

# **Nachhaltigkeitsbericht 2012/13**

Berichtszeitraum Januar 2012 bis Juni 2013

# Inhalt

Nölken im Überblick .....	3
Vorwort.....	4
Highlights 2012/13 .....	5
Unternehmenssitz.....	6
Märkte .....	6
Führung und Strategie .....	7
Unternehmensstruktur.....	7
Ökonomie .....	8
Zertifizierte Qualität .....	8
Unsere Vision .....	9
Unsere Mission – unser Ziel .....	9
Unser Leitbild – unser Arbeitsverständnis .....	9
Nachhaltigkeitsvision .....	9
Nachhaltigkeitspolitik .....	10
Nachhaltigkeitsstrategie .....	11
 I. Ressourcen- und Umweltschutz .....	 12
Biodiversität.....	13
Beschaffung .....	13
Abfall .....	13
Energie.....	14
Emissionen .....	14
Wasser und Abwasser.....	14
 II. Mitarbeiter .....	 15
Modernes Personalmanagement.....	16
Ausbildung .....	17
Weiterbildung .....	18
Gesundheit .....	18
Sicherheit .....	19
Nachhaltiges Handeln .....	19
 III. Innovation und Produktverantwortung .....	 20
Rohstoff-Auswahl .....	21
Vlies und Pulp.....	22
Flüssigkeiten .....	23
Verpackung .....	24
Produktzertifikate .....	25
Internes Vorschlagswesen .....	25
 IV. Verantwortungsvolle Lieferketten .....	 26
Lieferantenmanagement-System.....	27
Dialog .....	27
 V. Gesellschaftliches Engagement .....	 28
Kooperationen .....	29
Spenden und Sponsoring .....	30
 Transparenz und Kommunikation .....	 31
Ziele und Maßnahmen .....	33
United Nations Global Compact .....	35
Glossar .....	36
Impressum .....	37

## Nölken im Überblick

Nölken entwickelt und produziert Feuchttücher auf allerhöchstem Niveau. Für unterschiedliche Anwendungsbereiche bieten wir unseren Kunden sowohl bewährte als auch hoch innovative Produkte – für sanfte Babypflege, schonende Reinigung von Gesicht, Körper und Intimbereich, effektive Reinigung im Haushalt und Desinfektion.



Kosmetische Pflegeprodukte in Flaschen, Tuben und Tiegeln produziert Nölken auf modernen Misch- und Abfüllanlagen unter strengen Hygienebedingungen. Cremes, Lotionen, Duschgele und Shampoos – von der Rezeptur bis zur Verpackung.



Seit über 15 Jahren produziert Nölken Stilleinlagen mit unterschiedlichen Produkteigenschaften – sowohl Consumer-Packs für den Einzelhandel wie auch Großpackungen für Kliniken und Krankenhäuser.



## Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

Nachhaltigkeit ist einer der wichtigsten Begriffe des 21. Jahrhunderts geworden. Erstmals tauchte der Gedanke vor 300 Jahren auf, als eine Rohstoffkrise drohte. Hans Carl von Carlowitz begründete 1713 das Prinzip der Nachhaltigkeit: Es solle immer nur so viel Holz geschlagen werden, wie durch planmäßige Aufforstung nachwachsen könne.

Heutzutage bewegen uns Themen wie die Verfügbarkeit von natürlichen Rohstoffen, der Klimawandel und sozial-ökologische Herausforderungen wie der demografische Wandel. In unserem Handlungsrahmen möchten wir in diesen Bereichen eine nachhaltige Entwicklung unterstützen. Wir wollen für Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft die besten Ergebnisse erzielen. Aus diesem Grund haben wir Nachhaltigkeit als Leitgedanken in unserem Unternehmen implementiert. Denn nur eine nachhaltige Wirtschaftsweise sichert das langfristige Überleben unseres Unternehmens und des wirtschaftlichen und sozialen Umfelds.

Bei Nölken blicken wir heute auf 2 Jahre systematisches Nachhaltigkeitsmanagement.

Unser nachhaltiges Wirtschaften hat bei Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern gleichermaßen Anklang gefunden. Verantwortung für nachfolgende Generationen zu übernehmen, hat bei vielen einen hohen Stellenwert. Um an diesen gesellschaftlichen Wandel anzuknüpfen, stehen wir unseren Kunden bei

Produktentscheidungen hinsichtlich ökonomischer, ökologischer und sozialer Verträglichkeit immer beratend zur Seite. Denn eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung wird durch alle Beteiligten der Wertschöpfungskette geformt.

