



*Nachhaltigkeit
bei CEWE COLOR*

Nachhaltigkeitsbericht 2011



NACHHALTIGKEIT BEI CEWE COLOR

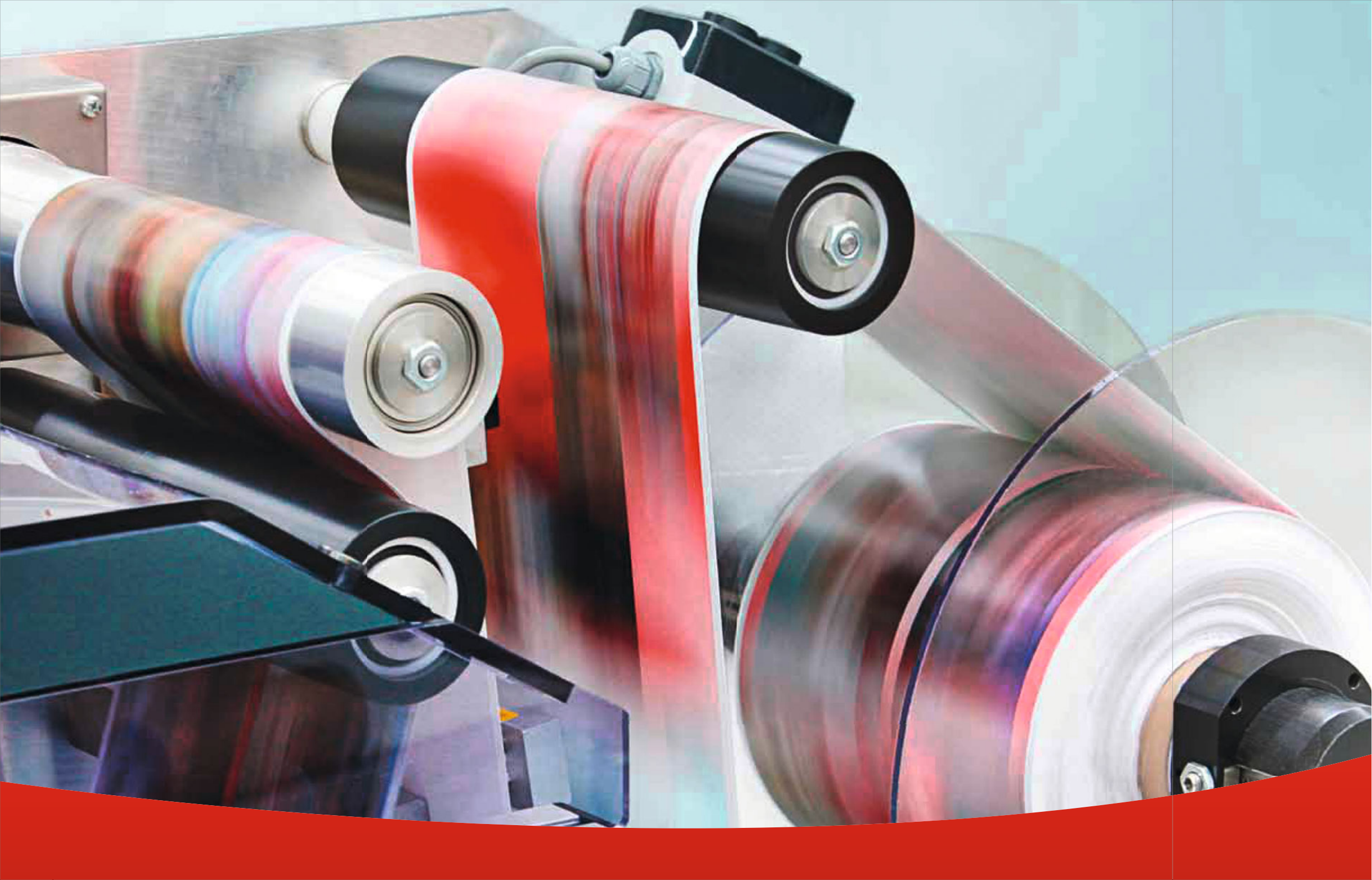
Nachhaltigkeitsbericht 2011

veröffentlicht am 5. Juni 2012

CEWE COLOR Holding AG



Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht ist auf FSC®-zertifiziertem Papier gedruckt.



NACHHALTIGKEITSBERICHT 2011

Vorwort	4
Nachhaltigkeitsmanagement	8
Berichtssystematik, Impressum	9
Organisationsstruktur	10
Produktionsstandorte	11

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG	14
Tradition	14
Unternehmensleitbild	15
Verhaltenskodex	16
Ombudsmann	17



WIRTSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG	20
Innovationsgespür und Markenführung	20
Risikomanagement	21
Qualitätsmanagement	22
Produktsicherheit, Lieferantenmanagement	23
Mitglied- und Partnerschaften	26

UMWELTVERANTWORTUNG	32
Umweltpolitik	32
Energie sparen (Scope 1, 2, 3)	34
Green IT, Klimawandel	35
Wasser schützen	36
Ressourcen schonen	37
Mengenbilanz	38
Arbeitsschutz sichern	39

SOZIALE VERANTWORTUNG	42
Unternehmensführung	42
Chancengleichheit	43
Mitarbeiterzufriedenheit/-beteiligung	44
Altersvorsorge, Ausbildung	45
Weiterbildungs- und Nachwuchsprogramme	46
Arbeitssicherheit, Krankenstand	47

GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG	50
Engagement an den deutschen Standorten	50
Engagement europaweit	52
Förderung von fachlichem Nachwuchs	53

ZUSAMMENFASSUNG	56
Status und Ziele nach GRI-G3-Leitfaden	56

 Internet-Verweis
 Zusatzinformationen



Dr. Rolf Hollander, Vorsitzender der Vorstände der CEWE COLOR Holding AG und der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

20 Jahre nach dem ersten Gipfel trifft die Weltgemeinschaft 2012 erneut in Rio de Janeiro zusammen. Unter dem Titel „Nachhaltige Entwicklung“ berät und diskutiert die Staatengemeinschaft über dringende Probleme. Umwelt, Ressourcen und Klima sind Schwerpunkte, die in diesen Tagen von Staats- und Regierungschefs aus aller Welt bilanziert werden.

Wir sind ein mittelständisches Unternehmen mit norddeutschen Wurzeln, das in 24 europäischen Ländern aktiv ist. Seit über 50 Jahren sind wir ein Teil der Wirtschaft und genauso lange handeln wir verantwortungsvoll: Wir wägen sorgsam ab, was mit welchen Mitteln zu wessen Wohl geschieht und welche Auswirkungen dies auf morgen hat. Und wir bilanzieren – im Jahresrhythmus legen wir transparent unsere Fortschritte in den Bereichen der Nachhaltigkeit dar. Verantwortlich zeichnet bei uns aus dem Vorstandskreis Andreas F. L. Heydemann. Gemeinsam mit Spezialisten aus dem Koordinierungskreis sorgt er dafür, dass unsere Nachhaltigkeitsprozesse stetig verbessert und messbar werden.

Wo sind wir gut, wo müssen wir uns anstrengen und wo liegen in Zukunft die größten Herausforderungen? Fragen, die wir uns stellen und die wir aktiv diskutieren. Mit unseren Geschäftspartnern, mit unseren Mitarbeitern, aber auch mit externen Experten, denn Nachhaltigkeit ist bei CEWE kein ausschließlich interner Prozess. Im vorliegenden Bericht sind wir mit in- und ausländischen Kollegen, Geschäftspartnern und Partnern aus der Wissenschaft in den Dialog getreten. Wir haben resümiert, welche Veränderungen und Zielsetzungen wir erreicht haben und wo Arbeit vor uns liegt.

Seit der Firmengründung 1961 wächst die ökonomische Verantwortung: Auf Jahrzehnte des Wachstums folgte eine Zeit der Konsolidierung. Die größte Herausforderung – den Wandel von der analogen

zur digitalen Fotografie – haben wir rechtzeitig erkannt und sind ihr mit Innovationen begegnet. Unser CEWE FOTOBUCH ist das bedeutendste Ergebnis. Wurden früher Fotoabzüge entwickelt und in ein Album geklebt, so können digitale Bilder nun ganz einfach mit unserer Software in das CEWE FOTOBUCH eingefügt werden. 2011 haben wir über 5,1 Mio. Exemplare verkauft. Wir haben gelernt, erfolgreich eine Marke aufzubauen und zu führen. Heute sind wir internationaler Marktführer sowohl im industriellen Fotofinishing als auch im neuen Markt für digitale Individualprodukte. Der Transformationsprozess ist abgeschlossen und wir nutzen unsere Digitaldruckkompetenz, um im kommerziellen Digitaldruck zu neuen Ufern aufzubrechen. Mit der Akquisition der Saxoprint zu Beginn dieses Jahres stehen die Zeichen für CEWE weiter auf Wachstum.

Mit dem wirtschaftlichen Erfolg wächst auch das gesellschaftliche Engagement von CEWE. Alle CEWE Betriebe fördern lokale Einrichtungen in sozialen, kulturellen und sportlichen Bereichen. Zahlreiche Hilfsprojekte erfahren zum Teil seit Jahrzehnten Unterstützung von CEWE; lesen Sie hierzu mehr im Kapitel Gesellschaftliche Verantwortung ab Seite 50.

2011 ist unser Standort Germering als „behindertenfreundlicher Arbeitgeber im Landkreis Fürstentum Fürstentum“ ausgezeichnet worden. Menschen in ihrer Individualität zu akzeptieren und zu fördern, liegt dem CEWE Management am Herzen. Wir pflegen einen respektvollen Umgang mit unseren Mitarbeitern, der sich in langfristigen und konsistenten Arbeitsverhältnissen widerspiegelt. Und wir ermöglichen jungen Menschen den Einstieg ins Berufsleben, indem wir die Zahl unserer Ausbildungsplätze erhöhen. 2011 waren im Durchschnitt 112 Auszubildende in zwölf verschiedenen Berufen bei uns beschäftigt, 22 mehr als im Jahr 2010.

In Rio de Janeiro nimmt „grüne Wirtschaft“ viel Raum ein. Denn die Wirtschaft trägt in hohem Maße Verantwortung für die Umwelt, so auch CEWE. Wir haben eine Umweltpolitik definiert, die folgende Bereiche umfasst: Energie sparen, Wasser schützen, Ressourcen schonen, Arbeitsschutz sichern. Und wir sind vorangekommen: Für sämtliche Digitaldruckprodukte setzen nun all unsere Betriebe Material aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern ein (FSC®-zertifiziert). Zertifiziert ist die gesamte Wertschöpfungskette – vom Waldbesitzer bis zur Druckerei. In den vergangenen Jahren wurden bei CEWE große Fortschritte sowohl bei der Reduzierung der CO₂-Emissionen als auch bei der Verbesserung der Energiebilanz gemacht. Aufgrund der guten Qualität und Offenheit der veröffentlichten Zahlen zu Kohlendioxid-Emissionen wurden wir 2010 als einziges und 2011 als eines von nur zwei SDAX-Unternehmen in den Carbon Disclosure Leadership Index aufgenommen.

Am Stammsitz in Oldenburg haben wir im vergangenen Jahr ein Umweltmanagementsystem nach DIN EN ISO 14001 aufgebaut und in die Praxis umgesetzt. Das System beschreibt den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Bezug auf unsere Umweltleistungen. Die erfolgreiche Zertifizierung ist ein weiterer Schritt, um unser Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit zu dokumentieren.

Die Unternehmenskultur von CEWE ist geprägt durch Innovationskraft und Fürsorge gegenüber den Mitarbeitern, der Gesellschaft und der Umwelt. Die Haltung dahinter ist seit fünf Jahrzehnten dieselbe: Wir übernehmen Verantwortung.

Oldenburg, im Mai 2012

Rolf Hollander

 nachhaltigkeit@cewecolor.de


 Wenn Sie Fragen zum Bericht haben, Lob oder Kritik anbringen möchten, können Sie uns gerne mailen: nachhaltigkeit@cewecolor.de



„HERR DR. HOLLANDER,

haben wir es
an denen sehr viel größere Unternehmen in
Rückblickend auf 50 Jahre CEWE, von denen ich
möchte ich resümieren:
genau die

Hubert Rothärmel, Aufsichtsratsvorsitzender der CEWE COLOR Holding AG und Mitglied des Kuratoriums der Neumüller CEWE COLOR Stiftung



mit Innovationskraft und Sportsgeist
geschafft, weitreichende Veränderungen zu meistern,
unserer Branche gescheitert sind.

43 aktiv mitgestalten durfte,

Wir haben uns rechtzeitig

RICHTIGEN SORGEN gemacht.“

Dr. Rolf Hollander, Vorsitzender der Vorstände der CEWE COLOR Holding AG und der Neumüller CEWE COLOR Stiftung

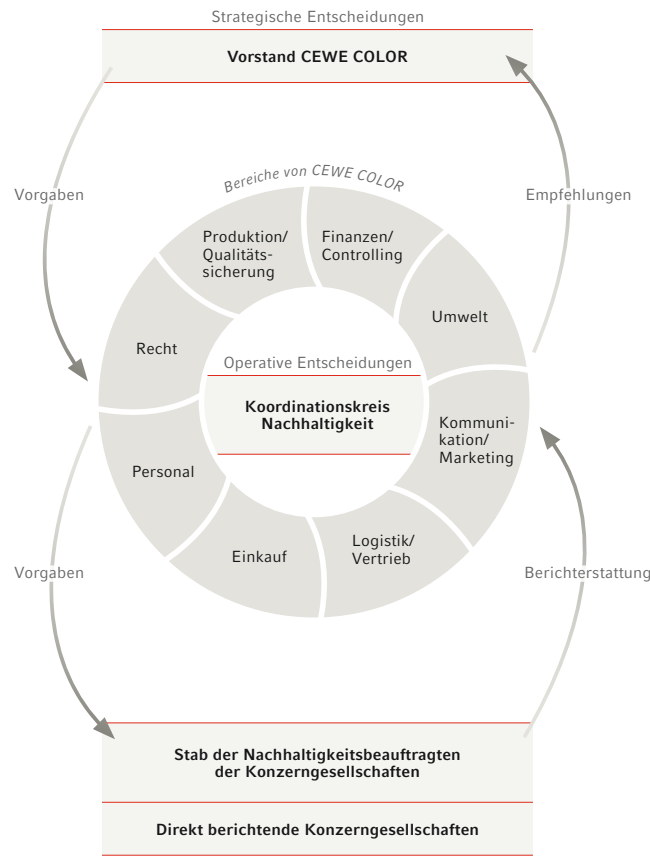
NACHHALTIG MANAGEN

Seit einigen Jahren bilanziert CEWE COLOR die Fortschritte im Bereich der Nachhaltigkeit. Das Nachhaltigkeitsmanagement umfasst alle Abteilungen. Im Koordinationskreis kommen Spezialisten aus allen Fachabteilungen zusammen. Hier werden Themenfelder diskutiert und spezifiziert, Zielvorgaben erarbeitet und die Ergebnisse eines jeden Jahres mit denen aus dem Vorjahr verglichen. Bereits seit 2008 ist das Ressort Nachhaltigkeit der Vorstandsebene zugeordnet. Verantwortliches Vorstandsmitglied ist Andreas F. L. Heydemann. Er sorgt für Verbindlichkeit und Umsetzung des Engagements an allen Standorten.

Nachhaltigkeit ist bei CEWE COLOR ein lebendiger Kreislauf. Zunehmend sind Mitarbeiter in externen Arbeitskreisen und Projekten aktiv. Gemeinsam mit Dienstleistern, Handelspartnern und Universitäten arbeitet CEWE COLOR an Verbesserungen in Bereichen wie Ressourcenschonung, Klimaschutz und der Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards.

2011 hat CEWE COLOR ein Umweltmanagementsystem aufgebaut und in die Praxis umgesetzt (DIN EN ISO 14001). Das System beschreibt den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Bezug auf die Umweltleistungen des Unternehmens. Die erfolgreiche Zertifizierung in Oldenburg ist ein weiterer Schritt, um das Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit transparent zu dokumentieren.

Nachhaltigkeitsmanagement der CEWE COLOR-Gruppe



BERICHTSSYSTEMATIK

Ziel des Berichtes

Dies ist der dritte Nachhaltigkeitsbericht von CEWE COLOR. Dieser Bericht soll transparent darstellen, welche Ziele CEWE COLOR mit welchen Maßnahmen anstrebt, um die wirtschaftlichen, ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Herausforderungen zu meistern.

Vorgehensweise

Dies ist der Fortschrittsbericht des ersten Nachhaltigkeitsberichtes, der im September 2010 erschienen ist. Der Bericht wurde gemeinsam mit dem Koordinationskreis Nachhaltigkeit erarbeitet und vom Vorstand freigegeben.

Veröffentlichung

Der Bericht ist im Internet auf der Homepage www.cewecolor.de veröffentlicht.

