Chemistry and Commerce Council (GC3)</li> <li>• Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)</li> <li>• Supplier Ethical Data Exchange (Sedex)</li> <li>• Sustainable Packaging Coalition (SPC)</li> <li>• Einheits Nations Global Compact (UNGC)</li> <li>• Wirtschaft. Initiative. Engagement. (WIE)</li> </ul> <p>Branchenverbände in der Kosmetikindustrie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cosmetics Europe</li> <li>• Consumer Goods Forum (CGF)</li> <li>• European Brands Association (AIM)</li> <li>• European Partnership on Alternative Approaches to Animal Testing (EPAA)</li> <li>• Verband der Chemischen Industrie (VCI)</li> <li>• Industrie Gemeinschaft Aerosole e.V. (IGA)</li> <li>• Industrieverband Körperpflege und Waschmittel (IKW)</li> </ul>	
<b>STRATEGIE</b>				
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	++	<u>Vorwort</u>	
<b>ETHIK UND INTEGRITÄT</b>				
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	++	Seite c-13, Kapitel Compliance Management und Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf_ Unsere_Core_Values</a>   <a href="#">Beiersdorf_Compliance-Leitlinien</a>   <a href="#">Beiersdorf_Code_of_Conduct</a>	10
<b>UNTERNEHMENSFÜHRUNG</b>				
102-18	Führungsstruktur	++	Geschäftsbericht: <a href="#">Beiersdorf_Corporate_Governance_Bericht_2019</a> Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf_Führungsstruktur</a>   <a href="#">Beiersdorf_Erklärung_Unternehmensführung</a>	
<b>EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN</b>				
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	++	Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Stakeholder_Engagement</a>	
102-41	Tarifverträge	++	Bei der Beiersdorf AG sind 49% (2018: 49%) der Angestellten Tarifmitarbeiter, 42% (2018: 42%) sind außertariflich angestellt. Die verbleibenden 9% (2018: 9%) sind Führungskräfte. Innerhalb Europas dienen die Leitlinien des „European Dialogue“ als Grundlage für vertrauensvolle Zusammenarbeit.	3
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	++	Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Stakeholder_Engagement</a>	
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	+	Seite c-9, Kapitel Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Stakeholder_Engagement</a>	
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	+	Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf_Aktuelle_Fragen</a>	
<b>VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG</b>				
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	++	Geschäftsbericht: <a href="#">Anteilsbesitzliste_der_Beiersdorf_AG_2019</a> Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf_Standorte</a>	
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	++	Seite c-12, Kapitel Materialitätsanalyse	
102-47	Liste der wesentlichen Themen	++	Seite c-12, Kapitel Materialitätsanalyse	
102-48	Neudarstellung von Informationen	+	Das COPPERTONE Geschäft, das seit 1. September 2019 zum Beiersdorf Consumer-Segment gehört, ist seitdem im Nachhaltigkeitsbericht 2019 berücksichtigt. Der Produktionsstandort Wuhan wird bis 31. Oktober 2019 von Beiersdorf betrieben, daher ist es bis Ende Oktober im Nachhaltigkeitsbericht 2019 berücksichtigt.	
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	++	Es gab keine Änderungen bei den wesentlichen Aspekten. Im Jahr 2019 wurden erstmals Scope-3-Emissionen berichtet und geprüft.	
102-50	Berichtszeitraum	++	Der Berichtszeitraum ist das Kalenderjahr 2019.	
102-51	Datum des letzten Berichts	++	Unser letzter Nachhaltigkeitsbericht 2018 sowie der ergänzende GRI Content Index wurden im März 2019 veröffentlicht.	
102-52	Berichtszyklus	++	Die Beiersdorf AG verfolgt einen jährlichen Reportingzyklus.	
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	++	Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf_Nachhaltigkeit_Organisatorische_Verankerung_Kontakt</a>	



Angabe	GRI Standardinformation	Status <sup>1</sup>	Referenz	UNGC
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI Standards	++	Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit der Option „Kern“ erstellt.	
102-55	GRI-Inhaltsindex	++	Seite c-67, Kapitel GRI Content Index 2019	
102-56	Externe Prüfung	++	<a href="#">Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit</a>	

## 200: ÖKONOMISCHE ANGABEN

### GRI 201: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG

Managementansatz		++	<a href="#">Geschäftsbericht (Titelseite)</a>	
Wirtschaftliche Leistung				
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	++	<a href="#">Geschäftsbericht: Beiersdorf Kennzahlen im Überblick 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Ertragslage 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Regionale Berichterstattung 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Erläuterungen Gewinn und Verlustrechnung 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Personalaufwand 2019</a>	
201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	+	Die Folgen des Klimawandels bergen für Beiersdorf ähnliche Risiken und Chancen wie für die gesamte Kosmetikindustrie. Diese Risiken reichen von klimabedingter Ressourcenknappheit bei nachwachsenden Einsatzstoffen infolge von Naturkatastrophen, die unsere Lieferkette stören, bis hin zu regulatorischen Risiken wie der CO <sub>2</sub> e-Bepreisung, die sich negativ auf unsere Kostenbasis auswirken kann. Chancen ergeben sich hauptsächlich aus neu aufkommenden oder gestiegenen Verbraucheranforderungen. Wir begegnen diesen Chancen und Risiken im Rahmen unserer C.A.R.E.+ Strategie in unseren Roadmaps in Richtung Kreislaufwirtschaft und positiver CO <sub>2</sub> e-Bilanz sowie durch unseren konzernweiten Risikomanagementprozess.	7
201-3	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	++	Geschäftsbericht: <a href="#">Beiersdorf Pensionsrückstellungen 2019</a>	
201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	++	Es gab keine wesentliche finanzielle Unterstützung vonseiten der Regierung im Jahr 2019.	

### GRI 205: KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

Managementansatz		++	Seite c-13, Kapitel Compliance Management	10
Korruptionsbekämpfung			Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf Unsere Core Values</a>   <a href="#">Beiersdorf Compliance-Leitlinien</a>   <a href="#">Beiersdorf Code of Conduct</a>	
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	+	Als zentrales Element unseres Compliance-Management-Systems werden regelmäßig „Compliance Risk Assessments“ (CRA) durchgeführt. Die Beurteilung der Compliance-Risiken ist Grundvoraussetzung für die Entwicklung eines angemessenen Compliance-Programms. Korruption ist eines der zentralen Compliance-Risiken, die wir im Rahmen unserer CRA identifiziert haben. Wenngleich das Geschäftsmodell von Beiersdorf nicht sehr anfällig für Korruption ist, wurden korruptionsbezogene Risiken identifiziert, hauptsächlich in Verbindung mit der Gründung neuer Unternehmen, Geschenken und Einladungen an/von Geschäftspartnern und Kontakt mit Amtsträgern. Seite c-13, Kapitel Compliance Management	10
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	+	In einzelnen risikobehafteten Fällen, in denen unter Umständen ein Risiko vorliegt, werden Geschäftspartner über unsere Richtlinien und Verfahren zur Bekämpfung von Korruption informiert. Es wurde noch kein standardisiertes Verfahren für die Kommunikation an Geschäftspartner eingeführt. Unser Verhaltenskodex für Lieferanten (Lieferanten-Code of Conduct, CoC) beinhaltet jedoch Vorschriften im Bereich der Korruptionsbekämpfung. Richtlinien und Verfahren zur Bekämpfung von Korruption im Rahmen des Beiersdorf Korruptionsbekämpfungsprogramms wurden den Mitgliedern der weltweiten Kontrollorgane in vollem Umfang kommuniziert. Unsere weltweiten Beschäftigten wurden umfassend über die Richtlinien und Verfahren zur Bekämpfung von Korruption informiert. Konzernweit wurden Schulungen zum Thema Korruptionsprävention im Rahmen des Beiersdorf Antikorruptionsprogramms durchgeführt. Seite c-13, Kapitel Compliance Management	10
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	+	Die Einhaltung geltender Gesetze, Verordnungen und anderer Vorschriften ist das Fundament unserer Managementgrundsätze sowie unserer Unternehmenswerte Trust und Care. Aus Gründen der Vertraulichkeit machen wir keine Angaben zu etwaigen Korruptionsvorfällen, Strafen oder Kündigungen. Geschäftsbericht: <a href="#">Beiersdorf Risikobericht 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Sonstige Finanzielle Verpflichtungen 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Sonstige Rückstellungen 2019</a>	10

### GRI 206: WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN

Managementansatz		++	Seite c-13, Kapitel Compliance Management	
Wettbewerbswidriges Verhalten			Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf Unsere Core Values</a>   <a href="#">Beiersdorf Compliance-Leitlinien</a>   <a href="#">Beiersdorf Code of Conduct</a>	
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	+	Die Einhaltung geltender Gesetze, Verordnungen und anderer Vorschriften ist das Fundament unserer Managementgrundsätze sowie unserer Unternehmenswerte Trust und Care. Aus Gründen der Vertraulichkeit machen wir keine Angaben zu etwaigen kartellrechtlichen Verfahren. Geschäftsbericht: <a href="#">Beiersdorf Risikobericht 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Sonstige Finanzielle Verpflichtungen 2019</a>   <a href="#">Beiersdorf Sonstige Rückstellungen 2019</a>	

Angabe	GRI Standardinformation	Status <sup>1</sup>	Referenz	UNGC
--------	-------------------------	---------------------	----------	------

### 300: ÖKOLOGISCHE ANGABEN

#### GRI 301: MATERIALIEN

Managementansatz Materialien	++	Seite c-20, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products	7, 8, 9
------------------------------	----	--	---------

301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	+	<b>Materialeinsatz</b>		Einheit	7, 8, 9	
			<b>Verpackungsmaterialien</b>		177.698		t
			<b>Nicht erneuerbare Verpackungsmaterialien</b>		149.842		t
			Glas	53.117	t		
			Weißblech	68	t		
			Aluminium/Andere Metalle	20.247	t		
			Plastik	69.692	t		
			Kartonverbund für flüssige oder pastöse Produkte	6.718	t		
			<b>Nachwachsende Verpackungsmaterialien</b>	27.856	t		
			Papier/Pappe/Karton	27.856	t		

#### GRI 302: ENERGIE

Managementansatz Energie	++	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel	7, 8, 9
--------------------------	----	--	---------

302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	++	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel	7, 8, 9
-------	---	----	--	---------

##### Scope 1

##### Stationäre direkte Energie

	PCs	Bürostandorte*	Einheit
Erdgas	428.227,62	92.000,05	GJ
Flüssiggas (stationärer Verbrauch)	9.319,24	552,90	GJ
Benzin (für Generatoren)	0,00	0,00	GJ
Diesel (für Generatoren)	4.690,88	2.193,76	GJ
Heizöl	0,00	220,94	GJ
Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern	0,00	0,00	GJ
Eigenerzeugte Energie aus erneuerbaren Quellen	6.091,48	1.173,02	GJ
<b>Gesamt</b>	<b>448.329,22</b>	<b>96.140,67</b>	<b>GJ</b>

##### Scope 1

##### Mobile Energie

	PCs	Bürostandorte	Einheit
Kraftstoff aus nicht erneuerbaren Energieträgern	8.371,05	147.172,84	GJ
Kraftstoff aus erneuerbaren Energieträgern	686,44	9.651,74	GJ
<b>Gesamt</b>	<b>9.057,49</b>	<b>156.824,58</b>	<b>GJ</b>

##### Scope 2

##### Stationäre indirekte Energie

	PCs	Bürostandorte	Einheit
Eingekaufter Strom	405.313,96	59.582,50	GJ
Fernwärme	0,00	1.897,04	GJ
Eingekaufter Dampf	22.633,70	0,00	GJ
Fernkälte	0,00	795,60	GJ
<b>Gesamt</b>	<b>427.947,66</b>	<b>62.275,15</b>	<b>GJ</b>

302-2	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	+	Aus der Tabelle geht unser Scope-3-Energieverbrauch für die ausgelagerte Fertigwarenproduktion und den Fertigwarentransport hervor. Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel	7, 8, 9
-------	---	---	---	---------

##### 3PMs

	Einheit
Stationärer Energieverbrauch	421.907 GJ

##### Beiersdorf

	Einheit
Energieverbrauch Fertigwarentransport (EcoTransIT)	1.410.366 GJ

302-3	Energieintensität	++	Die Ergebnisse beziehen sich auf Scope-1- und Scope-2-Energieverbräuche, die unter 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation ausgewiesen wurden. Die Bezugsgröße (Nenner der Verhältniszahl) wird in den Tabellen gezeigt.	7, 8, 9
-------	-------------------	----	---	---------

##### PCs

	Einheit
Direkte Energie/1.000 Produktionseinheiten	154,86 MJ
Indirekte Energie/1.000 Produktionseinheiten	147,82 MJ
<b>Energie/1.000 Produktionseinheiten</b>	<b>302,67 MJ</b>

\* Die Bürostandorte beziehen immer LA PRAIRIE mit ein.

Angabe	GRI Standardinformation	Status¹	Referenz	UNGC																																													
GRI 303: WASSER																																																	
Managementansatz Wasser		++	Seite c-40, Kapitel Wasser	7, 8, 9																																													
303-1	Wasserentnahme nach Quelle	+	Beiersdorf nutzt kein Abwasser von anderen Organisationen, daher ist dieser Punkt unten nicht aufgeführt.  <table><tr><td colspan="2">Wasserentnahme (Primärdaten)</td><td>PCs</td><td>Einheit</td></tr><tr><td colspan="2">Städtische Wasserversorgungen oder Wasserversorgungsunternehmen</td><td>1.593.546,39</td><td>m³</td></tr><tr><td colspan="2">Grundwasser</td><td>72.496,00</td><td>m³</td></tr><tr><td colspan="2">Regenwasser</td><td>0</td><td>m³</td></tr><tr><td colspan="2">Oberflächenwasser</td><td>0</td><td>m³</td></tr><tr><td colspan="2">Gesamt</td><td>1.666.042,39</td><td>m³</td></tr></table>	Wasserentnahme (Primärdaten)		PCs	Einheit	Städtische Wasserversorgungen oder Wasserversorgungsunternehmen		1.593.546,39	m³	Grundwasser		72.496,00	m³	Regenwasser		0	m³	Oberflächenwasser		0	m³	Gesamt		1.666.042,39	m³	7, 8, 9																					
Wasserentnahme (Primärdaten)		PCs	Einheit																																														
Städtische Wasserversorgungen oder Wasserversorgungsunternehmen		1.593.546,39	m³																																														
Grundwasser		72.496,00	m³																																														
Regenwasser		0	m³																																														
Oberflächenwasser		0	m³																																														
Gesamt		1.666.042,39	m³																																														
303-2	Durch Wasserentnahme erheblich beeinträchtigte Wasserquellen	+	Seite c-40, Kapitel Wasser	7, 8, 9																																													
303-3	Abwasserrückgewinnung und -wiederverwendung	+	In der Tabelle sind die Mengen an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser für unsere Produktion angegeben, basierend auf Primärdaten.  <table><tr><td colspan="2">PCs (Primärdaten)</td><td>PCs</td><td>Einheit</td></tr><tr><td colspan="2">Wieder zugeführtes und wiederverwendetes Wasser</td><td>71.328,00</td><td>m³</td></tr><tr><td colspan="2">Prozentualer Anteil an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser</td><td>4,28</td><td>%</td></tr></table>	PCs (Primärdaten)		PCs	Einheit	Wieder zugeführtes und wiederverwendetes Wasser		71.328,00	m³	Prozentualer Anteil an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser		4,28	%	7, 8, 9																																	
PCs (Primärdaten)		PCs	Einheit																																														
Wieder zugeführtes und wiederverwendetes Wasser		71.328,00	m³																																														
Prozentualer Anteil an wieder zugeführtem und wiederverwendetem Wasser		4,28	%																																														
GRI 304: BIODIVERSITÄT																																																	
Managementansatz Biodiversität		++	Seite c-20, Kapitel Unser Engagement im Bereich Products, Seite c-22, Kapitel Rohstoffe und Verpackungen																																														
304-1	Eigene, gemietete und verwaltete Betriebsstandorte, die sich in oder neben geschützten Gebieten und Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von geschützten Gebieten befinden	++	Keiner unserer Standorte befindet sich in oder in der Nähe von Schutzgebieten oder Gebieten mit hoher Artenvielfalt außerhalb von Schutzgebieten.																																														
304-2	Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	+	Seite c-4, Kapitel Unsere Strategie Seite c-19, Kapitel Products Seite c-22, Kapitel Rohstoffe und Verpackungen																																														
304-3	Geschützte oder renaturierte Lebensräume	+	Seite c-22, Kapitel Rohstoffe und Verpackungen																																														
304-4	Arten auf der Roten Liste der Weltnaturschutzunion (IUCN) und auf nationalen Listen geschützter Arten, die ihren Lebensraum in Gebieten haben, die von Geschäftstätigkeiten betroffen sind	++	Durch die Geschäftstätigkeit von Beiersdorf sind keine Arten auf der Roten Liste der IUCN betroffen.																																														
GRI 305: EMISSIONEN																																																	
Managementansatz Emissionen		++	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel	7, 8, 9																																													
305-1	Direkte GHG-Emissionen (Scope 1)	+	Scope-1-GHG-Emissionen (eigene Produktion, geleaste und eigene Büroräume, einschließlich eigener Warenlager) unter Bezugnahme auf die unter 302-1 ausgewiesenen direkten Energieverbräuche. Emissionen von Firmenwagen basieren auf dem Kraftstoffverbrauch (siehe 302-1). Die Mengen werden in Kohlenstoffäquivalenten ausgewiesen und basieren auf Primärdaten (ohne Hochrechnung). Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel  <table><tr><td colspan="2">Scope 1 – GHG-Emissionen stationäre direkte Energie</td><td>PCs</td><td>Bürostandorte</td><td>Einheit</td></tr><tr><td colspan="2">Erdgas</td><td>24.089,86</td><td>5.175,44</td><td>tCO₂e</td></tr><tr><td colspan="2">Flüssiggas (stationärer Verbrauch)</td><td>589,49</td><td>34,97</td><td>tCO₂e</td></tr><tr><td colspan="2">Benzin (für Generatoren)</td><td>0</td><td>0</td><td>tCO₂e</td></tr><tr><td colspan="2">Diesel (für Generatoren)</td><td>349,61</td><td>163,50</td><td>tCO₂e</td></tr><tr><td colspan="2">Heizöl</td><td>0</td><td>16,47</td><td>tCO₂e</td></tr><tr><td colspan="2">Gesamt</td><td>25.028,95</td><td>5.390,38</td><td>tCO₂e</td></tr></table> <table><tr><td colspan="2">Scope 1 – GHG-Emissionen mobile Energie</td><td>PCs</td><td>Bürostandorte</td><td>Einheit</td></tr><tr><td colspan="2">Emissionen von Firmenfahrzeugen</td><td>635,51</td><td>11.219,80</td><td>tCO₂e</td></tr></table>	Scope 1 – GHG-Emissionen stationäre direkte Energie		PCs	Bürostandorte	Einheit	Erdgas		24.089,86	5.175,44	tCO₂e	Flüssiggas (stationärer Verbrauch)		589,49	34,97	tCO₂e	Benzin (für Generatoren)		0	0	tCO₂e	Diesel (für Generatoren)		349,61	163,50	tCO₂e	Heizöl		0	16,47	tCO₂e	Gesamt		25.028,95	5.390,38	tCO₂e	Scope 1 – GHG-Emissionen mobile Energie		PCs	Bürostandorte	Einheit	Emissionen von Firmenfahrzeugen		635,51	11.219,80	tCO₂e	7, 8, 9
Scope 1 – GHG-Emissionen stationäre direkte Energie		PCs	Bürostandorte	Einheit																																													
Erdgas		24.089,86	5.175,44	tCO₂e																																													
Flüssiggas (stationärer Verbrauch)		589,49	34,97	tCO₂e																																													
Benzin (für Generatoren)		0	0	tCO₂e																																													
Diesel (für Generatoren)		349,61	163,50	tCO₂e																																													
Heizöl		0	16,47	tCO₂e																																													
Gesamt		25.028,95	5.390,38	tCO₂e																																													
Scope 1 – GHG-Emissionen mobile Energie		PCs	Bürostandorte	Einheit																																													
Emissionen von Firmenfahrzeugen		635,51	11.219,80	tCO₂e																																													

Angabe	GRI Standardinformation	Status <sup>1</sup>	Referenz	UNGC																																																																
305-2	Indirekte energiebedingte GHG-Emissionen (Scope 2)	+	<p>Scope-2-GHG-Emissionen (eigene Produktion, geleaste und eigene Büroräume, einschließlich eigener Warenlager, geleaste und eigene Fahrzeuge) unter Bezugnahme auf die unter 302-1 ausgewiesenen indirekten Energieverbräuche. Die Mengen werden in Kohlenstoffäquivalenten ausgewiesen und basieren auf Primärdaten (ohne Hochrechnung).</p> <p>Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel</p> <table><tr><th colspan="4">Scope 2 („market-based“) – GHG-Emissionen</th></tr><tr><th></th><th>PCs</th><th>Bürostandorte</th><th>Einheit</th></tr><tr><td>Eingekaufter Strom</td><td>0</td><td>0</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Fernwärme</td><td>0</td><td>126,94</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Eingekaufter Dampf</td><td>1.265,10</td><td>0</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Fernkälte</td><td>0</td><td>3,15</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Emissionen von elektronischen Firmenfahrzeugen</td><td>0</td><td>0</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td><b>Gesamt</b></td><td><b>1.265,10</b></td><td><b>130,10</b></td><td><b>tCO<sub>2</sub>e</b></td></tr></table> <table><tr><th colspan="4">Scope 2 („location-based“) – GHG-Emissionen</th></tr><tr><th></th><th>PCs</th><th>Bürostandorte</th><th>Einheit</th></tr><tr><td>Eingekaufter Strom</td><td>51.874,23</td><td>6.794,05</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Fernwärme</td><td>0</td><td>126,94</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Eingekaufter Dampf</td><td>1.265,10</td><td>0</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Fernkälte</td><td>0</td><td>3,15</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Emissionen von elektronischen Firmenfahrzeugen</td><td>70,34</td><td>0</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td><b>Gesamt</b></td><td><b>53.209,67</b></td><td><b>6.924,15</b></td><td><b>tCO<sub>2</sub>e</b></td></tr></table>	Scope 2 („market-based“) – GHG-Emissionen					PCs	Bürostandorte	Einheit	Eingekaufter Strom	0	0	tCO <sub>2</sub> e	Fernwärme	0	126,94	tCO <sub>2</sub> e	Eingekaufter Dampf	1.265,10	0	tCO <sub>2</sub> e	Fernkälte	0	3,15	tCO <sub>2</sub> e	Emissionen von elektronischen Firmenfahrzeugen	0	0	tCO <sub>2</sub> e	<b>Gesamt</b>	<b>1.265,10</b>	<b>130,10</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	Scope 2 („location-based“) – GHG-Emissionen					PCs	Bürostandorte	Einheit	Eingekaufter Strom	51.874,23	6.794,05	tCO <sub>2</sub> e	Fernwärme	0	126,94	tCO <sub>2</sub> e	Eingekaufter Dampf	1.265,10	0	tCO <sub>2</sub> e	Fernkälte	0	3,15	tCO <sub>2</sub> e	Emissionen von elektronischen Firmenfahrzeugen	70,34	0	tCO <sub>2</sub> e	<b>Gesamt</b>	<b>53.209,67</b>	<b>6.924,15</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	7, 8, 9
Scope 2 („market-based“) – GHG-Emissionen																																																																				
	PCs	Bürostandorte	Einheit																																																																	
Eingekaufter Strom	0	0	tCO <sub>2</sub> e																																																																	
Fernwärme	0	126,94	tCO <sub>2</sub> e																																																																	
Eingekaufter Dampf	1.265,10	0	tCO <sub>2</sub> e																																																																	
Fernkälte	0	3,15	tCO <sub>2</sub> e																																																																	
Emissionen von elektronischen Firmenfahrzeugen	0	0	tCO <sub>2</sub> e																																																																	
<b>Gesamt</b>	<b>1.265,10</b>	<b>130,10</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>																																																																	
Scope 2 („location-based“) – GHG-Emissionen																																																																				
	PCs	Bürostandorte	Einheit																																																																	
Eingekaufter Strom	51.874,23	6.794,05	tCO <sub>2</sub> e																																																																	
Fernwärme	0	126,94	tCO <sub>2</sub> e																																																																	
Eingekaufter Dampf	1.265,10	0	tCO <sub>2</sub> e																																																																	
Fernkälte	0	3,15	tCO <sub>2</sub> e																																																																	
Emissionen von elektronischen Firmenfahrzeugen	70,34	0	tCO <sub>2</sub> e																																																																	
<b>Gesamt</b>	<b>53.209,67</b>	<b>6.924,15</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>																																																																	
305-3	Sonstige indirekte GHG-Emissionen (Scope 3)	+	<p>Scope-3-GHG-Emissionen 2019 (Verpackungsmaterialien, Rohstoffe, ausgelagerte Fertigwarenproduktion, Fertigwarentransport und Geschäftsreisen). Die Mengen werden in Kohlenstoffäquivalenten ausgewiesen und basieren auf Primärdaten (ohne Hochrechnung).</p> <p>Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel</p> <table><tr><th colspan="2">Scope 3 – GHG-Emissionen Beiersdorf</th><th>Einheit</th></tr><tr><td>Verpackungsmaterialien</td><td>436.743</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Rohstoffe</td><td>271.278</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>3PMs stationärer Energieverbrauch</td><td>38.027</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Fertigwarentransport</td><td>104.136</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Geschäftsreisen (inkl. LA PRAIRIE)</td><td>18.750</td><td>tCO<sub>2</sub>e</td></tr></table>	Scope 3 – GHG-Emissionen Beiersdorf		Einheit	Verpackungsmaterialien	436.743	tCO <sub>2</sub> e	Rohstoffe	271.278	tCO <sub>2</sub> e	3PMs stationärer Energieverbrauch	38.027	tCO <sub>2</sub> e	Fertigwarentransport	104.136	tCO <sub>2</sub> e	Geschäftsreisen (inkl. LA PRAIRIE)	18.750	tCO <sub>2</sub> e	7, 8, 9																																														
Scope 3 – GHG-Emissionen Beiersdorf		Einheit																																																																		
Verpackungsmaterialien	436.743	tCO <sub>2</sub> e																																																																		
Rohstoffe	271.278	tCO <sub>2</sub> e																																																																		
3PMs stationärer Energieverbrauch	38.027	tCO <sub>2</sub> e																																																																		
Fertigwarentransport	104.136	tCO <sub>2</sub> e																																																																		
Geschäftsreisen (inkl. LA PRAIRIE)	18.750	tCO <sub>2</sub> e																																																																		
305-4	Intensität der GHG-Emissionen	+	<p>Alle in ein Verhältnis gesetzten Angaben basieren auf tatsächlich gemessenen Daten.</p> <table><tr><th colspan="2">PCs</th><th>Einheit</th></tr><tr><td>Direkte Energie/1.000 Produktionseinheiten</td><td>8,86</td><td>kg CO<sub>2</sub>e</td></tr><tr><td>Indirekte Energie/1.000 Produktionseinheiten</td><td>0,44</td><td>kg CO<sub>2</sub>e</td></tr></table>	PCs		Einheit	Direkte Energie/1.000 Produktionseinheiten	8,86	kg CO <sub>2</sub> e	Indirekte Energie/1.000 Produktionseinheiten	0,44	kg CO <sub>2</sub> e																																																								
PCs		Einheit																																																																		
Direkte Energie/1.000 Produktionseinheiten	8,86	kg CO <sub>2</sub> e																																																																		
Indirekte Energie/1.000 Produktionseinheiten	0,44	kg CO <sub>2</sub> e																																																																		
305-5	Senkung der GHG-Emissionen	+	Seite c-34, Kapitel Unser Engagement im Bereich Planet und unser Klimaziel	7, 8, 9																																																																
<b>GRI 306: ABWASSER UND ABFALL</b>																																																																				
Managementansatz Abwasser und Abfall		+	Seite c-39, Kapitel Abfall und Seite c-40, Kapitel Wasser	7, 8, 9																																																																
306-1	Abwassereinleitung 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. Die Methoden unserer internen Abwasserbehandlungsanlagen erfüllen die lokalen gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich der Parameter zur Abwassereinleitung.</p> <table><tr><th colspan="3">Abwassereinleitung nach Einleitungsort</th><th>PCs</th><th>Einheit</th></tr><tr><td>Städtische Wasserversorgung</td><td></td><td></td><td>777.975</td><td>m<sup>3</sup></td></tr><tr><td>Oberflächenwasser</td><td></td><td></td><td>43.337</td><td>m<sup>3</sup></td></tr><tr><td>Bewässerung</td><td></td><td></td><td>33.011</td><td>m<sup>3</sup></td></tr><tr><td>Weitere</td><td></td><td></td><td>1.731</td><td>m<sup>3</sup></td></tr><tr><td><b>Gesamt</b></td><td></td><td></td><td><b>856.054</b></td><td><b>m<sup>3</sup></b></td></tr></table> <table><tr><th colspan="3">Abwassereinleitung nach Qualität, einschließlich Behandlungsverfahren</th><th>PCs</th><th>Einheit</th></tr><tr><td>Fest/Flüssig-Trennung mit internen Öl- oder Fettabseichern</td><td></td><td></td><td>47.656</td><td>m<sup>3</sup></td></tr><tr><td>Fest/Flüssig-Trennung mit interner Abwasser-aufbereitungsanlage</td><td></td><td></td><td>904.114</td><td>m<sup>3</sup></td></tr><tr><td>Umkehrosmose/Ultrafiltration oder Membranfiltration</td><td></td><td></td><td>208.848</td><td>m<sup>3</sup></td></tr><tr><td><b>Gesamt</b></td><td></td><td></td><td><b>1.160.618</b></td><td><b>m<sup>3</sup></b></td></tr></table>	Abwassereinleitung nach Einleitungsort			PCs	Einheit	Städtische Wasserversorgung			777.975	m <sup>3</sup>	Oberflächenwasser			43.337	m <sup>3</sup>	Bewässerung			33.011	m <sup>3</sup>	Weitere			1.731	m <sup>3</sup>	<b>Gesamt</b>			<b>856.054</b>	<b>m<sup>3</sup></b>	Abwassereinleitung nach Qualität, einschließlich Behandlungsverfahren			PCs	Einheit	Fest/Flüssig-Trennung mit internen Öl- oder Fettabseichern			47.656	m <sup>3</sup>	Fest/Flüssig-Trennung mit interner Abwasser-aufbereitungsanlage			904.114	m <sup>3</sup>	Umkehrosmose/Ultrafiltration oder Membranfiltration			208.848	m <sup>3</sup>	<b>Gesamt</b>			<b>1.160.618</b>	<b>m<sup>3</sup></b>	7, 8, 9									
Abwassereinleitung nach Einleitungsort			PCs	Einheit																																																																
Städtische Wasserversorgung			777.975	m <sup>3</sup>																																																																
Oberflächenwasser			43.337	m <sup>3</sup>																																																																
Bewässerung			33.011	m <sup>3</sup>																																																																
Weitere			1.731	m <sup>3</sup>																																																																
<b>Gesamt</b>			<b>856.054</b>	<b>m<sup>3</sup></b>																																																																
Abwassereinleitung nach Qualität, einschließlich Behandlungsverfahren			PCs	Einheit																																																																
Fest/Flüssig-Trennung mit internen Öl- oder Fettabseichern			47.656	m <sup>3</sup>																																																																
Fest/Flüssig-Trennung mit interner Abwasser-aufbereitungsanlage			904.114	m <sup>3</sup>																																																																
Umkehrosmose/Ultrafiltration oder Membranfiltration			208.848	m <sup>3</sup>																																																																
<b>Gesamt</b>			<b>1.160.618</b>	<b>m<sup>3</sup></b>																																																																