Grundlagen

Die Erhebung der Daten lehnt sich in einem ersten Schritt an die aktuellen Nachhaltigkeitsleitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) an. Dabei richtet sich CEWE COLOR nach dem GRI-G3-Leitfaden. Dieser konzentriert sich auf qualitative und quantitative Angaben zu den Leistungsindikatoren für Nachhaltigkeit: Ethik, Ökonomie, Ökologie, Soziales und Gesellschaft.

Daten

Zeitraum der Datenerhebung ist das Geschäftsjahr 2011. Das Geschäftsjahr reicht vom 1. Januar bis zum 31. Dezember. Die Angaben im Bericht betreffen alle verbundenen Unternehmen, das heißt alle Unternehmen, an denen die CEWE COLOR Holding AG zum Zeitpunkt der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts mehrheitlich beteiligt war. Die Finanzdaten sind in Euro dargestellt.

Redaktionelle Hinweise

Dieser Nachhaltigkeitsbericht erscheint in Deutsch und Englisch, Redaktionsschluss: 1. Mai 2012.

Impressum

Verantwortlich

CEWE COLOR Holding AG
Meerweg 30–32, 26133 Oldenburg

Telefon: + 49 (0) 441 / 404–0
Fax: + 49 (0) 441 / 404–421
www.cewecolor.de

www.cewecolor.de/de/unternehmen/nachhaltigkeit
nachhaltigkeit@cewecolor.de

Grundkonzept

FIRST RABBIT GmbH, Köln

Konzept, Redaktion und Gestaltung

UMPR GmbH, Hamburg

Fotos

Robert Geipel, Alexandra Braun, Oldenburg
FIRST RABBIT GmbH, Köln, und Horst Gerlach, Köln
VfL Oldenburg GmbH

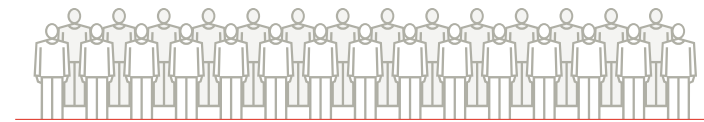
Druck

viaprinto, der Online-Druckservice von CEWE COLOR

ORGANISATIONSTRUKTUR

Die Unternehmensgruppe von CEWE COLOR gliedert sich wie folgt:

Aktionäre



CEWE COLOR Holding AG

4 Vorstände, keine weiteren Mitarbeiter

- Gesellschafterin der OHG
- AG-Aufsichtsrat
- AG-Vorstand

Neumüller CEWE COLOR Stiftung

8 Vorstände/Geschäftsführer, keine weiteren Mitarbeiter

- Geschäftsführende Gesellschafterin der OHG
- Stiftungskuratorium
- Stiftungsvorstand/Geschäftsführung

CEWE COLOR AG & Co. OHG

Ca. 2.800 Mitarbeiter

- Betreibt das gesamte operative Geschäft der CEWE COLOR-Gruppe

Der Unternehmensgründer Senator h. c. Heinz Neumüller wollte sicherstellen, dass einerseits seine unternehmerischen Prinzipien dauerhaft im Unternehmen verankert werden und andererseits der Bestand des Unternehmens nachhaltig gewährleistet wird. Hierzu dienen die Neumüller CEWE COLOR Stiftung sowie die große Beteiligung der Erbgemeinschaft nach Senator h. c. Heinz Neumüller an der CEWE COLOR Holding AG (größter Aktionär mit 27,4 Prozent). Sie gewährleisten, dass die Unternehmensgruppe

im Sinne des Vermächnisses von Senator h. c. Neumüller weitergeführt wird, und unterstützt hierdurch den Charakter des Familienunternehmens. Die Stiftung steht für eine langfristige Ausrichtung der Unternehmenspolitik. Aus diesem Grund obliegt ihr die Funktion der geschäftsführenden Gesellschafterin.

PRODUKTIONSSTANDORTE CEWE COLOR 2011

- Betriebsstätten
- Liefergebiet
- Vertriebsniederlassungen



CEWE COLOR ist mit zwölf hochtechnisierten Produktionsstandorten und rund 2.800 Mitarbeitern in 24 europäischen Ländern als Technologie- und Marktführer präsent. Das Unternehmen wurde 1961 von Senator h. c. Heinz Neumüller in Oldenburg gegründet und von Hubert Rothärmel 1993 als Aktiengesellschaft an die Börse gebracht. Die CEWE COLOR Holding AG ist im SDAX gelistet. Rund 2,5 Mrd. Fotos, über 5,1 Mio. CEWE FOTOBÜCHER (Zuwachs von +18,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) und Fotogeschenkartikel wurden 2011 an über 40.000 PoS-Filialen geliefert. Im

Geschäftsjahr 2011 betrug der Umsatz 469 Mio. Euro. CEWE COLOR ist als „First Mover“ bei der Einführung neuer Technologien und Produkte in der Fotobranche führend. Als zusätzliches Geschäftsfeld baut CEWE COLOR den kommerziellen Online-Druckservice viaprinto.de weiter aus. 2012 wird dieser Bereich zusätzlich durch den Zukauf von Saxoprint gestärkt.



„**HERR THALMANN,**
ist eng verzahnt mit gesellschaftlichem Engagement.
Global Compact beigetreten. Der Pakt
einen Katalog von Grundwerten anzuerkennen,
umzusetzen. Hierbei geht es um
Arbeitsnormen, Umweltschutz und
in allen europäischen

Andreas F.L. Heydemann, Vorstandsmitglied der CEWE COLOR Holding AG und Geschäftsführer der Neumüller CEWE COLOR Stiftung, zuständig für die Bereiche Einkauf, Materialwirtschaft, EDV, Recht, Corporate Governance und Revision



unsere unternehmerische Verantwortung
Darum sind wir 2010 dem
verlangt, innerhalb unseres Einflussbereichs
zu unterstützen und in die Praxis
MENSCHENRECHTE,
Korruptionsbekämpfung. Diese Themen sind uns
Betrieben sehr wichtig.“

Felix Thalmann, Vorstandsmitglied der Neumüller CEWE COLOR Stiftung und zuständig für den Bereich Ausland und Expansion

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

 www.corporate-governance-code.de

1961 in Deutschland gestartet, ist CEWE COLOR 50 Jahre später mit 2.800 Mitarbeitern und zwölf Betriebsstätten in 24 europäischen Ländern aktiv. Heute sind nicht nur die Qualitätsstandards einheitlich, auch die Prozesse, die im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements definiert wurden, sind länderübergreifend aufgesetzt.

CEWE COLOR sorgt sich nicht nur um die eigenen Mitarbeiter in den Ländern Europas, in denen eigene Fotoprodukte vertrieben werden. Darüber hinaus achtet CEWE COLOR auch auf die Menschen sowie ihre Arbeitsverhältnisse und Sicherheitsstandards in den produzierenden Ländern. Obwohl nur 1 Prozent der Produkte aus dem außereuropäischen Ausland zugekauft wird, unterliegt dieser Bereich einer besonderen Aufmerksamkeit. Business-to-Business-Relations, das bedeutet für CEWE COLOR auch das Wissen über soziale Standards in Zulieferbetrieben. Besuche vor Ort gehören ebenso zum Nachhaltigkeitsmanagement wie die intensive Zusam-

menarbeit mit Dienstleistern, die in Deutschland ansässig sind, aber im Ausland produzieren lassen.

CEWE COLOR übernimmt Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern, der Umwelt, den Menschen, die an der Herstellung von CEWE COLOR-Produkten beteiligt sind, den Kunden, den Lieferanten und den Aktionären. Wie können Integrität, Ethik und Ehrlichkeit das tägliche Handeln eines ökonomisch orientierten Unternehmens lenken? Wie Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit Hand in Hand arbeiten? Um Antworten auf diese Fragen zu geben, hat CEWE COLOR ein Unternehmensleitbild erarbeitet und einen Verhaltenskodex für Mitarbeiter abgeleitet. Darüber hinaus verpflichtet sich das Unternehmen den Grundsätzen einer guten und verantwortungsvollen Unternehmensführung und -überwachung, die sich am Deutschen Corporate Governance Kodex der Regierungskommission orientieren.



50 |  **cewe**
JAHRE | I N N O V A T I O N

Unternehmensleitbild

Die CEWE COLOR-Gruppe ist der führende Fotodienstleister und Technologieführer im industriellen Fotofinishing mit dem Ziel, diese Spitzenposition in Europa zu verteidigen und auszubauen. Erreicht werden soll dieses Ziel ausschließlich durch Leistung, Ehrlichkeit und ordnungsgemäße Geschäfte. Im Mittelpunkt des Handelns der Mitarbeiter stehen Kundenorientierung, die Qualität der Produkte, höchste Innovationskraft und der gute Ruf der Unternehmensgruppe. Als Unternehmen agiert CEWE COLOR verantwortlich, strategisch und kostenbewusst und legt Wert darauf, mit qualifizierten Mitarbeitern und hochwertigen Produkten zu überzeugen.

Das wichtigste Kapital sind für CEWE COLOR die Mitarbeiter. Jeder einzelne leistet einen grundlegenden Beitrag zum Unternehmenserfolg. Partnerschaft und Achtung vor dem Einzelnen machen die Unternehmenskultur von CEWE COLOR aus. Das partnerschaftliche Führungsverständnis basiert auf gegenseitigem Vertrauen, Respekt vor jedem Einzelnen und der Übertragung von Verantwortung. Die Mitarbeiter der CEWE COLOR-Gruppe haben größtmögliche Freiräume und nehmen im Rahmen ihrer Verantwortung sowohl an Entscheidungsprozessen als auch am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens teil. Gut informierte und motivierte Mitarbeiter sind bei CEWE COLOR Garanten für Qualität, Effizienz, Innovationsfähigkeit und Wachstum.

Geschäftspartner und Wettbewerb

Das Verhältnis zu den Geschäftspartnern von CEWE COLOR ist durch Vertrauen und Fairness geprägt, es beruht auf Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit. CEWE COLOR ist ein verlässlicher Partner und erwartet, dass die geltenden Gesetze und Vorschriften in allen Belangen des Geschäfts beachtet werden. CEWE COLOR fühlt sich dem fairen Wettbewerb verpflichtet und setzt dabei auf innovative Qualität und Leistung. Rechtswidrige Absprachen oder Scheinangebote lehnt das Unternehmen ab.

Ende 2009 ist CEWE COLOR dem Code of Conduct des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) beigetreten. Er wird von vielen namhaften deutschen Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen unterstützt.

 www.bme.de

Gesellschaftliche und soziale Verantwortung

Die Gesellschafter der CEWE COLOR-Gruppe verstehen Eigentum auch als Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft. Sie sehen das Unternehmen in der Marktwirtschaft dadurch legitimiert, dass es einen Leistungsbeitrag für die Gesellschaft erbringt. Die Mitarbeiter verhalten sich nach innen und außen stets verantwortungsbewusst und lassen sich von ethischen Grundsätzen leiten. Diese sind insbesondere Ehrlichkeit, Integrität, Loyalität, Fairness, Toleranz und Offenheit. Dem Schutz der Mitarbeiter und der Umwelt fühlt sich CEWE COLOR in besonderer Weise verpflichtet und wird ihm durch Nachhaltigkeit gerecht. Dazu gehört neben der sozialen Verantwortung des Unternehmens auch die Einhaltung höchster ethischer Vorgaben. Dies wird auch in der strikten Ablehnung von Produkten, die mittels Kinderarbeit erstellt wurden, deutlich.

Verhaltenskodex

Aus dem Selbstverständnis der CEWE COLOR-Gruppe heraus hat das Unternehmen einen Verhaltenskodex mit den Mitarbeitern entwickelt. Auf Informationsveranstaltungen und mit persönlichen Anschreiben wurde der Verhaltenskodex thematisiert. Zusammenfassend hat er das Ziel, dass die Mitarbeiter folgende Grundsätze einhalten:

- Integrität und rechtmäßiges Verhalten bestimmen das Handeln
- Geschäftsbeziehungen sind sachbezogen und frei von unlauteren Methoden
- Mitarbeiter der CEWE COLOR-Gruppe nehmen keine Geschenke oder anderen Zuwendungen von Geschäftspartnern entgegen
- Geschäftsinformationen oder Betriebsgeheimnisse sind vertraulich
- Der Missbrauch der eigenen Position zum persönlichen oder Vorteil Dritter wird nicht geduldet

Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der CEWE COLOR-Gruppe verpflichten sich den Grundsätzen einer guten und verantwortungsvollen Unternehmensführung und -überwachung (Corporate Governance). Das Unternehmen orientiert sich dabei am Deutschen Corporate Governance Kodex der Regierungskommission. Um der Bedeutung des Themas ausreichend Rechnung zu tragen, ist Andreas F.L. Heydemann, Geschäftsführer der CEWE COLOR AG & Co. OHG und Vorstandsmitglied der CEWE COLOR Holding AG, seit dem 31. Dezember 2008 Corporate-Governance-Beauftragter. Darüber hinaus ist er auch für die Pflege und Weiterentwicklung der Compliance-Struktur zuständig und berichtet direkt im Vorstand und an den Aufsichtsrat.

Entsprechenserklärung

CEWE COLOR hat 2012 die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex veröffentlicht. Den Empfehlungen des Kodex in der aktuellen Fassung vom 26. Mai 2010 entspricht das Unternehmen bis auf folgende Abweichungen:

- Bildung fachlich qualifizierter Ausschüsse (Abweichung von Ziffer 5.3.1)
Die bisherige Praxis, dass sich immer der gesamte Aufsichtsrat mit allen Themen befasst, soll beibehalten werden. Dies gilt auch hinsichtlich der Einrichtung eines Prüfungsausschusses (Audit Committee) und eines Nominierungsausschusses.

- Einrichtung eines Prüfungsausschusses (Abweichung von Ziffer 5.3.2)
Der gesamte Aufsichtsrat fungiert als Audit Committee. Aufgrund besonderer Sachkunde in Fragen der Rechnungslegung und des Risikomanagements liegt die federführende Zuständigkeit im Aufsichtsrat für diese Bereiche bei Herrn Rechtsanwalt Otto Korte und bei dessen Verhinderung bei Herrn Rechtsanwalt Dr. Christian Jacobs.

- Einrichtung eines Nominierungsausschusses (Abweichung von Ziffer 5.3.3)
Ein Nominierungsausschuss ist angesichts der Größe des Aufsichtsrats ebenfalls nicht eingerichtet. Der Aufsichtsrat besteht nur aus Vertretern der Anteilseigner.

- Aufsichtsräte mit mehr als drei Aufsichtsratsmandaten in konzernexternen Gesellschaften (Abweichung von Ziffer 5.4.5)
Jedes Aufsichtsratsmitglied achtet darauf, dass ihm genügend Zeit für die Wahrnehmung seiner Aufgaben zur Verfügung steht. Von daher ist eine Beschränkung auf drei Mandate aus Sicht von CEWE COLOR nicht zielführend. Die gesetzlichen Regeln von maximal zehn Mandaten werden eingehalten.

Ombudsmann/Whistleblowing

Illegale Praktiken sind mit den Grundwerten und Geschäftsgrundsätzen von CEWE COLOR nicht vereinbar. Im Rahmen des Compliance-Systems wurden zur Prävention von Wirtschaftskriminalität entsprechende Verhaltensgrundsätze erarbeitet.

In diesem Zusammenhang wurde ein externer Ombudsmann berufen, an den sich Mitarbeiter, aber auch Geschäftspartner und Dritte wenden können, wenn sie vertraulich Hinweise auf Verdachtsfälle von Korruption, Betrug, Untreue oder andere schwere Unregelmäßigkeiten geben wollen. Verdachtsfälle können selbstverständlich auch anonym abgegeben werden. Im Berichtszeitraum sind dem Ombudsmann zwei Verdachtsfälle berichtet worden. Die daraufhin erfolgte Überprüfung der Sachverhalte hat keinen Gesetzes- oder Richtlinienverstoß ergeben. Die Sachverhalte wurden und werden zur Mitarbeiterschulung genutzt.

Anschrift

Rechtsanwalt Dr. Rainer Buchert
Kettenhofweg 1
60325 Frankfurt am Main

Telefon

+49 (0) 69 / 710–33 33 0 oder +49 (0) 6105 / 92 13 55

Fax

+49 (0) 69 / 710–34 44 4

E-Mail

dr-buchert@dr-buchert.de



„FRAU NERI, Marke steht für
Kein anderer Bereich im Unternehmen
Qualität und Verantwortung berücksichtigen,
und konsistente Markenwahrnehmung
und dies muss auch für
in allen relevanten Märkten

Harald H. Pirwitz, Vorstand der Neumüller CEWE COLOR Stiftung und zuständig für den Bereich Vertrieb und Marketing



Nachhaltigkeit.
muss so akribisch die Aspekte Nachhaltigkeit,
damit eine GLAUBWÜRDIGE
beim Verbraucher gewährleistet ist –
internationale Marken selbstverständlich
berücksichtigt werden.“

Giulia Neri, Key-Account-Managerin CEWE COLOR Italien

WACHSTUM VORANTREIBEN

Aus wirtschaftlicher Sicht bedeutet Nachhaltigkeit, in die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu investieren. CEWE COLOR ist es gelungen, vom etablierten Marktführer im industriellen Fotofinishing von analogen Fotos zum Marktführer im neuen Markt für digitale Individualprodukte zu werden. Die neu gewonnene Digitaldruckkompetenz dient zukünftig dazu, ein neues Wachstumsfeld zu

Innovationsgespür und Markenführung

Wirtschaftlich geschickt agiert, wer ein Gespür für Veränderungen beweist. Der Wandel von der Analog- zur Digitalfotografie beschäftigt CEWE COLOR seit den Neunzigerjahren. Das Management erkannte damals, dass die Erfindung der Digitalkamera den Geschäftszweck von CEWE COLOR überflüssig machen würde. Und wurde innovativ. Das Unternehmen installierte die erste Bestellstation für digitale Fotos in einem Fotofachgeschäft, führte eine Bestellplattform für digitale Fotos im Internet ein und entwickelte eine Reihe von individualisierbaren Fotoprodukten.

2005 folgte eine weitere Innovation: Mit der Einführung der Marke „MEIN CEWE FOTOBUCH“ gelang es, neue Zielgruppen zu aktivieren und Preisstabilität in einem Wachstumsmarkt zu etablieren. Strategi-

Volumenziele 2011			
Angaben in Mrd. Stück	Ziel	Ist	Abweichung
Digitalfotos	2,0 – 2,1	2,25	+ 9,8%
Fotos vom Film	0,23 – 0,26	0,25	+ 2,0%
Fotos gesamt	2,23 – 2,36	2,5	+ 8,9%
CEWE FOTOBÜCHER in Mio. Stück	4,6 – 4,8	5,1	+ 8,5%

erschließen: den kommerziellen Digitaldruck. Mit der Akquisition der Online-Druckerei Saxoprint im Februar 2012, erfolgreichem Marketing, einer industriell-effizienten Produktion und Logistik sowie der breiten Distribution über die 40.000 Handelspartner und über das Internet baut CEWE COLOR seine Wettbewerbsvorteile weiter aus.

schser Markenaufbau und konsistente Markenpflege führten diese neue Form des individualisierten Fotobuchs zum Erfolg. Eine 360-Grad-Kommunikation, bestehend aus einem Mix von TV-, Radio-, Print-, PR-, Social-Media- und Online-Marketingaktivitäten, ließ die Verkaufszahlen abermals steigen. 5,1 Mio. Stück im Jahr 2011. Sein Markenversprechen nimmt der Marktführer sehr ernst. Seit 2011 gibt es die 100-Prozent-Zufriedenheitsgarantie. Wer mit dem Ergebnis seines CEWE FOTOBUCHs nicht 100 Prozent zufrieden ist, bekommt ein neues Exemplar oder sein Geld zurück.

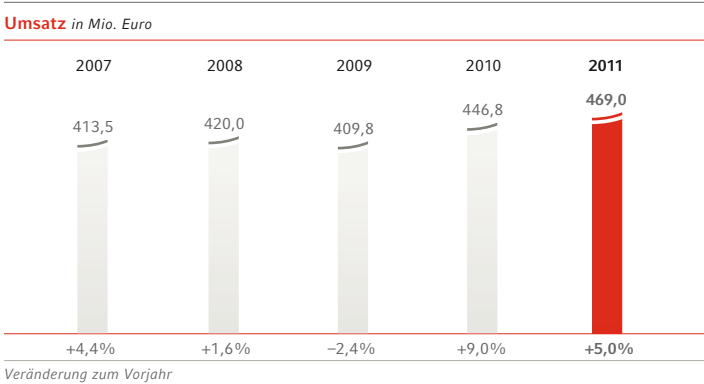
In diesem Jahr präsentiert CEWE COLOR ein völlig überarbeitetes und um neue Materialien ergänztes Wanddekora-tions-Sortiment. Außerdem wird eine neue Generation des CEWE FOTOKIOSKs im Handel installiert. Zwei neue Wege ermöglichen es nun, Bilddaten vom iPhone® per Airprint über WLAN oder mit der speziellen CEWE.print-App zu übertragen.

2010 küren die Wirtschaftswoche und A.T. Kearney CEWE COLOR „... als ein hervorragendes Beispiel für die Innovation eines Geschäftsmodells“ zum Best Innovator 2010 in der Kategorie Mittelstand. Das Beratungs- und Wirtschaftsprüfungsunternehmen Deloitte zeichnet CEWE COLOR mit dem Preis für wegweisende Innovationskraft

in Norddeutschland aus. Beim renommierten Marken-Award der Absatzwirtschaft und des Deutschen Marketing Verbandes erzielt das CEWE FOTOBUCH einen Finalplatz als „Beste Neue Marke“.

An diese Erfolge will das Unternehmen anknüpfen. Neben dem Ausbau des Fotofinishing-Stammgeschäftes, insbesondere der Weiterentwicklung der Marke CEWE FOTOBUCH, dringt CEWE COLOR mit den Marken viaprinto.de und saxoprint.de verstärkt in das Feld des kommerziellen Digitaldrucks vor. 2011 wurden alle Volumenziele übertroffen. Ein Wachstum um 5 Prozent erbrachte einen Rekordumsatz von 469 Mio. Euro. Europaweit haben Kunden 2,5 Mrd. Fotos und zahlreiche Fotogeschenkartikel gekauft. Die Verkaufszahlen des CEWE FOTOBUCHs stiegen 2011 auf 5,1 Mio. Stück (2009: 3,6 Mio. Stück, 2010: 4,3 Mio. Stück). Das Plus von 809.000 Stück lag damit deutlich über dem Zuwachs des Vorjahres (+693.000). Das Ergebnis je Aktie stieg um 41 Prozent von 2,02 Euro auf 2,84 Euro.

+ Die wirtschaftlichen Zielsetzungen wurden erreicht. Der Wert von CEWE COLOR ist für Mitarbeiter, Kunden und Aktionäre 2011 gestiegen, sogar stärker als avisiert. Die Zielsetzungen für 2012: Umsatzsteigerung, die in der Bandbreite von 500 Mio. Euro bis 525 Mio. Euro (+7 bis +12 Prozent) liegen wird. Das Ergebnis je Aktie wird voraussichtlich 2,44 Euro bis 3,06 Euro erreichen.



Risikomanagement

In Übereinstimmung mit den gesetzlichen Bestimmungen hat die CEWE COLOR Holding AG ein internes Kontroll- und Risikomanagementsystem eingerichtet. Dies soll das Unternehmen jederzeit in die Lage versetzen, potenzielle Risiken frühzeitig erkennen, bewerten und notfalls mit entsprechenden Maßnahmen gegensteuern zu können. Dabei werden solche Risiken erkannt, die nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit sowie auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben könnten.

Zu den wesentlichen Risikofeldern bei CEWE COLOR zählen operative Risiken, Finanzrisiken, strategische Risiken, Betriebs- und Logistikrisiken sowie rechtliche Risiken. Die die Nachhaltigkeit betreffenden Risikofelder wie zum Beispiel Umwelt, Produktsicherheit und Personal werden ebenfalls berücksichtigt. Das Kontroll- und Risikomanagement ist Bestandteil der Geschäfts- und Planungsprozesse. Es ist in das Informations- und Kommunikationssystem der CEWE COLOR-Gruppe eingebunden und wesentlicher Bestandteil des Führungssystems. Das Kontroll- und Risikomanagement basiert auf einem systematischen Prozess der Risikoerkennung, -bewertung und -steuerung, der den gesamten Konzern umfasst.

Mit der Aufgabe des Kontroll- und Risikomanagements sind der Vorstand, die Leiter der regionalen Standorte im In- und Ausland sowie die Zentralabteilungen betraut. Die federführende Verantwortung für die Gestaltung des Kontroll- und Risikomanagements liegt beim Vorstand. Jedem Vorstandsmitglied sind diejenigen Teilrisiken zugeordnet, die in seinen eigenen Zuständigkeitsbereich fallen.

In einer jährlichen, konzernweiten Risikoinventur prüft das Risikomanagementsystem die einzelnen Risikofelder. Auf deren Grundlage wird der jährliche Risikobericht erstellt. Die Risikobewertungen werden im Jahresverlauf quartalsweise überprüft. Die Ergebnisse werden dann an den Aufsichtsrat berichtet.

Neu auftretende Risiken werden dem Risikobeauftragten gemeldet, in das Risikomanagementsystem aufgenommen und einem Verantwortlichen im Vorstand zugewiesen. Falls erforderlich, werden angesichts der Einschätzung der Einzelrisiken angemessene Maßnahmen festgelegt und notfalls entsprechende Rückstellungen gebildet.

Weiterhin lässt das Unternehmen in regelmäßigen zeitlichen Abständen in allen Gesellschaften und Profitcentern eine „externe Revision“ in den Bereichen Finanz- und Rechnungswesen, IT, technische Sicherheit und Versicherungen vornehmen. Die übrigen Funktionsbereiche werden durch „interne Revisionen“ geprüft, die punktuell durch externe Sachverständige ergänzt werden. Die CEWE COLOR-Gruppe überwacht darüber hinaus im Rahmen des Kontroll- und Risikomanagementsystems auch die Werthaltigkeit ihrer Beteiligungen an Tochterunternehmen. Die Beteiligungswerte werden regelmäßig durch Werthaltigkeitstests („Impairment Tests“) geprüft.

Qualitätsmanagement

Bei CEWE COLOR setzt schon mit dem Auftragseingang das Qualitätsmanagement im Bereich der Fotoproduktion ein. Digitale Bild-daten werden bereits beim Aufspielen auf die Printrechner optimiert. Dadurch verbessert das Unternehmen schon vor dem Druck die Bildqualität. Der Managementprozess umfasst sowohl die Fertigung der Produkte in den Produktionsstätten als auch den digitalen Workflow bis hin zur Endkontrolle.

Industrielle Fertigung und hoher Qualitätsanspruch ergänzen sich bei CEWE COLOR dabei in idealer Weise. Für die CEWE FOTOBÜCHER sind standardisierte Prozesse entwickelt worden, um eine hohe Qualität zu sichern. Das Qualitätsmanagement von CEWE COLOR im Hinblick auf den gesamten Prozess beginnt mit der Auswahl der Verfahren und der verwendeten Materialien. Alle Materialien werden regelmäßig geprüft, und der Regelkreis und Austausch zwischen der Qualitätskontrolle des Lieferanten und CEWE COLOR wird ständig

intensiviert. Das Unternehmen hat seit mehr als 50 Jahren solide Erfahrung in den Verfahren der fotografischen Verarbeitung. Die eingesetzten Fotopapiere und Chemikalien, aber auch Druckpapier und Farbstoffe werden in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten ständig verbessert. Für den industriellen Digitaldruck auf Basis der elektrofotografischen Verfahren werden Systeme eingesetzt, die hohe Leistung und hohe Farbqualität vereinen. Im Ink-Jet-Druck setzt CEWE COLOR auf Zwölfarbsysteme mit pigmentbasierten Tinten, die einen maximalen Farbraum, bessere Zwischentöne und höchste Stabilität garantieren.

Die Bearbeitung der digitalen Daten ist in den letzten Jahren immer mehr in den Mittelpunkt gerückt. Der digitale Workflow ist selbst programmiert und unterliegt ständigen Verbesserungsprozessen. Ebenso setzt das Unternehmen zur Bildverbesserung die beste Software ein. CEWE COLOR hat sie unter vielen als die geeignetste ausgewählt, ihre Parameter selbst justiert und überprüft sie ständig.

Eine der Kernkompetenzen von CEWE COLOR sind die farbgebenden Prozesse. Hier hat das Unternehmen Prozesskontrollen eingeführt, die eine gleichbleibende Farbqualität sichern. Diese sind weitgehend Eigenentwicklungen, die an professionelle Standards heranführen.

+ CEWE COLOR erhebt den Anspruch, Reklamationen kulant und zügig zu bearbeiten. Ständiges Ziel ist es, die Reklamationsquote trotz ständig wachsender Komplexität der hergestellten Produkte auf einem niedrigen Niveau zu halten. Dies wurde 2011 mit einer Quote von 0,29 Prozent erneut erreicht (2010: 0,28 Prozent).

Mit der Endkontrolle wird der Qualitätsprozess abgeschlossen. Auch hier ist das Ziel eine kontinuierliche Verbesserung der Produktqualität. Diese Einstellung zeigt sich auch in der Reklamationsbearbeitung. Hinweise und Erkenntnisse zur Verbesserung der Produktqualität, die dort eingehen, werden grundsätzlich an die entsprechenden Fachabteilungen weitergeleitet.

Produktsicherheit

Dem Bereich Produktsicherheit kommt im Unternehmen eine besonders hohe Bedeutung zu. Das systematische Produktsicherheitsmanagement liegt in der Verantwortung eines Expertenteams. Dieses besteht aus Mitarbeitern der Bereiche Einkauf, Produktion, Produktmanagement, Recht und Qualitätssicherung. Hier wird die Verkehrsfähigkeit aller vorhandenen Produkte kontinuierlich geprüft. CEWE COLOR arbeitet sehr eng mit allen Lieferanten zusammen. Gemeinsam werden Produktionsstätten vor Ort besucht, sodass bereits bei der Entstehung der Produkte auf die Einhaltung wichtiger Vorgaben geachtet wird.

+ Ziel ist es, Produkte ohne jegliche Sicherheitsmängel zu vertreiben. Dies ist 2011 erneut gelungen.

Produktneueinführungen erfolgen deshalb nur mit den entsprechenden Zertifikaten. Zusätzlich wird ständig die aktuelle Gesetzgebung verfolgt und in allen Verfahren berücksichtigt. Alle Bedarfsgegenstände wie Spielzeuge, Tassen und Textilien durchlaufen gesonderte Produkttests. Die eigenen Kriterien gehen dabei über die gesetzgeberischen Vorgaben hinaus und befolgen alle aktuellen Empfehlungen des Bundesinstituts für Risikobewertung.

Lieferantenmanagement

CEWE COLOR stellt hohe Anforderungen an die Lieferanten und stimmt sich eng mit ihnen ab. Um kompetente und langfristige Partnerschaften einzugehen und um Schwankungen im Bereich der Qualität zu vermeiden, konzentriert sich das Unternehmen auf Kernlieferanten. Gemeinsam mit ausgewählten Partnern finden Entwicklungen im Bereich Produktionsmaterial sowie Maschinen und Anlagen statt, die zu maßgeschneiderten Lösungen im Produktionsprozess führen. An erster Stelle steht für den Zentraleinkauf

von CEWE COLOR neben einer preisorientierten Beschaffung ein integriertes Qualitätsmanagement.

Dort, wo es möglich ist, arbeitet CEWE COLOR mit lokalen Lieferanten. Für die Produktion und das von ihr benötigte Material bedeutet dies, dass zu 52 Prozent in Deutschland, zu 47 Prozent im Europäischen Wirtschaftsraum und zu 1 Prozent im außereuropäischen Ausland eingekauft wird. Zur Vermeidung von Risiken strebt das Unternehmen für produktionskritisches Material eine Zweilieferantenstrategie an. 2011 wurde diese auch im Bereich Verpackung und Digitaldruckpapiere umgesetzt.

Bereits 2010 wurden sämtliche relevanten Lieferanten über die Compliance-Richtlinien, die sich CEWE COLOR auferlegt hat, schriftlich informiert. Diese beinhalten sowohl die CEWE COLOR-eigenen Verhaltensrichtlinien als auch den BME Code of Conduct. Sie sollen Sorge dafür tragen, dass die gesetzlichen Bestimmungen eingehalten werden. So stehen hier die Verhinderung von Korruption und kartellrechtswidrigen Absprachen sowie die Bekämpfung der Kinder- und Zwangsarbeit im Vordergrund.

Außerdem wird die Einhaltung von ethischen Grundsätzen, der Menschenrechte und des Umwelt- und Gesundheitsschutzes eingefordert. Der Lieferant erkennt die Richtlinien an und stellt ihre Einhaltung sicher. Darüber hinaus ist der Themenbereich der Compliance 2011 sowohl in die allgemeinen als auch in die Einkaufsrichtlinien für Maschinen und Anlagen aufgenommen worden und bildet somit die Basis für alle Einkaufsprozesse.




„**HERR MEYER,** angeregt
Ansprüche an die Herstellung unserer Produkte

Als Mitglieder im BSCI
aktiv zur Verbesserung der
in einer weltweiten
beizutragen. Gemeinsam wollen wir

NACHHALTIG

Matthias Bothe, Geschäftsführer Transfair Photo Gifts GmbH in Hamburg



durch Ihr Engagement haben wir
formuliert, die in der Branche wegweisend sind.
haben wir uns verpflichtet,
SOZIALEN STANDARDS
Wertschöpfungskette
die Arbeitsbedingungen von Menschen
verbessern.“

Alf Meyer, Bereichsleiter Zentraleinkauf/Materialwirtschaft bei CEWE COLOR in Oldenburg

MITGLIED- UND PARTNERSCHAFTEN



 www.unglobalcompact.org
www.bsci-eu.org

UN Global Compact

Die UN Global Compact ist eine Initiative der UN, die sich weltweit für die Bekämpfung der Korruption, Sklaverei und Kinderarbeit sowie die Schaffung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen einsetzt. Weltweit beteiligen sich daran inzwischen über 7.000 Unternehmen sowie 3.000 Arbeitnehmer-, Menschenrechts-, Umwelt- und Entwicklungsorganisationen aus über 140 Ländern.