Angabe	GRI Standardinformation	Status <sup>1</sup>	Referenz	UNGC																												
306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	+	Unsere internen Standards für Abfallentsorgung bestimmen die Entsorgungsmethode der Abfälle, unter Berücksichtigung der lokalen gesetzlichen Anforderungen. Die aufgeführten Mengen basieren auf Rechnungen und Schätzungen unserer PCs und Bürostandorte.	7, 8, 9																												
<table><thead><tr><th></th><th>Ungefährliche Abfälle</th><th>Gefährliche Abfälle</th><th>Einheit</th></tr></thead><tbody><tr><td colspan="4"><b>PCs</b></td></tr><tr><td>Recycling</td><td>12.730</td><td>311</td><td>t</td></tr><tr><td>Deponierung</td><td>658</td><td>5</td><td>t</td></tr><tr><td>Kompostierung</td><td>196</td><td>0</td><td>t</td></tr><tr><td>Verbrennung</td><td>9.165</td><td>1.059</td><td>t</td></tr><tr><td><b>Gesamt</b></td><td><b>23.959</b></td><td><b>1.687</b></td><td><b>t</b></td></tr></tbody></table>						Ungefährliche Abfälle	Gefährliche Abfälle	Einheit	<b>PCs</b>				Recycling	12.730	311	t	Deponierung	658	5	t	Kompostierung	196	0	t	Verbrennung	9.165	1.059	t	<b>Gesamt</b>	<b>23.959</b>	<b>1.687</b>	<b>t</b>
	Ungefährliche Abfälle	Gefährliche Abfälle	Einheit																													
<b>PCs</b>																																
Recycling	12.730	311	t																													
Deponierung	658	5	t																													
Kompostierung	196	0	t																													
Verbrennung	9.165	1.059	t																													
<b>Gesamt</b>	<b>23.959</b>	<b>1.687</b>	<b>t</b>																													
<table><thead><tr><th></th><th>Einheit</th></tr></thead><tbody><tr><td><b>Beiersdorf</b></td><td></td></tr><tr><td>Fertigwarevernichtung</td><td>9.230,52 t</td></tr></tbody></table>						Einheit	<b>Beiersdorf</b>		Fertigwarevernichtung	9.230,52 t																						
	Einheit																															
<b>Beiersdorf</b>																																
Fertigwarevernichtung	9.230,52 t																															
306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen	++	Es kam zu keinen signifikanten Leckagen im Jahr 2019.	7, 8, 9																												
306-4	Transport von gefährlichem Abfall	++	Bei Beiersdorf unterliegt nur ein Teil der Fertigproduktabfälle der grenzüberschreitenden Entsorgung. Im Jahr 2019 transportierten wir 9.061 t gefährliche Fertigwaren gemäß der Definition des Basler Übereinkommens (Anhänge I, II, III und VIII) über internationale Grenzen hinweg.	7, 8, 9																												
<b>GRI 307: UMWELT-COMPLIANCE</b>																																
Managementansatz Umwelt-Compliance		++	Seite c-13, Kapitel Compliance Management, Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	7, 8, 9																												
307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	++	Es kam 2019 zu keinen signifikanten Bußgeldern oder nicht monetären Sanktionen wegen eines Verstoßes gegen Umweltgesetze und -vorschriften.	7, 8, 9																												
<b>GRI 308: UMWELTBEWERTUNG DER LIEFERANTEN</b>																																
Managementansatz Umweltbewertung der Lieferanten		++	Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	7, 8, 9																												
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	++	100 % unserer Lieferanten sind durch unser initiales Risiko-Screening abgedeckt. Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	7, 8, 9																												
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	+	2019 wurden keine Lieferantenbeziehungen aufgrund eines schwerwiegenden Verstoßes gegen unseren Lieferanten-CoC beendet. Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	7, 8, 9																												
<b>400: SOZIALE ANGABEN</b>																																
<b>GRI 401: BESCHÄFTIGUNG</b>																																
Managementansatz Beschäftigung		++	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf	6																												
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	+	Ganz gleich, wo auf der Welt wir tätig sind, unsere Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern geht weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. Wir bieten unseren Mitarbeitern umfassende zusätzliche betriebliche Leistungen, unabhängig von ihrer hierarchischen Stufe. Diese Leistungen sind in jeder Tochtergesellschaft unterschiedlich, aber insgesamt sehr umfangreich. Befristet angestellte Mitarbeiter erhalten Sach- und soziale Leistungen.	6																												
401-3	Elternzeit	++	Die Rückkehrquote an den Arbeitsplatz nach der Elternzeit liegt für Frauen sowie Männer bei 100 % (basierend auf allen Mitarbeitern der Hamburger Tochtergesellschaften, die 2019 aus der Elternzeit zurückgekommen sind). Die Verbleibsrate nach der Elternzeit liegt bei Frauen bei 95 % und bei Männern bei 97 % (Verbleibsrate berücksichtigt eine Minimaldauer von 12 Monaten bei Beiersdorf nach der Elternzeit; basierend auf Mitarbeitern, die aus der Elternzeit des Jahres 2018 wiedergekommen sind).	6																												
<table><thead><tr><th>Elternzeit</th><th>Mitarbeiteranzahl</th></tr></thead><tbody><tr><td><b>Anspruch auf Elternzeit</b></td><td><b>132</b></td></tr><tr><td>davon männliche Mitarbeiter</td><td>43</td></tr><tr><td>davon weibliche Mitarbeiter</td><td>89</td></tr><tr><td><b>In Anspruch genommene Elternzeit</b></td><td><b>102</b></td></tr><tr><td>davon männliche Mitarbeiter</td><td>18</td></tr><tr><td>davon weibliche Mitarbeiter</td><td>84</td></tr><tr><td><b>Nach der Elternzeit zurückgekehrte Mitarbeiter</b></td><td><b>126</b></td></tr><tr><td>davon männliche Mitarbeiter</td><td>38</td></tr><tr><td>davon weibliche Mitarbeiter</td><td>88</td></tr><tr><td><b>Nach der Elternzeit zurückgekehrte und nach 12 Monaten weiterbeschäftigte Mitarbeiter</b></td><td><b>141</b></td></tr><tr><td>davon männliche Mitarbeiter</td><td>58</td></tr><tr><td>davon weibliche Mitarbeiter</td><td>83</td></tr></tbody></table>					Elternzeit	Mitarbeiteranzahl	<b>Anspruch auf Elternzeit</b>	<b>132</b>	davon männliche Mitarbeiter	43	davon weibliche Mitarbeiter	89	<b>In Anspruch genommene Elternzeit</b>	<b>102</b>	davon männliche Mitarbeiter	18	davon weibliche Mitarbeiter	84	<b>Nach der Elternzeit zurückgekehrte Mitarbeiter</b>	<b>126</b>	davon männliche Mitarbeiter	38	davon weibliche Mitarbeiter	88	<b>Nach der Elternzeit zurückgekehrte und nach 12 Monaten weiterbeschäftigte Mitarbeiter</b>	<b>141</b>	davon männliche Mitarbeiter	58	davon weibliche Mitarbeiter	83		
Elternzeit	Mitarbeiteranzahl																															
<b>Anspruch auf Elternzeit</b>	<b>132</b>																															
davon männliche Mitarbeiter	43																															
davon weibliche Mitarbeiter	89																															
<b>In Anspruch genommene Elternzeit</b>	<b>102</b>																															
davon männliche Mitarbeiter	18																															
davon weibliche Mitarbeiter	84																															
<b>Nach der Elternzeit zurückgekehrte Mitarbeiter</b>	<b>126</b>																															
davon männliche Mitarbeiter	38																															
davon weibliche Mitarbeiter	88																															
<b>Nach der Elternzeit zurückgekehrte und nach 12 Monaten weiterbeschäftigte Mitarbeiter</b>	<b>141</b>																															
davon männliche Mitarbeiter	58																															
davon weibliche Mitarbeiter	83																															

Angabe	GRI Standardinformation	Status <sup>1</sup>	Referenz	UNGC																														
<b>GRI 402: ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS</b>																																		
Managementansatz Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis		++	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf	3																														
402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	+	Als Arbeitgeber informiert Beiersdorf die Arbeitnehmervertretungen gemäß Gesetz und den Vorschriften des Unternehmens regelmäßig über wesentliche betriebliche Veränderungen. In Deutschland informieren wir die Arbeitnehmervertreter zeitnah in den betreffenden Ausschüssen des Betriebsrats im Unternehmen. Was grenzüberschreitende Belange innerhalb Europas anbelangt, so sind unsere Beschäftigungsverhältnisse mit den Mitarbeitern durch die Leitlinien des „European Dialogue“ geregelt.	3																														
<b>GRI 403: ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ</b>																																		
Managementansatz Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		++	Seite c-56, Kapitel Arbeitsschutz	3																														
403-1	Repräsentation von Mitarbeitern in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	+	50-75% der Gesamtbelegschaft sind in offiziellen Gesundheits- und Sicherheitsausschüssen mit Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern vertreten. Seite c-56, Kapitel Arbeitsschutz	3																														
403-2	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, Abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle	+	<table><tr><th colspan="2">Globales Unfallreporting (Produktions- und Bürostandorte)</th><th>Einheit</th></tr><tr><td colspan="2">„Accident Frequency Rate“ (über 1 Million Arbeitsstunden)</td><td>1,32</td></tr><tr><td colspan="2">„GRI Accident Frequency Rate“ (über 200.000 Arbeitsstunden)</td><td>0,26</td></tr><tr><td colspan="2">Ausfallzeitquote (über 200.000 Arbeitsstunden)</td><td>5,35</td></tr><tr><td colspan="2">Abwesenheitsquote</td><td>0,02 %</td></tr><tr><td colspan="2">Wegeunfälle</td><td>134</td></tr><tr><td colspan="2">Todesfälle</td><td>0</td></tr><tr><td colspan="2">Anzahl der Arbeitsunfälle, die NICHT zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen</td><td>447</td></tr><tr><td colspan="2">Anzahl der Arbeitsunfälle, die zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen</td><td>37,0</td></tr><tr><td colspan="2">Festgelegte Arbeitszeit</td><td>601 Std.</td></tr></table>	Globales Unfallreporting (Produktions- und Bürostandorte)		Einheit	„Accident Frequency Rate“ (über 1 Million Arbeitsstunden)		1,32	„GRI Accident Frequency Rate“ (über 200.000 Arbeitsstunden)		0,26	Ausfallzeitquote (über 200.000 Arbeitsstunden)		5,35	Abwesenheitsquote		0,02 %	Wegeunfälle		134	Todesfälle		0	Anzahl der Arbeitsunfälle, die NICHT zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen		447	Anzahl der Arbeitsunfälle, die zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen		37,0	Festgelegte Arbeitszeit		601 Std.	
Globales Unfallreporting (Produktions- und Bürostandorte)		Einheit																																
„Accident Frequency Rate“ (über 1 Million Arbeitsstunden)		1,32																																
„GRI Accident Frequency Rate“ (über 200.000 Arbeitsstunden)		0,26																																
Ausfallzeitquote (über 200.000 Arbeitsstunden)		5,35																																
Abwesenheitsquote		0,02 %																																
Wegeunfälle		134																																
Todesfälle		0																																
Anzahl der Arbeitsunfälle, die NICHT zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen		447																																
Anzahl der Arbeitsunfälle, die zu Fehlzeiten von mehr als einem Arbeitstag führen		37,0																																
Festgelegte Arbeitszeit		601 Std.																																
403-3	Mitarbeiter mit einem hohen Auftreten von oder Risiko für Krankheiten, die mit ihrer beruflichen Tätigkeit in Verbindung stehen	++	Im Berichtszeitraum gab es bei uns keine Positionen, mit denen ein hohes Verletzungs- oder Krankheitsrisiko verbunden war.																															
403-4	Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden	++	Nein.																															
<b>GRI 404: AUS- UND WEITERBILDUNG</b>																																		
Managementansatz Aus- und Weiterbildung		++	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf	6																														
404-2	Programme zur Verbesserung der Fähigkeiten von Arbeitnehmern und Übergangshilfeprogrammen	+	Alle Mitarbeiter haben die Möglichkeit zur Teilnahme an Fortbildungsmaßnahmen, unabhängig davon, ob sie in Projekten, einer funktionalen oder leitenden Rolle tätig sind. Die Tochtergesellschaften bieten lokale Schulungen an, die allen Beschäftigten offenstehen. Zudem gibt es bei Beiersdorf ein weltweites Schulungsprogramm mit Seminaren für bestimmte Beschäftigtenkategorien (zum Beispiel Senior Manager). Beiersdorf bietet spezielle lokale Schulungen ausschließlich für Mitarbeiter ab 50 Jahren an. 2019 führte Beiersdorf ein globales Learning-Management-System ein, damit die Mitarbeiter besser über die von uns angebotenen Fortbildungsmaßnahmen informiert sind und besseren Zugang zu dem Angebot haben. Neben Präsenzs Schulungen bieten wir auch verschiedene E-Learning-Schulungen an, die von unseren funktionalen Academies entwickelt und bereitgestellt wurden, z.B. in Finance, R&D, Quality, Procurement, True Blue, Plan und Compliance. Beiersdorf bietet Mitarbeitern ein langfristiges Arbeitszeitkonto an, das die Möglichkeit eröffnet, vor Erreichen des Rentenalters aus der aktiven Erwerbstätigkeit auszusteigen. Das Unternehmen bietet ein Portfolio an Gesundheitsleistungen für die Mitarbeiter an, von Bewegungs- und Entspannungsprogrammen über Stressmanagement bis hin zu Ernährungstipps. Diese Präventivmaßnahmen dienen der Erhaltung von Gesundheit und Arbeitseinsatzmöglichkeit der Belegschaft.	6																														
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	++	Bei der jährlichen Beurteilung erhalten alle unsere Mitarbeiter Rückmeldung zu ihrer Leistung und Entwicklung. Diese Form der Mitarbeiterbeurteilung findet seit über 40 Jahren bei Beiersdorf statt. Seit 2006 geht die Leistungsbeurteilung weltweit mit einem einheitlichen Prozess zur Erkennung und Förderung von Potenzial einher. Beiersdorf verbessert kontinuierlich die betreffenden Prozesse, um sicherzustellen, dass deren Ziele mit der Gesamtstrategie von Beiersdorf in Einklang stehen.	6																														
<b>GRI 405: DIVERSITÄT UND CHANCENGLEICHHEIT</b>																																		
Managementansatz Diversität und Chancengleichheit		++	Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf	6																														
405-1	Diversität in Leitungsorganen und unter Angestellten	+	Zurzeit ist unser Vorstand mit 13% Frauen und 87% Männern besetzt. Unserem Aufsichtsrat gehören 58% Männer und 42% Frauen an. Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf	6																														

Angabe	GRI Standardinformation	Status <sup>1</sup>	Referenz	UNGC
<b>GRI 406: NICHTDISKRIMINIERUNG</b>				
Managementansatz Nichtdiskriminierung		++	Seite c-13, Kapitel Compliance Management, Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette und Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf	6
406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen		+	Wir setzen uns für Vielfalt ein und dulden daher keine Form von Diskriminierung, sei es aufgrund von Geschlecht, Alter, Aussehen oder Herkunft. Dieser Antidiskriminierungsgrundsatz ist fest in unseren unternehmensweiten Personalrichtlinien und unserem Verhaltenskodex für Mitarbeiter verankert. Etwaige Einzelfälle von Diskriminierung werden genau untersucht. Sollte sich ein Verdacht bestätigen, werden umgehend Gegenmaßnahmen ergriffen. Es sind jedoch keine globalen Daten verfügbar. 2019 gab es keine Diskriminierungsvorfälle in dem Beiersdorf Headquarter in Hamburg.	6
<b>GRI 407: VEREINIGUNGSFREIHEIT UND TARIFVERHANDLUNGEN</b>				
Managementansatz Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen		++	Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette und Seite c-49, Kapitel Menschen bei Beiersdorf	2, 3
407-1 Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte		++	Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	2, 3
<b>GRI 408: KINDERARBEIT</b>				
Managementansatz Kinderarbeit		++	Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	5
408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit		++	Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	5
<b>GRI 409: ZWANGS- ODER PFLICHTARBEIT</b>				
Managementansatz Zwangs- oder Pflichtarbeit		++	Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	4
409-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit		++	Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	4
<b>GRI 412: PRÜFUNG AUF EINHALTUNG DER MENSCHENRECHTE</b>				
Managementansatz Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte		++	Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	1
412-1 Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde		++	2019 wurde unser Produktionsstandort in Mexiko im Hinblick auf Menschenrechte und menschenrechtliche Auswirkungen geprüft.	1
412-2 Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren		+	Wir haben keine spezifische Schulung zum Thema Menschenrechte; das Thema wird jedoch in unserer Schulung für den Verhaltenskodex behandelt. Wir bieten auch eine Orientierungsveranstaltung für neue Beiersdorf Mitarbeiter an, die den Verhaltenskodex für Mitarbeiter umfasst. Darüber hinaus werden unsere Mitarbeiter im Einkauf jährlich durch den Kurs „Procurement Academy“ über den Verhaltenskodex für Lieferanten informiert. Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	1
<b>GRI 413: LOKALE GEMEINSCHAFTEN</b>				
Managementansatz Lokale Gemeinschaften		+	Seite c-43, Kapitel Gesellschaftliche Verantwortung	
413-1 Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen		+	Seite c-43, Kapitel Gesellschaftliche Verantwortung, Seite c-22, Kapitel Rohstoffe und Verpackungen und Seite c-22 Palm(kern)öl aus nachhaltigem Anbau und Seite c-25 Sheabutter – Unterstützung von Frauen in Westafrika	
413-2 Geschäftstätigkeiten mit erheblichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften		++	Unsere Geschäftstätigkeiten haben keine erheblichen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften.	
<b>GRI 414: SOZIALE BEWERTUNG DER LIEFERANTEN</b>				
Managementansatz Soziale Bewertung der Lieferanten		++	Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	2
414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden		++	100 neue Lieferanten wurden anhand gesellschaftlicher Kriterien überprüft und 100 % unserer Lieferanten sind durch unser initiales Risiko-Screening abgedeckt.	2
414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen		+	2018 und 2019 wurden bei dem initialen Risiko-Screening 18 Lieferanten als mit extremem Risiko behaftet eingestuft. Sie wurden von einem externen Prüfer auf Grundlage des „Sedex Members Ethical Trade Audit“ (SMETA) 4-Säulen-Auditprotokolls geprüft. 2019 gab es bei uns keine Fälle, in denen Lieferantenbeziehungen aufgrund eines wesentlichen Verstoßes gegen den Lieferanten-CoC beendet wurden. Seite c-16, Kapitel Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette	2

Angabe	GRI Standardinformation	Status <sup>1</sup>	Referenz	UNGC
<b>GRI 416: KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT</b>				
Managementansatz Kundengesundheit und -sicherheit		++	Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte	
416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit		++	100 % unserer kosmetischen Fertigwaren müssen von Experten für Produktsicherheit freigegeben werden. Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte	
416-2 Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit		++	Aufgrund von Qualitätsabweichungen bei einem Bambino-Produkt in Polen wurde das Produkt vorsorglich lokal zurückgerufen. Es wurden keine unerwünschten oder schwerwiegenden unerwünschten Ereignisse in Verbindung mit dem Vorfall festgestellt. Die Behörden wurden informiert und bestätigten die von Beiersdorf Polen ergriffenen Maßnahmen als vollkommen ausreichend.	
<b>GRI 417: MARKETING UND KENNZEICHNUNG</b>				
Managementansatz Marketing und Kennzeichnung		++	Die Zufriedenheit der Verbraucher und Kunden ist die Grundlage unseres Geschäftserfolgs. Verbraucher aller unserer weltweiten Märkte können über vielfältige Kanäle wie soziale Medien, E-Mail und Telefon-Hotlines mit uns in Kontakt treten. Wir verfügen über ein aktives Netzwerk von Consumer-Interaction-Managern, damit die Einhaltung unserer einheitlichen hohen Qualitätsstandards für den Kontakt mit Verbrauchern in deren Märkten gewährleistet ist. Zudem prüfen wir zentral Beschwerden, die in einem beliebigen Land bekundet werden, analysieren deren Ursachen und ergreifen Maßnahmen zur Optimierung. Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte	
417-1 Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung		+	Die Beschaffung von Komponenten der Produkt- oder Dienstleistungsinhalte, insbesondere in Bezug auf Stoffe, die eine ökologische oder soziale Auswirkung haben könnten, die sichere Verwendung des Produkts oder der Dienstleistung, die Entsorgung des Produkts und die ökologischen oder sozialen Auswirkungen. Wir halten alle gesetzlichen Vorschriften bezüglich notwendiger Produkt- und Serviceinformationen ein. Seite c-29, Kapitel Sichere und verträgliche Produkte	
417-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung		++	Nein.	
417-3 Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation		++	Nein.	
<b>GRI 418: SCHUTZ DER KUNDENDATEN</b>				
Managementansatz Schutz der Kundendaten		++	Wir haben innerhalb der EU ein umfassendes Datenschutzmanagementsystem implementiert, um die Einhaltung der „EU-Datenschutz-Grundverordnung“ (DSGVO) zu gewährleisten. Seite c-13, Kapitel Compliance Management	
418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten		++	Aus Gründen der Vertraulichkeit machen wir keine Angaben zu etwaigen Datenschutzvorfällen.	
<b>GRI 419: SOZIOÖKONOMISCHE COMPLIANCE</b>				
Managementansatz Sozioökonomische Compliance		++	Bei Beiersdorf beschränkt sich Care nicht auf den Aspekt der Hautpflege, sondern ist einer unserer vier Core Values und daher fest in unserer Kultur verankert. Uns liegt das Wohl unserer Mitarbeiter, aber auch der Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, am Herzen – kurzum, wir kümmern uns um die Menschen. Diese Programme sind in unserem Tätigkeitsfeld „People“ gebündelt und werden im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie „We care.“ umgesetzt.  Gesetzeskonformität ist grundlegender Bestandteil der Unternehmenskultur von Beiersdorf und einer unserer Core Values. Die Belegschaft und der Vorstand richten sich nach dem Beiersdorf CoC als verbindliche Leitlinie. Damit wird sichergestellt, dass diese Unternehmenswerte im Geschäftsalltag integriert sind. Unternehmenswebseite: <a href="#">Beiersdorf Code of Conduct</a>   <a href="#">Beiersdorf Compliance-Leitlinien</a>  An jedem Ort, an dem wir Werke betreiben, stellen wir mit unserem konzernweiten „Environmental Protection and Safety Management Audit Scheme“ (ESMAS) sicher, dass unsere Umwelt- und Gesundheitsschutzmaßnahmen mindestens den Standards entsprechen oder diese sogar übertreffen.  Lokal werden umfassende interne Richtlinien zur Bekämpfung von Korruption und unlauterem Wettbewerb umgesetzt, die einem internen Audit unterliegen. Dazu gehören auch Schulungsprogramme. Seite c-13, Kapitel Compliance Management	
419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		+	Die Einhaltung geltender Gesetze, Verordnungen und anderer Vorschriften ist das Fundament unserer Managementgrundsätze sowie unserer Core Values Trust und Care. Geschäftsbericht: <a href="#">Beiersdorf Risikobericht 2019</a>	







# UNSERE VERANTWORTUNG – UNSER ENGAGEMENT

Der Nachhaltigkeitsbericht 2019  
der tesa Gruppe

S. t-3 **Vorwort**S. t-4 **Über diesen Bericht**S. t-5 **Das tesa Geschäftsmodell**S. t-7 **Unsere Verantwortung**S. t-13 **COMPLIANCE**

S. t-14 tesa Code of Conduct

S. t-14 Compliance-Management-System

S. t-16 Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten

S. t-17 Korruptionsprävention

S. t-17 Datenschutz

S. t-18 **MITARBEITER**

S. t-19 Interne Nachbesetzung

S. t-22 Arbeitssicherheit

S. t-26 Gute Führung

S. t-27 Ausbildung, Entwicklung und Förderung

S. t-29 Feedback und Dialog

S. t-31 Betriebliches Gesundheitsmanagement

S. t-32 **UMWELT**S. t-34 Klimaschutz und CO<sub>2</sub>-Emissionen

S. t-38 Effizienter Umgang mit Ressourcen

S. t-41 Sorgsamer Umgang mit Wasser

S. t-42 **PRODUKTVERANTWORTUNG**

S. t-43 Verantwortung in der Lieferkette

S. t-44 Produktsicherheit

S. t-46 Kunden Nachhaltigkeit ermöglichen

S. t-50 **GESELLSCHAFTLICHES  
ENGAGEMENT**

S. t-51 tesa hilft: Als guter Nachbar für andere da sein

S. t-52 tesa spendet: Unkomplizierte Hilfe für soziale Projekte

S. t-54 tesa fördert: Qualifizierten Nachwuchs gewinnen

S. t-55 tesa schützt: Einsatz für eine intakte Umwelt

**Titel:** Das komplexe Design moderner Smartphones macht ihre Demontage schwierig. tesa® Bond & Detach-Produkte leisten einen Beitrag dazu, einerseits die Lebensdauer der Geräte zu verlängern und andererseits ihre Recyclingfähigkeit zu verbessern (s. S. 47).

## Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

erfolgreich zu sein bedeutet für tesa schon lange mehr, als nur wirtschaftliche Ergebnisse zu steigern und in unseren Fokusbereichen zu wachsen. Den Erfolg unseres Unternehmens bemessen wir bereits seit vielen Jahren nicht zuletzt an unserer ökologischen und sozialen Leistungsbilanz. Auch sie wollen wir kontinuierlich verbessern. Um dies zu erreichen, haben wir Nachhaltigkeit zu einer tragenden Säule unserer neuen Geschäftsstrategie gemacht.

Dabei haben wir nicht nur uns, sondern immer auch unsere Kunden im Blick: Indem wir ihnen innovative, ganzheitliche Lösungen anbieten, die ihre Prozesse effizienter, ihre Produkte besser und ihre Projekte erfolgreicher machen, gelingt es uns vielfach auch, die Nachhaltigkeitsziele unserer Kunden aktiv zu unterstützen. So tragen wir beispielsweise mit unseren Anwendungen zur Weiterentwicklung nachhaltiger Technologien wie E-Mobilität, Leichtbau oder Windkraft bei. Darauf sind wir stolz.

Gleichzeitig treiben wir unsere unternehmensinternen Aktivitäten zum Schutz des Klimas und der Umwelt weiter voran. Nur wenn wir unseren eigenen ökologischen Fußabdruck kontinuierlich reduzieren, können wir aktiv zur Bekämpfung von globalen Herausforderungen wie Klimawandel, wachsendem Abfallaufkommen und Ressourcenknappheit beitragen.

2019 haben wir erneut Fortschritte auf unserem Weg zu einem nachhaltigeren Geschäftsbetrieb gemacht: Unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Tonne Endprodukt konnten wir nach der standortbezogenen Methode nochmals um fast zwei Prozentpunkte senken. Auch die Sicherheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben wir weiter verbessert: Die Häufigkeit der Unfälle mit mehr als drei Ausfalltagen lag 2019 mit 1,6 pro eine Million Arbeitsstunden weltweit erneut unterhalb des Vorjahreswertes. Beides ist Beleg dafür, dass unsere Managementsysteme greifen. Zu unserem Nachhaltigkeitsverständnis gehört aber auch, über unsere Unternehmensgrenzen hinauszublicken. Deshalb freut es mich umso mehr, dass sich im vergangenen Jahr wie-



der so viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit für soziale Projekte engagiert haben und im Umfeld der Standorte einen positiven Beitrag leisten konnten.

2019 wurde unsere gute Nachhaltigkeitsleistung auch von offizieller Seite bestätigt: Bei unserer ersten Teilnahme am Nachhaltigkeitsrating EcoVadis erhielten wir eine Silbermedaille für unsere Nachhaltigkeitsleistungen, mit der wir über dem Branchendurchschnitt liegen. Wir haben den Ehrgeiz, dieses Ergebnis in den kommenden Jahren nicht nur zu halten, sondern es mit gezielten Maßnahmen und einer transparenten Berichterstattung weiter zu verbessern.

Viele Entscheidungen, die wir als Konzernleitung treffen, haben weltweit Auswirkungen. Deshalb ist es uns wichtig, unser Handeln an übergeordneten Leitlinien auszurichten. Besonders verpflichtet fühlen wir uns den Prinzipien des Global Compact, in dem wir bereits seit 2006 Mitglied sind, sowie der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Über die gesetzlichen Erfordernisse hinaus veröffentlichen wir jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht, um transparent aufzuzeigen, wo wir stehen und wie wir weiter vorankommen wollen.

Unsere Fortschritte sind auch in diesem Jahr dem großen Engagement und den Kompetenzen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verdanken. Ihnen möchte ich hiermit – auch im Namen des gesamten Vorstandes – sehr herzlich für ihren Einsatz danken.

Wie diese Fortschritte genau aussehen, lesen Sie in unserem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht. Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre!

A stylized handwritten signature in blue ink, consisting of a large, flowing 'N' followed by several loops and a final horizontal stroke.

Dr. Norman Goldberg  
Vorstandsvorsitzender der tesa SE



# ÜBER DIESEN BERICHT

Mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht geben wir unseren Stakeholdern und der Öffentlichkeit einen Einblick in unser weltweites Engagement sowie in die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Unternehmenstätigkeit im Jahr 2019. Im Mittelpunkt steht dabei die Verantwortung, die tesa als internationales Unternehmen global übernimmt. Auf den folgenden Seiten fassen wir unsere Managementansätze, unsere wesentlichen Maßnahmen, Ergebnisse und Kennzahlen zusammen, gegliedert in die fünf Felder

- Compliance
- Mitarbeiter
- Umwelt
- Produktverantwortung
- Gesellschaftliches Engagement

Der vorliegende Bericht beschränkt sich auf eine exemplarische, aber repräsentative Auswahl aktueller Maßnahmen, die wir in unseren Tochtergesellschaften weltweit umsetzen. Schwerpunkte bilden sowohl diejenigen Themen und Bereiche, die für unser Geschäft von hoher Bedeutung sind, als auch jene, auf die unsere Geschäftstätigkeit starke Auswirkungen hat. Die hierfür wesentlichen Themenfelder haben wir 2017 in einer sogenannten Materialitätsanalyse bestimmt. Sie sind auch im Berichtsjahr 2019 noch gültig und lauten: „Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten“, „Interne Nachbesetzung“, „Arbeitssicherheit“, „Klimaschutz und CO<sub>2</sub>-Emissionen“, „Menschenrechte in der Lieferkette“ sowie „Produktsicherheit“. Eine erneute Durchführung der Materialitätsanalyse ist für das Berichtsjahr 2020 geplant.

## UN Global Compact und CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz

Mit diesem Bericht kommen wir zugleich unserer Verpflichtung nach, den Global Compact der Vereinten Nationen jährlich über unsere Fortschritte zu informieren. Als Teilnehmer des Global Compact bekennt sich tesa dazu, zehn universelle Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsprävention einzuhalten. Unser Mutterkonzern Beiersdorf ist gemäß dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz verpflichtet, die bestehende Finanzberichterstattung um Angaben zu wesentlichen nichtfinanziellen Aspekten der Geschäftstätigkeit zu ergänzen. Die nichtfinanziellen Informationen für den Geschäftsbereich tesa, die Bestandteil der nichtfinanziellen Konzernklärung von Beiersdorf sind, haben wir in den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht integriert. Diese Angaben sind seiten- oder absatzweise mit Klammern gekennzeichnet.

## Redaktionelle Hinweise und weitere Informationen

Ausschließlich aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir im Bericht auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung wie beispielsweise „Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“. Selbstverständlich gelten entsprechende Begriffe und Formulierungen für alle Geschlechter.

Dieser Bericht ist in deutscher und englischer Sprache erhältlich. Maßgeblich ist die deutsche Version. Wie sämtliche Vorjahresversionen ist auch dieser Bericht online unter [www.tesa.de/verantwortung](http://www.tesa.de/verantwortung) abrufbar.



## DAS tesa GESCHÄFTSMODELL

tesa ist einer der weltweit führenden Hersteller von technischen Klebebändern und selbstklebenden Systemlösungen für Industrie- und Gewerbekunden sowie für Endverbraucher. Unsere mehr als 7.000 Produkte finden in verschiedenen Industriebereichen wie der Automobilindustrie, der Elektronikbranche, der Bauzuliefer- oder der Druck- und Papierindustrie Anwendung. Auf dem Konsumenten- und Handwerkermarkt erleichtern unsere Produkte das Leben sowohl zu Hause als auch bei der Arbeit. Darüber hinaus entwickelt und produziert tesa als Partner der Pharmaindustrie medizinische Pflaster und Filme.



## Der Konzern und seine Tochtergesellschaften weltweit

Seit 2001 ist die tesa SE eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Beiersdorf AG. tesa beschäftigt weltweit 4.926 Mitarbeiter (31.12.2019) und ist mit 63 Tochtergesellschaften in mehr als 100 Ländern aktiv. Etwa drei Viertel des Umsatzes der tesa Gruppe (2019: 1.378,7 Mio. Euro) entfallen auf Anwendungen für unterschiedliche Industriebranchen.

tesa agiert weltweit, mit Schwerpunkt in Europa, gefolgt von den Geschäftsregionen Afrika, Asien, Australien und Amerika. Neben der tesa SE zählen die Tochtergesellschaften in China, den USA, in Italien und in Singapur zu den größten Einzelgesellschaften des tesa Konzerns. Produktionsstandorte betreiben wir in Europa (Deutschland und Italien), in den USA und in Asien (China). Die Unternehmenszentrale mit integriertem Forschungs- und Technologiezentrum hat ihren Sitz seit 2015 in Norderstedt bei Hamburg.

## Strategische Ausrichtung

Zuverlässige Qualität, exzellenter Service, eine hohe Innovationskraft und die Nutzung überlegener Technologien sind Kernelemente der Markenphilosophie und des Erfolgs von tesa. Im Vordergrund unseres Handelns steht unser Ziel, mit dem profitablen Verkauf weltweit nutzbringender Produkte den Wert des tesa Konzerns im Sinne unserer Mitarbeiter, Kunden und Shareholder langfristig zu steigern. Mit unseren hoch qualifizierten Beschäftigten und kontinuierlich optimierten Geschäftsprozessen sind wir in der Lage, schnell und flexibel auf Veränderungen der Märkte zu reagieren und ein breites Angebot an bedarfsgerechten, hochwertigen Produkten zu entwickeln. Zudem verschaffen uns die Kenntnis der Produktionsprozesse sowie die fortlaufende Analyse aktueller Trends und Entwicklungen in der Industrie Wettbewerbsvorteile und sichern den dauerhaften Erfolg des Unternehmens.

Ein wichtiges Element unserer Geschäftsprozesse ist, unternehmerische Verantwortung zu übernehmen: So ist die Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte entlang der gesamten Wertschöpfungskette fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur und unserer geschäftlichen Grundprinzipien. Im Sinne einer guten, verantwortungsvollen Unternehmensführung haben wir in diesem Zusammenhang interne Standards wie den tesa Code of Conduct (s. S. 14) oder unsere Umweltleitlinien entwickelt, auf deren Einhaltung wir konzernweit großen Wert legen. Mit dem Code of Conduct for Suppliers (s. S. 43) verpflichten wir auch unsere wesentlichen Geschäftspartner dazu, unsere Nachhaltigkeitsstandards einzuhalten.

## Lösungen und Produkte für Industrie, Gewerbe und Konsumenten

Unser Geschäft unterteilen wir in zwei Segmente: Der Bereich Direct Industries versorgt tesa Industriekunden auf direktem Weg mit spezialisierten Systemlösungen. Damit bieten wir unseren Kunden effektive Lösungen, hochwertige Produkte und ausgezeichneten Service für die Automobil-, Elektronik-, Bau-, Gesundheits-, Transport- sowie die Druck- und Papierindustrie. Aber auch im Bereich der erneuerbaren Energien oder in der Haushaltsgerätebranche finden unsere Produkte Anwendung. Etwas mehr als die Hälfte des Umsatzes erwirtschaften wir in diesem Geschäftsbereich.

Das Segment Trade Markets fokussiert sich auf die Märkte, in denen die Kunden ihre Produkte nicht über tesa direkt, sondern über Handelspartner oder handelsähnliche Kanäle beziehen. Hierzu gehören neben den Sortimenten für private Konsumenten und Handwerker auch Klebebänder, die für industrielle und gewerbliche Kunden bestimmt sind. Sie werden überwiegend über den technischen Handel vertrieben.




Das tesa Headquarter mit integriertem Forschungs- und Technologiezentrum hat ihren Sitz seit 2015 in Norderstedt bei Hamburg.

## UNSERE VERANTWORTUNG

Wachstum und wirtschaftlicher Erfolg sind bei tesa untrennbar mit unternehmerischer Verantwortung verbunden. Wir sehen in der nachhaltigen Ausrichtung unserer Geschäftstätigkeit eine große Chance, jedoch zeigen auch globale Herausforderungen wie der Klimawandel, die Ressourcenknappheit und tiefgreifende gesellschaftliche Veränderungen wie der demografische Wandel, dass es notwendig ist, soziale, ökologische und ökonomische Belange miteinander in Einklang zu bringen.



 Dieses Verständnis haben wir mit den tesa Corporate Values und dem tesa Code of Conduct (s. S. 14) fest in unseren Unternehmenswerten und Geschäftsprozessen verankert. 2018 legten wir außerdem ein klares Bekenntnis zu den 17 Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals – SDGs) der Vereinten Nationen ab.

## Unsere Unternehmenswerte

Insbesondere als international tätiges Unternehmen sind wir gefordert, Verantwortung zu übernehmen und unsere Geschäftsprozesse auf eine nachhaltige Wirtschaftsweise auszurichten. Von der Rohstoffbeschaffung bis zur Wiederverwertung nehmen wir dementsprechend in allen Stufen unserer Wertschöpfungskette unsere Verantwortung wahr und verlangen auch von unseren Lieferanten, verantwortungsvoll zu wirtschaften. Um diese Einstellung unternehmensweit für alle Mitarbeiter deutlich und verständlich zu machen, haben wir die tesa Corporate Values festgelegt. Sie werden regelmäßig auf ihre Aktualität hin überprüft und wurden zuletzt 2017 überarbeitet. Die Unternehmenswerte sind für alle Mitarbeiter im Intranet zugänglich und schaffen ein gemeinsames Bild davon, wie wir Nachhaltigkeit verstehen. Darüber hinaus sind sie auf unserer Unternehmenswebsite [www.tesa.de](http://www.tesa.de) einsehbar.

## Leitlinien unseres Handelns: Global-Compact-Prinzipien und SDGs

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

2018 haben wir außerdem unseren festen Willen bekräftigt, unseren Beitrag zu den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen zu leisten. Die SDGs bilden das Herzstück der Agenda 2030, eines globalen Aktionsplans für

### tesa Unternehmenswerte





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

eine nachhaltige Entwicklung. Sie stellen einen wichtigen Orientierungsrahmen für unsere Nachhaltigkeitsarbeit dar. Denn neben Politik und Zivilgesellschaft sind auch wir als Unternehmen aufgerufen, uns für die Erreichung der SDGs einzusetzen. Um möglichst konkret zu benennen, zu welchen SDGs wir mit unseren Aktivitäten und Produkten einen Beitrag leisten können, haben wir einen Abgleich mit den 169 SDG-Unterzielen durchgeführt.

Das Ergebnis ist im folgenden Index zu finden. Darüber hinaus haben wir jeweils am Kapitelanfang mit entsprechenden Symbolen gekennzeichnet, zu welchen SDGs wir mit den im jeweiligen Kapitel beschriebenen Maßnahmen beitragen.

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

SDG	SDG-Unterziele	Unser Beitrag	Informationen im tesa Nachhaltigkeitsbericht
 <b>5</b> GESCHLECHTERGLEICHHEIT	<b>5.5:</b> Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen	tesa ist seit 2006 Mitglied des UN Global Compact. Die zehn Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen sowie Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung des Global Compact stellen auch bei tesa die übergeordneten Leitlinien allen Handelns dar. Mit unserer Mitgliedschaft haben wir uns zu Prinzip 6, „Beseitigung der Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung“, verpflichtet. Wir lehnen jegliche Form der Diskriminierung am Arbeitsplatz oder bei der Besetzung von Stellen ab.	Leitlinien unseres Handelns: Global-Compact-Prinzipien und SDGs, S. 8  Ausbildung, Entwicklung und Förderung, S. 27–29
 <b>7</b> BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE	<b>7.3:</b> Bis 2030 die weltweite Steigerungsrate der Energieeffizienz verdoppeln	Die Konzernzentrale sowie sieben unserer Produktionsstandorte verfügen über ein Umweltmanagementsystem gemäß ISO 14001. Zusätzlich haben zwei Produktionsstandorte und die Konzernzentrale ein zertifiziertes Energiemanagementsystem gemäß ISO 50001. Mit der Einführung der Energiemanagementsysteme wurde der Weg geebnet, die Energieeffizienz unserer Anlagen weiter zu erhöhen. Ein weiterer strategischer Ansatzpunkt für tesa ist der Einsatz energie- und ressourcensparender Technologien. Dazu zählt die effiziente Eigenerzeugung von Energie durch Kraft-Wärme-Kopplung. Auch der Bezug von Strom aus regenerativen Quellen stellt einen wichtigen Hebel zur Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen dar.	Klimaschutz und CO <sub>2</sub> -Emissionen, S. 34–37
 <b>8</b> MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM	<b>8.4:</b> Bis 2030 die weltweite Ressourceneffizienz in Konsum und Produktion Schritt für Schritt verbessern und die Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Umweltzerstörung anstreben – im Einklang mit dem Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster, wobei die entwickelten Länder die Führung übernehmen  <b>8.8:</b> Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer, einschließlich der Wanderarbeitnehmer, insbesondere der Wanderarbeitnehmerinnen, und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern	Unsere Produkte sollen die Umwelt über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg so wenig wie möglich belasten. Bei der Entwicklung und Herstellung achten wir auf Ressourceneffizienz und vermeiden, soweit möglich, Produktionsabfälle. Entsprechende Maßnahmen sind fester Bestandteil unseres betrieblichen Umweltschutzes. Wo möglich und sinnvoll, setzen wir nachwachsende und recycelte Rohstoffe ein. Auch die Reduktion und Vermeidung von Verpackungsmaterial tragen dazu bei, Abfall und somit negative Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren.  Als verantwortungsvoller Arbeitgeber sehen wir es als unsere Pflicht an, unsere Mitarbeiter bei der Ausübung ihrer Tätigkeiten vor Risiken und Gefahren zu schützen. Mit vielfältigen Maßnahmen tragen wir dazu bei, Unfälle und Berufskrankheiten zu verhindern beziehungsweise auf ein Minimum zu reduzieren.	Effizienter Umgang mit Ressourcen, S. 38–40  Arbeitssicherheit, S. 22–25, Betriebliches Gesundheitsmanagement, S. 31

SDG	SDG-Unterziele	Unser Beitrag	Informationen im tesa Nachhaltigkeitsbericht
 <p><b>12</b> NACHHALTIGE KONSUM UND PRODUKTION</p>	<p><b>12.2:</b> Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen</p> <p><b>12.4:</b> Bis 2020 einen umweltverträglichen Umgang mit Chemikalien und allen Abfällen während ihres gesamten Lebenszyklus in Übereinstimmung mit den vereinbarten internationalen Rahmenregelungen erreichen und ihre Freisetzung in Luft, Wasser und Boden erheblich verringern, um ihre nachteiligen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken</p> <p><b>12.5:</b> Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern</p>	<p>tesa entwickelt umweltfreundliche, lösemittelfreie Herstellungsverfahren und setzt, wo möglich und sinnvoll, nachwachsende und recycelte Rohstoffe ein. Bereits bei der Entwicklung unserer Produkte und ihrer Produktionsverfahren achten wir auf Ressourceneffizienz und vermeiden Produktionsabfälle. Entsprechende Maßnahmen sind fester Bestandteil unseres betrieblichen Umweltschutzes.</p> <p>Abfälle lassen sich in der Produktion nicht vollständig vermeiden. Unser Abfall- und Rohstoffmanagement zielt darauf ab, Materialien effizient zu nutzen und möglichst wiederzuverwerten. So arbeiten wir kontinuierlich daran, produktionsbedingte Verluste der eingesetzten Rohstoffe zu minimieren. Ungefährliche Abfälle und gefährliche, lösemittelhaltige Abfälle werden von tesa nahezu vollständig verwertet.</p> <p>Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis Ende 2020 das spezifische Abfallaufkommen pro Tonne Endprodukt um weitere zwei Prozentpunkte gegenüber dem Referenzjahr 2015 zu senken.</p>	<p>Effizienter Umgang mit Ressourcen, S. 38–40</p> 
 <p><b>16</b> FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN</p>	<p><b>16.5:</b> Korruption und Bestechung in all ihren Formen erheblich reduzieren</p>	<p>Wir lehnen jegliche Form von Korruption, Bestechung oder anderweitig rechtswidrigem Verhalten ab. Antikorruption zählt zu den Kern-Compliancefeldern von tesa und nimmt im Compliance-Management-System eine zentrale Rolle ein. Hauptziel ist, Korruptionssachverhalte von vornherein zu vermeiden. Unsere konzernweite Antikorruptionsrichtlinie dient unseren Mitarbeitern als Handlungsleitfaden und erläutert, wie Mitarbeiter sich in entsprechenden Situationen verhalten sollen.</p>	<p>Compliance, S. 13–17</p> 



## Strategische Handlungsfelder

Um unsere unternehmerische Verantwortung im Rahmen der Führung unseres Unternehmens umfassend wahrzunehmen, arbeiten wir in vier strategischen Handlungsfeldern: Mitarbeiter, Produkte, Umwelt und Gesellschaft. In jedem von ihnen setzen wir Schwerpunkte und überprüfen regelmäßig deren Aktualität. Unsere als wesentlich identifizierten Themen lauten derzeit: „Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten“, „Interne Nachbesetzung“, „Arbeitssicherheit“, „Klimaschutz und CO<sub>2</sub>-Emissionen“, „Menschenrechte in der Lieferkette“ sowie „Produktsicherheit“. Diese Themen wurden 2017 im Rahmen einer Materialitätsanalyse mit Vertretern relevanter Fachbereiche von tesa (s. rechts), der Konzernmutter Beiersdorf sowie weiteren relevanten Akteuren identifiziert und bewertet. Die Analyse findet alle zwei bis drei Jahre parallel zum Wesentlichkeitsprozess der Konzernmutter Beiersdorf statt und soll voraussichtlich 2020 erneut durchgeführt werden.

Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr begonnen, an einer Nachhaltigkeitsagenda als Teil der neuen Geschäftsstrategie, die ab 2020 gilt, zu arbeiten. Sie soll noch konsequenter unsere Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette abbilden: von den Rohstoffen und der Lieferkette über die Produktion und unsere Mitarbeiter bis hin zur Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks sowie zur weltweiten Unterstützung sozialer Initiativen und Projekte. Damit einhergehen werden außerdem neue Schwerpunkte und Initiativen sowie aktualisierte Zielsetzungen. Im nächsten Geschäftsjahr werden wir ausführlicher über die Neuerungen berichten.

## Organisatorische Verankerung

Der Vorstand bekennt sich ausdrücklich zur unternehmerischen Verantwortung von tesa. Auf seine Initiative hin wurde Verantwortung als Querschnittsaufgabe im Konzern definiert. Alle relevanten Fachbereiche sind dabei eingebunden, um einen direkten Bezug zu unse-

# 4

## strategische Handlungsfelder helfen uns dabei, unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten zu fokussieren.

rer Geschäftstätigkeit und zu den Kerngeschäftsprozessen sicherzustellen. Die Steuerung und die operative Umsetzung der Maßnahmen findet derzeit in folgenden Fachbereichen statt:

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

Vertreter dieser Fachbereiche kommen an ausgewählten Terminen zusammen, koordinieren den Austausch aller Bereiche sowie die Berichterstattung nichtfinanzieller Themen. Auch mit dem Mutterkonzern Beiersdorf tauschen wir uns regelmäßig aus und stimmen unsere Aktivitäten miteinander ab.