Das Deutsche Global Compact Netzwerk (www.globalcompact.de) umfasst heute über 200 Unternehmen sowie Organisationen aus Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Politik. Es wird aktiv von der deutschen Bundesregierung, insbesondere durch Mittel des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), unterstützt und hat sich nachhaltig als eine wichtige Plattform für den Dialog über gesellschaftlich verantwortliches unternehmerisches Handeln („Corporate Social Responsibility“) etabliert.

+ CEWE COLOR beteiligt sich seit September 2010.



BSCI (Business Social Compliance Initiative)

Im März 2003 gründete die Foreign Trade Association formal die Business Social Compliance Initiative (BSCI; www.bsci-eu.org) mit dem Ziel, die Instrumente und das Verfahren für das gemeinsame European Business Social Compliance Programme (Europäisches Programm für Sozialstandards) zu entwickeln.

Bei der Umsetzung der im BSCI-Verhaltenskodex festgelegten Ziele tragen die Unternehmen der lokalen, regionalen und nationalen Situation in Bezug auf die gesellschaftlichen, sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen im jeweiligen Land Rechnung. Die Verpflichtung der Unternehmen, auf die Umsetzung und die Einhaltung der Sozial- und Umweltstandards des BSCI-Verhaltenskodex hinzuwirken, bleibt davon jedoch unberührt.

Die BSCI hat einen Verhaltenskodex festgelegt, der die Basis für die Auditierung der Lieferanten der Mitglieder ist.

Derzeit sind über 650 Unternehmen Mitglied, darunter diverse Kunden der CEWE COLOR-Gruppe.

+ Hier ist CEWE COLOR seit Oktober 2010 Mitglied.



Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME)

Der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME), 1954 gegründet, ist Dienstleister für 8.500 Einzel- und Firmenmitglieder, darunter Mittelständler sowie die Top-200-Unternehmen Deutschlands. Als Netzwerkgestalter fördert der BME den Erfahrungsaustausch für Unternehmen und Wissenschaft, für die Beschaffungs- und für die Anbieterseite. Der Verband ist offen für alle Branchen (Industrie, Handel, öffentliche Auftraggeber, Banken/Versicherungen etc.) und Unternehmensformen. 41 regionale Gliederungen organisieren bundesweit jährlich 400 informative Veranstaltungen (Fachvorträge, Lesungen, Firmentreffen, Firmenbesuche) rund um Einkauf und Logistik.

+ CEWE COLOR trat Ende 2009 dem Verhaltenskodex des BME bei.



Niedersächsische Allianz für Nachhaltigkeit

Im Dezember 2008 haben die niedersächsische Landesregierung – vertreten durch den Ministerpräsidenten, den Minister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr und den Minister für Umwelt und Klimaschutz –, die Unternehmensverbände Niedersachsen e.V., die Vereinigung der Handwerkskammern Niedersachsen, die Handwerkskammer Hannover, der Niedersächsische Industrie- und Handelskammertag, die Niedersächsische IHK-Arbeitsgemeinschaft Hannover-Braunschweig und der Deutsche Gewerkschaftsbund Niedersachsen – Bremen – Sachsen-Anhalt die Rahmenvereinbarung zur „Niedersachsen Allianz für Nachhaltigkeit“ unterzeichnet.

Ziel der Allianz ist die Steigerung der Innovationsfähigkeit und ein umweltverträgliches Wirtschaftswachstum unter dem Leitbild der Nachhaltigkeit. Über geltende gesetzliche Anforderungen hinaus soll mit konkreten Vereinbarungen und Projekten Vorsorge für die Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen getroffen und sollen künftige Belastungen vorausschauend vermieden werden. Dabei will Niedersachsen mit der Allianz für Nachhaltigkeit thematisch über eine rein umweltbezogene Ausrichtung hinausgehen, um ein möglichst breites Spektrum der Nachhaltigkeitsthematik abzudecken.

+ CEWE COLOR ist seit Februar 2011 Mitglied der Allianz.

 www.bme.de
www.umwelt.niedersachsen.de

CARBON DISCLOSURE PROJECT

 www.cdproject.net
www.fsc.org

Carbon Disclosure Project (CDP)

Das Carbon Disclosure Project (CDP) ist eine Initiative, die mehr Transparenz bei CO₂-Emissionen von Unternehmen erreichen will. Die 551 Investoren, die weltweit hinter dem CDP stehen, fordern jährlich weltweit Unternehmen auf, ihre CO₂-Emissionen und Strategien im Umgang mit dem Klimawandel offenzulegen.

Das Carbon Disclosure Project hat, basierend auf den Angaben der Unternehmen, das weltweit größte frei verfügbare Emissionsregister zu unternehmensbezogenen CO₂-Emissionen aufgebaut. Auf einer Internetseite werden die von den Unternehmen freigegebenen Antworten für alle Interessierten bereitgestellt. Die unterstützenden Investoren erhalten Zugang zu allen Antworten. Sie sollen so in die Lage versetzt werden, die unterschiedlichen Auswirkungen des Klimawandels für Unternehmen, z. B. Preisrisiken für Zertifikate, direkte Wetterrisiken oder steigende Energiepreise, in ihre Investitionsentscheidungen einzubeziehen.

+ CEWE COLOR hat bereits mehrfach am Carbon Disclosure Project teilgenommen und wurde 2010 als einziges und 2011 als eines von zwei SDAX-Unternehmen in den Carbon Disclosure Leadership Index aufgenommen.



FSC® (Forest Stewardship Council)

Der Forest Stewardship Council wurde 1993 gegründet. Ziel ist es, die in Rio verabschiedeten Forderungen an „nachhaltige Entwicklung“ für Wälder umzusetzen. Besondere Bedeutung im Rahmen der Forderungen von Rio hat die gleichwertige Berücksichtigung von sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Aspekten bei der Nutzung von Naturgütern. Der FSC® (www.fsc-deutschland.de) ist eine internationale gemeinnützige Organisation mit Sitz in Bonn und nationalen Arbeitsgruppen in über 80 Ländern. Er zielt darauf ab, Wälder zu erhalten. Dieses Ziel möchte er vor allem durch die Förderung einer verantwortungsvollen Waldwirtschaft erreichen. Strenge Kriterien, an denen die Bewirtschaftung der Wälder ausgerichtet werden soll, dienen dazu, unkontrollierte Abholzung, Verletzung der Menschenrechte und Belastung der Umwelt zu vermeiden.

Die Regeln des FSC® verlangen, dass die gesamte Verarbeitungs- und Handelskette vom Wald bis zum Großhändler lückenlos zertifiziert sein muss. Im Rahmen der Zertifizierung werden die Produktionsabläufe einmal jährlich von unabhängigen Dritten überprüft. Zertifizierte Betriebe können FSC®-Produkte mit dem FSC®-Label kennzeichnen. Durch den Kauf dieser Produkte kann der Verbraucher direkt einen Beitrag zur Verbesserung der Wälder leisten.

+ Die Zertifizierung der deutschen CEWE COLOR-Betriebe ist 2010 erfolgt. 2011 folgten alle Betriebe der CEWE COLOR-Gruppe weltweit.



Deutsche Post DHL

GoGreen ist eine CO₂-neutrale Versandoption für Kunden von der Deutschen Post DHL. Mit der Versandoption GoGreen werden zunächst alle transportbezogenen Emissionen kalkuliert und dann durch externe Klimaschutzprojekte ausgeglichen. Geschäftskunden haben die Wahl, alle oder einige ihrer nationalen und internationalen Sendungen als GoGreen zu versenden. Geschäftskunden, die den GoGreen-Service nutzen, erhalten GoGreen-Aufkleber für ihre Sendungen sowie ein jährliches Zertifikat, in dem die CO₂-Gesamtmenge angegeben ist, die für sie in dem Jahr ausgeglichen wurde.

Die Ausgleichszertifikate, die durch die externen Klimaschutzprojekte zur Verfügung stehen, werden durch ein eigenes Carbon Management Team verwaltet. Das Carbon Management, alle GoGreen-Prozesse und die Methode der Emissionsberechnung werden jedes Jahr von einem externen Prüfer, SGS, verifiziert.

+ CEWE COLOR versendet seit April 2010 deutschlandweit alle Sendungen im Bereich Mailorder mit GoGreen der Deutschen Post.



ertemis

Das European Research and Transfer Network for Environmental Management Information Systems ist ein Forschungsnetzwerk auf dem Gebiet der betrieblichen Umweltinformationssysteme. Das Netzwerk vereinigt Kernkompetenzen in den Disziplinen Informationssysteme, BWL, Umweltmanagement, Ökologie, Ökonomie sowie Informatik und hat es sich zur Aufgabe gemacht, neue Herausforderungen auf dem Gebiet des Umweltmanagements gemeinsam mit seinen Praxispartnern anzugehen.

Die beteiligten Hochschulen bringen den jeweils aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnis in das Netzwerk ein. Weitere Unternehmen sind eingeladen, ihren praxisorientierten Wissensstand zu Verfahren und Methoden des Umweltmanagements, zu den betrieblichen Konsequenzen der Kreislaufwirtschaft sowie zu neueren Umwelttechnologien einzubringen. Die Partner stellen ihr unternehmensnahes Wissen zu betrieblichen Prozessen und Produkten zur Verfügung. Somit sind Unternehmen in das Netzwerk eingebettet, die umfangreiche Kenntnisse im Bereich der Organisations- und Prozessberatung besitzen.

Das ertemis-Netzwerk ermöglicht durch Bündelung diverser Kompetenzen einen bidirektionalen Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft.

+ CEWE COLOR ist seit Beginn des Projektes aktiver Netzwerkpartner.

 www.gogreen.de
www.ertemis.eu



„HERR DR. MARZ,
in den Bereichen der Green Technology und
ist erfreulich **OFFEN** und
an Fragestellungen zur
sondern setzt diese auch

Prof. Dr.-Ing. Jorge Marx Gómez, Universität Oldenburg, Department für Informatik



die Zusammenarbeit mit Ihnen und Ihren Kollegen
des Nachhaltigkeitsmanagements
fruchtbar. CEWE zeigt nicht nur Interesse
nachhaltigen Entwicklung,
KONKRET in der Praxis um.“

Dr. Joachim Marz, Leiter IT bei CEWE COLOR in Oldenburg

UMWELTSCHUTZ MIT SYSTEM

Umweltverantwortung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie. In den letzten zehn Jahren steht die Erfüllung der Umweltauflagen in allen Betrieben im Fokus. Am Produktionsstandort Oldenburg wurde 2011 ein Umweltmanagementsystem aufgebaut und in die Praxis umgesetzt (DIN EN ISO 14001). Das System beschreibt den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Bezug auf alle Umwelt-

Umweltpolitik

Arbeitssicherheit und Umweltschutz gelten für CEWE COLOR als wichtige Verpflichtung gegenüber den Mitarbeitern und der Gesellschaft. Deshalb umfassen die Selbstverpflichtungen von CEWE COLOR sowohl die Einhaltung der geltenden rechtlichen Bestimmungen als auch die darüber hinausgehenden Kundenanforderungen. Insbesondere hat CEWE COLOR auch individuelle Kundenanforderungen im Blick und verpflichtet sich, diese einzuhalten. Bei Planung und Investitionen setzt CEWE COLOR auf die besten verfügbaren Technologien. Das gilt nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht, sondern auch für die Belange der Arbeitssicherheit und des Umweltschutzes. Alle neu installierten Anlagen und Verfahren entsprechen selbstverständlich den geltenden nationalen und internationalen Normen und Gesetzen und unterschreiten vorgegebene Grenzwerte möglichst zum Wohl der Gesundheit der Mitarbeiter und der Umwelt.

+ Die ständige Verbesserung von Arbeitssicherheit und Umweltschutz sowie die Vermeidung von Umweltbelastungen sind erklärtes Ziel. Innerhalb der letzten elf Jahre hatte CEWE COLOR keinen Verstoß gegen Auflagen im Umweltbereich zu vermelden. Diese Maßgabe ist 2011 erneut erfüllt worden und bleibt permanentes Ziel für die folgenden Jahre.

leistungen. Die Basis bilden der Compliance Check, ein Abgleich mit den gesetzlichen Bestimmungen sowie die von CEWE COLOR definierte Umweltpolitik, die sich in die Bereiche Arbeitsschutz sichern, Wasser schützen, Energie sparen und Ressourcen schonen gliedert. Die erfolgreiche Zertifizierung ist ein weiterer Schritt, um das Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit zu dokumentieren.

Das Vierpunkteprogramm von CEWE COLOR

Arbeitssicherheits- und Umweltschutzpolitik richten sich bei CEWE COLOR nach den unternehmensspezifischen Umweltauswirkungen in den Bereichen Abwasser, Abfall und Energieeinsatz.

- Energie sparen
- Wasser schützen
- Ressourcen schonen
- Arbeitsschutz sichern

Energie sparen

In den vergangenen Jahren wurden bei CEWE COLOR erneut Fortschritte sowohl bei der Reduzierung der CO₂-Emissionen als auch bei der Verbesserung der Energiebilanz gemacht. Aufgrund der guten Qualität und Offenheit der veröffentlichten Zahlen zu Kohlendioxid-Emissionen wurde CEWE COLOR 2010 als einziges und 2011 als eines von zwei SDAX-Unternehmen in den Carbon Disclosure Leadership Index aufgenommen. Das Projekt wurde im Jahr 2000 in London gegründet. Erklärtes Ziel der Non-Profit-Organisation ist, mehr Transparenz hinsichtlich der klimaschädlichen

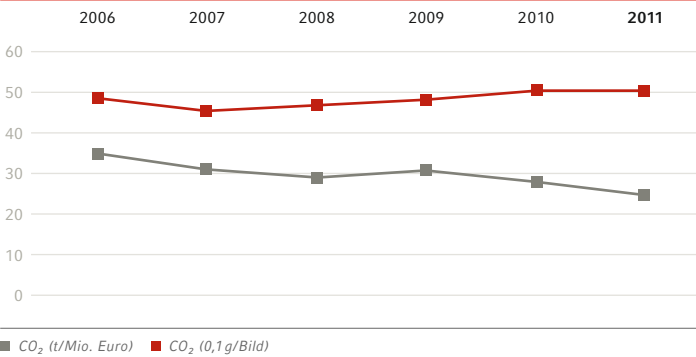
Treibhausgasemissionen zu schaffen (vgl. S. 28). In Deutschland nehmen die größten Aktiengesellschaften teil und veröffentlichen ihre Kohlendioxid-Emissionen.

Auch zukünftig wird der Klimaschutz von CEWE COLOR proaktiv vorangetrieben. Hierzu wurde ein internes Projekt aufgesetzt mit dem Ziel, CO₂ zu reduzieren (C3RP). Es enthält folgende Themenschwerpunkte: Energieeffizienz, Energiebewusstsein, Ausschussreduzierung, Verpackungsoptimierung sowie das Dienststreiseverhalten der CEWE COLOR-Mitarbeiter.

Messen und Managen

Die Werte für die Emissionen werden auf der Grundlage des Corporate Accounting and Reporting Standard 2004 der Greenhouse Gas Protocol Initiative berechnet und dargestellt. Einbezogen sind alle Produktionsstandorte der CEWE COLOR-Gruppe. Erfasst und berichtet werden alle direkten CO₂-Emissionen aus stationären und mobilen Quellen (Scope 1) sowie die indirekten Emissionen aus der Erzeugung des eingekauften Stroms (Scope 2). Weitere indirekte Emissionen, die mit der Unternehmenstätigkeit im Zusammenhang stehen, aber nicht durch sie erzeugt werden, werden als Scope 3

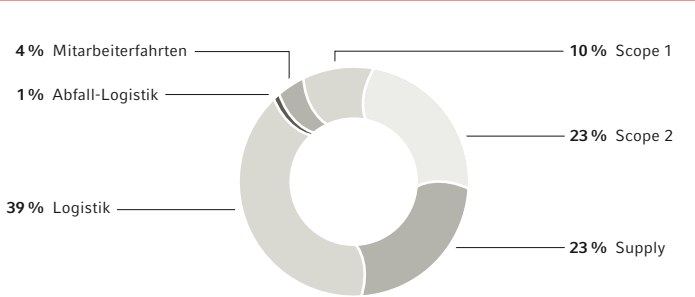
Carbon Footprint, CO₂-Emissionen Scope 1 und 2



bezeichnet. Dies sind beispielsweise Logistikprozesse des Warenbezugs und Auslieferung der Produkte, Logistik der Abfallentsorgung sowie Fahrten der Mitarbeiter zur Arbeitsstätte oder Dienstreisen.

Im zurückliegenden Geschäftsjahr betrugen die von CEWE COLOR direkt und durch Stromverbrauch verursachten CO₂-Emissionen insgesamt 12.432 t (Scope 1 und 2), was einer leichten Reduktion gegenüber dem Vorjahr entspricht (2010: 12.550 t). Als bezogene Größe ausgedrückt beträgt die CO₂-Emission etwa 27 t pro 1 Mio. Euro Umsatz und etwa 5 g/Bild (2010: 28 t pro 1 Mio. Umsatz). Im Vergleich hierzu liegen die CO₂-Emissionen, die nicht verursacht, aber durch die Geschäftstätigkeit bedingt sind (Scope 3), für Warenanlieferung und Lieferlogistik doppelt so hoch. Aus diesem Grund befasst sich das Energiesparmanagement nicht nur mit den betriebsinternen Prozessen, sondern auch ausführlich mit der Optimierung von Lieferanten- und Vertriebslogistik.

Carbon Footprint, CO₂-Emissionen Scope 1, 2 und 3 (Verteilung 2011)



www.ghgprotocol.org

■ Scope 1

Zu den Scope-1-Emissionen zählt CEWE COLOR die eigenen Verbrennungsaggregate, wie z. B. Gasthermen für Warmwasser und Heizung, Ölthermen und eigene Fahrzeuge. Die CO₂-Emissionen nach Scope 1 sind von 2006 auf 2011 von 4.415 auf 3.855 t gesunken. Dies liegt auch darin begründet, dass CEWE COLOR die Anzahl der Betriebsstätten reduziert hat. Die besonders kalten Monate März und Dezember 2010 haben den Gasverbrauch der zwölf Betriebe im Vergleich zum Vorjahr ansteigen lassen (von 784.000 m³ im Jahr 2009 auf 900.000 m³ im Jahr 2010). 2011 konnte der Verbrauch aufgrund der wärmeren Witterung wieder leicht reduziert werden (860.000 m³). Um kalte Winter aufzufangen, hat CEWE COLOR eine mögliche Wärmerückgewinnung der Klimaanlage in das interne C3RP-Projekt (vgl. S. 33) aufgenommen.

+ Ziel ist es, eine fünfprozentige Reduktion des Gasverbrauches bis Ende des Jahres 2012 zu erreichen.

2010 wurde in Kooperation mit EWE ein Pilotprojekt gestartet, seitdem ergänzen vier Erdgasfahrzeuge den Fuhrpark von CEWE COLOR.

+ Insgesamt besteht das Ziel im Konzern, bis 2014 eine Reduktion des CO₂-Ausstoßes um 10 Prozent auf Basis des Jahres 2010 zu erreichen.

■ Scope 2

Bei den Scope-2-Emissionen wird die bezogene elektrische Energie der Laborbetriebe pro Land in Kilowatt pro Jahr mit den jeweiligen landesspezifischen Emissionsfaktoren multipliziert, so wie es das GHG Protocol vorsieht. 2011 konnte die CEWE COLOR-Gruppe den Stromverbrauch insgesamt auf 21,3 GWh/a (2010: 21,5 GWh/a) senken. Bereits heute ist jedoch festzustellen, dass der Energieaufwand pro Bild zunimmt. Der Trend der Verbraucher, verstärkt hochwertigere Produkte nachzufragen, denen energieintensivere Produktionsmethoden zugrunde liegen, drückt sich in einem höhe-

ren Energieumsatz pro Bild aus. Dies fällt bei der kumulierten Betrachtung noch nicht auf (2011: 8,52 Wh/Bild versus 2010: 8,60 Wh/Bild), ist jedoch in den Produktionsstätten, in denen vermehrt aufwendigere Produkte gefertigt werden, erkennbar.

+ CEWE COLOR hat sich zum Ziel gesetzt, bei gleichbleibender Betriebsstärke (Anzahl der Produktionsstätten) den Stromverbrauch innerhalb der nächsten fünf Jahre auf unter 20 GWh/a zu senken.

■ Scope 3

Die Logistikprozesse stellen in der Emissionsbetrachtung den klimarelevantesten Bereich dar. Daher stehen sie im Umweltmanagement von CEWE COLOR sehr weit oben. Seit April 2010 nutzt CEWE COLOR den klimaneutralen Versand der Deutschen Post DHL (GoGreen) für den Mailorder-Versand. Damit kommen alle in Deutschland versendeten Mailorder-Produkte CO₂-neutral beim Kunden an. GoGreen gleicht die beim Transport entstehenden Emissionen durch Klimaschutzprojekte aus. Pro 1.000 Briefe kommen so 0,85 Euro und pro Paket 0,02 Euro weltweiten Klimaschutzprojekten zugute (vgl. S. 29). 2010 wurde als Ziel formuliert, auch internationale Sendungen klimaneutral mit GoGreen zu versenden.

Carbon Footprint, CO ₂ -Emissionen, Scope 2 (2011)				
Jahr	CO ₂ -Emissionen (t CO ₂ /a)	Bilder (Mio./a)	Strom (MWh/a)	Strom pro Bild (Wh)
2006	9.600	2.879	26.524	9,21
2007	8.997	2.792	24.818	8,89
2008	8.774	2.615	23.303	8,91
2009	8.805	2.594	22.423	8,64
2010	8.620	2.500	21.508	8,60
2011	8.577	2.500	21.311	8,52

Es wird nunmehr die Möglichkeit untersucht, mit lokalen Anbietern vergleichbare klimaneutrale Anlieferungen sicherzustellen.

+ Mittelfristiges Ziel ist es, auch die internationalen Sendungen klimaneutral zu versenden. Bis Ende 2012 steht als Zielsetzung, die CO₂-Emissionen im Bereich Scope 3 um weitere 5 Prozent zu senken.

Dafür wird der Bereich Logistik permanent umweltfreundlicher ausgerichtet. Bereits Anfang 2009 erfolgte die Konsolidierung der Transporte wichtiger Lieferanten auf einen Logistikanbieter. Die Bündelung der Transporte führte zu Anlieferungen in weniger, aber vollen Lkws und damit zu CO₂-Einsparungen durch weniger gefahrene Kilometer. Das Einstellen der Samstagabholung führte bereits 2010 zu nachhaltigen CO₂-Einsparungen in der Point-of-Sale-Logistik. 2011 konnten durch die Öffnung von Zeitfenstern der Laboreingangszeiten 120 t CO₂ eingespart wurden. Auch am Wegfall der Doppelstopps wurde gearbeitet, diese Einsparungen werden sich vermehrt im Bericht 2012 niederschlagen. Insgesamt konnte CEWE COLOR 2011 die Logistik der Warenlieferung um 1.394 t CO₂ reduzieren, was eine Reduktion um 9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr darstellt. (2010: 16.312 t, 2011: 14.918 t).

Auch in der Logistik des Warenbezugs war CEWE COLOR aktiv: Durch eine Reduzierung von Waren aus Übersee wurden 2011 gegenüber 2010 2.000 t CO₂ eingespart, dies entspricht 12 Prozent (2010: 10.932 t, 2011: 8.937 t).

+ Insgesamt betrugen die verursachten CO₂-Emissionen im Bereich Scope 3 2011 25.560 t, im Vorjahr waren es 28.872 t. Das Ziel, die Emissionen um 10 Prozent zu senken, wurde erreicht. CEWE COLOR arbeitet weiter am Wegfall des sogenannten Doppelstopps mit dem Ziel, 2012 im Bereich Scope 3 erneut eine Senkung um mehr als 5 Prozent zu erreichen.

■ Green IT

2011 wurde unter modernsten ökologischen Aspekten der Green IT der Neubau eines Rechenzentrums am Standort Oldenburg realisiert. Hierdurch sollen jährlich weitere 250 t CO₂ und somit 3 Prozent der gesamten Scope-2-Emissionen eingespart werden.

Ein weiteres Beispiel für die Relevanz des Klimaschutzes bei CEWE COLOR ist die Beteiligung am ertemis-Projekt (vgl. S. 29). Das ertemis-Projekt wurde ins Leben gerufen, um eine umweltgerechte Ausrichtung der IT-Infrastruktur (Green IT) in Unternehmen zu forcieren. Zusammen mit den Universitäten von Oldenburg, Osnabrück und Göttingen wird für CEWE COLOR und weitere ausgewählte Unternehmen aus Niedersachsen eine nachhaltige IT-Strategie aufgesetzt.

■ Folgen des Klimawandels

Im Rahmen des Projektes nordwest2050 setzt sich CEWE COLOR mit den Folgen des Klimawandels auseinander. Ein Arbeitskreis bedenkt Risiken und Chancen des Klimawandels sowie Strategien zur Anpassung in Zusammenarbeit mit Universitäten und Wirtschaftspartnern. Das Motto lautet: „Perspektiven für klimangepasste Innovationsprozesse in der Metropolregion Bremen-Oldenburg“. Gemeinsam mit Wirtschaftspartnern und der Metropolregion Bremen-Oldenburg hat sich das Forschungsprojekt nordwest2050 zum Ziel gesetzt, langfristige technische und institutionelle Innovationen zur Klimaanpassung zu entwickeln.

① Doppelstopp bedeutet, dass ein Handelspartner zweimal pro Nacht angefahren wird. Das erste Mal, um die Fotoaufträge abzuholen, damit sie schnell im Labor bearbeitet werden können. Das nächste Mal, um fertig bearbeitete Aufträge wieder zurückzubringen. Dies soll zukünftig in einer Fahrt gebündelt werden, was zu etwas veränderten Lieferzeiten führen wird.

Wasser schützen

CEWE COLOR benutzt Wasser zur Entwicklung fotografischer Materialien wie Filme und Papier. Nachhaltiges Wassermanagement bedeutet für den Fotofinisher: weniger und sauberer. Entsprechend wird der gesamte Produktionsprozess kontinuierlich auf mögliche Wassereinsparungen durchleuchtet. Die Abwasserqualität wird bereits seit Jahrzehnten eng überwacht und entspricht stets den gesetzlichen Anforderungen.

■ Senkung des Wasserverbrauchs

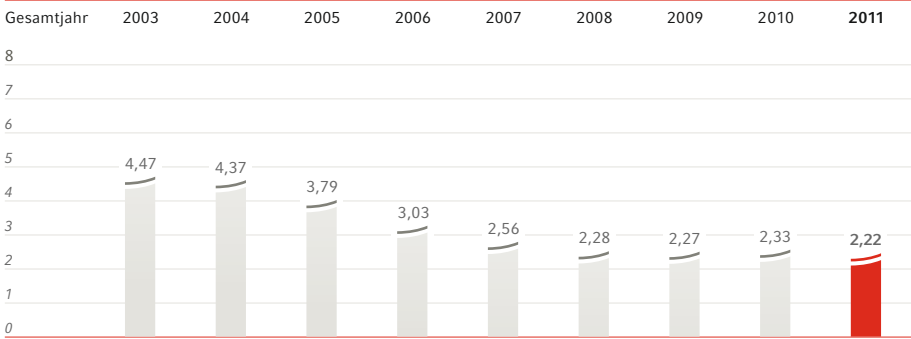
2011 hat CEWE COLOR etwa 2,2l Wasser pro Quadratmeter Fotopapier verbraucht. Innerhalb der letzten zehn Jahre konnte der Wasserverbrauch insgesamt um 60 Prozent gesenkt werden. Das liegt zum einen am Rückgang der analogen Fotografie, denn die Filmentwicklung verbraucht prozessbedingt mehr Wasser pro Materialeinheit (m²) als Fotopapier. Zum anderen hat CEWE COLOR einige effektive Veränderungen im Produktionsprozess entwickelt und umgesetzt, die Wasser einsparende Auswirkungen zur Folge haben:

- Kaskadierung bei der Schlusswässerung im Papierbereich
- Einsatz verschleppungsarmer, leitbandfreier Papierentwicklungsmaschinen, in vielen Fällen mit der Eco-Wash-Technologie
- keine Schlusswässerungen mehr im Color-Negativ-Filmbereich, stattdessen Verwendung von Schlussbädern
- verbrauchsgerechte Wasserdosierungseinrichtungen

+ Der absolute Wasserverbrauch ist 2011 um 13 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Somit wurde die 2010 formulierte Zielsetzung (eine Reduktion um 10 Prozent) erreicht. 2012 ist das Ziel, die spezifische Wasserquote bei 2,2l/m² zu halten. Der absolute Wasserverbrauch soll um weitere 8–10 Prozent sinken.

Der Rückgang ist auch darin begründet, dass die chemische Entwicklung insgesamt zurückgegangen ist. Beispielsweise wurden im Oldenburger Betrieb 2011 rund 77 Prozent des bezogenen Wassers für die chemischen Entwicklungsprozesse verwendet, 13 Prozent für Luftbefeuchtung und 10 Prozent für den Sanitärbereich. Für 2012 wird eine weitere Reduzierung des Wasserverbrauchs um 10 Prozent angestrebt.

Wasserverbrauch aller CEWE COLOR-Betriebe l/m²



Der spezifische Wasserverbrauch, bezogen auf die Menge des entwickelten Fotopapiers, ist innerhalb der letzten zehn Jahre um 60 Prozent (von 5,5 auf 2,2 l/m²) gesunken.

■ Verbesserung der Abwasserqualität

Für die Entwicklung fotografischer Materialien wird das industrielle Fotofinishing auch zukünftig nicht auf Wasser verzichten können. Darum ist es CEWE COLOR ein wichtiges Anliegen, die Qualität des entstehenden Abwassers konsequent zu verbessern. Bereits heute produziert CEWE COLOR ökologisch vorbildlich und in einigen Bereichen über dem Branchenstandard.

Seit 2001 erfüllt CEWE COLOR die freiwillige Selbstverpflichtung der Fotoindustrie, den Eintrag harter Komplexbildner in das Abwasser um die Hälfte zu senken, da sie biologisch schwer abbaubar sind. CEWE COLOR kommt dieser strengen deutschen Auflage in allen zwölf Labors europaweit nach. Anstelle der Komplexbildner EDTA, PDTA und DTPA setzt CEWE COLOR im Bereich des CN-Filmprozesses biologisch abbaubare Alternativen ein. Im Bleichfixierbad konnte der Einsatz von EDTA auf die Hälfte reduziert werden. Dies wurde durch eine Verlängerung der Prozesszeit und eine Intensivierung der Prozesswirkung durch Gegenstromkaskaden erreicht.

Auf formaldehydhaltige Schlussbäder wird bereits seit 2002 gänzlich verzichtet. Das CEWE COLOR-eigene Analyselabor am Stammsitz in Oldenburg überwacht ständig alle relevanten Abwasserwerte. Dazu gehören Silber, pH-Wert, CSB (chemischer Sauerstoffbedarf), Sulfat und Ammonium-Stickstoff. Im Labor werden auch sämtliche Proben der Entwicklungsbäder aus allen europäischen CEWE COLOR-Betrieben analysiert.

■ Rückgewinnung von Silber

Bei der Entwicklung von Film- und Fotopapier entsteht als Nebenprodukt Silber. Die deutsche Abwasserverordnung sieht eine Frachtbeschränkung von 30 mg/m² Fotomaterial vor. Diesen Wert unterschreitet CEWE COLOR um das Fünf- bis Sechsfache. Gemäß der neuen europäischen Chemikaliengesetzgebung REACH (Verordnung [EG] Nr. 1907/2006) hat sich CEWE COLOR als Erzeuger des Produktes Silber vorregistrieren lassen. Durch die konsequente elektrolytische Entsilberung der fotografischen Verarbeitungs-

bäder sowie die Verwendung von Low-Flow-Wässerungen und deren separate Entsilberung mithilfe von Ionentauscheranlagen gewinnt CEWE COLOR seit mehreren Jahren durchschnittlich 95 Prozent des Silbers zurück. Die Silberrückgewinnung ist also sehr effektiv. Im Jahr 2010 konnte CEWE COLOR 10,1t Silber zurückgewinnen, im Jahr 2011 8,5t. Dies sind 16 Prozent weniger als im Vorjahr. Die reduzierte Menge erklärt sich durch den starken Rückgang von Filmen und den geringfügigen Rückgang des Fotopapierverbrauchs.

Ressourcen schonen

Der ressourcenschonende Einsatz von Materialien spielt bei CEWE COLOR seit der Gründung eine entscheidende Rolle. Die Auswahl der eingesetzten Materialien findet gezielt und unter nachhaltigen ökologischen Gesichtspunkten statt. In der Produktion wird ein möglichst geringer Ausschuss angestrebt, und unvermeidbarer Abfall wird gewissenhaft entsorgt.

■ Effektiver und umweltfreundlicher Materialeinsatz

CEWE COLOR forciert den Einsatz umweltfreundlicher Materialien – insbesondere beim stärksten Produkt: dem CEWE FOTOBUCH. Das für 2011 gesteckte Ziel – die FSC®-Zertifizierung aller Digitaldruckprodukte für alle Betriebe – wurde erreicht.

Zertifiziert ist die gesamte Wertschöpfungskette – vom Waldbesitzer bis zur Druckerei. Im Rahmen der Zertifizierung werden die Wareneingänge und -ausgänge sowie die Produktionsabläufe einmal jährlich von unabhängigen Dritten überprüft.