## Risikomanagement

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

einhalten externer regulativer und interner Standards ergeben. Darüber hinaus gibt es einen standardisierten Prozess für Risiken, die im Zusammenhang mit unseren wesentlichen nichtfinanziellen Themen entstehen können. Dazu haben wir alle für tesa wesentlichen nichtfinanziellen Themen betrachtet und alle relevanten Fachbereiche zu ihrer Risikoeinschätzung befragt. Das Ergebnis wurde im Nachgang vom Risikomanagement überprüft. Dabei wurden keine Risiken identifiziert, die gemäß den Vorgaben des CSR-RUG zu berichten sind.



**Mit einem B-Rating  
liegt tesa im CDP  
über dem  
Branchendurchschnitt.**

## Ratings und Auszeichnungen

Bereits seit 2014 beteiligt sich tesa am CDP, das qualitative und quantitative Angaben zu den Themen Klimawandel, Wasser und Wälder erhebt und bewertet. Die kontinuierliche Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie die Umsetzung von Klima- und Umweltschutzmaßnahmen an den ISO-14001-zertifizierten Standorten machen sich bemerkbar: 2019 wurde tesa mit einem B-Rating im Bereich Klima ausgezeichnet.

2019 hat tesa erstmalig am Nachhaltigkeitsrating EcoVadis teilgenommen. EcoVadis ist eine Nachhaltigkeits-Bewertungsplattform für globale Beschaffungsketten und bewertet Unternehmensgrundsätze, Maßnahmen und Ergebnisse in den Themenfeldern Umwelt, Arbeitspraktiken und Menschenrechte, Ethik sowie verantwortungsvolle Beschaffung. tesa wurde mit einer Silbermedaille ausgezeichnet.





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

# COMPLIANCE



Unser Beitrag  
zu den SDGs

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

Compliance-Verstöße können nicht nur kostspielig werden, sondern schaden insbesondere auch der Reputation. Deshalb müssen sich alle Mitarbeiter, Führungskräfte und Organe an klare, schriftlich fixierte Vorgaben halten. Dies wird durch Audits regelmäßig geprüft und durch Beratung, Schulungen, ergänzende Maßnahmen und zielgerichtete Programme unterstützt. Ziel ist es, unsere relevanten Mitarbeitergruppen für entsprechende Fragestellungen zu sensibilisieren und ihnen sowohl Handlungs- als auch Entscheidungssicherheit zu vermitteln.

## tesa Code of Conduct

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


Neue Mitarbeiter erhalten den CoC an ihrem ersten Arbeitstag per E-Mail, darüber hinaus steht er Mitarbeitern und Führungskräften im Intranet jederzeit zur Verfügung. Die Einhaltung des tesa Codes of Conduct sowie aller Governance- und Compliance-Richtlinien ist für alle Mitarbeiter eine wesentliche Voraussetzung, um zur tesa Gruppe zu gehören.

Der CoC wird regelmäßig auf seine Aktualität und Angemessenheit hin überprüft und wenn nötig angepasst. Im Jahr 2019 haben wir damit begonnen, den CoC zu überarbeiten. Dieser Prozess inklusive einem neuen Training wird voraussichtlich 2020 abgeschlossen sein.

## Compliance-Management-System

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

Auch im Jahr 2019 haben wir das tesa CMS konsequent weiterentwickelt und dabei unter anderem unsere verpflichtenden Governance- und Compliance-Richtlinien auf Praktikabilität sowie Akzeptanz hin überprüft und, wo nötig, angepasst. Mit der Weiterentwicklung tragen wir den dynamischen Veränderungen rechtlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen Rechnung.

Darüber hinaus haben wir im Berichtszeitraum eine umfassende Beschreibung unseres CMS vorgenommen, die das Rahmenkonzept im Sinne des Prüfungsstandards IDW 980, die Mindestvorgaben sowie den Geltungsbereich dokumentiert. Wir haben uns auch Compliance-Ziele (s. Infobox, S. 15) gesetzt. Weiterhin hat der tesa Vorstand ein neues Compliance-Statement initiiert und finalisiert. 

Schwerpunkt und Kern unseres Compliance-Programms bilden wie in den Vorjahren die Compliancefelder Antitrust (Kartellrecht), Anti-Corruption (Antikorruption) und Data Protection (Datenschutz).

Der tesa Corporate Compliance Officer ist dafür verantwortlich, die Rechtskonformität in den Kern-Compliancefeldern bestmöglich sicherzustellen und das Gesamtsystem unter Berücksichtigung der Unternehmensstrategie sowie der sich stetig weiterentwickelnden rechtlichen Rahmenbedingungen im internationalen Kontext weiterzuentwickeln.

In den tesa Tochtergesellschaften sind die jeweiligen ressortzuständigen Geschäftsführer gleichzeitig die Compliance Officer. Sie werden in ihrer Tätigkeit von formell benannten lokalen Compliance Managern unterstützt. Die lokalen und zentralen Compliance Manager



# 3

## E-Learnings zu den Kern-Compliance- feldern wurden 2019 weltweit ausgerollt.

### Die tesa Compliance-Ziele sind:

1. Ausrichtung, Integration und kontinuierliche Anpassung eines auf die tesa Geschäftsmodelle zugeschnittenen Compliance-Management-Systems.
2. Einhaltung der für tesa relevanten gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen sowie die bestmögliche Erfüllung von verbindlichen Anforderungen seitens der Muttergesellschaft Beiersdorf AG.
3. Schutz der Vermögenswerte von tesa, Bewahrung des Vertrauens der Stakeholder, Kunden und Lieferanten sowie Reduktion von Haftungsrisiken.
4. Ermöglichen einer nachhaltigen Geschäftstätigkeit im Rahmen der gesetzlichen und dokumentarischen Anforderungen unter maximaler Effizienz.
5. Schaffung eines Wertbeitrags zur Geschäftsentwicklung durch die Herbeiführung von Handlungs- und Entscheidungssicherheit unter Beachtung sich stetig verändernder Rahmenbedingungen.

sind für die operative Umsetzung und Weiterentwicklung der tesa Compliance-Standards in der gesamten Gruppe verantwortlich.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil des tesa CMS sind unsere Meldesysteme. Um Hinweise auf potenzielle Compliance-Verstöße zu erleichtern, hat tesa sowohl interne als auch externe Meldemöglichkeiten durch sogenannte Ombudsleute implementiert. Dabei gehen wir allen Hinweisen nach, klären die entsprechenden Sachverhalte auf und ergreifen nach sorgfältiger Abwägung und unter Beachtung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit angemessene Maßnahmen.

### Maßnahmen und Ergebnisse

#### Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen

Mit regelmäßigen Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen verankern wir die Compliance-Grundsätze im Unternehmen. Zum Beispiel finden unsere Mitarbeiter auf einer eigenen Compliance-Plattform im Intranet Hinweise, Richtlinien, Prozesse sowie kompetente Ansprechpartner für den Arbeitsalltag. Außerdem informieren wir dort zu relevanten gesetzlichen Entwicklungen mit Bezug zum tesa Tagesgeschäft. Durch ein eigens geschaffenes Glossar wird eine hohe Verständlichkeit in diesem Gesamtkontext erreicht.

Darüber hinaus haben wir einen „Governance Calendar“ entwickelt, der zusammen mit dem vierteljährlichen Governance Newsletter an alle tesa Tochtergesellschaften versandt wird. Er unterstützt die lokalen Organisationen bei der Planung von Governance- und Compliance-Projekten und informiert über wesentliche Neuerungen im CMS und in den Compliancefeldern.

2019 konnten wir auch das neu entwickelte Compliance-E-Learning-Programm, bestehend aus einzelnen E-Learnings für die drei Kern-Compliancefelder Antitrust, Anti-Corruption und Data Protection, weltweit an alle Kollegen mit einem PC-Arbeitsplatz ausrollen. Die E-Learnings sind in den tesa Hauptsprachen Englisch, Deutsch, Spanisch und Chinesisch verfügbar.

#### Audits

Die Abteilung Internal Audit (Beiersdorf AG) führt regelmäßige Audits durch, in denen auch Compliance-relevante Themen mitgeprüft werden. Die Auditfragen im Bereich Compliance werden jährlich auf ihre Aktualität hin überprüft.



## Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten

Auch 2019 haben wir bestehende und künftige Compliance-Risiken unserer Geschäftsmodelle analysiert und bewertet. Die daraus resultierende Wesentlichkeits-einschätzung hat die Einordnung des Themas Kartellrecht als wichtigstes Kern-Compliancefeld bestätigt.

### Managementansatz

Das tesa Antitrust-Compliance-Programm haben wir bereits vor vielen Jahren erfolgreich flächendeckend eingeführt. Es ist ein wichtiger Bestandteil unseres Gesamtprogramms und wird seitdem kontinuierlich weiterentwickelt. Es informiert über und schult zu relevanten kartellrechtlichen Inhalten und klärt über mögliche Risiken auf. Darüber hinaus umfasst es die regelmäßige Überprüfung der Umsetzung sowie die Bewertung von Risiken.

Wichtiger Bestandteil des Programms ist die internationale Antitrust-Compliance-Richtlinie. Sie legt die generellen Rahmenbedingungen sowie Mindeststandards im Kern-Compliancefeld Antitrust fest und gibt erste Handlungsempfehlungen.

**99**  
**Prozent**  
**der Zielgruppe haben**  
**erfolgreich**  
**am E-Learning**  
**teilgenommen.**

Zur Zielgruppe des Antitrust-Compliance-Programms gehören u. a. Mitarbeiter mit Zugang zu wettbewerbslich empfindlichen Informationen oder Kontakt zu Wettbewerbern sowie Führungskräfte.

Bei Fragen zu diesem Compliancefeld stehen der Antitrust-Compliance-Experte, die lokalen Compliance Manager sowie die neuen Antitrust Compliance Network Counsel zur Verfügung. Das Antitrust Compliance Network setzt sich aus externen, auf Kartellrecht spezialisierten Netzwerk-Anwälten zusammen, die als feste Ansprechpartner für lokale Tochtergesellschaften ohne eigene Rechtsfunktion fungieren.

### Maßnahmen und Ergebnisse

#### Interne Richtlinien

2019 haben wir unsere neue, übergreifende Antitrust-Compliance-Richtlinie, die wir 2018 zunächst an den deutschen Standorten eingeführt hatten, auch in den internationalen Tochtergesellschaften implementiert.

#### Schulungen

Anfang 2019 wurde das neue E-Learning-Modul zum Thema Antitrust weltweit an alle relevanten Mitarbeiter und Führungskräfte ausgerollt.

Im Berichtsjahr 2019 haben wir 3.166 Mitarbeiter in 42 Ländern und 54 verbundenen Gesellschaften zu diesem E-Learning eingeladen. Die Quote der erfolgreichen Teilnahmen lag bei 99 Prozent (global<sup>1</sup>). Ergänzend dazu führen wir Präsenztrainings in besonders risikobehafteten Regionen und ausgewählten Geschäftsbereichen durch. Außerdem bieten wir eine individuelle und geschäftsbegleitende Beratung zu kartellrechtlichen Fragen an, die auch gut genutzt wird.

#### Antitrust Compliance Network Counsel

Im Berichtszeitraum haben wir unser internationales Antitrust Compliance Network Counsel neu konzipiert: Das Antitrust Compliance Network wurde um weitere Länder ergänzt, darüber hinaus wurde mit einer weltweit tätigen Wirtschaftskanzlei ein Rahmenvertrag über die Zusammenarbeit vereinbart.

<sup>1</sup> Die Teilnehmerquote bezieht sich auf die Ziel- und Gefährdungsgruppe, die für dieses Kern-Compliancefeld vorab definiert wurde. Dazu zählen sämtliche Mitarbeiter und Führungskräfte, die mit kartellrechtlichen Themen und Anforderungen in Berührung kommen können.

## Korruptionsprävention

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

### Managementansatz

Die kontinuierliche Information und Sensibilisierung der Mitarbeiter für Korruptionsrisiken, gefahrgeneigte Tätigkeiten und Situationen im geschäftlichen Alltag stehen für uns im Vordergrund.

Einen wichtigen Beitrag dazu leistet die konzernweite Antikorruptionsrichtlinie. Sie dient unseren Mitarbeitern bei Interessenkonflikten sowie bei Einladungen und Zuwendungen von und an Repräsentanten, Vertreter und Mitarbeiter anderer Unternehmen oder Amtsträgern als Handlungsleitfaden und erläutert, wie Mitarbeiter sich in entsprechenden Situationen verhalten sollen.

Im Berichtszeitraum haben wir die bestehende Antikorruptionsrichtlinie überarbeitet und in eine neue Zuwendungsrichtlinie überführt, die im Jahr 2020 neu implementiert werden soll.

### Maßnahmen und Ergebnisse

Als Kern-Compliancefeld wird das Thema Antikorruption von den 2018 neu konzipierten E-Learnings abgedeckt. Es ist von allen relevanten Mitarbeitern, Führungskräften und Organen verpflichtend in einem Zweijahresrhythmus zu absolvieren. 2019 hat der erste Trainingszyklus begonnen (s. S. 15). Präsenzschulungen zum Thema Korruptionsprävention erfolgen bei Bedarf und werden von Referenten beziehungsweise Experten zum jeweiligen Thema durchgeführt.



## Datenschutz

Der vertrauliche, integre, sichere und zweckgebundene Umgang mit den überlassenen personenbezogenen Daten hat für tesa einen hohen Stellenwert. Aufgrund der gestiegenen Anforderungen aus der europäischen Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) und der in diesem Zuge neu durchgeführten Risikoanalyse stellt das Thema Datenschutz auch im Berichtszeitraum ein Kern-Compliancefeld dar.

### Managementansatz

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

### Maßnahmen und Ergebnisse

#### Information und Schulungen

Neben Veranstaltungen zum Thema Datenschutz nutzen wir für die Information unserer Mitarbeiter auch das Intranet. Dort informierten wir zum Beispiel in Form einer Datenschutzreihe über die wichtigsten Inhalte der DSGVO. Um die Anforderungen der Verordnung und ihre Umsetzung möglichst verständlich und praxisnah zu erläutern, greifen wir dabei Fragen auf, die sich aus dem Tagesgeschäft der Mitarbeiter ergeben, und informieren zum korrekten und rechtssicheren Verhalten.

Seit 2019 gibt es zudem das neue E-Learning zum Thema Datenschutz, das alle Mitarbeiter, Führungskräfte und Organe im zweijährlichen Rhythmus durchlaufen.

Eine Unternehmenskultur, die Leistung, Teamwork, funktionsübergreifende Zusammenarbeit und Internationalisierung stärkt, ist ein erklärtes Ziel der tesa Personalstrategie.

# MITARBEITER



Unser Beitrag zu den SDGs

tesa ist Experte für Klebetechnologie und bietet seinen Kunden innovative Lösungen sowie ausgezeichneten Service. Der Erfolg des Unternehmens beruht ganz wesentlich auf den Fähigkeiten unserer Mitarbeiter und ihrer Bereitschaft, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln.



Qualifizierte Mitarbeiter, die aktiv dazu beitragen, unsere Stellung als eines der führenden Unternehmen für Klebertechnologie weiter auszubauen, sind der Schlüssel, um unsere Unternehmensstrategie erfolgreich umzusetzen.

Denn: Die Kundenbedürfnisse verändern sich in kürzer werdenden Zyklen, und die Anforderungen an unsere Lösungen steigen aufgrund neuer Technologien und Trends oder globaler Herausforderungen wie Klimawandel oder Ressourcenknappheit. Nur mit engagierten Mitarbeitern, die Innovationen in den Bereichen Produkte und Prozesse vorantreiben, sind wir in der Lage, die Erwartungen unserer Kunden zu erfüllen – und immer wieder zu übertreffen.

Gleichzeitig verändern sich die Ansprüche der Mitarbeiter an uns als Unternehmen. Die Attraktivität als Arbeitgeber hat heute eine viel größere Bedeutung als früher. Zusatzleistungen, die das Unternehmen neben dem Gehalt bietet, gewinnen zunehmend an Bedeutung. Dazu gehören zum Beispiel Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen, die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung, eine lebendige Feedback- und Dialogkultur oder Modelle zur Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben.

Als Grundlage beispielsweise für Arbeitszeitregelungen, Vergütungen oder Zuschläge dienen in Deutschland Tarifverträge, die um standort- und themenspezifische Betriebsvereinbarungen ergänzt werden. In anderen Ländern, in denen wir aktiv sind, gelten neben lokalen Gesetzen standortspezifische Regelungen, die die lokalen Gegeben- und Besonderheiten des jeweiligen Landes berücksichtigen.

Unsere Personalstrategie ist darauf ausgerichtet, gut ausgebildete, engagierte Mitarbeiter für unser Unternehmen zu gewinnen und zu halten sowie unsere hohe Attraktivität als Arbeitgeber durch entsprechende Maßnahmen kontinuierlich zu erhöhen. Darüber hinaus ist es unser erklärtes Ziel, eine Unternehmenskultur zu fördern, die Leistung, Teamwork, funktionsübergreifende Zusammenarbeit und Internationalisierung stärkt. Im Berichtszeitraum lag der Schwerpunkt daher auf den Themen Führungskräfteentwicklung und Karriereplanung.

## Interne Nachbesetzung

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

Entsprechend legen wir Wert darauf, zentrale Positionen möglichst mit Mitarbeitern aus dem eigenen Unternehmen zu besetzen. Nur so können wir ihre wertvollen Erfahrungen und Marktkenntnisse bewahren, ihre Kompetenzen und Fähigkeiten weiter ausbauen und für den langfristigen Unternehmenserfolg nutzen. Aber auch unseren Mitarbeitern bietet dieses Vorgehen viele Vorteile: Ohne das Unternehmen zu wechseln, sammeln sie vielfältiges Wissen aus unterschiedlichen Bereichen und erhalten attraktive Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten.

So haben wir auch damit begonnen, unsere Zentrale in Norderstedt internationaler aufzustellen. Dort besetzen wir Stellen zunehmend mit Kollegen nach, die zuvor an ausländischen Standorten für uns tätig waren. Aktuell kommt die Mehrheit dieser sogenannten „Impats“ aus unseren Wachstumsmärkten in Asien.

Um in sich verändernden Märkten langfristig erfolgreich zu bleiben, brauchen wir jedoch ebenso frische Impulse von außen. Deshalb besetzen wir ausgewählte Positionen auch extern nach und bringen auf diese Weise neue Kompetenz – beispielsweise im Themenfeld der Digitalisierung – und Expertise ins Unternehmen.

## Managementansatz

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

Zentral gesteuert wird das Thema durch den Bereich Human Resources (HR). Das eigens für die interne Nachbesetzung eingerichtete Team „Succession Plan-



Die Arbeitgeberattraktivität ist heute ein wichtiger Wettbewerbsfaktor. Unter anderem spielen Entwicklungsmöglichkeiten oder eine lebendige Feedback- und Dialogkultur eine wichtige Rolle.

ning and Talent Management“ orientiert sich bei seiner Arbeit an den tesa Key Competencies. Zu den verschiedenen Maßnahmen des Teams zählen unter anderem Entwicklungsgespräche und -beratungen mit Mitarbeitern sowie Talent Management Workshops. Außerdem sorgt HR dafür, dass Mitarbeiter regelmäßig von ihren Vorgesetzten Feedback zu ihren Leistungen erhalten. Auch die Mitarbeiter sind eingeladen, ihren Vorgesetzten in diesem Rahmen Feedback zu geben. So findet mindestens einmal jährlich ein Gespräch zwischen dem Mitarbeiter und seiner direkten Führungskraft statt.

Zu den Aufgaben des HR-Bereichs gehört es außerdem, den Informationsaustausch zwischen den Regionen und der Unternehmenszentrale sicherzustellen. Dazu dient beispielsweise die Internationale HR-Konferenz, die in der Regel zweimal jährlich stattfindet. So macht HR auch bereichs- und regionenübergreifend Vorschläge für die Nachbesetzung von Stellen. Damit spielt der Bereich eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, künftigen Führungskräften einen Aufstieg innerhalb der Organisation zu erleichtern und sie so langfristig an das Unternehmen zu binden. Im Berichtszeitraum konnten auf diese Weise 80 Prozent der Top-Führungspositionen mit internen Kandidaten besetzt werden.

## Maßnahmen und Ergebnisse

### Competencies Review

Im Rahmen des sogenannten Competencies Review erhalten Talente die Chance, an berufsrelevanten Rollenspielen und Übungen – vergleichbar mit denen eines

Assessment-Centers – teilzunehmen. Anschließend erhalten sie Feedback zu ihren Stärken und Entwicklungsfeldern anhand der tesa Key Competencies.

Die tesa Key Competencies beschreiben neun Kernkompetenzen, die das Handeln der Mitarbeiter bei tesa bestimmen und den Unternehmenserfolg langfristig sichern sollen. Intensive Gespräche mit erfahrenen Führungskräften und Mitarbeitern aus dem HR-Bereich geben den Nachwuchskräften weitere Impulse für ihre zukünftige Karriere bei tesa. Die Competencies Reviews ermöglichen uns, Talente zielgerichtet weiterzuentwickeln. Auf diese Weise stehen sie uns für interne Nachbesetzungen zur Verfügung.

2019 fanden insgesamt fünf Competencies Reviews statt, davon zwei in Deutschland sowie jeweils einer in China, den USA und in Thailand.

### tesa Key Competencies

- „Set the pace“ (Initiative)
- „Focus on your customer“ (Kunden-/Marktorientierung)
- „Team up“ (Bereitschaft und Fähigkeit zur Teamarbeit)
- „Achieve & improve“ (Ergebnisorientierung)
- „Challenge yourself“ (persönliche Weiterentwicklung)
- „Lead to success“ (Teamführung)
- „Grow talent“ (Mitarbeiterentwicklung)
- „See the bigger picture“ (konzeptionelles Denken) und
- „Get buy-in“ (Einfluss).

Die tesa Key Competencies bilden die Basis der Personalarbeit und kommen weltweit in allen HR-Tools zum Einsatz. Fest etabliert sind sie beispielsweise im Performance Management, in verschiedenen Feedbacktools, Entwicklungsprogrammen und Trainings sowie im Recruitment-Prozess.



### Karrierpfadmodell tesa X-perience

2019 haben wir unser neues Karrierpfadmodell (X-perience) an allen Standorten weltweit eingeführt. Ziel des Modells ist es, im gesamten Unternehmen ein einheitliches Verständnis von sinnvollen Entwicklungs- und Karriereschritten zu schaffen. Außerdem möchten wir Mitarbeiter dazu motivieren, nicht nur international oder funktional nach Jobrotationsmöglichkeiten zu suchen, sondern auch aktiv funktionsübergreifende Schritte zu gehen. Die Einführung des neuen Modells wurde von einer Mitarbeiterkampagne flankiert.

### Management-Development-Programm

2019 haben wir damit begonnen, ein neues Management-Development-Programm (MDP) zu konzipieren. Das Programm besteht aus den zwei Bausteinen „Essential“ und „Advanced“ und soll Führungskräfte und Manager dabei unterstützen, ihre Fähigkeiten und Kompetenzen weiter auszubauen. Das „Essential“-MDP vermittelt grundlegendes Wissen zu Verantwortlichkeiten, Prozessen und Aufgaben in allen Geschäftsbereichen des Unternehmens. Durchgeführt wird das „Essential“-MDP in Form eines E-Learnings. Das „Advanced“-MDP befand sich im Berichtszeitraum noch in der Konzeptionsphase und soll in der ersten Jahreshälfte 2020 zum ersten Mal angeboten werden. Beim „Advanced“-MDP handelt es sich um ein klassisches Präsenztraining. Das bisherige MDP fand 2019 zum letzten Mal statt.



## Neue Erfahrungen sammeln – über alle Grenzen hinweg

**Mitarbeiter, die über den eigenen Tellerrand schauen und neue Aufgaben in verantwortungsvollen Positionen übernehmen – für ein Unternehmen wie tesa wird das in Zukunft immer wichtiger sein.**

Aus diesem Grund hat der HR-Bereich das Karrierpfadmodell X-perience entwickelt. Es richtet sich an alle Mitarbeiter und soll systematisch insbesondere funktionsübergreifende Wechsel innerhalb des Unternehmens fördern. So sollen beispielsweise Mitarbeiter mit einem hohen Produktwissen Einblicke in den Umgang mit Kunden gewinnen. Um auf das neue Modell aufmerksam zu machen, haben wir 2019 die Kampagne „X-perience the tesa world“ gestartet und weltweit ausgerollt. Stellen, die für einen crossfunktionalen Wechsel infrage kommen, werden auch als solche ausgeschrieben. Eine weitere Informationsmöglichkeit sind die X-change Days. Dort können sich die unterschiedlichen Bereiche mit ihren jeweiligen Jobangeboten interessierten Mitarbeitern vorstellen.

Mehr Informationen finden Sie hier:

[insights.tesa.com](https://insights.tesa.com)

## Arbeitssicherheit

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber sehen wir es als unsere Pflicht an, unsere Mitarbeiter bei der Ausübung ihrer Tätigkeiten vor Risiken und Gefahren zu schützen. Ein sicheres Arbeitsumfeld ist die Voraussetzung für motivierte und engagierte Angestellte und trägt entscheidend zu Produktivität und Qualität bei – und damit zur Zufriedenheit der Kunden. So sehen wir Arbeitsschutz auch als einen wichtigen Wettbewerbsfaktor.

Wir möchten Arbeitsunfälle, arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren und daraus entstehende Berufskrankheiten von vornherein vermeiden. Daher stehen Prävention und die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter für potenzielle Gefahren – zu ihrem eigenen Schutz, aber auch zum Schutz ihrer Kollegen – für uns im Vordergrund. In diesem Zusammenhang spielen systematischer Arbeitsschutz und wirksame Arbeitsschutzmanagementsysteme (AMS) eine wichtige Rolle. Vor diesem Hintergrund ergreifen wir vielfältige, strukturierte Maßnahmen, um Unfälle und Krankheiten zu verhindern beziehungsweise auf ein Minimum zu reduzieren. Unser strategisches Ziel ist es, die Zahl der Unfälle auf null zu senken.

### Managementansatz

Arbeitssicherheit ist bei tesa organisatorisch fest verankert: Sie ist Gegenstand formeller Ausschüsse wie zum Beispiel den in Deutschland gesetzlich vorgeschriebenen Arbeitsschutzausschüssen.

Neben den gesetzlichen Vorschriften bilden unsere konzernweit gültigen Richtlinien (Occupational Safety Guidelines) die Grundlage unseres internen Managementsystems im Bereich Arbeitssicherheit. Die Guidelines werden durch unternehmensinterne Vorschriften und spezifische Betriebsanweisungen weiter konkretisiert. Die Richtlinien gelten auch für Subunternehmer, die in unseren Betriebsstätten Aufgaben übernehmen.

Im Rahmen eines jährlichen Management-Reviews bewertet die Unternehmensführung gemeinsam mit dem Bereich Arbeitssicherheit das Unfallgeschehen des jeweiligen Jahres. Auf dieser Grundlage initiieren sie neue Maßnahmen, um die Sicherheit der Mitarbeiter

weiter zu verbessern und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren zu reduzieren.