■ Recyclingverfahren bei der fotografischen Verarbeitung

CEWE COLOR erzielte 2011 in den deutschen Betrieben eine hohe Recyclingquote von 89 Prozent und konzernweit von 88 Prozent. Die Quote resultiert aus dem wiederverwendeten Überlauf im Verhältnis zur gesamt angesetzten Menge an Verarbeitungsbädern. Sowohl die eingesetzten Mengen an Chemikalien als auch die Entsorgungsmengen konnten entsprechend reduziert werden. 2011

hat CEWE COLOR aus 285.000 Liter Chemikalien 10,1 Millionen Liter Verarbeitungsbäder angesetzt. Durch die hohe Recyclingquote mussten nur 536 t Chemikalien entsorgt werden. Auch hier hat eine Reduktion im Vergleich zum Vorjahr stattgefunden.

Das Recycling im Bereich der fotografischen Verarbeitung ist in den Betrieben der CEWE COLOR am physikalischen Maximum, da ein gewisser Frischanteil (von 20 Prozent) in den Entwicklern unvermeidbar ist.

Sämtliche fotochemischen Bäder aller CEWE COLOR-Betriebe gelangen zur Analyse in das zentrale Labor nach Oldenburg. Hier werden auch die Rezepturen für die Recyclingansätze berechnet. Zur Sicherstellung der gleichbleibend hohen Prozessqualität finden mehrmals täglich zusätzlich zur analytischen Kontrolle sensito-metrische Untersuchungen statt.

■ Verpackungen

97 Prozent der Verpackungen bestehen aus Wellpappe, die zu großen Teilen aus recycelten Materialien hergestellt wird. Die verbleibenden 3 Prozent sind Kunststoffe, die vor allem dem Schutz der CEWE FOTOBÜCHER und anderer feuchtigkeitsempfindlicher Produkte beim Transport dienen.

+ Ziel ist es, den Kunststoffanteil auch 2012 und darüber hinaus trotz steigender Verpackungsmengen und höherer Anforderungen unter 5 Prozent zu halten.

Sämtliche Verpackungsmaterialien sind in Deutschland bei einem Dualen System lizenziert. CEWE COLOR hat seine Vollständigkeits-erklärung für alle deutschen Betriebe bei der Industrie- und Handelskammer in Oldenburg hinterlegt.

■ Mengenbilanz und Abfall

Die Abfallmenge der CEWE COLOR-Gruppe betrug im Berichtsjahr 2011 4.237 t, was etwa 28 Prozent der eingesetzten Materialmenge

(Abfallquote) entspricht. Im Vorjahr waren es 4.026 t (26 Prozent Abfallquote). Die Steigerung begründet sich durch die produktions-bedingte Erhöhung des Papierausschusses im Digitaldruckbereich.

+ Das 2010 formulierte Ziel, durch Ausschussreduzierung die Abfall-
quote innerhalb von fünf Jahren auf 20 Prozent zu senken, erscheint
aus heutiger Sicht nicht möglich. Eine jährliche Quote von unter
30 Prozent ist realistisch. Es wird weiterhin daran gearbeitet, die
Abfallquote wieder auf 25 Prozent zu reduzieren.

Die meisten der Abfälle werden verwertet, und daher geht CEWE COLOR von einer Verwertungsquote von über 95 Prozent aus.

Insgesamt gibt es bei CEWE COLOR etwa 20 verschiedene Abfall-arten. Die zehn wichtigsten haben einen Anteil von 99 Prozent. Das neben dem Industrieabfall (Abfall zur Verwertung) größte Ab-fallvolumen kommt aus dem Druck- und Verpackungsbereich und besteht aus Papier und Kartonagen. 2011 betrug diese Abfall-fraktion 1.813 t (43 Prozent).

Mengenbilanz aller CEWE COLOR-Betriebe (Materialien und Technologien) (2011)

	Material (t)	Produkt (t)	Abfall (t)
Material			
Papier (Foto und Digitaldruck)	10.225	8.745	1.480
Weitere Produktbestandteile ¹	2.596	981	1.615
Verpackungsmaterialien für Produkte	1.536	1.536	0
Betriebs- und Hilfsmittel ²	1.142	0	1.142
Gesamt	15.499	11.262	4.237

¹Fototaschen, Fotogeschenke (Tassen, T-Shirts ...), Verpackungen der Ausgangsmaterialien.
²Chemikalien, Wasser für Chemikalienansatz, Imaging-Öl, Single-Use-Cameras, Metall der Filmdosen.

Arbeitsschutz und Umweltschutz ergänzen sich

CEWE COLOR setzt beim Schutz der Mitarbeiter hohe Standards. Denn die Mitarbeiter sind es, die potenziell zuerst möglichen Umweltgefahren ausgesetzt sind. Sicherheit am Arbeitsplatz ist primärer Aspekt für ein umweltgerechtes Handeln. CEWE COLOR hat entsprechend vorgesorgt und die Konzentration gefähr-licher Stoffe weitestgehend reduziert. Zu diesem Zweck kommen im gesamten Produktionsprozess schonendste und modernste Technologien zum Einsatz. Im Bereich der Digitaldruckmaschinen werden die Bemühungen von CEWE COLOR deutlich: Der Druck erfolgt ozonarm und die gesetzlichen Grenzwerte werden dabei deutlich unterschritten. 85 Prozent der Digitaldruckmaschinen, die CEWE FOTOBÜCHER drucken, arbeiten mit sehr kleinen Toner-teilchen, die die fotografische Bildqualität optimieren. Da das flüssige Trägersystem des Toners die Tonerteilchen mit Imaging-Öl bindet, ist eine etwaige Luftbelastung der Mitarbeiter vollständig ausgeschlossen. Zusätzlich ist die verwendete Tinte zur Herstel-lung ausgewählter Digitaldruckprodukte im Ink-Jet-Verfahren löse-mittelfrei.

Regelmäßige Arbeitsplatzbegehungen sowie jährlich stattfindende Gefährdungsanalysen und Rettungsübungen garantieren einen hohen Sicherheitsstandard. CEWE COLOR legt viel Wert darauf, die Gesundheit und Leistungsfähigkeit aller Mitarbeiter zu erhalten und zu fördern.

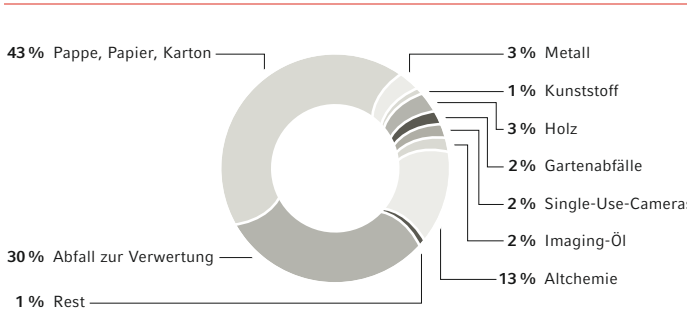
+ Um das große Engagement im Bereich des Umweltmanagements umfassend zu dokumentieren, hat CEWE COLOR für den Stammsitz Oldenburg im Oktober 2011 die Umweltmanagement-Zertifizierung nach DIN ISO 14001 erlangt.

+ Ziel für 2012 ist die Umweltmanagement-Zertifizierung weiterer deutscher Betriebe.

Aus der Aufbereitung der fotografischen Bäder fielen 2011 etwa 536 t Altchemie an. Diese werden zunächst konzentriert, um das Volumen zu reduzieren. Die Überläufe der Entwicklungsbäder werden als Stickoxid-Reduktionsmittel in der Zementindustrie verwertet. Aber auch die Fotopapierreste sowie weitere hoch-kalorische Abfallfraktionen werden in der Zementindustrie als Ersatzbrennstoff eingesetzt. Sämtliche Imaging-Öl-Abfälle, die beim Digitaldruck anfallen, führt CEWE COLOR einer Destil-lationsanlage zu. Nach der Reinigung folgt dann ein erneuter Einsatz – meist in der Farben- und Druckindustrie.

Metalle, Kunststoffe und Holz sowie restliche Abfallarten, wie Bau- und Gartenabfälle, führt CEWE COLOR einer regelrechten Entsorgung zu. Seit vielen Jahren gelangen die Gehäuse der sogenannten Einwegkameras (Single-Use-Cameras) in einen Wiederverwendungskreislauf.

Abfallbilanz aller CEWE COLOR-Betriebe (2011)





„**HERR ACKERMANN,** das

Die ersten sechs Module liegen hinter mir
mit Kolleginnen und Kollegen aus unterschiedlichen

ermöglicht mir immer wieder den

Sehr praxisorientiert entwickeln wir

das wir demnächst

Birte Stadtlander, stellv. Abteilungsleiterin Produktqualität bei CEWE COLOR in Oldenburg



Führungskräftenachwuchsprogramm gefällt mir sehr.

und der interdisziplinäre Austausch

Abteilungen und Betrieben

Blick über den **TELLERRAND.**

ein neues Geschäftsmodell,

dem Vorstand präsentieren.“

Daniel Ackermann, Assistenz des Vorstands bei CEWE COLOR in Oldenburg

SOZIALE VERANTWORTUNG – ARBEITGEBER AUF WACHSTUMSKURS

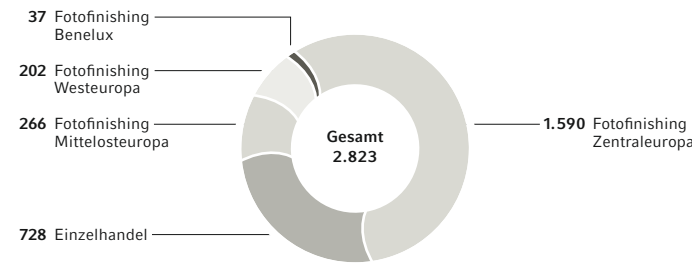
Seit Firmengründung gestaltet CEWE COLOR aktiv die soziale Verantwortung für die Mitarbeiter im In- und Ausland. Denn sie sind der Schlüssel für den Erfolg. Wenn an die Zukunft des Unternehmens gedacht wird, kommt besonders dem Führungsnachwuchs eine immer größer werdende Bedeutung zu. Das interne, modular aufgebaute Nachwuchskräfteprogramm ist 2011 erfolgreich gestartet.

Zur Sicherung der sozialen Zukunft wurden insgesamt vier Säulen definiert:

- verantwortungsvolles Unternehmertum
- qualifiziertes Personalmanagement
- Förderung von Nachwuchs
- moderne und sichere Arbeitsplatzgestaltung

Unternehmensführung geprägt durch Klarheit und Kontinuität
Bei CEWE COLOR ist es der Unternehmensführung gelungen, selbst in Zeiten schwieriger Transformationsprozesse kontinuierlich Zuversicht und Optimismus an die Mitarbeiter zu vermitteln. Heute zeigt sich, dass viele große Unternehmen den Wandel von der analogen zur digitalen Fotografie nicht geschafft haben. Auch bei CEWE COLOR hat die große Herausforderung, das Unternehmen zukunftssicher zu machen, zu schwierigen Entscheidungen im Management geführt. Neben der Anpassung der Kapazitäten mussten zeitgleich neue Produkte entwickelt und es musste in neue Technologien investiert werden. Doch der Turnaround ist geschafft, die Zeichen des SDAX-Unternehmens stehen erneut auf Wachstum. Dies belegen die erhöhte Anzahl der Beschäftigungsverhältnisse und die hohe Ausbildungsquote.

Personalstand CEWE COLOR-Gruppe im Jahresdurchschnitt 2011 Anzahl Mitarbeiter



Anzahl, Altersdurchschnitt und Betriebszugehörigkeit der Mitarbeiter

Im Jahresdurchschnitt 2011 waren bei der CEWE COLOR-Gruppe europaweit 2.822 Mitarbeiter beschäftigt (2010: 2.681). Dies bedeutet ein Wachstum um 5,3 Prozent.

Die Betriebszugehörigkeit betrug im Schnitt 12,4 Jahre (2010: 11,9 Jahre) – demzufolge gibt es Jahr für Jahr eine Vielzahl von Jubiläen. 2011 feierten 172 Mitarbeiter ihr Firmenjubiläum, davon sind mehr als ein Drittel über 25 Jahre bei CEWE COLOR beschäftigt. Die langjährige Mitarbeit sichert in hohem Maße Know-how und Erfahrung.

Chancengleichheit

Bei CEWE COLOR gelten gleiche Chancen für alle – unabhängig von Geschlecht, Hautfarbe, Staatsangehörigkeit, Alter, sexueller Identität oder Religion; allein die Qualifikation zählt. Als international tätiges Unternehmen schätzt und fördert CEWE COLOR die Vielfalt der Mitarbeiter. Die unterschiedlichen Nationalitäten spiegeln auch die unterschiedlichen Märkte und Kunden wider. Allein in den deutschen Betrieben arbeiten Menschen aus 46 verschiedenen Ländern (rund 10 Prozent der Beschäftigten). Weder dem Ombudsmann noch dem Betriebsrat sind im vergangenen Jahr Fälle von Diskriminierungen bekannt geworden.

+ Auch für die kommenden Jahre strebt CEWE COLOR an, dass es keinerlei Anlass zu Meldungen bezüglich Diskriminierungen gibt.

Von den insgesamt 2.822 Mitarbeitern arbeiten 1.527 (54 Prozent, Vorjahr 57 Prozent) in den deutschen Betrieben und 1.295 (46 Prozent, Vorjahr 43 Prozent) in den übrigen. Die höhere Wertschöpfung und der wachsende Umsatzanteil der Mehrwertprodukte sind mit zusätzlichem Personalaufwand verbunden. Der Personalaufwand belief sich 2011 auf insgesamt 108,5 Mio. Euro (2010: 102,3 Mio.), was einer Personalkostenquote von 23 Prozent entspricht.

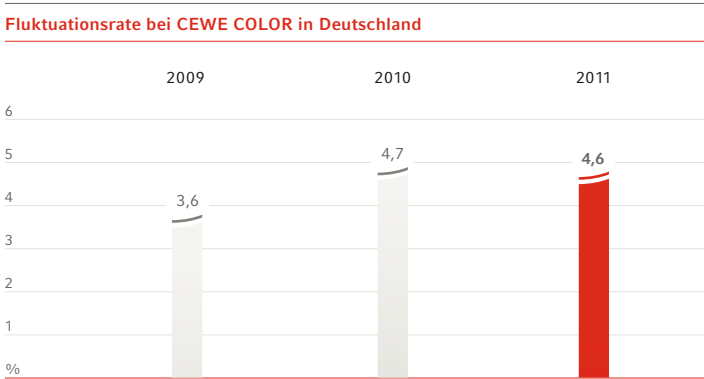
Der Anteil der weiblichen Beschäftigten in Deutschland betrug im Jahr 2011 rund 57 Prozent (Vorjahr 55 Prozent). Vor allem die Anzahl von Frauen im mittleren Management soll durch weitere Fördermaßnahmen, z. B. Vereinbarkeit von Familie und Beruf, gesteigert werden. Gut etabliert hat sich die Kooperation mit dem AWO Eltern- und Seniorenservice Oldenburg, der CEWE COLOR-Mitarbeitern kostenlose Beratungstermine anbietet, um die Unterbringung von Kindern oder Senioren zu vermitteln. Hinzugekommen sind besondere Kinderbetreuungsprogramme während der Ferienzeiten. Erklärter Wunsch ist es außerdem, 2012 möglichst eine Stelle im Aufsichtsrat durch eine Frau zu besetzen.

+ Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die Frauenquote im Management weiterhin kontinuierlich zu steigern.

Mitarbeiterzufriedenheit

Seit 2005 führt CEWE COLOR immer wieder Umfragen zur Zufriedenheit der Mitarbeiter durch, die sehr positiv ausfallen. Die Antworten liefern wertvolle Erkenntnisse, die in die Führungs- und Organisationsentwicklung einfließen. Ein weiterer Indikator für die Zufriedenheit der Mitarbeiter ist die niedrige Fluktuationsrate (Arbeitgeber- und Arbeitnehmerkündigungen). 2011 liegt sie bei 4,6 Prozent, 2010 lag sie bei 4,7 Prozent. Als Maßnahme zur Verbesserung wurde 2010 ein Prozess zur Erstellung eines Führungsleitbildes erarbeitet und verabschiedet. In verschiedenen Workshops setzten sich alle Führungsebenen mit diesem Thema auseinander. Auch Mitarbeiter ohne Führungsverantwortung wurden einbezogen. Im Mai 2011 ist das Leitbild in gedruckter Form an alle Mitarbeiter mit Personalverantwortung verteilt worden.

+ Ziel ist es, die Fluktuationsrate unter 5 Prozent zu halten.

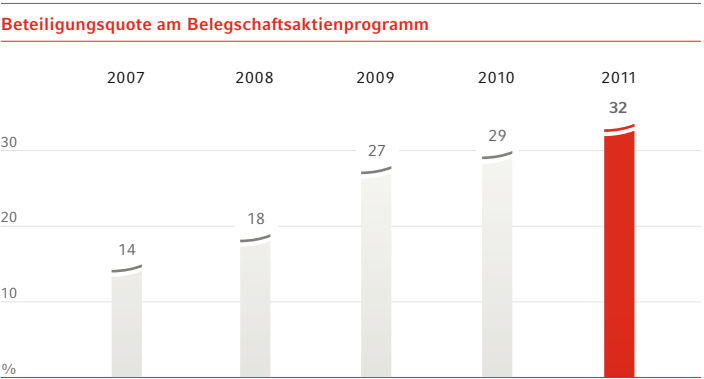


Mitarbeiterbeteiligung

Über ein Belegschaftsaktienprogramm können die Mitarbeiter seit 2005 jährlich CEWE COLOR-Aktien zu einem Vorzugspreis erwerben, unterstützt durch einen steuer- und sozialversicherungsfreien finanziellen Zuschuss des Unternehmens.