Im Rahmen unseres Arbeitsschutzmanagements legen wir den Fokus auf die ISO-14001-zertifizierten Produktionsstandorte: Denn dort besteht im Vergleich zu unseren Bürostandorten das größere Risiko für Unfälle und gesundheitliche Beeinträchtigungen. Daher beschäftigen wir an allen nach ISO 14001 zertifizierten Standorten eigene Sicherheitsfachkräfte. Sie sind sowohl mit den globalen Arbeitssicherheits- und Gesundheitsleitlinien von tesa als auch mit den lokalen rechtlichen Anforderungen und Gegebenheiten vertraut. Gleichzeitig fördern wir gezielt den internationalen Austausch dieser Fachkräfte untereinander: Bei jährlich stattfindenden Treffen diskutieren die Sicherheitsfachkräfte wesentliche Arbeitssicherheits- und Gesundheitsrisiken. Außerdem initiieren sie in diesem Rahmen gemeinsame Projekte, legen Standards fest und tauschen sich über Erfolge und ihre Erfahrungen aus. Dieses Vorgehen trägt dazu bei, die Unfallprävention bei tesa kontinuierlich zu verbessern.

### ISO-14001-zertifizierte Standorte

**Konzernzentrale** (Deutschland)  
**tesa Werk Hamburg** (Deutschland)  
**tesa Werk Offenburg** (Deutschland)  
**tesa Converting Center** (Deutschland)  
**tesa scribos** (Deutschland)  
**tesa Werk Concagno** (Italien)  
**tesa Werk Suzhou** (China)  
**tesa Werk Sparta** (USA)

Gefährdungsbeurteilungen bilden bei tesa die Grundlage dafür, Arbeitsmittel, Arbeitsstoffe, Arbeitsverfahren, Arbeitsplätze und Arbeitsabläufe so auszuwählen oder zu gestalten, dass technische und organisatorische Mängel vermieden werden und Mitarbeiter sich sicher-



Besonders für Mitarbeiter in der Produktion, aber auch in den Laboren ist es wichtig, bei der Arbeit konsequent die richtige Schutzausrüstung oder geeignete Arbeitskleidung zu tragen.

heitsgerecht verhalten können. Aber auch Veränderungen an Maschinen, Anlagen oder Arbeitsräumen sowie Neuanschaffungen und Prozessanpassungen können Einfluss auf die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter haben. Deshalb erfolgen beispielsweise schon bei der Beschaffung und Inbetriebnahme von Anlagen sicherheitstechnische Abnahmen sowie eine systematische Gefahrenermittlung und Risikobewertung unter Einbeziehung fachkundiger Mitarbeiter. Erkennen wir in diesem Zusammenhang ein Sicherheitsrisiko, ergreifen wir geeignete Vermeidungs- oder Korrekturmaßnahmen. Außerdem diskutieren Arbeitsschutzausschüsse, Arbeitnehmervertreter sowie die Geschäftsleitung die wesentlichen Ergebnisse der Beurteilungen und definieren adäquate Maßnahmen.

Darüber hinaus finden regelmäßige Begehungen und Evaluierungen statt. Die neuen Erkenntnisse beziehen wir ein, legen, wenn nötig, weitere Maßnahmen fest und aktualisieren die relevanten Sicherheits- und Gesundheitsschutzdokumente.

Auch der Umgang mit Gefahrstoffen ist detailliert geregelt. Der Fachbereich Arbeitssicherheit gestaltet dazu gemeinsam mit dem Bereich Produktsicherheit sowie den Verantwortlichen aus Forschung und Entwicklung

und der Produktion die tesa spezifischen Prozesse zu Handhabung, Kennzeichnung, Lagerung und Transport von gefährlichen Substanzen. Mitarbeitergruppen, die mit bestimmten gefährlichen Substanzen arbeiten, erhalten regelmäßig verpflichtende Gesundheitsuntersuchungen. Darüber hinaus werden Anlagen und Arbeitsplätze regelmäßig auf ihre Sicherheit und auf Emissionsquellen überwacht. Das Vorgehen bei einem Unfall ist im Notfallmanagement geregelt.

Doch eine große Rolle bei der Risikominimierung spielt das verantwortungsvolle und vorausschauende Handeln unserer Mitarbeiter. Daher legen die Occupational Safety Guidelines fest, dass Mitarbeiter in regelmäßigen Abständen mit Unterweisungen und Schulungen zu Sicherheitsrisiken und Gefährdungspotenzialen informiert und sensibilisiert werden. Dies soll sie in die Lage versetzen, durch richtiges und eigenverantwortliches Verhalten Unfällen vorzubeugen.

Darüber hinaus trägt die Kampagne „It's in your hands! Always wear your safety gear.“ dazu bei, Mitarbeiter sowohl in der Produktion als auch in den Laboren dafür zu sensibilisieren, wie wichtig es ist, bei der Arbeit die richtige Schutzausrüstung oder geeignete Arbeitskleidung konsequent zu tragen (s. S. 24).



Sollte sich trotz aller Präventivmaßnahmen ein Arbeitsunfall ereignen, führen wir eine Untersuchung durch. Dabei ermitteln wir sowohl die technischen und organisatorischen als auch die persönlichen Ursachen für den Unfall. Geeignete Unfallverhütungsmaßnahmen helfen schließlich, einen ähnlichen Vorfall zukünftig zu vermeiden.

## Maßnahmen und Ergebnisse

### Double Prevention Program

Im chinesischen Werk haben wir 2019 das „Double Prevention Program“ implementiert. Schritt eins beinhaltet die Analyse von Sicherheits- und Gesundheitsgefahren am Arbeitsplatz. Im zweiten Schritt ermitteln wir verborgene Gefahren und ergreifen entsprechende Korrekturmaßnahmen. Das Programm soll vor allem unsere Mitarbeiter dafür sensibilisieren, dass Gefahren nicht immer offensichtlich sind. Das Werk verfügt über eine Risikokarte, die das Risiko für jeden Bereich anzeigt. Auch an den Arbeitsplätzen weisen wir auf die Risiken und die zu ergreifenden Vorsorgemaßnahmen hin.

### Kampagnen

Im Jahr 2019 wurde die Kampagne zum Tragen der persönlichen Schutzausrüstung „It's in your hands! Always wear your safety gear.“ weltweit ausgerollt. Dazu fanden in den Werken Veranstaltungen und Treffen zu

verschiedenen Themenbereichen wie zum Beispiel Gehör- oder Augenschutz statt, zum Teil unter Einbeziehung der PSA-Hersteller. Darüber hinaus wurde in China ein „Sicherheitsmonat“ mit verschiedenen Aktivitäten durchgeführt, um die Aufmerksamkeit für das Thema Arbeitsschutz zu steigern.

### Brandschutz

Im Berichtsjahr haben wir erneut Maßnahmen im Rahmen des Brandschutzkonzepts 2020 umgesetzt. Im Fokus stand auch hier die Prävention. So fand im tesa Werk Offenburg ein Brandschutztag mit praktischem Feuerlöschertraining statt.

**1,6**  
pro 1 Million  
Arbeitsstunden –  
damit lag die  
Unfallhäufigkeitsrate  
> 3 Tage bei tesa 2019  
weit unter dem  
deutschen Branchendurchschnitt (BG RCI).

## Kennzahlen Arbeitssicherheit

	Einheit	2017	2018	2019
Arbeitsunfälle ≥ 1 Tag	Anzahl	14	21	22
Unfallhäufigkeitsrate ≥ 1 Tag	Anzahl/1 Mio. Arbeitsstunden	2,9	4,1	4,3
Ausfalltage ≥ 1 Tag	Anzahl	261	445 <sup>1</sup>	173
Ausfallrate ≥ 1 Tag	Anzahl/1 Mio. Arbeitsstunden	54,6	86,3 <sup>1</sup>	33,6
Arbeitsunfälle > 3 Tage	Anzahl	6	10	8
Unfallhäufigkeitsrate > 3 Tage	Anzahl/1 Mio. Arbeitsstunden	1,3	1,9	1,6

<sup>1</sup> Anpassung gegenüber dem Vorjahr



### Safety-Tour-App

Seit 2019 erleichtert eine Dokumentations-App unseren SOS-Rundgang (Sicherheit, Ordnung, Sauberkeit). Unter Einbeziehung der Sicherheitsexperten entwickelte tesa die „Safety-Tour-App“, über die der Nutzer relevante Aspekte direkt auf einem Tablet eingeben kann. Mitschriften müssen also nicht mehr in Excel übertragen werden – das ist weniger fehleranfällig und spart Zeit. Über das einfache Einpflegen von Daten und Bildern hinaus lassen sich Themen mit einem Ampelsystem priorisieren, selektieren und besser nachhalten. Eine integrierte Checkliste stellt sicher, dass auf der Tour kein Aspekt übersehen wird. Zunächst haben wir die neue digitale Lösung in einer Testphase in der Norderstedter Zentrale eingeführt. Der weltweite Roll-out beginnt im ersten Quartal 2020 an den Produktionsstandorten in Offenburg, Hamburg, Italien, China und in den USA.

### Leistungsindikator

Unser Ziel ist es, die Zahl der Unfälle mit einem oder mehr Ausfalltagen kontinuierlich zu senken. Das betrifft insbesondere Unfälle mit längerer Arbeitsunfähigkeit, bei denen der jeweilige Mitarbeiter mehr als drei Tage ausfällt. Die Häufigkeit der Unfälle > 3 Tage bei tesa lag 2019 mit 1,6 pro eine Million Arbeitsstunden weltweit unterhalb des Vorjahreswertes (2018 bei 1,9) und damit deutlich unter dem deutschen Branchendurchschnitt (BG RCI) von 11,7. Dies verstehen wir als Beleg für die Qualität unseres Managementsystems im Bereich Arbeitsschutz.

Darüber hinaus überwacht tesa an jedem Standort die Ausfallzeit in Kalendertagen pro eine Million Arbeitsstunden (Lost Day Rate). Die Ausfallrate lag 2019 auf einem sehr niedrigen Niveau und zeigt, dass wir mithilfe unserer Managementsysteme die Zahl der schweren Arbeitsunfälle deutlich reduzieren konnten.



## Zertifizierung nach ISO 45001

**Das Werk Concagno in Italien, einer der größten tesa Produktionsstandorte, wurde im Jahr 2018 erstmals erfolgreich nach ISO 45001:2018 zertifiziert.**

Bei der Norm handelt es sich um einen der bekanntesten und wichtigsten Standards für Managementsysteme im Bereich Arbeitsschutz. Die Zertifizierung wurde durch ein erfolgreiches Überwachungsaudit im Jahr 2019 bestätigt.

2019 haben wir uns verpflichtet, unser Arbeitsschutzmanagementsystem in einer unserer deutschen Produktionsstätten sowie im Forschungs- und Technologiezentrum am Hauptsitz in Norderstedt zertifizieren zu lassen.

Der erste Schritt ist die Begutachtung des tesa Forschungs- und Technologiezentrums für das Gütesiegel „Sicher mit System“ der Berufsgenossenschaft BG RCI im Jahr 2020. Der zweite Schritt wird die Begutachtung der Produktionsstätte 2021 sein.

## Gute Führung

Für ein Technologieunternehmen wie tesa ist es wichtig, dass Unternehmen und Mitarbeiter sich laufend weiterentwickeln und an neue Gegebenheiten anpassen können. Eine wesentliche Voraussetzung hierfür ist, dass Unternehmenskultur und Arbeitsumfeld so gestaltet sind, dass sie die Mitarbeiter zu Kreativität und Innovation motivieren und die Umsetzung neuer Ideen unterstützen.

Gute Führung ist in diesem Zusammenhang entscheidend: Sie hilft, ein gutes Betriebsklima und leistungsfördernde Arbeitsbedingungen zu schaffen, in denen Mitarbeiter sich optimal entfalten können und ihre Potenziale erkannt und gefördert werden. Darüber hinaus sind wir davon überzeugt, dass Leadership ganz wesentlich dazu beiträgt, engagierte und gut ausgebildete Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden und die Fluktuation zu senken.

Eine gemeinsame Vision, klare Wertvorstellungen und einheitliche Führungsleitlinien haben in diesem Zusammenhang eine besondere Bedeutung. Sie helfen den Führungskräften, ihre Mitarbeiter so zu führen und zu fördern, dass sich das Unternehmen als Ganzes weiterentwickelt und die Unternehmensziele erreicht werden. Dieser Anspruch spiegelt sich auch in den tesa Key Competencies (s. S. 20) wider: Vier der neun Schlüsselkompetenzen beziehen sich auf die Themen Leadership und Management.



# 4 von 9

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

## Managementansatz

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

Im Zentrum der Führungskräfteentwicklung bei tesa steht eine dreistufige Leadership-Ausbildung (Leadership-Development-Programm), die nach und nach in allen tesa Regionen eingeführt wird. In Abgrenzung vom Management-Development-Programm, das insbesondere Managementfähigkeiten trainiert, stehen hier der Aufbau und die Weiterentwicklung von Führungsqualitäten im Vordergrund. Die Leadership-Ausbildung besteht aus den Modulen „Matrix“, „Essential“ und „Advanced Leadership“. Das Modul „Matrix Leadership“ trägt der Matrix-Organisationsstruktur bei tesa Rechnung und steht allen Mitarbeitern offen, die keine direkte Weisungsbefugnis, aber zum Beispiel Verantwortung im Rahmen von Projekten haben. „Essential Leadership“ ist ein Angebot für alle Führungskräfte, die erstmals Personalverantwortung bei tesa übernommen haben. Hierbei soll vor allem das Verständnis für die eigene Rolle als Führungskraft geschärft werden. In diesem Zusammenhang spielen Themen wie Kommunikation und Feedback, Ansätze der situativen Führung und Teamentwicklung eine wichtige Rolle. Mitarbeiter aus den Werken haben die Möglichkeit, das Modul „Leadership Basics for Operations“ zu absolvieren. Dabei werden werkspezifische Herausforderungen berücksichtigt. Das „Advanced Leadership“-Programm richtet sich an Mitarbeiter, die schon länger Führungsverantwortung tragen. Es umfasst zum Beispiel Themen wie Umgang mit schwierigen Führungssituationen, Mitarbeiterentwicklung oder Coaching als Führungstool.



Die Qualifizierungsprogramme sind auf die Anforderungen einzelner Geschäftsbereiche zugeschnitten. Das Sales-&-Marketing-Qualifizierungsprogramm beispielsweise kombiniert technisches Training mit Verkaufsfähigkeiten.

## Maßnahmen und Ergebnisse

### Matrix Leadership

Nach einer Pilotphase 2018 wurden die verschiedenen Trainingseinheiten des Moduls 2019 insgesamt sechsmal in der Unternehmenszentrale angeboten. Jedes Training fand zudem einmal auf Englisch statt, um auch Mitarbeitern aus anderen Regionen eine Teilnahme zu ermöglichen. Insgesamt haben im Jahr 2019 57 Mitarbeiter an einer der drei Trainingseinheiten teilgenommen.

### Essential Leadership

2019 fanden weltweit insgesamt elf Trainingsdurchläufe mit 110 Teilnehmern des Essential-Leadership-Moduls statt. In der Unternehmenszentrale haben wir zudem kurze Veranstaltungen zu klassischen Führungskraftaufgaben angeboten, beispielsweise zur Durchführung von Mitarbeitergesprächen, zum Thema Gehaltsentwicklung oder zu arbeitsrechtlichen Fragestellungen.

### Advanced Leadership

Mit dem Modul Advanced Leadership möchten wir erfahrenen Führungskräften die Möglichkeit geben, sich unter professioneller Anleitung mit schwierigen Führungssituationen auseinanderzusetzen. 2019 haben 46 Führungskräfte aus den Regionen Deutschland, Europa, Greater China, Asia/Pacific sowie Nordamerika an fünf Trainingsdurchläufen des Moduls teilgenommen.

## Ausbildung, Entwicklung und Förderung

Der Wettbewerb um Arbeitskräfte aus dem naturwissenschaftlichen und technischen Bereich nimmt innerhalb unserer Branche stetig zu. Außerdem führen die voranschreitende Digitalisierung und Internationalisierung zu veränderten Arbeitsanforderungen und -methoden. Gleichzeitig wollen wir den sich verändernden Kundenbedürfnissen auch weiterhin Rechnung tragen und ihnen herausragende Produkte, innovative Lösungen und den besten Service bieten.

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

## Managementansatz

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

Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen wir auch unseren Mitarbeitern attraktive Entwicklungsmöglichkeiten bieten – und zwar fachlich wie persönlich, auf allen Ebenen und in allen Bereichen. Um das Potenzial unserer Mitarbeiter zu identifizieren und voll auszu-

# 989

**Teilnehmer**  
haben 2019 insgesamt  
an unseren Weiter-  
bildungsprogrammen  
teilgenommen.

schöpfen, haben wir zielgruppen- und kompetenzorientierte Weiterbildungsprogramme etabliert.

Darüber hinaus ermöglichen wir unseren Beschäftigten, neue Erfahrungen in anderen Fachbereichen oder Regionen zu sammeln. Das tesa Trainingsportfolio umfasst funktionsspezifische Trainings, die beispielsweise auf die Bereiche Sales & Marketing, Research & Development oder das tesa Supply Network zugeschnitten sind.

Weiterhin gibt es eine Reihe „offener“ Kursprogramme. Hierzu gehören zum Beispiel Methodentrainings wie Zeit- und Projektmanagement oder Kommunikationstrainings wie Konfliktmanagement, Sprachkurse, Moderations- oder Präsentations-Skills. Darüber hinaus gibt es Leadership- und Managementprogramme, die Managern und Führungskräften zur Verfügung stehen (s. S. 26). Der Bedarf für die Entwicklung von tesa spezifischen Trainings und Programmen wird regelmäßig in Gesprächen mit dem Management ermittelt und entsprechend angepasst. Das gilt sowohl für Deutschland als auch für die Regionen.



## Maßnahmen und Ergebnisse

### Ausbildung

Im technischen Bereich können Auszubildende aus fünf verschiedenen Ausbildungsberufen wählen: Chemikant, Elektroniker für Betriebstechnik, Industriemechaniker, Maschinen- und Anlagenführer und Mechatroniker.

Ende 2019 hatte das tesa Werk Hamburg-Hausbruch 44 Azubis, die größte Gruppe bilden die Maschinenführer (16). Das tesa Werk Offenburg hatte ebenfalls 44 Azubis, sechs davon absolvieren ein Duales Studium.

Hier wurden auch zwei zusätzliche Studiengänge (Sicherheitswesen, Kunststoff- und Elastomertechnik) aufgenommen. Dass wir die Azubis langfristig beschäftigen wollen, zeigt die Übernahmequote: In Hamburg wurden 2019 elf von dreizehn Azubis übernommen, das entspricht einer Quote von 84,6 Prozent. In Offenburg lag die Übernahmequote 2019 bei 72,7 Prozent.

### Qualifizierungsprogramme

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


Dabei nutzen wir einen „Blended Learning“-Ansatz, der Präsenzveranstaltungen und E-Learning kombiniert. 2019 haben insgesamt 376 Teilnehmer mit 125 Trainingstagen am Sales-&Marketing-Qualifizierungsprogramm teilgenommen.

Das Qualifizierungsprogramm für Mitarbeiter der tesa Forschung und Entwicklung beinhaltet Themen wie Patente oder Qualitätsmanagement. Dieses Programm zählte im Berichtszeitraum insgesamt 175 Teilnehmer mit 38 Trainingstagen.

Insgesamt verzeichneten wir in diesen beiden Qualifizierungsprogrammen im Berichtsjahr 551 Teilnehmer an 163 Trainingstagen.

### E-Learnings

Neben Präsenzschulungen und -trainings bietet tesa seinen Mitarbeitern ein breites Angebot an E-Learnings, zum Beispiel aus Bereichen wie Compliance, Arbeitssicherheit, Forschung und Entwicklung oder dem tesa Supply Network.

2019 haben wir unser E-Learning-Angebot weiter ausgebaut. So haben wir beispielsweise drei E-Learnings zum Thema Compliance weltweit ausgerollt (s. S. 15).  Darüber hinaus erhalten die Fachbereiche nun mehr Unterstützung bei der Erstellung eigener E-Learnings. 2019 wurden weltweit 9.494 Teilnahmen an E-Learnings bei tesa registriert.



Für 2020 ist geplant, den Einsatz einer sogenannten „Learn Experience Platform“ zu prüfen. Dabei handelt es sich um eine digitale Lernplattform, mit der sich Inhalte individuell auf den einzelnen Nutzer zuschneiden und „on demand“ abrufen lassen.

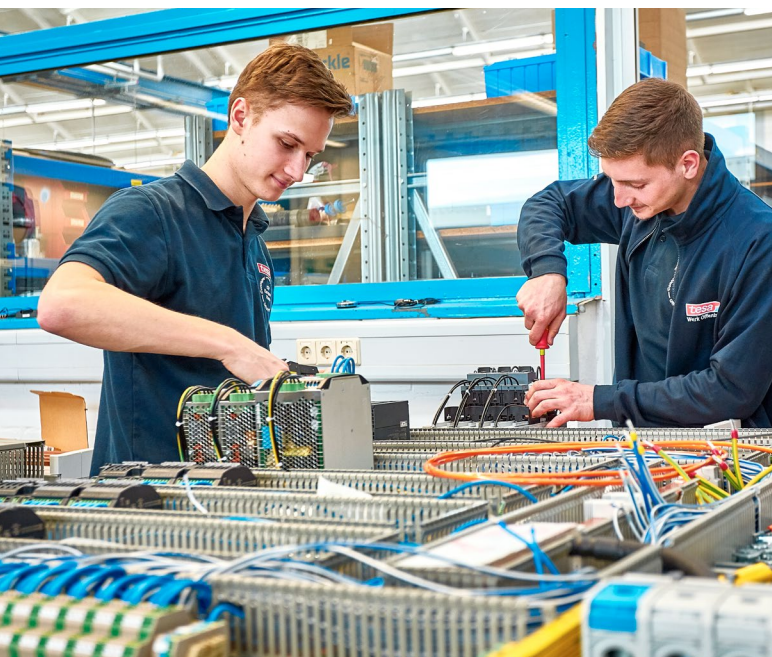
### Offenes Kursprogramm

Das Angebot steht nach Absprache mit den Führungskräften allen Mitarbeitern offen und umfasst beispielsweise Sprachtrainings und IT-Schulungen. 225 Teilnehmer mit 35 Trainingstagen haben 2019 in Hamburg an offenen Kursen teilgenommen. In den tesa Tochtergesellschaften werden den Mitarbeitern vor Ort spezifische Trainings im Rahmen von offenen Kursprogrammen angeboten.

### Learn-Management-System (LMS)


Mithilfe des LMS („Learning Hub“) können sich Beschäftigte über alle Weiterbildungsangebote bei tesa informieren und sich dafür anmelden. Dem HR-Bereich dient die Plattform dazu, das Gesamtangebot an Schulungen zu dokumentieren. 2018 haben wir damit begonnen, das System auszubauen. Ziel war es, die Trainingsadministration und -organisation im Bereich der Präsenzs Schulungen, der E-Learning-Programme sowie des Blended Learnings länderübergreifend zu automatisieren und zu vereinheitlichen – und dennoch jeder Region eine eigenständige Steuerung zu ermöglichen.

Neben technischen Inhalten sind zunehmend auch Soft Skills, die die Zusammenarbeit fördern, wesentlicher Teil der tesa spezifischen Ausbildungsprogramme.



2019 wurde das LMS erfolgreich in vier Regionen eingeführt. Dafür haben wir ausgewählte HR-Ansprechpartner im Umgang mit dem neuen System geschult und ein Kommunikationskonzept für Mitarbeiter und Führungskräfte entwickelt. 2020 soll die Einführung dann in allen tesa Regionen abgeschlossen sein.



### HR-Marktplatz

Im Februar 2019 fand in unserer Zentrale in Norderstedt der dritte HR-Marktplatz statt. Dort stellten wir erneut aktuelle Angebote in den Bereichen Karriereplanung und Qualifizierung vor. Ein besonderer Fokus lag in diesem Jahr auf unserem neuen Karrierepfadmodell X-perience und den Möglichkeiten für crossfunktionale Wechsel innerhalb des Unternehmens (s. S. 21). Bei der Veranstaltung hatten Mitarbeiter und Führungskräfte die Möglichkeit, sich mit Vertretern des HR-Bereichs auszutauschen, Fragen zu stellen und Feedback zu geben. 

## Feedback und Dialog

Zu einer modernen Unternehmens- und Führungskultur gehören ein regelmäßiges Feedback und ein offener Dialog zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern. Fragen, Vorstellungen, Erwartungen, Ziele und auch Probleme besprechen zu können schafft ein Vertrauensverhältnis zwischen Mitarbeitern und Führungskräften und stärkt das Teamgefühl. Außerdem trägt es zur Weiterentwicklung beider Seiten bei. Gerade vor dem Hintergrund einer herausfordernden Arbeitsmarktsituation ist eine starke Feedback-Kultur ein entscheidender Faktor, um Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden und die Arbeitgeberattraktivität zu steigern.

### Managementansatz

Wir möchten die Feedback-Kultur bei tesa weiter verbessern und Mitarbeiter wie auch Führungskräfte dafür sensibilisieren, unsere Feedbacktools zu nutzen und aktiv den Austausch mit Feedbackgebern zu suchen. Zu den zentralen Instrumenten in diesem Bereich gehören kompetenzbasierte Mitarbeitergespräche, 180°- und 360°-Feedbacks (s. S. 30) und der sogenannte Competencies Review (s. S. 20). Alle Formate beruhen auf den tesa Key Competencies – neun Kernkompetenzen, die  

das Arbeiten bei tesa bestimmen. Für die Durchführung von Mitarbeitergesprächen gibt es einen Leitfaden, der weltweit gilt. Zudem werden die Führungskräfte darin geschult, diese Gespräche zu führen. Grundsätzlich finden die Gespräche einmal im Jahr statt, in manchen Regionen auch zweimal. Die Teilnahmequote liegt bei gut 90 Prozent.

Wichtiger Bestandteil unserer Feedback-Kultur sind auch Mitarbeiterbefragungen. Diese führen wir in regelmäßigen Abständen in der Zentrale sowie in den Regionen durch. Die Mitarbeiterbefragungen dienen dazu, das Engagement unserer Mitarbeiter, ihre Motivation und ihre Bindung an das Unternehmen zu messen sowie die Stellschrauben zu identifizieren, die diese Aspekte maßgeblich beeinflussen.