Die Anzahl der Mitarbeiter, die hiervon Gebrauch machten, ist auch 2011 erneut gestiegen: auf 535 Mitarbeiter, was einer Beteiligungsquote von 32 Prozent entspricht (2010: 29 Prozent, 454 Mitarbeiter). Diese Entwicklung dokumentiert das Vertrauen der Mitarbeiter in die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit ihres Unternehmens.

+ Ziel war es, die Beteiligung der Mitarbeiter am Belegschaftsaktienprogramm auf 31 Prozent zu steigern. Dieses Ziel wurde um 1 Prozentpunkt übertroffen. 2012 werden nun 35 Prozent angestrebt.



Altersvorsorge

Die Beteiligung der Mitarbeiter an der betrieblichen Altersvorsorge hat in den deutschen Betrieben zugenommen. Bis einschließlich 2011 entschieden sich 564 Mitarbeiter, durch arbeitnehmerfinanzierte Altersvorsorge privat für die Rentenzeit vorzusorgen. Gefördert wird dies mit tariflich vereinbarten Zuschüssen.

+ Durch gezielte Informationen und eine Seminarreihe wurden 2011 noch mehr Mitarbeiter über die Vorzüge informiert. Ein Plus von 174 Mitarbeitern zeigt, dass dieses Ziel erreicht wurde.

Arbeitgebermarke

Im Rahmen eines Projektes wird die „CEWE COLOR-Arbeitgebermarke“ konzipiert. CEWE COLOR wird sich als attraktiver Arbeitgeber in der jeweiligen Region positionieren, um künftig die erste Wahl für Bewerber zu sein. Hierzu fanden 2010 diverse Mitarbeiterworkshops mit Teilnehmern aus den unterschiedlichsten Fachbereichen statt. Das „Besondere“ an CEWE COLOR wurde als Herausstellungsmerkmal erarbeitet. Durch einen personellen Wechsel im Bereich Personal hat sich die operative Umsetzung des Projekts 2011 leider verzögert. Für 2012 ist auf der CEWE COLOR-Karriere-Website ein Relaunch geplant, der von Imagebroschüren, Flyern etc. flankiert wird.

Ausbildung

Auch 2011 war CEWE COLOR der größte Arbeitgeber und Ausbilder in der Fotobranche. Die hohe Ausbildungsquote von 5 Prozent konnte 2011 erneut gehalten werden. 112 junge Menschen sind 2011 bei CEWE COLOR in 14 unterschiedlichen Ausbildungsberufen in der Ausbildung. Den Auszubildenden werden im Rahmen der Aktion

„Ready for Europe“ gemeinsam mit dem Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft (BNW) Auslandsaufenthalte ermöglicht, um Sprache und soziale und fachliche Kompetenzen zu erweitern. Wie schon in den vergangenen Jahren haben viele Auszubildende von CEWE COLOR auch 2011 exzellente Prüfungsergebnisse erzielen können und sind von der Industrie- und Handelskammer ausgezeichnet worden.

+ Ziel ist es, auch 2012 und darüber hinaus dem Arbeitsmarkt als ausbildendes Unternehmen zur Verfügung zu stehen und jungen Menschen den Weg in die Berufswelt im bisherigen Umfang zu ermöglichen.

Auszubildende in Deutschland im Jahresdurchschnitt		
	2011	2010
Duales Studium der Betriebswirtschaft	4	4
Duales Studium Fachinformatiker	8	8
Industriekaufmann	19	15
Kaufmann für Dialogmarketing	1	1
Fotomedienfachmann	9	6
Fotomedienlaborant	11	24
Fotograf	6	6
Mechatroniker	13	11
Fachinformatiker	11	8
Fachkraft für Lagerlogistik	5	3
Medientechnologe Druckverarbeitung	5	2
Medientechnologe Druck	3	—
Mediengestalter Digital und Print	13	—
Bürokaufmann	4	2
Gesamt	112	90

Weiterbildungs- und Führungsnachwuchsprogramme

Der wirtschaftliche Erfolg von CEWE COLOR basiert auf dem hohen Engagement und der hohen fachlichen Qualifikation der Mitarbeiter. Die Aufgabe des modernen Personalmanagements ist es, die Mitarbeiter zu fördern und an das Unternehmen zu binden. Talentmanagement sowie die systematische Auswahl und Förderung eines leistungsorientierten und hoch motivierten Führungsnachwuchses sind weitere wichtige Bausteine. So werden z. B. verstärkt Wirtschaftsinformatiker im dualen Studiengang ausgebildet, um dem zu erwartenden Fachkräftemangel vorzubeugen. Die enge Zusammenarbeit mit Universitäten und Hochschulen hat bei CEWE COLOR langjährige Tradition.

2010 hat der Personalbereich ein neues und umfassendes Förder- und Entwicklungsprogramm erarbeitet, das seit Beginn 2011 implementiert wird. Gezielte Workshops zu den Schwerpunktthemen Motivation, Coaching-Kompetenz, Kommunikation und Verhandlungsmethodik sowie Gesundheitsmanagement stärken das Know-how der Führungskräfte. Zusätzlich stehen für einen erweiterten Mitarbeiterkreis Module aus den Bereichen Projektmanagement, Rhetorik und Präsentation sowie Kreativitäts- und Entscheidungstechniken zur Verfügung. Das neu aufgestellte Führungsnachwuchsprogramm läuft insgesamt über zwei Jahre und beinhaltet intensive Workshop- und Trainingseinheiten. Insgesamt nehmen zwölf Mitarbeiter aus den unterschiedlichen CEWE COLOR-Betrieben daran teil. Hier werden in Projektgruppen über einen längeren Zeitraum eigenständig Projektaufträge bearbeitet und die Ergebnisse präsentiert. Die bisherige Resonanz der Teilnehmer ist sehr positiv. Der erste Jahrgang schließt das Programm Mitte 2013 ab.

2011 haben 134 Seminare stattgefunden, an denen 797 Personen teilgenommen haben. Insgesamt fanden 2.698 Seminartage statt.

Auch außerhalb der Arbeitszeit bietet CEWE COLOR kostenlose Weiterbildungsmöglichkeiten mit hausinternen Trainern. Neben Sprach-, Fotografie- und Computerkursen wird das Angebot stetig um neue Themen aus dem Bereich Work-Life-Balance erweitert.

Des Weiteren fördert CEWE COLOR sowohl durch finanzielle Unterstützung als auch durch zeitliche Freistellung diverse berufsbegleitende Studiengänge, wie Innovationsmanagement, Informationsrecht, Marketing etc.

Die Themen Aus- und Weiterbildung besitzen einen hohen Stellenwert. Die 2009 und 2010 angesetzten Ziele, diese Bereiche noch weiter auszubauen und zu vertiefen, wurden erreicht.

+ Für die nächsten Jahre steht die Forcierung folgender Themen an: Erweiterung der Anzahl an Frauen in Führungspositionen und Erhöhung der Familienfreundlichkeit und der Teilzeitarbeitsmodelle.

Arbeitssicherheit und Krankenstand


Arbeitssicherheit spielt eine zentrale Rolle – besonders im Bereich der Produktion. Die Zahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle ist 2011 um elf auf 32 gestiegen, hiervon zwölf Wegeunfälle. (2010: 21, hiervon sechs Wegeunfälle). Nach jedem Unfall wird die Ursache erforscht, damit Maßnahmen ergriffen werden können, um Wiederholungen zukünftig zu vermeiden. Hierunter fällt z. B. die Aufklärung der Mitarbeiter über Gefahrenpotenziale im Bereich der Maschinen. Am Standort Oldenburg beispielsweise gibt es einen Betriebsarzt, eine Fachkraft für Arbeitssicherheit und mehr als 100 ausgebildete Ersthelfer. Neben Beratungen zur Vermeidung von Burn-out besteht eine Vorsorgeplanung für Pandemiefälle.

+ Das Ziel aus dem Jahr 2010, die Arbeitsunfälle auf ein niedrigeres Maß zu bringen, wurde bisher noch nicht erreicht. Daher werden die Anstrengungen weiter intensiviert, um die Unfallquote deutlich zu reduzieren (unter 20 Unfälle pro Jahr).

Der niedrige Krankenstand von 3,5 Prozent in den deutschen Betrieben konnte auch 2011 gehalten werden (in den ausländischen Werken 3,3 Prozent, ebenfalls analog zum Vorjahr). Für eine gute Work-Life-Balance wurden flexible Arbeitszeitvarianten implementiert. Durch Kooperationen mit Fitnessstudios und Sportangebote werden Anreize zur Erhaltung der Gesundheit und zur Vorbeugung von Zivilisationskrankheiten geschaffen.


Ein weiteres Beispiel für die getroffenen Maßnahmen ist die ergonomische Gestaltung der Büroarbeitsplätze. Der im Jahr 2009 eingeführte Gesundheitstag am Standort Oldenburg ist zur festen jährlichen Maßnahme geworden und fand 2011 zum dritten Mal statt.

+ Das Management forciert weiterhin das Ziel, den Krankenstand niedrig (unter 4 Prozent) zu halten und die Gesundheit zu fördern.



„HERR KLUGE, 2011 haben wir
behindertenfreundlicher Arbeitgeber
Miteinander und Chancengleichheit spielt
Als Geschäftsführer sehe ich es
MENSCHEN in ihrer Individualität

Stephan Johannes Reinhold, Geschäftsführer CEWE COLOR in München



in Germering die Auszeichnung als
erhalten. Integration ist bei uns ein gelebtes
bei CEWE schon immer eine große Rolle.
als wichtige Aufgabe,
zu akzeptieren und zu **FÖRDERN.**“

Andreas Kluge, Geschäftsführer CEWE COLOR in Oldenburg

UNTERNEHMENSKULTUR MIT SOZIALER VERANTWORTUNG

Gesellschaftlich verantwortliches Handeln und soziales Engagement sind wichtige Eckpfeiler der Unternehmenskultur von CEWE COLOR und integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Das Gemeinwohl liegt CEWE COLOR am Herzen und daher spielt die Förderung sozialer, kultureller und gesellschaftlicher Projekte eine

wichtige Rolle im Unternehmen. CEWE COLOR unterstützt Projekte am Stammsitz Oldenburg sowie an seinen jeweiligen Standorten in Deutschland und Europa. Es werden langfristige Allianzen und solche Engagements bevorzugt, in die das Unternehmen seine Kompetenzen und Erfahrungen einbringen und den Nachwuchs fördern kann.

Bildung, Kultur, Sport und Soziales – Engagement an den deutschen Standorten

CEWE COLOR vergibt Stipendien für Promotionsvorhaben, Masterstudienprogramme und Forschungsprojekte an der Universität sowie an der Fachhochschule in Oldenburg. Gefördert werden Informatik, Wirtschafts- und Rechtswissenschaften, Technik und Naturwissenschaften. Auch im Rahmen seiner Weiterbildungsangebote kooperiert das Unternehmen mit der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, etwa für das berufsbegleitende Masterprogramm „Innovationsmanagement“. Anlässlich des zehnjährigen Bestehens wurde die in Bremen ansässige Jacobs University mit Sachspenden bedacht.

Seit über zehn Jahren führt CEWE COLOR einmal im Jahr das Unternehmensplanspiel Management-Information-Game mit der Liebfrauschule Oldenburg durch. Im Planspiel haben die Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit, realitätsnah unternehmerisches Denken und Handeln zu lernen. Im November 2011 hat CEWE COLOR zum wiederholten Male die Kinder- und Jugendbuchmesse KIBUM unterstützt. Sie ist die größte nicht kommerzielle Kinder- und Jugendbuchmesse in Deutschland und findet jährlich in Oldenburg statt. Seit 2010 ist CEWE COLOR als Sponsor des Internationalen Filmfestivals in Oldenburg aktiv, das mittlerweile zu den wichtigsten Festivals für unabhängiges Kino in Europa gezählt wird. Im Sport

fördert CEWE COLOR langfristig die Fußballvereine VfB Oldenburg und VfL Oldenburg. Des Weiteren erhalten die Handballdamen des VfL Oldenburg sowie die Oldenburger Basketballmannschaft der EWE Baskets Unterstützung. 2011 ist der Deutsche Ruderverband mit Sitz in Hannover hinzugekommen.

München (Germering)

Auch am Standort München engagiert sich CEWE COLOR mit zahlreichen Aktivitäten für die Menschen in der Region. Besonders im Fokus steht die Förderung von Menschen mit Behinderung. 2011 hat CEWE COLOR am Standort in Germering die Auszeichnung „Behindertenfreundlicher Arbeitgeber im Landkreis Fürstentum“ erhalten, die nur alle zwei Jahre verliehen wird. Mit einer Quote von 8 Prozent und vielen freiwilligen Leistungen für die Mitarbeiter mit Behinderungen setzt man ein deutliches Zeichen für Chancengleichheit. Ebenso im Fokus steht die Unterstützung junger Menschen bei der Berufsfindung. Jährlich werden 25 bis 30 Schülerpraktika vergeben. Darüber hinaus unterstützt das Unternehmen Bewerbertrainings an den Germeringer Schulen und im Landkreis Fürstentum und gibt Lehrern fortlaufend die Möglichkeit zum Einblick in den unternehmerischen Alltag. Standortübergreifend nimmt CEWE COLOR am Zukunftstag teil: ein Berufsorien-

tierungstag, der auch mit dem bundesweiten Girls' Day vergleichbar ist und Mädchen und Jungen das Arbeitsleben näherbringt.

Darüber hinaus unterstützt CEWE COLOR vom Standort Germering aus zahlreiche soziale Projekte in der Region Oberbayern: Bürgerstiftung, Frauennotruf, freiwillige Feuerwehren, Germeringer Tafel, Kindergärten, Sportvereine, Heimatpflege, Behindertenbeirat, Schwabinger Krankenhaus, „Rudern gegen Krebs“, Benatzky Stiftung, Buss Kinder e. V.

Viele Mitarbeiter am Standort sind ehrenamtlich aktiv und besetzen gemeinnützige Posten in verschiedenen Gremien: Gewerbeverband (Kreis- und Bezirksvorsitz), Arbeitsagentur (Beirat zum Thema Langzeitarbeitslose), IHK-Industrienausschuss und Vollversammlung, Wirtschaftsbeirat des Landkreises, Handels- und Finanzrichter.

Freiburg

Die Niederlassung Freiburg unterstützt den Arbeitskreis Anerkannter Blindenwerkstätten Hürtgenwald-Horn, mehrere Kindergärten sowie ein Alten- und Pflegeheim in der Umgebung. Darüber hinaus fördert CEWE COLOR verschiedene soziale Projekte des Lions Club Freiburg sowie des Round Table. Auch in Freiburg wird die Nachwuchsförderung großgeschrieben und im Rahmen eines Schnuppertages können 14–15-jährige Schüler jedes Jahr die Arbeit in einem produzierenden Betrieb kennenlernen. Schüler, die den Fotodienstleister noch intensiver kennenlernen möchten, können eines von vielen angebotenen Schülerpraktika absolvieren.

Dresden

Der Standort Dresden engagiert sich, indem er seit Jahren das Kamera- und Fotomuseum Leipzig fördert. Neben der Unterstützung der Jugendbegegnungsstätte „Parkhaus“ sowie verschiedenen Sportvereinen und der Freiwilligen Feuerwehr Klotzsche erhalten die Schüler des nahe gelegenen Gymnasiums kostenlosen Zutritt zur weltgrößten Fotomesse „photokina“ in Köln. Die Gesamterlöse aus dem Verkauf von CEWE FOTOBÜCHERN, Kalendern und Postern



sowie die Eintrittsgelder einer Veranstaltung mit dem Dresdner Schauspieler Tom Pauls anlässlich des 20-jährigen Bestehens der Betriebsstätte Dresden im September 2011 gingen an den Sonnenstrahl e. V., einen gemeinnützigen Verein für krebskranke Kinder und Jugendliche. Bereits zum fünften Mal in Folge beteiligte sich CEWE COLOR Dresden am Girls' Day. Zahlreichen Schulklassen und Interessentengruppen wurde im Rahmen von Betriebsführungen ein vertiefter Einblick in die Arbeitswelt gewährt. Mehrere Mitarbeiter wurden bei ihren Weiterbildungsvorhaben finanziell unterstützt oder nach längerer Krankheit durch Integrationsmaßnahmen gefördert.

Mönchengladbach

In Mönchengladbach ist CEWE COLOR in mehreren Bereichen aktiv, zum Beispiel durch Mitgliedschaften in den Vereinen „Aktiv für Mönchengladbach e. V.“, „Clean-up-MG. e. V.“, „MG3.0 Masterplan Mönchengladbach e. V.“ und im Förderverein der Hochschule Niederrhein. Unterstützung erfahren eine Förderschule, drei Kindertagesstätten, die Bildungsinitiative „Zeitungspatenschaft“, die Stiftung Borussia Mönchengladbach und die Lebenshilfe Mönchengladbach. Schüler des benachbarten Franz-Meyers-Gymnasiums erhalten die Möglichkeit, ein Schülerpraktikum zu absolvieren, an Betriebsführungen teilzunehmen und eine professionelle Prüfung ihrer Bewerbungsunterlagen durchführen zu lassen. Darüber hinaus unterstützt CEWE COLOR Mönchengladbach drei Kinder über Patenschaften bei der Kinderhilfsorganisation Plan International.

Engagement europaweit

Auch die internationalen Betriebe sowie die europäischen Verkaufs-niederlassungen engagieren sich auf vielfältige Art und Weise.

In Großbritannien werden 2011 mehr als 10.000 Pfund für verschiedene karitative Projekte gespendet. Dazu zählen die Unterstützung verschiedener Charity-Aktionen wie des „BRMB Walkathons“, dessen Erlöse dem Birmingham Children’s Hospital zugutekommen, des „Bournemouth to Brighton Bike Ride“ zugunsten von „Asthma UK“ sowie des „Race for Life“ der „Cancer Research UK“.

Der Betrieb in Tschechien unterstützt die Stiftung „Krték“, eine Kinderonkologie in Brünn, das Altersheim „Sue Rider“ in Prag sowie SOS-Kinderdörfer, das Kinderheim Sedlonov und die Stiftung für Zerebralparese DUHA. In Polen erfährt das Projekt „Unikids – die Kinderuniversität“ Unterstützung und im Rahmen eines Wettbewerbs zur Verkehrssicherheit von Kindern wurde Sportkleidung gespendet. Verschiedene Aktivitäten wurden unternommen, um das Projekt „Oder – Fluss der Integration“ zu fördern. Schüler aus umliegenden Schulen können an Laborführungen teilnehmen und Praktika in verschiedenen Bereichen absolvieren. Vor Ort werden

der Kultur- und der Sozialverein sowie der Verein „Euroregion“ unterstützt.

Die Verkaufsniederlassung CEWE COLOR Nordic ist in Norwegen und Dänemark aktiv. Am Standort in Dänemark bietet CEWE COLOR gemeinsam mit den Kommunen Menschen, die durch Krankheit lange Zeit arbeitslos waren, einen Wiedereinstieg ins Berufsleben. Die Organisationen Børns Vilkår und Kræftens Bekæmpelse erfahren Unterstützung. Børns Vilkår hilft Kindern in schwierigen Lebensumständen, zum Beispiel durch eine Hotline und Beratungsgespräche. Kræftens Bekæmpelse ist Dänemarks größter Verband zur Bekämpfung von Krebs. In Dänemark werden zusätzlich der größte Tierschutzverein des Landes und Pflegeheime in Syddjurs und Norddjurs bedacht.


In Belgien und den Niederlanden unterstützt die Tochtergesellschaft ein Altersheim, eine Einrichtung für Menschen mit Behinderungen sowie seit 2007 ein Ausbildungsprojekt für Kinder in Kenia. Hier ermöglichen Spenden, Unterrichtsmaterialien anzuschaffen und ein Schulhaus zu bauen.



Deutschlandweite Aktion – das Philipp Lahm Sommercamp

Mit dem Engagement von CEWE COLOR im Rahmen des Philipp Lahm Sommercamps verbinden sich Sozial- und Bildungssponsoring mit Sportförderung. Mit der Marke CEWE FOTOBUCH unterstützt CEWE COLOR seit 2010 das Philipp Lahm Sommercamp als offizieller Bildungspartner. Die Grundlage des Konzepts sieht vor, dass Mädchen und Jungen im Alter von zehn bis 13 Jahren bei der Entwicklung ihrer Kompetenzen in den Bereichen Ernährung, Bewegung und Persönlichkeit gefördert werden. Die Camps finden jährlich in den Sommerferien mit jeweils 80 Teilnehmern in der Nähe der Städte Hamburg

und München statt. CEWE FOTOBUCH stellt jeweils acht Teilnehmerplätze zur Verfügung. Ein Team von 20 pädagogischen Betreuern leistet während des Camps eine umfassende, ganztägige Betreuung. Die Jugendlichen bekommen von Philipp Lahm immer wieder neue Aufgaben gestellt, die sie in der Gruppe lösen. Dadurch lernen sie viel über soziale Verantwortung, nachhaltiges Handeln und das eigene Selbstbewusstsein. 2011 wurde die Partnerschaft mit Philipp Lahm intensiviert und der Kapitän der deutschen Fußballnationalmannschaft ist nun auch Markenbotschafter für das CEWE FOTOBUCH.

 www.philipp-lahm-sommerncamp.de

Förderung von fachlichem Nachwuchs

CEWE COLOR fördert die Aus- und Weiterbildung von jungen Talenten auf dem Gebiet der Fotografie. Der Oldenburger Fotodienstleister hat maßgeblich an dem Berufsbild „Fotomedienlaborant“ mitgearbeitet. Jährlich werden die besten Absolventinnen und Absolventen in den Ausbildungsgängen Fotomedienlaborant/-in, Fotomedienfachleute und Fotograf/-in mit dem Heinz-Neumüller-Preis ausgezeichnet und erhalten eine finanzielle Starthilfe für den Berufsbeginn. 2011 war der Fotodienstleister erstmals Aussteller auf der Ideen-Expo in Hannover. Hier konnten die Besucher einen Einblick in die vielen verschiedenen Ausbildungsberufe, die CEWE COLOR im technischen und naturwissenschaftlichen Bereich bietet, bekommen.

Mit der Landesberufsschule Photo + Medienforum Kiel verbindet CEWE COLOR eine lang währende Partnerschaft. CEWE COLOR unterstützt zudem die Fachhochschule Köln, Fachbereich Institut für Medien und Phototechnik, und vergibt pro Semester einen Master- und drei Bachelor-Stipendiatenplätze für besonders qualifizierte Studenten. Beide Institute erhalten zudem fachliche Beratung und Lehrmaterialien.

CEWE COLOR ist in verschiedenen DIN- und ISO-Ausschüssen und Verbänden aktives Mitglied. Dazu gehören der Photoindustrieverband, der Bundesverband der Photogroßlaboratorien (BGL), die Deutsche Gesellschaft für Photographie (DGPh) und der Deutsche Verband für Fotografie (DVF).

+ Ziel von CEWE COLOR ist es, auch weiterhin einen spürbaren gesellschaftlichen Beitrag zu leisten. Dazu zählt zum einen das Engagement an den jeweiligen Standorten des Unternehmens, wie die Unterstützung von regionalen Vereinen und Initiativen, zum anderen die Förderung von Projekten aus den Bereichen Kultur, Bildung, Soziales und Sport.

+ Die zweite große Aufgabe, bei der CEWE COLOR auch zukünftig eine bedeutende Rolle einnehmen wird, ist der Aufbau von fachlichem Nachwuchs in der Fotobranche.



„HERR DR. HAUSMANN,
getragen, um unsere Fortschritte zu dokumentieren, und
Unter Ihrer Leitung konnte 2011 die Zertifizierung
ERFOLGREICH abgeschlossen werden.
transparente Darstellung unseres

Oliver Thomsen, Leiter Recht bei CEWE COLOR in Oldenburg



erneut haben wir Zahlen und Fakten zusammen-
wir sind in vielen Punkten **GUT** vorangekommen.
unseres Umweltmanagementsystems
Dies ist ein ganz wichtiger Schritt in Bezug auf eine
Nachhaltigkeitsengagements.“

Dr. Matthias Hausmann, Bereichsleiter Chemie und Umwelt bei CEWE COLOR in Oldenburg

STATUS UND ZIELE NACH GRI-G3-LEITFADEN, TEIL I

Ökonomische und ökologische Leistungsindikatoren

Verantwortlicher Bereich	Status 2011	Ziel 2012	GRI-Leistungs-indikatoren*	Angaben im Bericht
Finanzen und Controlling	Wachstum um 5 Prozent erbringt Umsatz von 469 Mio. Euro. Ergebnis je Aktie steigt um 41 Prozent auf 2,84 Euro	Umsatzerhöhung auf bis zu 500 bis 525 Mio. Euro, Ergebnis je Aktie auf 2,44 Euro bis 3,06 Euro erhöhen	EC 1	S. 21
Personal	Bis Ende 2011 haben 564 Mitarbeiter privat für die Rentenzeit vorgesorgt	Weitere Informationsmaßnahmen wie z. B. Broschüre, um Beteiligung zu erhöhen	EC 3	S. 45
Einkauf	Möglichst lokale Lieferanten; 52 Prozent aus D, 47 Prozent aus EU	Möglichst lokale Lieferanten	EC 6	S. 23
Umwelt	S. Mengenbilanz aller CEWE COLOR-Betriebe, Kunststoffanteil bei der Verpackung 3 Prozent	Trotz erwarteter Erhöhung der Verpackungsmenge Kunststoffanteil weiterhin bei unter 5 Prozent halten	EN 1	S. 38
Umwelt	S. Mengenbilanz aller CEWE COLOR-Betriebe	Wegen der hohen Papierqualität keine Verwendung von Recyclingpapieren für Foto und Druck, hier Verwendung von FSC®-Papier; im Bereich der Produktverpackung soll Pappe zu 100 Prozent recycelt eingesetzt werden	EN 2	S. 38, 39
Umwelt	Gasverbrauch: 860.000 m³ im Jahr 2011 (900.000 m³ im Jahr 2010)	Ziel 2012: fünfprozentige Reduktion	EN 3	S. 34
Umwelt	Elektrische Energie: 21,3 GWh/a (21,5 GWh/a im Jahr 2010)	Ziel bis 2015: unter 20 GWh/a bei gleicher Anzahl der Betriebe	EN 4	S. 34
Umwelt	Neubau des Rechenzentrums schafft jährliche CO₂-Senkung um 250t	Green-IT-Initiative fortsetzen	EN 7	S. 35
Umwelt	Wasserverbrauch: 2,2 l/m²; Rückgang absolut vs. 2010: 13 Prozent	Weitere Reduzierung des absoluten Wasserverbrauchs um 8 Prozent	EN 8	S. 36
Umwelt	Scope 1 und 2: leichter Rückgang auf 12.432 t CO₂-Emissionen (2010: 12.550 t)	Fünfprozentige Reduktion in Scope 1	EN 16	S. 33, 34
Umwelt/Logistik	Scope 3: 25.560 t CO₂-Emissionen, zehnprozentige Reduktion wurde erreicht	Weitere Verminderung um 5 Prozent; klimaneutrale Mailorder-Versendung international; CO₂-Einsparung durch Abschaffung von Doppelstopp	EN 17	S. 34, 35
Umwelt	Gründung der internen C3RP-Initiative	Fortführung des Projektes, Identifikation neuer Felder	EN 18	S. 33
Umwelt	S. Abfallbilanz aller CEWE COLOR-Betriebe	Jährliche Abfallquote von 25 Prozent angestrebt	EN 22	S. 38
Umwelt	C3RP-Initiative arbeitet an Umsetzung von Emissionsminderungsmaßnahmen	Fortführung des Projektes, Identifikation neuer Felder	EN 26	S. 33
Umwelt	Lizenzierung der Produktverpackung bei einem Dualen System	Lizenzierung der Produktverpackung bei einem Dualen System	EN 27	S. 38
Umwelt	Keine Sanktionen	Keine Sanktionen	EN 28	S. 32
Logistik	Innerhalb Scope 3 quantifiziert	Verringerung der Scope-3-Emissionen durch Initiativen zur Verringerung der Transportwege und -häufigkeiten	EN 29	S. 34, 35

*EC: ökonomische Leistungsindikatoren.
EN: ökologische Leistungsindikatoren.

STATUS UND ZIELE NACH GRI-G3-LEITFADEN, TEIL II

Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung, Menschenrechte, Gesellschaft und Produktverantwortung

Verantwortlicher Bereich	Status 2011	Ziel 2012	GRI-Leistungs-indikatoren*	Angaben im Bericht
Personal	Ca 2.800 Mitarbeiter (Steigerung um 5,3 Prozent gegenüber Vorjahr)	Mitarbeiteranzahl stabil halten	LA 1	S. 43
Personal	4,6 Prozent Fluktuationsrate (Vorjahr: 4,7 Prozent)	Dauerhafte Stabilisierung der Fluktuationsquote unterhalb 5 Prozent	LA 2	S. 44
Personal	102 ausgebildete Ersthelfer, eine Fachkraft für Arbeitssicherheit in Oldenburg, ein Betriebsarzt am Standort in Oldenburg. Durchführung von Schulungsmaßnahmen zur Arbeitssicherheit, Gesundheitstag	Gleichbleibende Anzahl	LA 6	S. 47
Personal	32 Arbeitsunfälle, davon zwölf Wegeunfälle; 3,5 Prozent Krankenstand	Unter 20 Arbeitsunfälle; Senkung des Krankenstandes	LA 7	S. 47
Personal	Gesundheitstag, diverse Schulungen im Rahmen von CEWE Wissen, z. B. Augentraining, gesunde Ernährung, Vermeidung Burn-out, Beratung durch Betriebsarzt z.B. bei Wiedereingliederung, Vorsorgeplanung für Pandemiefälle, Sportangebote	Fortsetzung der Maßnahmen	LA 8	S. 47
Personal	5 Prozent Ausbildungsquote, Teilnahme von 797 Mitarbeitern an Weiterbildungsprogrammen/CEWE Wissen	Halten der Ausbildungsquote/weiterer Ausbau der Seminarreihen	LA 10	S. 45, 46, 47
Personal	57 Prozent Frauenquote (Vorjahr 55), Ausländeranteil 10 Prozent (Vorjahr 8)	Fördermaßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf/Frau in Aufsichtsrat	LA 13	S. 43
Einkauf	Themenbereich Compliance sowohl in die allgemeinen als auch in die Einkaufsrichtlinien für Maschinen und Anlagen aufgenommen Compliance als Richtlinie in Einkaufsbedingungen aufgenommen	Neue Lieferanten werden strikt danach ausgewählt, ob sie die Compliance-Richtlinien berücksichtigen	HR 2	S. 23, 24, 25
Personal	Weder Ombudsmann noch Betriebsrat erhielten Meldungen	„Null“-Meldungen angestrebt	HR 4	S. 17
Einkauf	Mitgliedschaft in BSCI und Global Compact	Konsequente Umsetzung der BSCI-, UN-Global-Compact- sowie eigenen Compliance-Richtlinien	HR 6	S. 23, 24, 25, 26
Einkauf	Mitgliedschaft in BSCI und Global Compact	Konsequente Umsetzung der BSCI-, UN-Global-Compact- sowie eigenen Compliance-Richtlinien	HR 7	S. 16, 23, 26
Recht	Schulung in Compliance	Keine Korruptionsfälle	SO 3	S. 16
Recht	Zwei Vorfälle	Vorfälle vermeiden, Sofortmaßnahmen einleiten, wenn Korruptionsverdacht	SO 4	S. 17
Qualitätssicherung	Produktsicherheitsrunde, 1 x pro Monat	Fortführung	PR 3	S. 23
Qualitätssicherung	Reklamationsquote: 0,29 Prozent	Niedriges Reklamationsniveau halten, Reklamationen kulant und zügig bearbeiten	PR 5	S. 22
Qualitätssicherung	Keine Sanktionen	Keine Sanktionen	PR 9	S. 22, 23

*LA: Leistungsindikatoren Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung.
HR: Leistungsindikatoren Menschenrechte.
SO: Leistungsindikatoren Gesellschaft.
PR: Leistungsindikatoren Produktverantwortung.



„UNSER
NACHHALTIGKEITS-
BERICHT“ ist auch ein

Anstoß für einen offenen Dialog.

Wir freuen uns über Anregungen und

Kommentare unter:

NACHHALTIGKEIT@CEWECOLOR.DE “







„FRAU GYLDHOLM, die hohe Frauenquote bei CEWE COLOR Nordic
ist uns ein **ANSPORN** in den deutschen Niederlassungen.“

Matthias Mess, Geschäftsführer CEWE COLOR in Mönchengladbach



Ane Gyldholm, Geschäftsführerin CEWE COLOR Nordic in Skødstrup



„HERR RAMBOUSEK, wir haben unser Ziel erreicht
und den CO₂-Ausstoß bei der Warenauslieferung
europaweit um 9 Prozent **GESENKT.**“

Dr. Michael Fries, Vorstand der Neumüller CEWE COLOR Stiftung, zuständig für die deutschen Betriebe

Libor Rambousek, Technischer Direktor CEWE COLOR Tschechien in Prag



„HERR HADASIK, in enger Zusammenarbeit haben wir
die FSC®-Zertifizierung auch für die CEWE-Betriebe
in Polen **ZÜGIG** vorangebracht.“

Lucyna Piotrowska, Technische Leiterin CEWE COLOR Polen in Graudenz

Henryk Hadasik, Technischer Leiter CEWE COLOR Polen in Kozle