## Maßnahmen und Ergebnisse

### Leadership Feedback (180°-Feedback)

Wie erleben Mitarbeiter ihre Vorgesetzten, und wie empfinden sie deren Führung? Um diese Fragen zu beantworten, nutzen wir weltweit ein digitales Feedbacktool, mit dem wir Mitarbeiter zu verschiedenen Aspekten der Führung befragen. Anschließend erhalten die Vorgesetzten eine anonymisierte Auswertung und können gemeinsam mit ihren Mitarbeitern das weitere Vorgehen besprechen. Außerdem haben die Führungskräfte die Möglichkeit, auf Basis der Ergebnisse einen Teamworkshop mit ihren Mitarbeitern durchzuführen. Der Workshop soll ihnen den geeigneten Rahmen bieten, potenzielle Entwicklungsfelder im Team zu diskutieren. Seit der Einführung im Jahr 2018 haben 29 Führungskräfte weltweit das Feedbacktool eingesetzt.

### 360°-Feedback

In der ersten Jahreshälfte 2019 haben wir unser 360°-Feedbacktool überarbeitet und Design und Aufbau an das erfolgreich eingeführte Leadership Feedback angepasst. Auch hierbei handelt es sich um ein digitales Tool mit einem anonymisierten Online-Fragebogen. Dabei wird neben der Mitarbeiter- und Vorgesetzten-Perspektive zusätzlich die Perspektive der Kollegen und internen Kunden mit einbezogen. In Deutschland sind das 360°- oder das 180°-Feedbacktool (je nach Zielgruppe) verpflichtender Bestandteil der Führungs-

kräftetrainings. Jeder Teilnehmer eines Führungskräftetrainings wird automatisch zur Teilnahme an einem Feedbackprozess eingeladen. In Absprache mit HR und dem jeweiligen Vorgesetzten kann grundsätzlich jeder Mitarbeiter an einem 360°-Feedbackprozess teilnehmen. 2019 haben weltweit insgesamt 56 Mitarbeiter das Angebot genutzt, davon 33 Führungskräfte.

### Kompetenzbasierte Mitarbeitergespräche

Auch 2019 haben wir in den tesa Regionen kompetenzbasierte Mitarbeitergespräche durchgeführt. Mit diesem international einheitlichen Format sorgen wir dafür, dass Mitarbeiter und Führungskräfte miteinander ins Gespräch kommen. Es erlaubt neben dem Feedback an den Mitarbeiter auch die Möglichkeit eines freiwilligen Feedbacks an die Führungskraft.

### Mitarbeiterbefragung

Aufgrund der Erarbeitung der neuen Unternehmensstrategie fand im Berichtsjahr keine Befragung statt. Die nächste Befragung soll im Anschluss an das Roll-out der neuen Unternehmensstrategie global erfolgen. Die Details sind aktuell in der Ausgestaltung.

~ 90  
Prozent

beträgt die Teilnahme-  
quote an jährlichen  
Mitarbeitergesprächen  
weltweit.

## Betriebliches Gesundheitsmanagement

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

### Managementansatz

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

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

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

Darmkrebsvorsorge. Weitere Maßnahmen umfassen die Ausstattung aller Büroarbeitsplätze mit rückschonenden und höhenverstellbaren Schreibtischen sowie eine hauseigene Ergonomieberatung, die bei der korrekten Höheneinstellung von Schreibtisch und Bürostuhl unterstützt und über kleine Sportübungen direkt am Arbeitsplatz informiert. Auch die Förderung einer gesunden Ernährung durch entsprechende Angebote im Betriebsrestaurant gehören zum Angebot. Das Angebot des BGMs wird hinsichtlich Akzeptanz und Wirksamkeit fortlaufend überprüft.

### Maßnahmen und Ergebnisse

#### Psychologische Gefährdungsbeurteilungen

2019 haben wir in drei weiteren Bereichen (Direct, Trade und IT) psychologische Gefährdungsbeurteilungen in Anlehnung an das Arbeitsschutzgesetz vorgenommen. Damit ist der Zyklus der psychologischen Gefährdungsbeurteilung zu 95 Prozent abgeschlossen. Er sieht vor, dass die Befragungen alle drei bis fünf Jahre in allen Bereichen stattfinden.

#### Vielfältige Gesundheitsangebote

Mit regelmäßigen Vorträgen, Trainings und Aktionstagen geben wir unseren Mitarbeitern Impulse für ein gesundes Leben und Arbeiten. Wie in den Vorjahren fanden auch 2019 Workshops zu Entspannungsmethoden, Vorsorgeuntersuchungen und Aktionstage zu Arbeitssicherheitsthemen statt. Darüber hinaus können Mitarbeiter bei Bedarf eine Sozialberatung nutzen und psychologische Sprechstunden in Anspruch nehmen.

#### Neue Angebote im tesa Werk Hamburg

Mit der Ausweitung des BGM im tesa Werk Hamburg stehen Mitarbeitern dort neue Gesundheitsangebote zur Verfügung. So gibt es beispielsweise einen Kurs zum Thema Gesundes Führen, ein Rauchfrei-Programm und ein Resilienz-Training. Außerdem bieten wir im Werk Aktive Pausen an und haben das Sport- und Massageangebot erweitert.



Energie- und ressourcen-  
sparende Technologien  
wie die KWK-Anlagen  
tragen bei tesa zur Ver-  
besserung der Energie-  
effizienz bei.



# UMWELT




Unser Beitrag zu den SDGs

Als Chemiekonzern mit Produktionsstandorten in verschiedenen Ländern kommt tesa im Umweltbereich eine besonders große Verantwortung zu. Ein sorgsamer Umgang mit der Umwelt sowie mit natürlichen Ressourcen und Rohstoffen ist eines unserer erklärten Unternehmensziele. Er trägt dazu bei, das Vertrauen in unsere Marke zu stärken und die Grundlage unseres Unternehmenserfolgs zu sichern. Daher arbeiten wir seit vielen Jahren daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu senken – und helfen damit auch unseren Kunden, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.



Umweltschutz ist seit vielen Jahren Kernbestandteil der Geschäftsstrategie von tesa und über die Umweltleitlinien im gesamten Konzern verankert. Die Leitlinien geben allen Mitarbeitern den Maßstab unseres Handelns vor: Unsere Produkte und Systemlösungen sollen so gestaltet sein, dass sie die Umwelt über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg so wenig wie möglich belasten. Die Umweltleitlinien stehen allen Mitarbeitern im Intranet zur Verfügung. Darüber hinaus sind sie Bestandteil der Umweltschulungen für relevante Mitarbeitergruppen an den ISO-14001-zertifizierten Standorten.

Umweltauswirkungen entstehen bei tesa vor allem durch den Energieverbrauch an den Produktionsstandorten. Entsprechend legen wir einen besonderen Fokus auf Klimaschutz und die Reduktion unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen. Aber auch Ressourceneffizienz und der sorgsame Umgang mit Wasser haben für uns einen hohen Stellenwert. Grundlage unserer Arbeit im Bereich Umweltschutz sind die geltenden Vorgaben des Gesetzgebers, die wir an sämtlichen Standorten umsetzen.

Unser Engagement geht jedoch weiter: Um unsere Umweltleistung wirkungsvoll zu steuern, nutzen wir an allen Standorten, die signifikante Auswirkungen auf die Umwelt haben, Umweltmanagementsysteme. Sieben  Produktionsstandorte und die Konzernzentrale (s. S. 22) verfügen über ein nach ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem.

An allen ISO-14001-zertifizierten Standorten arbeiten Umweltexperten. Sie sind mit den globalen Umweltleitlinien von tesa vertraut und kennen die lokale Gesetzgebung sowie den Stand der Technik vor Ort. Um kontinuierliche Verbesserungen zu erreichen und unseren ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren, erheben die Experten Vergleichswerte und initiieren entsprechende Projekte. Diese Projekte sind in unserem unternehmensweiten Umweltprogramm zusammengefasst: Mit ihm konkretisieren wir unser Umweltengagement und setzen uns regelmäßig ambitionierte, konzernweite Ziele.

Ein weiteres wichtiges Element unseres Umweltmanagements ist der vorausschauende Umgang mit Risiken: Im Rahmen unseres Umweltrisikomanagements ermitteln und bewerten wir Chancen und Risiken in



## Vier Auszeichnungen in einem halben Jahr

**2019 wurden zwei tesa Standorte für ihr Engagement unter anderem in Sachen Umweltschutz ausgezeichnet.**

Im Januar 2019 wurde das Werk Suzhou, China, mit dem Award „Excellent Personnel for Environmental Management“ ausgezeichnet. Mit der Auszeichnung würdigt das Management des Suzhou Industrial Parks (SIP), der mit rund 25.000 ansässigen Unternehmen der zweitgrößte Industriepark Chinas ist, dortige Unternehmen mit fortschrittlichem Umweltmanagement oder Einzelpersonen, die sich durch besondere Leistungen in diesem Bereich hervortun.

Im Sommer 2019 erhielt das Werk zwei weitere Auszeichnungen des SIP: für seine herausragenden Leistungen bei der Energieeinsparung und Emissionsreduzierung im Jahr 2018 sowie für sein System zur Überwachung von sogenannten VOC – flüchtigen organischen Verbindungen. Besonders gelobt wurden die regelmäßigen Wartungsarbeiten, die deutlich über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen. Sie tragen dazu bei, dass die Anlagen besonders umweltschonend und effizient betrieben werden können.

Ebenfalls im Sommer 2019 wurde tesa tape North America (Sparta) vom japanischen Automobilzulieferer Yazaki mit dem „Green Supplier Award“ als Supplier of the Year in Sachen Umwelt, Gesundheitsförderung und Sicherheit ausgezeichnet. Der jährlichen Verleihung geht ein mehrmonatiger Audit voraus, in dem Yazaki seine Lieferanten hinsichtlich ihres Engagements in den Bereichen Energiereduktion, Förderung des Umweltbewusstseins, Verringerung der Luft-, Boden- und Wasserverschmutzung, gemeinnützige Arbeit sowie gesunde und sichere Arbeitsbedingungen detailliert bewertet.

## 8

## Standorte verfügen über ein nach ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagement- system.

Bezug auf Umweltaspekte – sowohl auf der Ebene der einzelnen Produktionsstandorte als auch übergreifend. Dies ermöglicht es uns, frühzeitig auf Veränderungen zu reagieren, Reputationsschäden und Kosten abzuwenden und die Chancen zu nutzen, die sich uns bieten. Gleichzeitig erleichtert uns die regelmäßige Risiko-identifikation und -bewertung die Auswahl geeigneter Umweltschutzmaßnahmen.

### Klimaschutz und CO<sub>2</sub>-Emissionen

Der Klimawandel gehört zu den zentralen gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit. Bei tesa leisten wir einen Beitrag zum Klimaschutz, indem wir unsere Energieeffizienz erhöhen und unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß senken. Dabei ist es für tesa als Industriezulieferer besonders wichtig, sich frühzeitig auf künftige Entwicklungen der regulatorischen Rahmenbedingungen einzustellen: Klimaschutzpolitische Maßnahmen, Effizienzziele und der weitere Ausbau erneuerbarer Energien können sich auf die Geschäftstätigkeit von tesa auswirken. Auch Grenzwerte, technische Standards und Zulassungsverfahren für Energieerzeugungs- und Produktionsanlagen entwickeln sich dynamisch und erfordern einen vorausschauenden Ansatz.

Um unserem eigenen Anspruch an wirkungsvollen Klimaschutz gerecht zu werden, nutzen wir unsere Innovationskraft: Sie hilft uns, unsere Produkte und Produktionsprozesse auch mit Blick auf Umweltauswirkungen kontinuierlich zu verbessern. So stellen wir beispielsweise immer mehr Produkte in energieeffizienten, lösungsmittelfreien Fertigungsverfahren her. Damit tragen wir auch auf Kundenseite zu mehr Nachhaltigkeit bei. Das wiederum kann das Interesse an unseren Produkten steigern und einen Wettbewerbsvorteil für uns darstellen.

### Managementansatz

Für das kontinuierliche Management des betrieblichen Umweltschutzes nutzen wir an acht Standorten nach ISO 14001 zertifizierte Umweltmanagementsysteme. Die

ISO-14001-Norm ist ein international anerkannter Ansatz für das Management der unmittelbaren und langfristigen Umweltauswirkungen der Produkte, Dienstleistungen und Prozesse eines Unternehmens. Zertifiziert sind unter anderem alle Produktionsstandorte mit angeschlossener Beschichtung und/oder Klebmassenproduktion (davon ausgenommen sind die Produktionsstätten der 2017 und 2018 akquirierten Unternehmen). Sie haben vergleichsweise hohe Energieverbräuche, zum Beispiel aufgrund von Trocknungs- oder Abluftreinigungsprozessen. Dementsprechend fallen dort auch höhere CO<sub>2</sub>-Emissionen an. Berechnungen zufolge entfallen 94 Prozent unserer Scope-1- und Scope-2-Emissionen auf die Standorte mit zertifiziertem Umweltmanagementsystem.

Zusätzlich zum Umweltmanagementsystem verfügen die Konzernzentrale und die Produktionsstandorte mit den höchsten CO<sub>2</sub>-Emissionen (Hamburg und Offenburg) über ein zertifiziertes Energiemanagementsystem gemäß ISO 50001. Sie emittieren fast 70 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen aller ISO-14001-zertifizierten Standorte. Dies liegt darin begründet, dass die Konzernzentrale der mitarbeiterstärkste Standort ist und über den größten Forschungs- und Entwicklungsbereich verfügt und Hamburg und Offenburg die größten Produktionsstandorte sind. Die Energiemanagementsysteme bilden die Grundlage, um die Energieeffizienz an den Standorten weiter zu erhöhen.

Die Ziele, die wir uns im Rahmen einer Zielperiode setzen, werden regelmäßig überprüft und erneuert. Über unser internes Planungs- und Berichtswesen erfassen, bewerten und überwachen wir Risiken und Maßnahmen zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen auf der Ebene der



Neben der elektrischen Energie produzieren die KWK-Anlagen auch Wärme. Sie wird für die Produktionsprozesse oder zum Heizen genutzt. Insgesamt vier dieser Anlagen wird tesa bis Ende 2020 in Betrieb haben.

nach ISO 14001 zertifizierten Standorte. Die Wirksamkeit unserer Maßnahmen überprüfen wir, indem wir monatlich die standortspezifischen Energieverbräuche erheben. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Scopes 1 und 2 ermitteln wir in Anlehnung an die Vorgaben des Greenhouse Gas Protocols.

Die aktuelle Zielperiode gilt für die Jahre 2016 bis 2020. Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 die spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Tonne Endprodukt (location based) im Vergleich zum Referenzjahr 2015 um

weitere zehn Prozent zu senken. Zum Berichtsstichtag lagen wir bei -9,8 Prozent.

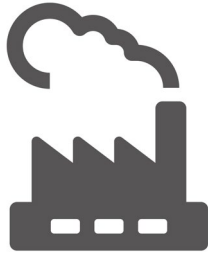
Die Energieverbräuche sind die wichtigsten Steuerungsgrößen, um unsere Umweltauswirkungen zu verringern. Im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses und auf der Grundlage des Umweltprogramms sowie der Umweltaudits gilt es, weitere Energieeinsparmöglichkeiten zu identifizieren, energieintensive Prozesse zu optimieren und so unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß – und die damit verbundenen Kosten – zu senken. Die tesa Unternehmensführung wird jedes Jahr über einen Management-Review in diesen Prozess einbezogen. Die operative Verantwortung liegt bei den Umweltexperten an den jeweiligen Standorten.

Ein weiterer strategischer Ansatzpunkt, um die Energieeffizienz zu erhöhen, ist der Einsatz energie- und ressourcensparender Technologien. Dazu zählen die effiziente Eigenerzeugung von Energie durch Kraft-Wärme-Kopplung: In den Werken Offenburg (seit 2014) und Hamburg (seit 2016) setzen wir Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungs (KWKK)- beziehungsweise Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen (KWK) für die Eigenstromerzeugung ein. Hierbei wird neben der elektrischen Energie auch die entstehende Wärme genutzt – etwa für Produktionsprozesse oder zum Heizen.

# 3

## Standorte

verfügen über ein nach  
ISO 50001 zertifiziertes  
Energiemanagement-  
system.



## Die spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Tonne Endprodukt konnten wir 2019 um **9,8 Prozent** (location based) gegenüber 2015 reduzieren.

Zur Reduktion unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen setzen wir jedoch nicht nur auf eine Verbesserung unserer Energieeffizienz. Auch der Bezug von Strom aus regenerativen Quellen stellt hierfür einen wichtigen Hebel dar. 2019 kauften wir an fünf deutschen Standorten Strom aus regenerativen Quellen ein. Damit konnten wir rund 34 Prozent unseres Strombedarfs für die nach ISO 14001 zertifizierten Standorte decken.

Alle Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, die nicht unter Scope 1 und Scope 2 fallen, werden den sogenannten Scope-3-Emissionen zugeordnet. 2018 haben wir erstmalig die Daten für die wesentlichen Emissionen entlang der Wertschöpfungskette ermittelt. Dabei haben wir die Bereiche Verpackungen, Rohstoffe, Fertigwarenlieferanten und Produkttransporte als wesentliche Scope-3-Kategorien identifiziert. Ein detaillierteres CO<sub>2</sub>-Monitoring im Bereich Outbound-Logistik wird 2020 aufgebaut.

## Maßnahmen und Ergebnisse

### Umwelt- und Energieaudits

Externe Umweltaudits werden jährlich im Rahmen der Matrixzertifizierung der ISO-14001-Standorte durchgeführt. Darüber hinaus finden an ausgewählten ISO-14001-Standorten auch interne Systemaudits statt.

Die Standorte tesa Werk Hamburg und tesa Werk Offenburg durchliefen im 1. Quartal 2019 das jährliche

externe Überwachungsaudit des Energiemanagementsystems nach ISO 50001:2011. Am Standort der Konzernzentrale fand im 4. Quartal 2019 das erste Re-Zertifizierungsaudit nach der neuen Norm ISO 50001:2018 statt.

### Energieeffizienzmaßnahmen

Im Berichtsjahr hat die Implementierungsphase für die KWK-Anlagen im tesa Werk Concagno, Italien, und der tesa SE in Norderstedt begonnen. Die KWK-Anlage in Concagno wurde im 3. Quartal 2019 in Betrieb genommen, die Inbetriebnahme der KWK-Anlage in der Konzernzentrale ist für 2020 geplant. Die beiden Anlagen in den Werken Hamburg und Offenburg lieferten 2019 zusammen rund 37 Prozent des weltweiten Strombedarfs der nach ISO 14001 zertifizierten Standorte.

Im Berichtszeitraum wurden am Produktionsstandort Hamburg die Leuchtstofflampen in den Produktions- und Lagerhallen gegen LED ausgetauscht und zwei weitere Gebäude an die KWK-Abwärme angebunden. Am Standort der Konzernzentrale wurden im Berichtszeitraum Einsparungen im Stromverbrauch durch Optimierung der Raumklimatisierung im Technologiezentrum und in der zentralen Drucklufterzeugung realisiert. Für 2020 sind durch Absenkung des Betriebs der Lüftungsanlagen in betriebsfreien Zeiten im Technologiezentrum weitere Einsparungen des Stromverbrauchs sowie des Gasverbrauchs geplant.

### Leistungsindikator

Im Berichtszeitraum konnten wir die spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Tonne Endprodukt nach der marktorientierten Methode unter Berücksichtigung des Stroms aus erneuerbaren Energien (market based) um 1,8 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr reduzieren. Im Vergleich zum Referenzjahr 2015 liegen wir 2019 insgesamt bei -9,8 Prozent nach der standortbezogenen Methode (location based) und befinden uns im Zielkorridor der von uns angestrebten Reduktion von 10 Prozent im Jahr 2020.



## Kennzahlen Klimaschutz und CO<sub>2</sub>-Emissionen

### Energieverbrauch

	Einheit	2015 <sup>1</sup>	2018	2019
Erdgas	GWh	204	275	248
Erdöl	GWh	0	0	0
Fernwärme	GWh	0	0	0
Strom aus erneuerbaren Energien	GWh	0	26	28
Strom aus konventioneller Erzeugung	GWh	60	26	25
Summe Energieverbrauch	GWh	265	327	301

### Treibhausgasemissionen location based<sup>2</sup>

	Einheit	2015 <sup>1</sup>	2018	2019	Ziel 2020
CO <sub>2</sub> direkt (Scope 1)	1.000 t	41	56	50	
CO <sub>2</sub> indirekt (Scope 2)	1.000 t	28	24	23	
CO <sub>2</sub> Summe	1.000 t	69	79	73	
Veränderung 2019 versus 2015 <sup>4</sup>	%	–	–	-9,8	-10,0

### Treibhausgasemissionen market based<sup>3</sup>

	Einheit	2015 <sup>1</sup>	2018	2019
CO <sub>2</sub> direkt (Scope 1)	1.000 t	41	56	50
CO <sub>2</sub> indirekt (Scope 2)	1.000 t	41	14	13
CO <sub>2</sub> Summe	1.000 t	83	70	63
Veränderung 2019 versus 2015 <sup>4</sup>	%	–	–	-34,5

1 Referenzjahr;

2 Definitionen gemäß GHG Protocol Scope 2 Standard; Quelle CO<sub>2</sub>e Faktoren: GHG Protocol / IEA;

3 Definitionen gemäß GHG Protocol Scope 2 Standard; Quelle CO<sub>2</sub>e Faktoren: Stromanbieter bzw. Residualmix: RE-DISS (07/2017); Emissionsfaktor für Strom aus regenerativen Quellen wird gleich null gesetzt;

4 Bezogen auf Produktionsmenge

## Effizienter Umgang mit Ressourcen

Entsprechend unserer Umweltleitlinie sind wir bestrebt, Produkte so herzustellen, zu verwenden und zu entsorgen, dass die Umwelt so wenig wie möglich Schaden nimmt. Hierbei ist ein effizienter Umgang mit Ressourcen von großer Bedeutung. Abfälle lassen sich bei der Produktion von Waren zwar nicht vollkommen vermeiden. Unser Anspruch ist jedoch, sie wirksam zu reduzieren und damit natürliche Ressourcen zu schonen. Wir arbeiten daher kontinuierlich daran, bei allen Beteiligten ein Bewusstsein für die Vermeidung von unnötigen Abfällen und für fachgerechtes Recycling zu schaffen.

Zusätzlich zu gesetzlichen Vorschriften, die wir konsequent einhalten, ergreifen wir weitere Maßnahmen: Unsere Umweltmanagementsysteme entwickeln wir laufend weiter und tauschen uns zu diesem Zweck auch mit externen Experten aus. Zudem informieren wir unsere Stakeholder offen und transparent über unsere Ziele und Erfolge in diesem Bereich. So konnten wir

unsere Umweltauswirkungen im Bereich Ressourceneffizienz bereits signifikant verringern.

## Managementansatz

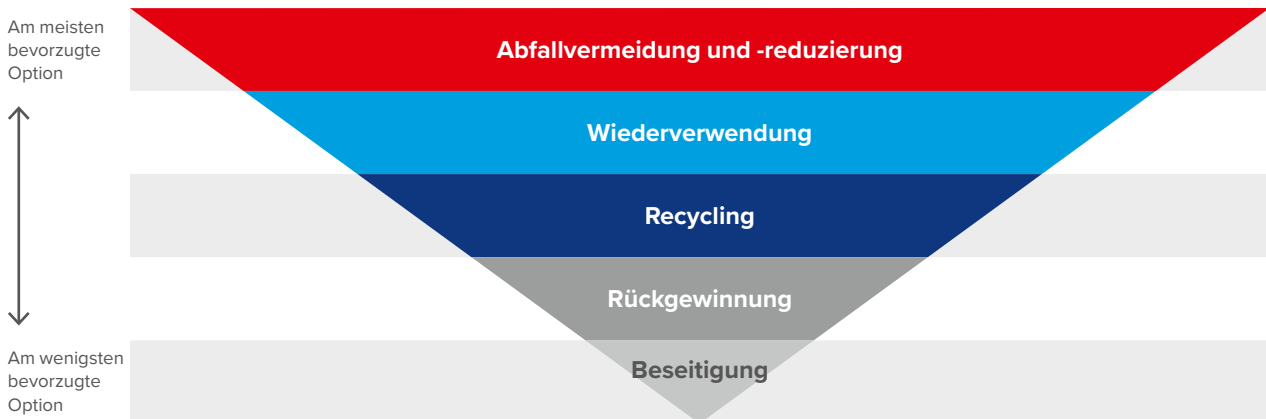
Um unseren Kunden Produkte anzubieten, die über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg die Umwelt so wenig wie möglich belasten, achten wir bereits bei der Entwicklung unserer Produkte auf umweltfreundliche, lösemittelfreie Herstellungsverfahren. Wo möglich und sinnvoll, setzen wir nachwachsende und recycelte Rohstoffe ein. Entsprechende Maßnahmen sind fester Bestandteil unseres betrieblichen Umweltschutzes. Außerdem sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter regelmäßig für die Themen Abfallvermeidung und -trennung.

Im Rahmen unseres Abfall- und Rohstoffmanagements orientieren wir uns an der Abfallpyramide (s. Grafik): Oberste Priorität hat die Abfallvermeidung und -reduktion, gefolgt von verschiedenen Möglichkeiten der Wiederverwertung. Nur wenn es nicht vermeidbar ist, werden Abfälle der Beseitigung zugeführt.

Mitarbeiter aus Produktion, Prozessentwicklung und Technik beteiligen sich im tesa Werk Offenburg am Projekt „Einfälle statt Abfälle“. Die langfristig angelegte Kampagne soll zur kontinuierlichen Reduktion des Energie- und Ressourceneinsatzes beitragen.



### Abfallpyramide – Priorisierung der Abfallkategorien



Um Materialien effizient zu nutzen und möglichst wiederzuverwerten, arbeiten wir kontinuierlich daran, produktionsbedingte Verluste der eingesetzten Rohstoffe zu minimieren – bei der Klebmassenherstellung genauso wie beim Beschichten und Rollenschneiden. Die Abfallmengen, die während des Produktionsprozesses entstehen, werden standortspezifisch nach verschiedenen Abfallfraktionen getrennt gesammelt und möglichst der stofflichen Verwertung zugeführt. Für die Berichterstattung werden sie unter den Kategorien ungefährliche beziehungsweise gefährliche Abfälle sowie Abfälle zur Beseitigung und zur Verwertung zusammengefasst (s. S. 40). Ungefährliche Abfälle und gefährliche, lösemittelhaltige Abfälle werden von tesa nahezu vollständig verwertet. Durch laufende Verbesserungen des Maschinenparks und der Fertigungsprozesse – auch auf Anregung unserer Mitarbeiter – können wir unsere Abfallmengen kontinuierlich reduzieren.

Für die aktuelle Zielperiode 2016 bis 2020 haben wir uns vorgenommen, das spezifische Abfallaufkommen pro Tonne Endprodukt um weitere zwei Prozentpunkte gegenüber dem Referenzjahr 2015 zu senken. Materialverluste im Produktionsprozess sind hierbei eine wichtige Steuerungsgröße, um das Ziel zu erreichen.

Auch die Reduktion und Vermeidung von Verpackungsmaterial tragen dazu bei, Abfall und somit negative Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Im Industriebereich ist es unser Ziel, die Menge an Verpackungsmaterial so weit wie möglich zu reduzieren und alle nicht unbedingt notwendigen Verpackungen zu vermeiden – ohne dabei die Qualität, Leistung oder den Schutz unserer Produkte zu beeinträchtigen. Bei den verwendeten Verpackungen legen wir Wert auf eine möglichst hohe Recyclingfähigkeit der Packstoffe. Zum Beispiel setzen wir vorrangig auf Kartonagen und Mehrwegpaletten und verwenden möglichst sortenreinen Kunststoff. Darüber hinaus versuchen wir, den Einsatz von Metall oder Aluminium zu vermeiden, oder sorgen dafür, dass Etiketten, Klebmassen und Druckfarben die Recyclingfähigkeit nicht beeinträchtigen. Informationen auf den Verpackungen, zum Beispiel zur eingesetzten Materialklasse, erleichtern den Endkunden die richtige Entsorgung. Im Consumer-&Craftsmen-Bereich haben wir zum Beispiel das Gewicht unserer Verpackungen verringert, um Verpackungsabfälle zu reduzieren. Darüber hinaus achten wir darauf, bei unseren Packmitteln aus Papier, Pappe und Karton überwiegend FSC-zertifizierte Materialien einzusetzen. Langfristig ist es unser Ziel, Kunststoffverpackungen komplett zu vermeiden und stattdessen

biobasierte Folien oder Folien aus Rezyklaten zu verwenden. In diesem Zusammenhang wird auch über neue Verpackungsformen nachgedacht, um beispielsweise einen Folien-Shrink durch eine Papiermanschette oder Faltschachtel zu ersetzen. Weiterhin haben wir logistische Optimierungen vorgenommen und unsere eingesetzten Versandkartons soweit möglich vereinheitlicht, um die Vielzahl der unterschiedlichen Größen zu reduzieren. Außerdem achten wir auf eine optimale Palettenauslastung, um unnötige Transporte zu vermeiden und so den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu verringern.

## Maßnahmen und Ergebnisse

### Mitarbeiterereinbindung

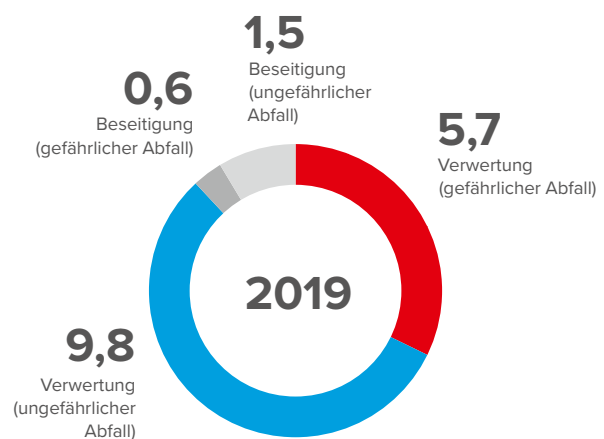
Wir möchten das Know-how unserer Mitarbeiter nutzen, um abfallsparende Maßnahmen zu entwickeln. Deshalb haben wir auch 2019 die erfolgreiche Kampagne „Einfälle statt Abfälle“ im tesa Werk Offenburg fortgeführt. Dahinter steht ein langfristiges Projekt, mit dem wir den Energie- und Ressourceneinsatz kontinuierlich reduzieren wollen. Beteiligt sind Mitarbeiter aus Produktion, Prozessentwicklung und Technik. Ein Baustein des Projekts sind regelmäßige abteilungsinterne und abteilungsübergreifende Projektbesprechungen. Sie dienen dazu, die konkrete Umsetzung von Verbesserungspotenzialen abzustimmen und Best-Practice-Lösungen auszutauschen. Das Projekt umfasst außerdem Kommunikationsmaßnahmen, die bei den Mitarbeitern ein Bewusstsein für die Thematik schaffen sollen. Insgesamt konnten 2019 27 Projekte zur Abfallreduktion umgesetzt werden. Einige davon tragen indirekt auch zu Energieeinsparungen bei, da die eingesparten Materialien den Herstellprozess nicht mehr durchlaufen müssen.

## Leistungsindikatoren

Unser Reduktionsziel stellt die Abfallvermeidung in den Fokus. Lässt sich der Abfall nicht vermeiden, soll er zumindest so gut wie möglich wiederverwertet werden. Daher streben wir danach, die Abfallmengen zur Beseitigung so gering wie möglich zu halten.

Aufgeteilt nach Entsorgungswegen stellen sich unsere Abfallmengen 2019 wie folgt dar:

**Abfallmengen nach Art und Entsorgungsweg 2019**  
in 1.000 t



Insgesamt konnte die Abfallmenge pro Tonne Endprodukt im Vergleich zum Basisjahr – bereinigt um Mixeffekte, die aus der Gewichtung der unterschiedlichen Standorte resultieren – um 4,4 Prozent gesenkt werden (durch das Herausrechnen von Mixeffekten können wir die Leistungen unserer Standorte und unsere Fortschritte transparenter darstellen). Damit liegen wir konzentriert auf Zielniveau.



## Sorgsamer Umgang mit Wasser

Als Folge des Klimawandels und der wachsenden Weltbevölkerung wird sauberes Wasser weltweit knapper. Zwar sind wir an unseren Standorten derzeit nicht von Wasserverknappung oder anderen hohen wasserbezogenen Risiken betroffen. Dennoch betrachten wir Wasser als wertvolle Ressource für Menschen und Ökosysteme, die es zu schützen gilt.

In unseren Produktionsprozessen achten wir auf einen sorgsamen und sparsamen Umgang mit Wasser. Als weltweit tätiges Chemieunternehmen betrachten wir es darüber hinaus als unsere Verantwortung, Wasserquellen vor Verschmutzungen aus unseren Produktionsaktivitäten zu schützen. Dieses Bewusstsein spiegelt sich auch in unseren konzernweiten Umweltleitlinien wider.

### Wassereinsatz bei tesa

Wir setzen Wasser unter anderem bei der Produktion von Klebmassen ein, beispielsweise zur Verdünnung, zur Granulierung von Gummi oder zur Herstellung von Vorprodukten. In den vergangenen Jahren hat der Anteil wasserbasierter Produkte deutlich zugenommen – Tendenz weiter steigend. Bei wasserbasierten Klebstoffen wird Wasser als Lösungsmittel zugesetzt. Aber auch in Schneid- und Kühlprozessen oder zur Befeuchtung der Trennpapiere wird Wasser eingesetzt. Gut die Hälfte unseres gesamten Wasserverbrauchs entfällt jedoch auf sanitäre Zwecke.

Im Jahr 2019 belief sich unsere Wasserentnahme auf rund 656.000 m<sup>3</sup>. Davon sind 396.000 m<sup>3</sup> Brunnenwasser, 260.000 m<sup>3</sup> entstammen städtischen Quellen. Unser Wasserverbrauch lag 2019 bei rund 410.000 m<sup>3</sup>.

Zwei deutsche Produktionsstandorte und die Zentrale machen rund 77 Prozent unserer gesamten Wasserentnahmen aus. An diesen drei Standorten greifen wir auf technologische Lösungen zurück, um einen möglichst effizienten Umgang mit Wasser zu gewährleisten: Rund 40 Prozent des Wassers wird in Kühlkreisläufen eingesetzt und dort mehrfach verwendet.

### Wasserrisiken managen

Wir möchten Risiken für Wasserquellen, die sich aus unserer Produktion ergeben, so gut wie möglich reduzieren. Deshalb ergreifen wir Präventivmaßnahmen gegen denkbare Unfälle. Zum Beispiel dürfen wassergefährdende Flüssigkeiten nur auf Flächen ab- und umgefüllt oder gelagert werden, die mit geeigneten Auffangvorrichtungen versehen sind. Geräte zur Messung der Trübung und der Lösemittelkonzentration stellen sicher, dass kein verschmutztes Oberflächenwasser in das Sielsystem eingeleitet wird. Sollten wassergefährdende Stoffe in relevanter Menge austreten, greifen Notfallpläne und regeln das genaue Vorgehen. All diese Maßnahmen werden regelmäßig in unseren externen ISO-14001-Audits überprüft und sind Voraussetzung für ein erfolgreiches Auditergebnis.

**~ 40**  
**Prozent**  
**des genutzten**  
**Wassers setzen wir**  
**in Kühlkreisläufen**  
**ein und verwenden es**  
**dort mehrfach.**



Auch für die Solarindustrie bietet tesa zahlreiche Lösungen an, beispielsweise für die Rahmenverklebung.

# PRODUKT- VERANTWORTUNG



Unser Beitrag  
zu den SDGs

Wir sehen es als Teil unserer unternehmerischen Verantwortung, unseren Kunden sichere, langlebige und unbedenkliche Produkte anzubieten. Produktverantwortung beginnt für uns bereits bei der Beschaffung der Rohstoffe. Diese beziehen wir, soweit möglich, regional und arbeiten daran, die Transparenz zur Herkunft der eingesetzten Stoffe weiter zu erhöhen. Darüber hinaus achten wir auf die Einhaltung von Umwelt-, Sozial- und Arbeitsstandards in unserer Lieferkette.

Zu unserer Produktverantwortung gehört auch, die Sicherheit unserer Produkte über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg zu gewährleisten. Außerdem arbeiten wir kontinuierlich daran, das Produktdesign zu verbessern und die Umweltauswirkungen unserer Produkte zu minimieren. Geltende Gesetze und Regulierungen bilden das Fundament, auf dem unsere Produktverantwortung fußt. Unser Anspruch geht jedoch noch weiter: Unsere Umweltleitlinie und die Produktsicherheitsrichtlinie enthalten strenge interne Vorgaben, die die Sicherheit und Umweltverträglichkeit unserer Produkte gewährleisten sollen. Mit diesen Leitlinien geben wir allen Mitarbeitern einen klaren Handlungsrahmen für die Entwicklung, Herstellung und Marktbeobachtung unserer Produkte.

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

## Verantwortung in der Lieferkette

Für die Qualität unserer Produkte – und damit für unseren Geschäftserfolg – ist ein effizientes Lieferantenmanagement von großer Bedeutung. Für unsere Produktion benötigen wir Rohstoffe und Chemikalien, die wir bei zahlreichen Lieferanten weltweit einkaufen und an unsere Standorte transportieren. Die größten Beschaffungsmärkte sind Europa und Asien mit China als wichtigstem Herkunftsland.

Die tesa Wertschöpfungskette ist global ausgerichtet und muss so ausgelegt sein, dass sie zukünftige Entwicklungen antizipieren und auf sie reagieren kann. Um diese Voraussetzung zu erfüllen, qualifizieren wir unsere Lieferanten systematisch und arbeiten daran, unsere Lieferketten durch lokale Einkaufsteams effizient zu gestalten. Sie kennen und beobachten den Markt vor Ort genau und sind in der Lage, mögliche Risiken, etwa aufgrund politischer Instabilitäten oder Änderungen der örtlichen Gesetzgebung, realistisch einzuschätzen. Durch den Aufbau eines Netzes alternativer Lieferanten minimieren wir mögliche Risiken zusätzlich.

Darüber hinaus sind wir aufgrund der Internationalität unserer Wertschöpfungskette einem gewissen Risiko im Hinblick auf Menschenrechtsverletzungen ausgesetzt. Unser Ziel ist es, die Herkunft der von uns bezogenen Roh- und Zwischenprodukte zu kennen und nachvollziehbar zu machen.

## Managementansatz

Um allgemeinen Entwicklungen in der Beschaffung, wie zum Beispiel steigenden Rohstoffpreisen, veränderten Vertriebswegen oder Verschiebungen in der Wettbewerbssituation, zu begegnen, hat tesa bereichsübergreifende Aktivitäten und Ressourcen im tesa Purchasing Network (tPN) gebündelt, das als zentrale Funktion sämtliche Prozesse konzernweit steuert.

Die Verantwortung für die Aktivitäten in der Lieferkette trägt der Head of tesa Supply Network, der Teil der tesa Geschäftsleitung ist. Er wird von den regionalen Supply-Chain-Organisationen unterstützt. Unsere Einkaufsorganisation, die auch Teil der tesa Supply Network-Organisation ist, hat Standorte in Deutschland, China, Korea, Malaysia und den USA. Unsere globalen Einkaufsprozesse sind in der Purchasing Compliance Guideline (PCG) definiert und beschrieben, die Teil des konzernweiten Compliance-Handbuchs ist. Die Richtlinie enthält verbindliche Verhaltensregeln für tesa als Einkäufer. Im März 2019 wurde die überarbeitete Purchasing Compliance Guideline eingeführt. Der Schwerpunkt lag auf der Anpassung der Release Regulations – mit dem Ziel, Freigabeprozesse effizienter zu gestalten.

In der Purchasing Compliance Guideline ist auch festgelegt, dass die tesa Mitarbeiter, die eine Einkaufstätigkeit ausführen, die wesentlichen Lieferanten, die tesa direkt beliefern, zur Unterzeichnung des Code of Conduct for Suppliers (CoCfS) verpflichten müssen. Der CoCfS bildet die Grundlage für eine verantwortungsvolle Gestaltung unserer globalen Beschaffungsprozesse und beschreibt grundlegende Regeln und Verpflichtungen im Bereich der Menschenrechte, der Arbeitsnormen, des Umweltschutzes und der Korruptionsprävention. Als Basis dienen auch hier die zehn Prinzipien des UN Global Compact. Neue Lieferanten müssen die Inhalte des CoCfS vor der ersten Bestellung akzeptieren, sonst kommt keine



Geschäftsbeziehung zustande. Verstößt ein Lieferant gegen unsere Regeln, fordern wir ihn auf, die Missstände zu beheben. Sollte er dieser Aufforderung nicht folgen, streben wir eine Beendigung der Geschäftsbeziehung an.

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

## Maßnahmen und Ergebnisse

### Faire, umweltgerechte und verlässliche Lieferketten

Neben der Verpflichtung unserer wesentlichen Lieferanten auf den tesa CoCfS ist es unser klares Ziel, die Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette sukzessive zu erhöhen. So wollen wir Nachhaltigkeitsrisiken in der Lieferkette erkennen und im Dialog mit den Lieferanten vermeiden. Um die Einhaltung von Men-

schenrechten, Arbeitsbedingungen und Umweltaspekten in der Lieferkette zu überprüfen, haben wir im Berichtsjahr ein Sustainability-Assessment- und Audit-Programm erarbeitet, das die Top-Lieferanten von tesa im Fokus hat. Zentraler Bestandteil des Programms sind EcoVadis-Assessments und SMETA-Audits, die wir 2019 in einer Pilotphase evaluiert haben.

### Schulungen

Seit 2017 schulen wir Prozessverantwortliche regelmäßig in der Anwendung der Purchasing Compliance Guideline. In einer eigens dafür entwickelten Online-Schulung wird die Rolle des CoCfS im Rahmen unserer Beschaffungsprozesse erläutert. Rund 75 Prozent der Zielgruppe der Schulung haben das Training bis Ende 2019 erfolgreich absolviert.

Mit der Einführung der überarbeiteten Purchasing Compliance Guideline ging auch ein verbessertes Trainingskonzept einher: Neben der Online-Schulung können die relevanten Mitarbeiter nun auch einen Trainer für ein Präsenztraining buchen. Hier steht im Vordergrund, das Verständnis für die Inhalte der PCG zu verbessern und etwaige Unklarheiten auszuräumen mit dem Ziel, dadurch noch mehr Verständnis und somit Akzeptanz in der globalen Organisation zu schaffen.



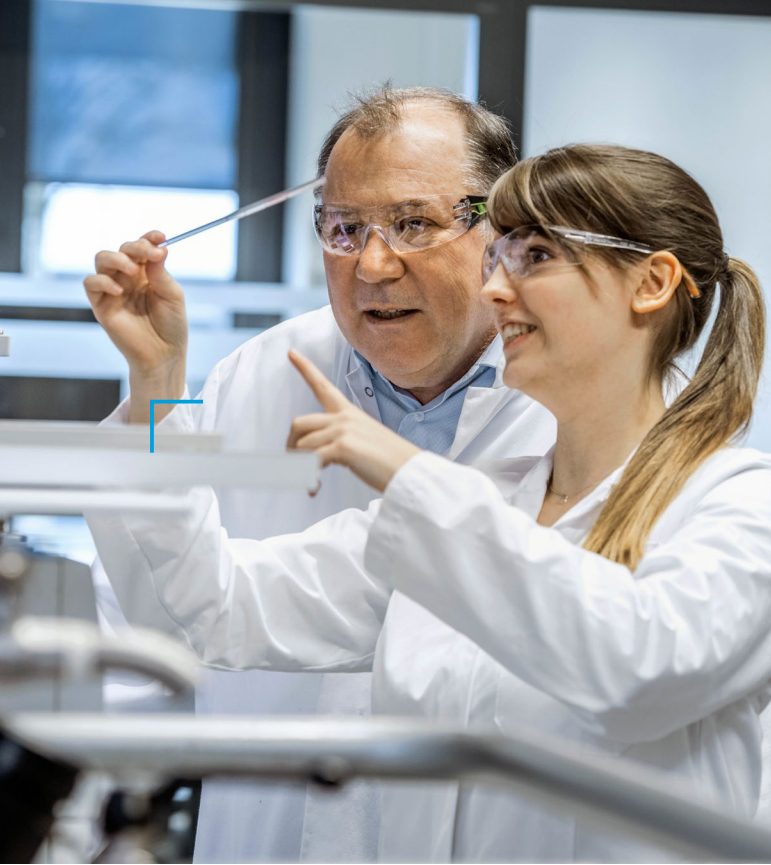
**Der tesa Code of Conduct for Suppliers**  
gilt verbindlich  
für alle wesentlichen  
Lieferanten, die tesa  
direkt beliefern.

## Produktsicherheit

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

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





Umfangreiche Tests, Messungen und Analysen über den gesamten Produktentwicklungsprozess hinweg sollen gewährleisten, dass unsere Lösungen zuverlässig und sicher in ihrer Anwendung sind.

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

## Managementansatz

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

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

Das Produktsicherheitsmanagement ist bei tesa ein wesentlicher Bestandteil des Qualitätsmanagements und wird im Rahmen der Organisationsstruktur auch durch die Geschäftsführung mit gesteuert. Für die Bewertung von Inhaltsstoffen sind die Abteilungen für Produkt-

sicherheit und Produktentwicklung zuständig. Für ihre Beurteilungen greifen sie auf verschiedene chemische Datenbanken zurück, werten wissenschaftliche Erkenntnisse aus und betrachten Angaben zu sicherheitsrelevanten Substanzeigenschaften sowie zum sicheren Umgang mit Stoffen oder Gemischen. Um Produktfehler zu vermeiden, führen die Bereiche Produktentwicklung und Produktion unter anderem Fehlermöglichkeits- und -einflussanalysen (FMEA) durch. Auf diese Weise identifizieren sie bereits im Entstehungsprozess der Produkte potenzielle Mängel in der Konstruktion, Fabrikation oder auch Instruktion wie zum Beispiel eine fehlerhafte Gebrauchsanleitung. Für jedes Produkt ist grundsätzlich ein Sicherheitsdatenblatt erhältlich, das sicherheitsrelevante Informationen beispielsweise zu Inhaltsstoffen, korrekter Lagerung oder zum richtigen Handling sowie Empfehlungen zur Entsorgung beinhaltet. Die Sicherheitsdatenblätter sind in fast 40 Sprachen verfügbar.

Sind die Produkte auf dem Markt, werden sie von unseren Geschäftseinheiten weiter beobachtet. Erkennen die Einheiten dabei, dass eine erneute Risikoanalyse und -bewertung sowie entsprechende Maßnahmen erforderlich sind, leiten sie die notwendigen Schritte ein, um die Gesundheit und Sicherheit unserer Kunden und Mitarbeiter zu gewährleisten. Im Berichtsjahr gab es keine Rückrufaktionen von Endkunden.

Wichtig für unsere Arbeit in diesem Bereich sind die Produktsicherheitsbeauftragten (PSB). Weltweit verfügt jedes wesentliche Werk über einen lokalen PSB, der an den „Corporate PSB“, den zentralen Produktsicherheitsbeauftragten, berichtet. Alle PSB haben eine anerkannte externe Schulung durchlaufen. In der Regel sind sie auch die Qualitätsbeauftragten der Werke.

## Maßnahmen und Ergebnisse

### Schulungen

Für unsere weltweiten Schulungsmaßnahmen nutzen wir neben Präsenztrainings auch ein E-Learning, das 2018 entwickelt wurde. Im Berichtsjahr haben wir erneut ausgewählte Mitarbeiter in den Themengebieten Chemikalienrecht, Produkthaftung und Product Issues Management geschult. Dazu zählten Mitarbeiter aus den Bereichen Forschung & Entwicklung, Verfah-

rentsentwicklung, Marketing sowie die PSB. Bei Gesetzesänderungen überarbeitet der „Corporate PSB“ die Trainings. 2019 haben wir das E-Learning um Inhalte aus dem Bereich Product Safety Management erweitert und relevanten Mitarbeitern zugewiesen.

### Audits

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

### Sicherheit an erster Stelle

Wir nehmen die Qualität und Sicherheit unserer Produkte sehr ernst. Daher haben wir 2019 ein Konzept entwickelt, um unser Vorgehen zur Identifikation sicherheitsrelevanter Produkte weiter zu verbessern. Auch unser Berichtswesen im Bereich Produktsicherheit haben wir im Berichtsjahr erweitert.

Die mit tesa® ACX<sup>plus</sup> befestigten BIPV-Elemente ermöglichen die Versorgung des Gebäudes mit erneuerbarer Energie und sind als Solarelemente nicht zu erkennen.



## Kunden Nachhaltigkeit ermöglichen

tesa Produkte stehen für höchste Qualität, Sicherheit und einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. Mit unseren Anwendungen und Lösungen unterstützen wir unsere Industriepartner dabei, ihre Prozesse oder Produkte zu verbessern. Und Privatanwendern sowie professionellen Handwerkern helfen unsere Produkte, tägliche Aufgaben und Projekte einfach zu erledigen – ob zu Hause oder bei der Arbeit.

Unsere Produkte sollen Mensch und Umwelt über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg so wenig wie möglich belasten. In unserer Unternehmensstrategie haben wir uns daher zum Ziel gesetzt, die Energieeffizienz zu erhöhen, den Einsatz von Lösungsmitteln in der Klebmassenproduktion zu reduzieren und, wo möglich, nachwachsende oder recycelbare Rohstoffe einzusetzen.

## Managementansatz

Für ausgewählte Produkte analysieren wir anhand von „Life Cycle Assessments“ ihre Ökobilanz: Mit diesem ganzheitlichen Ansatz finden wir heraus, welche Umweltauswirkungen diese Produkte während ihrer gesamten Lebensdauer haben und wie sich diese Auswirkungen reduzieren lassen.

Wir gestalten jedoch nicht nur unsere eigenen Produkte immer umweltfreundlicher. Auch unsere Kunden unterstützen wir mit unseren Lösungen dabei, einen Beitrag zum Klimaschutz oder zur Ressourcenschonung zu leisten. Denn unsere Anwendungen helfen ihnen, ihre Produkte haltbarer, effizienter und energiesparender zu fertigen: So fallen weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen und Abfall an.

## Maßnahmen und Ergebnisse

### Lösungen für Industriekunden

Klebebänder sind in der **Elektronikindustrie** eine der wichtigsten Komponenten in elektronischen Geräten. Sie helfen, die Geräte haltbarer zu machen, ressourcen-

intensive Neuanschaffungen zu vermeiden und eine spätere Entsorgung zu erleichtern.

Ein gutes Beispiel ist der Einsatz unserer tesa® Bond & Detach-Produkte in Smartphones: Das komplexe Design moderner Smartphones macht ihre Demontage schwierig. Das ist eine besondere Herausforderung bei Reparaturen oder für ein sicheres und effizientes Recycling. Unsere tesa® Bond & Detach-Produkte ermöglichen es, Komponenten wie etwa Batterien so zu befestigen, dass sie dauerhaft halten. Gleichzeitig schützen sie das Gerät vor Stößen. Bei Bedarf lassen sie sich leicht und rückstandsfrei entfernen. Auf diese Weise können die elektronischen Bestandteile ausgetauscht, ordnungsgemäß entsorgt oder wiederverwertet werden. So leisten unsere Produkte einen Beitrag dazu, die Lebensdauer zu verlängern und die Recyclingfähigkeit der Geräte zu verbessern. Bei der Produktion von Unterhaltungselektronik kann tesa® Bond & Detach ebenfalls Ressourcen sparen: Wurde in der Vergangenheit eine Batterie falsch mit dem Gehäuse verbunden, konnte sie nicht mehr gelöst werden. Der Hersteller musste das gesamte Bauteil entsorgen. Dank tesa® Bond & Detach kann er die Komponente nun einfach entfernen und an den richtigen Platz bringen.

Auch beim Ressourceneinsatz sucht tesa kontinuierlich nach umweltfreundlichen Alternativen: So plant der Electronics-Bereich, 2020 eine neue Produktserie zu entwickeln, die zu einem großen Teil auf Acrylatmonomeren basiert. Dieser Stoff wird aus Bioalkoholen hergestellt. Außerdem werden der Klebmasse Harze aus natürlichen Ressourcen zugesetzt.

Herstellern aus der **Automobilindustrie** ermöglichen wir, ihre Fahrzeuge leichter zu machen. Beispielsweise bieten wir Lösungen an, um die Lithium-Ionen-Batterieelemente klimaschonender Hybrid- und Elektromobile zu fixieren und zu isolieren. Da die Batterien viel Raum einnehmen, sind platzsparende Klebebänder zur Befestigung eine bessere Alternative zu herkömmlichen Schrauben und Nieten. Darüber hinaus sind Klebebänder im Vergleich leichter – und ein geringes Gesamtgewicht ist eine wichtige Anforderung, wenn es darum geht, die Reichweite von E-Autos zu verlängern beziehungsweise den Kraftstoffverbrauch von „Benzinern“ zu reduzieren. Dazu tragen auch Klebe-Stanzteile von tesa



## Umweltfreundlich und permanent verklebt

**Bei der Herstellung doppelseitiger Acrylat-Klebebänder für hochfeste Verbindungen kommt seit Jahren die weltweit einzigartige und patentierte ACX-Technologie zum Einsatz.**

Das ACX-Verfahren entzieht der Klebmasse das verwendete Lösungsmittel und macht so eine energieaufwendige Trocknung überflüssig. Im Vergleich zu herkömmlichen Produktionsverfahren werden dabei 50 Prozent weniger Lösungsmittel und Energie eingesetzt. Möglich macht das eine von tesa selbst entwickelte Technologie, die durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit gefördert wurde.

Die Produkte tesa® ACX<sup>plus</sup> für Permanentverklebungen kommen unter anderem in der Automobil-, Elektronik-, Wind- und Solarindustrie oder im Baugewerbe zum Einsatz. Zum Beispiel können, wie bei einem Bauprojekt in der Schweiz, BIPV-Solarelemente (Building Integrated Photovoltaics) besonders einfach und sicher mithilfe von tesa® ACX<sup>plus</sup> an der Fassade befestigt werden. So ermöglichen sie auf effiziente Weise die Versorgung des Gebäudes mit erneuerbarer Energie.

bei, die immer häufiger herkömmliche Stopfen ersetzen, um Löcher in der Karosserie wasser-, luft- und staubdicht abzudecken. Die Klebepunkte sind um ein Vielfaches leichter als die Stopfen. [insights.tesa.com](https://insights.tesa.com)

Mit unserer Primerless Produktlinie unterstützen wir unsere Kunden zudem dabei, den Einsatz von Chemikalien in der Fertigung zu reduzieren. Denn Produkte dieser Linie kleben ohne Vorbehandlung auf niedrigerenergetischen Oberflächen. Haftvermittler werden damit überflüssig und die darin enthaltenen gesundheitsgefährdenden Inhaltsstoffe vermieden. So wird nicht nur die Umwelt geschont, sondern auch die Sicherheit der Mitarbeiter in der Produktionslinie verbessert.

Unsere Klebebänder können auch helfen, die Luftqualität in Fahrzeugen zu verbessern. Bestimmte Weichmacher und Klebstoffe setzen bereits bei Raumtemperatur sogenannte flüchtige organische Verbindungen (Volatile Organic Compounds – VOCs) frei. Sie tragen beispielsweise zu dem typischen „Neuwagengeruch“ bei. Da einige VOCs in der Vergangenheit mit Gesundheitsproblemen in Zusammenhang gebracht wurden, sind die Emissionsgrenzwerte in Fahrzeuginnenräumen weltweit streng reguliert. Die Nachfrage nach Lösungen mit geringem VOC-Ausstoß steigt entsprechend. Neben Klebebändern mit geringen VOC-Werten führen wir daher auch das Segment „Ultra Low VOC“, die nur geringste Mengen VOC ausstoßen. Unsere Klebebänder halten in jedem Land und auf jedem Automobilmarkt die Grenzwerte ein.

Auch in der **Druck- und Papierindustrie** tragen unsere Produkte zu mehr Nachhaltigkeit bei: Damit Altpapier erfolgreich recycelt werden kann, müssen zunächst die Druckfarben vom Papier entfernt werden, ebenso wie andere Fremdkörper wie Metallklammern oder Klebebänder. Nach diesem Prozess – „Deinking“ genannt – können die gewonnenen Papierfasern als Rohstoff für die Herstellung von Papier verwendet werden. tesa® EasySplice Klebebänder für die Papierdruckindustrie sind von der INGEDE, der „International Association of the Deinking Industry“, für den Deinkingprozess zertifiziert, da sie leicht von den Papierfasern abgetrennt werden können. Damit unterstützen sie das Papierrecycling und minimieren den Abfall.



Die Druckplatte lässt sich direkt auf den beschichteten tesa® Twinlock-Sleeve aufbringen und problemlos wieder entfernen. Klischeeklebebänder werden so vermieden – und Abfall und Transportemissionen ebenfalls.

Mit tesa® Twinlock bieten wir zudem ein innovatives, ressourcenschonendes Produkt für den „Flexodruck“. Dies ist ein spezielles Druckverfahren, welches beispielsweise beim Bedrucken von Verpackungen zum Einsatz kommt. tesa® Twinlock ist eine wiederverwendbare Alternative für die Montage der Druckplatten: Die Druckplatte lässt sich direkt auf den beschichteten tesa® Twinlock-Sleeve aufbringen, was die Verwendung von Klebebändern obsolet macht. Nach dem Druckvorgang lässt sich die Druckplatte problemlos wieder entfernen, und der Sleeve kann für den nächsten Auftrag verwendet werden. Durch den Wegfall von Klischeeklebebändern für die Plattenmontage verbessert tesa® Twinlock den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, da Abfall und Transportemissionen vermieden werden.

Unsere Lösungen für den Bereich **Erneuerbare Energien** unterstützen unsere Kunden vor allem dabei, die Lebensdauer ihrer Anlagen zu verlängern: Bei der Herstellung von Solaranlagen kommen zum Beispiel verschiedene Anwendungen für die Rahmen- oder Dosenverklebung sowie zur Zellen- und Kabelfixierung zum Einsatz. Unsere Lösungen sind garantiert wetterbeständig; dies ist vom TÜV Rheinland gemäß dem internationalen Standard IEC 61215 geprüft. [insights.tesa.com](https://insights.tesa.com)

Auch unsere Klebeband- und Folienlösungen für die Rotorblätter von Windkraftanlagen sind besonders witterungsbeständig. Sie schützen beispielsweise die Strömungskanten vor Abnutzung durch Regen oder Partikelerosion. Unsere UV- und salzwasserbeständige Anti-Rutsch-Beschichtung auf oder in der Gondel erhöht zudem die Sicherheit des Wartungspersonals. Mit



Acrylschäumen der Marke tesa® ACX<sup>plus</sup> bietet tesa Produkte zur permanenten Verklebung von Strömungselementen auf dem Blatt, die die Effizienz steigern und Geräusche reduzieren.

### Allgemeine Anwendungen und Produkte

Auch bei Produkten, die branchenübergreifend Anwendung finden, achten wir darauf, dass unsere Anwendungen umweltfreundlich sind und sich positiv auf die Recyclingfähigkeit oder Lebensdauer von Produkten auswirken. Unser Verpackungsklebeband mit Fingerlift zum Beispiel lässt sich vollständig von Kartonagen ablösen, sodass Verpackungen leichter recycelt werden können. Bereits seit einiger Zeit entwickeln wir lösungsmittelfreie Klebebänder auf Naturkautschukbasis. Damit reduzieren wir mögliche Umwelt- und Gesundheitsrisiken, die von klassischen Lösemitteln ausgehen.

### Lösungen für Konsumenten

Im Papier-, Büro- und Schreibwarenbereich bauen wir unser Sortiment für umweltbewusste Verbraucher kontinuierlich aus. Unter der Submarke tesa® ecoLogo bieten wir unter anderem Kleberoller, Klebefilme, Packbänder, Klebstifte und Korrekturroller an, die aus überwiegend recycelten oder natürlichen Materialien hergestellt werden. Das Sortiment tesa® ecoLogo erfüllt die anspruchsvolle Norm ISO 14021 für ökologische Produkte, da für die Herstellung vollständig auf Lösungsmittel verzichtet wird und überwiegend biobasierte Materialien und recycelte Verpackungen zum Einsatz kommen. tesa-moll® Produkte zum Abdichten von Fenster- und Türspalten sowie das tesa® ISO SYSTEM für unkomplizierte Dach-Innenisolierungen unterstützen Anwender beim Energiesparen und reduzieren somit den Ausstoß von CO<sub>2</sub>. Außerdem verhindern sie das Eindringen von Feuchtigkeit und verbessern das Raumklima.

Im Mai 2018 erwarb tesa die FormFormForm Ltd. mit Sitz in London und damit das Produkt Sugru®. Mit der formbaren Klebmasse lassen sich Alltagsgegenstände schnell und einfach reparieren und verschönern. Dies verlängert die Lebensdauer der Gegenstände und trägt so zur Ressourcenschonung bei.



## Unterstützung einer bewussten Lebensweise

**Selber basteln statt neu kaufen, reparieren und „upcyclen“ statt wegwerfen: Mit tesa® Produkten können alltägliche Gegenstände aufgewertet und (scheinbar) nutzlose Dinge in Neues umgewandelt werden.**


Ob Möbel, Fahrräder oder Deko-Elemente – Gebrauchtes instand setzen statt wegwerfen, dafür steht die Reparatur-Bewegung. Die Upcycling-Bewegung wiederum hat sich zum Ziel gesetzt, Materialien und Produkte, die in ihrer ursprünglichen Form oder aus modischen Gründen keine Verwendung mehr finden, in funktionale, dekorative und vor allem einzigartige Objekte umzuwandeln und sie so vor dem Müll zu retten.

tesa bietet eine Vielzahl hochwertiger Klebeprodukte zum cleveren Reparieren, Renovieren, Befestigen und Dekorieren und unterstützt damit den besonders bei jungen Menschen stark wachsenden Trend zu einer nachhaltigeren Lebensweise.

Und damit es nie an Inspiration mangelt, stellt tesa regelmäßig Kreativ-Ideen und Anleitungen zusammen.

Mehr Informationen finden Sie hier:

➔ [insights.tesa.com](https://insights.tesa.com)



Im Rahmen der  
mint-pink-Projektstage  
lernen Schülerinnen  
die Arbeit der tesa  
Naturwissenschaftler  
kennen, zum Beispiel  
im Physikkabor.

# GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



Unser Beitrag  
zu den SDGs

Auf freiwilliger Basis gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen ist Teil der tesa Unternehmensphilosophie und fest in unseren Unternehmenswerten verankert. Mit unserem Engagement als Unternehmen möchten wir über unser Kerngeschäft hinaus einen positiven Beitrag für die Gesellschaft leisten – deshalb engagieren wir uns weltweit in Form von Spenden und Fördermitgliedschaften sowie durch ehrenamtliches Engagement unserer Mitarbeiter.



**In > 40 Projekten  
weltweit haben  
sich tesa Mitarbeiter  
2019 engagiert.**

Es ist uns wichtig, mit unserem gesellschaftlichen Engagement die Brücke zu den tesa Kernkompetenzen und den Stärken unseres Unternehmens zu schlagen: Ideenreichtum und Erfindergeist, Lösungsorientierung, praktische Hilfestellung und Teamgeist. So können wir sicherstellen, dass beide Seiten gewinnen – die unterstützten Organisationen und Projekte ebenso wie tesa selbst.

## Managementansatz

Genau wie mit unseren Produkten möchten wir auch mit unserem gesellschaftlichen Einsatz tragfähige Verbindungen schaffen. Deshalb haben wir unsere Corporate-Citizenship-Strategie unter das Leitmotiv „tesa verbindet“ gestellt. Ergänzt wird die Strategie durch eine Spendenrichtlinie (Corporate Giving Policy) sowie eine Richtlinie für Marken- und Produktsponsorings. Zur Umsetzung der Strategie haben wir drei Kernbereiche definiert, denen sich alle Projekte, die wir unterstützen, zuordnen lassen: soziales Engagement, Bildungsförderung und Umweltschutz. Auf Projektebene gliedern sich diese in die vier Säulen „tesa hilft“ und „tesa spendet“ (Soziales) sowie „tesa fördert“ (Bildung) und „tesa schützt“ (Umwelt).

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

Der Vorstand unterstützt und begrüßt bürgerschaftliches Engagement explizit – nicht nur in der Zentrale, sondern auch in den Regionen. So sind die Tochtergesellschaften vom Vorstand angehalten, einen Teil des lokalen Umsatzes für gesellschaftliche Projekte zu spenden und sich im Rahmen von Freiwilligenarbeit und Teambuilding-Maßnahmen sozial zu engagieren. Gemäß dem Prinzip „Globale Strategie, lokale Umsetzung“ wählen

die regionalen Gesellschaften die Projekte, für die sie sich engagieren wollen, selbstständig aus. Bei Bedarf berät sie unser Corporate-Citizenship-Bereich auf Basis seiner Strategie und der Spendenrichtlinie zu geeigneten Förderprojekten. Unsere Tochtergesellschaften handhaben die ehrenamtlichen Einsätze je nach Mitarbeiterzahl individuell unterschiedlich. So veranstalten beispielsweise Tochtergesellschaften, die mit einer Initiative bereits viele Jahre verbunden sind, jährlich wiederkehrende Aktionstage wie Sommerfeste, Renovierungstage oder Bastelnachmittage zur Weihnachtszeit. Sie kennen die lokalen Gegebenheiten am besten und können so dazu beitragen, dass die jeweiligen Maßnahmen die gesellschaftlichen Herausforderungen effektiv lösen. Einmal jährlich berichten die regionalen Gesellschaften an den Corporate-Citizenship-Bereich, in welchen Projekten sie sich engagiert haben.

## tesa hilft: Als guter Nachbar für andere da sein

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

### Engagement in Deutschland

Mitarbeiter der tesa SE, des Converting Centers in Hamburg sowie des tesa Werks Hamburg können sich freiwillig bei verschiedenen Projekten in der Region einbringen. Angeboten werden die Projekte vom Bereich



## Langfristiges Engagement

**Gemeinsam mit der „Osaka Child Welfare Association“ setzt sich tesa tape Japan für benachteiligte junge Erwachsene ein.**

In Japan leben etwa 45.000 Kinder in Pflegeheimen. Wenn sie 18 Jahre alt werden, müssen sie diese Heime verlassen. Alltägliche Dinge fallen ihnen dann oft sehr schwer, da sie diese nicht aus ihren Familien kennen. An diesem Punkt kommt die „Osaka Child Welfare Association“ ins Spiel. Sie hilft den jungen Erwachsenen mit verschiedenen Programmen und Workshops in die Unabhängigkeit. Dabei geht es zum Beispiel um Tischmanieren, das Erscheinungsbild oder die Themen Finanzen und Recht.

Seit mittlerweile sieben Jahren bereiten die Kollegen von tesa tape Japan den jungen Erwachsenen zu Weihnachten eine zusätzliche Freude, indem sie in den Workshops Geschenke verteilen. Für ihr Engagement wurde das Team im Februar 2019 vom Bürgermeister Osakas geehrt.

Corporate Citizenship in Kooperation mit dem Verein „tatkräftig – Hände für Hamburg“. Nach dem Motto „1 Tag, 1 Team, 1 Ziel“ vermittelt die Initiative ehrenamtliche Helfer an mehr als 150 Einrichtungen im Hamburger Raum. Alternativ können die Mitarbeiter nach Absprache auch selbst gewählte Initiativen in der Nachbarschaft unterstützen. Für die Auszubildenden aus dem tesa Werk Hamburg ist die Teilnahme an einem „tesa hilft“-Projekt mit „tatkräftig“ inzwischen fester Bestandteil des ersten Ausbildungsjahres. Im Berichtszeitraum haben 38 Mitarbeiter insgesamt vier Projekte unterstützt – darunter Spiel- und Bastelaktionen oder auch Garten-, Handwerks- und Renovierungsarbeiten in sozialen und gemeinnützigen Einrichtungen wie Kinder- und Jugendhäusern, Kitas oder Flüchtlingsunterkünften.

### Engagement weltweit

Die Tochtergesellschaften weltweit haben auch 2019 aktive Hilfe im Umfeld ihrer Standorte geleistet. Dazu zählten ehrenamtliche Einsätze der Mitarbeiter bei Spiel- und Bastelnachmittagen oder Ausflüge mit zum Teil schwerkranken Kindern, aber auch Renovierungsarbeiten in Schulen und Kindergärten. Die Kollegen aus Belgien unterstützen zum Beispiel die Organisation „D’Broej“, die in Brüssel acht Jugendhäuser betreibt. Dort werden benachteiligten Kindern und Jugendlichen Hilfe bei den Hausaufgaben, Zeit und Raum für die persönliche Entwicklung, aber auch Sport und andere Freizeitaktivitäten angeboten. Die Kollegen begleiteten das Team von D’Broej zum Karneval in Etterbeek (Brüssel), an dem die Organisation jedes Jahr teilnimmt, und halfen beim Dekorieren, Einkleiden und Schminken der Kinder. Darüber hinaus spendeten sie 5.000 Euro.

## tesa spendet: Unkomplizierte Hilfe für soziale Projekte

Im Rahmen von „tesa spendet“ unterstützen wir mit gezielten Geld- und Produktspenden Menschen und ausgewählte Institutionen im Alltag. tesa Produkte stellen wir für unterschiedliche Zwecke und Gruppen zur Verfügung – von Schulen und Kindergärten bis hin zu Hilfsaktionen bei Naturkatastrophen und in anderen Notfällen, in denen etwa Fliegengitter oder Packbän-



der von Nutzen sein können. Finanzielle Unterstützung kommt vor allem Organisationen zugute, die sich um benachteiligte oder kranke Kinder kümmern.

#### **Spende für die „Kleinen Riesen Norderstedt e. V.“**

2019 kam die jährliche Rest-Cent-Spende den „Kleinen Riesen Norderstedt e. V.“ zugute, die sich für Kinder in suchtbelasteten Familien einsetzen. Ihr Ziel ist es, den Betroffenen angemessene Konflikt- und Problemlösungsstrategien an die Hand zu geben und ihnen in krisenhaften Alltagssituationen zu helfen. Hinter der Rest-Cent-Spende steht ein einfaches Prinzip: Mitarbeiter an den Standorten Norderstedt, Hamburg und Langenfeld spenden monatlich die Cent-Beträge ihres Nettoentgelts (0,01 bis 0,99 Euro), also maximal 11,88 Euro pro Mitarbeiter und Jahr, für gemeinnützige Einrichtungen in ihrem Umfeld. 2019 betrug die Gesamtsumme der Spenden 4.275,15 Euro. Diese wurde von der Geschäftsleitung auf 8.550,30 Euro verdoppelt.

#### **Geschenkaktion zu Weihnachten**

Auch die weihnachtliche Geschenkaktion wurde im Berichtsjahr fortgeführt. Insgesamt 204 neuwertige Präsente haben tesa Kollegen unter dem Weihnachtsbaum in der Unternehmenszentrale für Kinder abgelegt, die sonst zu Weihnachten nichts bekämen. Die gemeinnützige Partnerorganisation „ToysCompany“ verteilte sie rechtzeitig vor dem Fest an sozial benachteiligte Familien. Auch an den verschiedenen Standorten weltweit fördern wir Organisationen, die sich um benachteiligte Kinder kümmern, mit Geld- und Sachspenden.

#### **Kultur im Betrieb tut Gut(es)**

Seit September 2019 trägt die Veranstaltungsreihe Kultur im Betrieb, die es bei tesa in Kooperation mit der Muttergesellschaft Beiersdorf bereits seit 2015 gibt, einen neuen Titel: Kultur im Betrieb tut Gut(es). Der Name ist Programm: Das gesamte Eintrittsgeld wird nun an feste, ehrenamtliche, soziale Partner gespendet, die sich in der Hansestadt für Menschen in Not engagieren. Außerdem hat die jeweilige Partner-Organisation während der Veranstaltung die Gelegenheit, sich vorzustellen und in der Pause Spenden zu sammeln.



Im Folientechnikum im Headquarter lernen die Schülerinnen, worauf es bei der Folienherstellung ankommt, und können sich selbst bei der Herstellung ausprobieren.

**8.550,30**  
**Euro**  
**betrug die Gesamt-**  
**summe der**  
**Rest-Cent-Spende**  
**2019.**



Bereits seit elf Jahren engagiert sich das tesa Werk Suzhou für eine bessere Grundschulbildung von Kindern aus Wanderarbeiterfamilien.

## tesa fördert: Qualifizierten Nachwuchs gewinnen

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

### Initiative Naturwissenschaft & Technik

Bereits seit 2014 kooperiert die tesa SE mit der Initiative Naturwissenschaft & Technik (NAT). In Hamburg und der umliegenden Metropolregion vernetzt NAT Schulen mit Universitäten, Hochschulen und technologiegetriebenen Unternehmen. Ziel ist es, Jugendlichen abwechslungsreiche Einblicke in verschiedene Berufsfelder zu geben. Dabei unterstützen wir insbesondere

die NAT-Initiativen mint:pink, ein „Mutmach“-Programm explizit für Mädchen, sowie „90 Minuten MINT“. Beides sind Schnupperkurse, in denen die Schüler die Arbeit von Naturwissenschaftlern kennenlernen können. 2019 haben zwei MINT-Tage bei tesa stattgefunden: tesa Mitarbeiter aus dem technischen Bereich sowie der Forschung & Entwicklung gaben den Schulkindern Einblicke in ihren Werdegang und ihren Aufgabenbereich bei tesa, ließen die Schüler kleine Experimente durchführen und beantworteten ihre Fragen. Darüber hinaus hat tesa beide Programme auch wieder in Form einer größeren Jahresspende gefördert.

### Bildungsprojekte weltweit

Auch an den internationalen Standorten spielt Bildungsförderung eine wichtige Rolle. Zum Beispiel engagiert sich das tesa Werk Suzhou, China, mit dem Programm „tesa Sunshine Education Assistance“ seit 2008 für eine bessere Grundschulbildung von Kindern aus Wanderarbeiterfamilien. Mehr als 100 Mitarbeiter haben sich in den vergangenen Jahren ehrenamtlich für diese Initiative eingesetzt. Insgesamt haben bereits 710 Kinder ein Jahresstipendium („tesa Sunshine Scholarship“) erhalten. 2019 dehnte das Werk sein Engagement auf eine zweite Schule aus. In Indien unterstützt tesa die Organisation „Nanhi Kali“, die benachteiligten jungen Mädchen eine Grundschulbildung ermöglicht.

## tesa schützt: Einsatz für eine intakte Umwelt

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

### Zusammenarbeit mit Umweltzentrum

2019 haben wir eine Kooperation mit dem Hamburger Umweltzentrum Gut Karlshöhe begonnen. Das Zentrum wird seit 2008 von der Hamburger Klimaschutzstiftung betrieben und ist ein Lern- und Erlebnisort. Menschen aus der Metropolregion Hamburg können hier bei Konferenzen, Workshops, Ausstellungen oder Märkten erfahren, wie Leben im Rahmen der natürlichen Ressourcen gelingen kann. Das Gelände befindet sich in der Nähe der Unternehmenszentrale in Norderstedt und bietet verschiedene naturbelassene Flächen, die gepflegt und erhalten werden müssen. Dies eröffnet die Möglichkeit für ehrenamtliche Aktionen, die mit Umweltbildung und Denkanstößen für eine nachhaltigere Lebensweise kombiniert werden können. 2019 fand ein erstes Pilotprojekt statt, um herauszufinden, ob die Kooperation bei tesa Mitarbeitern auf Interesse stößt. Da die Resonanz positiv war, haben wir uns entschieden, die Kooperation fortzuführen: Im Herbst 2019 fand ein weiterer ehrenamtlicher Einsatz auf Gut Karlshöhe statt. Insgesamt haben fast 20 Mitarbeiter an den beiden Projekttagen teilgenommen.

### „The Million Tree Project“

Chinesische Kollegen engagieren sich seit 2015 für den Klima- und Umweltschutz, indem sie „The Million Tree Project“ unterstützen – eine Baumpflanzaktion in der Inneren Mongolei. 2019 waren sechs tesa Mitarbeiter für das Projekt aktiv: Sie haben ältere Bäume beschnitten und neue gepflanzt. [insights.tesa.com](https://insights.tesa.com)



## Bildung gleich Zukunft

**Bereits seit 2008 unterstützt der Produktionsstandort die nahe gelegene Suzhou Sunshine School insbesondere mit der Vergabe von Stipendien.**

2019 hat das tesa Werk Suzhou sich entschieden, einige Schüler einer örtlichen Schule auch langfristig zu begleiten und ihre Schulbildung mindestens bis zur Mittelschule finanziell zu unterstützen. Die Kinder kommen aus besonders schwierigen Verhältnissen und könnten ohne die Stipendien ihre Schulbildung nicht fortsetzen, da die Familien nicht für die Schulgebühren aufkommen können. Darüber hinaus möchten tesa Mitarbeiter die Kinder auch auf persönlicher Ebene begleiten: So sind bereits Ausflüge geplant, zum Beispiel ins Robotermuseum, die es den Kindern ermöglichen, Dinge zu erleben und zu erforschen, die ihnen sonst verwehrt bleiben würden.

Mehr Informationen finden Sie hier: [insights.tesa.com](https://insights.tesa.com)





## Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit

An die Beiersdorf AG, Hamburg

Wir haben den nichtfinanziellen Bericht der Beiersdorf AG nach § 289b HGB, der mit dem nichtfinanziellen Bericht des Konzerns nach § 315b HGB zusammengefasst ist, bestehend aus den im Nachhaltigkeitsbericht 2019 gesondert durch blaue Klammern gekennzeichneten Angaben sowie dem durch Verweisung als Bestandteil qualifizierten Abschnitt „Geschäft und Strategie“ des Konzernlageberichts, für den Zeitraum vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (nachfolgend: nichtfinanzieller Bericht) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

### Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

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

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

### Erklärungen des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

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

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

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

### Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

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

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

Im Rahmen unserer Prüfung, die wir im Wesentlichen in den Monaten November 2019 bis Februar 2020 durchgeführt haben, haben wir u. a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

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

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

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

### Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der nichtfinanzielle Bericht der Beiersdorf AG für den Zeitraum vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

### Verwendungszweck des Vermerks

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

### Auftragsbedingungen und Haftung

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

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

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

München, 20. Februar 2020  
Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Nicole Richter  
Wirtschaftsprüferin



Annette Johné  
Wirtschaftsprüferin

# Impressum

## Herausgeber

### **Unternehmensbereich Consumer (einschließlich nichtfinanzieller Bericht):**

Beiersdorf Aktiengesellschaft  
Unnastraße 48  
20245 Hamburg  
Deutschland

### **Unternehmensbereich tesa:**

tesa SE  
Hugo-Kirchberg-Straße 1  
22848 Norderstedt  
Deutschland

## Redaktion und Konzept

### **Unternehmensbereich Consumer:**

Beiersdorf Aktiengesellschaft  
Corporate Sustainability  
E-Mail: [We.care@Beiersdorf.com](mailto:We.care@Beiersdorf.com)

### **Unternehmensbereich tesa:**

tesa SE  
Corporate Communications  
E-Mail: [responsibility@tesa.com](mailto:responsibility@tesa.com)

## Mitarbeit

### **Unternehmensbereich Consumer:**

#### **Gestaltung**

Berichtsmanufaktur GmbH, Hamburg

#### **Text**

Berichtsmanufaktur GmbH, Hamburg

#### **Übersetzung**

World2World Hamburg, Jim Blake

### **Unternehmensbereich tesa:**

#### **Text**

tesa SE

#### **Text und Gestaltung**

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

#### **Übersetzung**

EnglishBusiness AG, Hamburg

## Weitere Informationen

### **Beiersdorf Nachhaltigkeit im Internet**

Unternehmensbereich Consumer:  
[www.beiersdorf.de/nachhaltigkeit/ueberblick](http://www.beiersdorf.de/nachhaltigkeit/ueberblick)

Unternehmensbereich tesa:  
[www.tesa.de/ueber-uns/verantwortung](http://www.tesa.de/ueber-uns/verantwortung)