Nölken möchte nachhaltiges Handeln weiterhin in allen Bereichen des Unternehmens verankern. Entscheidungen sollen im Sinne der drei Säulen der Nachhaltigkeit gewissenhaft getroffen werden. Um dies zu erreichen, möchten wir unsere Mitarbeiter anregen, Verantwortung zu übernehmen. Schon heute werden Mitarbeiter an das Thema herangeführt und sie sind in die Erarbeitung und Umsetzung konkreter Maßnahmen involviert. Damit der Nachhaltigkeitsgedanke eine noch größere Wirkung erzielt, möchten wir unserer Belegschaft weitere Impulse für eine verantwortungsvolle Lebensweise geben.

Dieser zweite Bericht weist die umgesetzten Maßnahmen des Nachhaltigkeitsmanagements an unserem Standort in Windhagen aus und stellt somit eine Fortschrittsmeldung im Zuge der jährlichen Berichterstattung des UNGC dar.

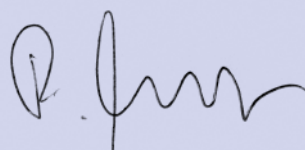
Um uns weiterhin zu verbessern und den Dialog mit Interessensgruppen zu intensivieren, möchten wir Sie einladen, uns Ihre Ideen und Anregungen mitzuteilen. Unter [nachhaltigkeit@noelken.de](mailto:nachhaltigkeit@noelken.de) stehen wir Ihnen gerne für einen Dialog zur Verfügung.



E. Markus Nölken  
Geschäftsführer



U. Daniel Nölken  
Geschäftsführer



Rudolf Marnet  
Geschäftsführer

## Highlights

# 2012

- |                  |  |
|------------------|--|
| <b>Januar</b>    | <ul style="list-style-type: none"><li>• 30 Jahre Nölken Hygiene Products GmbH</li></ul>  |
| <b>Februar</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Lieferantenanforderungen erweitert auf Sozial- und Umweltaspekte</li></ul>   |
| <b>März</b>      | <ul style="list-style-type: none"><li>• SEDEX Mitgliedschaft</li><li>• Baumpflanzaktion mit TriVersion e.V.</li></ul>  |
| <b>April</b>     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Auszubildenden-Projekt gestartet zum Thema Nachhaltigkeit</li></ul>  |
| <b>Juni</b>      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Mitarbeiterverhaltenskodex implementiert in Windhagen</li></ul>  |
| <b>August</b>    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Zentrallager mit LEDs ausgestattet</li><li>• Erstes Produkt mit FSC®-Zertifizierung</li></ul>  |
| <b>September</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• BHKW geht ans Netz</li></ul>   |
| <b>Oktober</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• UNGC-Fortschrittsmeldung</li><li>• Ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht</li><li>• Erster Gesundheitstag</li><li>• Erstes Produkt mit PEFC-Zertifizierung</li></ul> |
| <b>November</b>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• FSC®- und PEFC-Überwachungsaudit</li></ul>   |

# 2013

- |              |  |
|--------------|--|
| <b>März</b>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Mitarbeiterverhaltenskodex implementiert in Nowogrodziec</li></ul>   |
| <b>April</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• FSC®- und PEFC-Zertifizierung Nowogrodziec</li><li>• Edana Mitgliedschaft</li><li>• Erste Tauschparty</li><li>• GreenPalm Mitgliedschaft</li></ul> |

## Unternehmenssitz

Hauptsitz des Unternehmens ist das rheinland-pfälzische Windhagen. Wir haben uns spezialisiert auf die Herstellung von Feuchttüchern und Flüssigkosmetik für Babys, Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Senioren sowie die Forschung und die Entwicklung von neuen Wirksubstanzen und Produkten.

### Windhagen

Fokus des Standortes Windhagen liegt auf der Herstellung von Feuchttüchern und Kosmetikprodukten sowie der Forschung und Entwicklung neuer Produkte. Wir stellen Rezepturen vor Ort her und füllen diese in Flaschen, Tiegel und Tuben ab oder verarbeiten sie in unseren feuchten Tüchern.

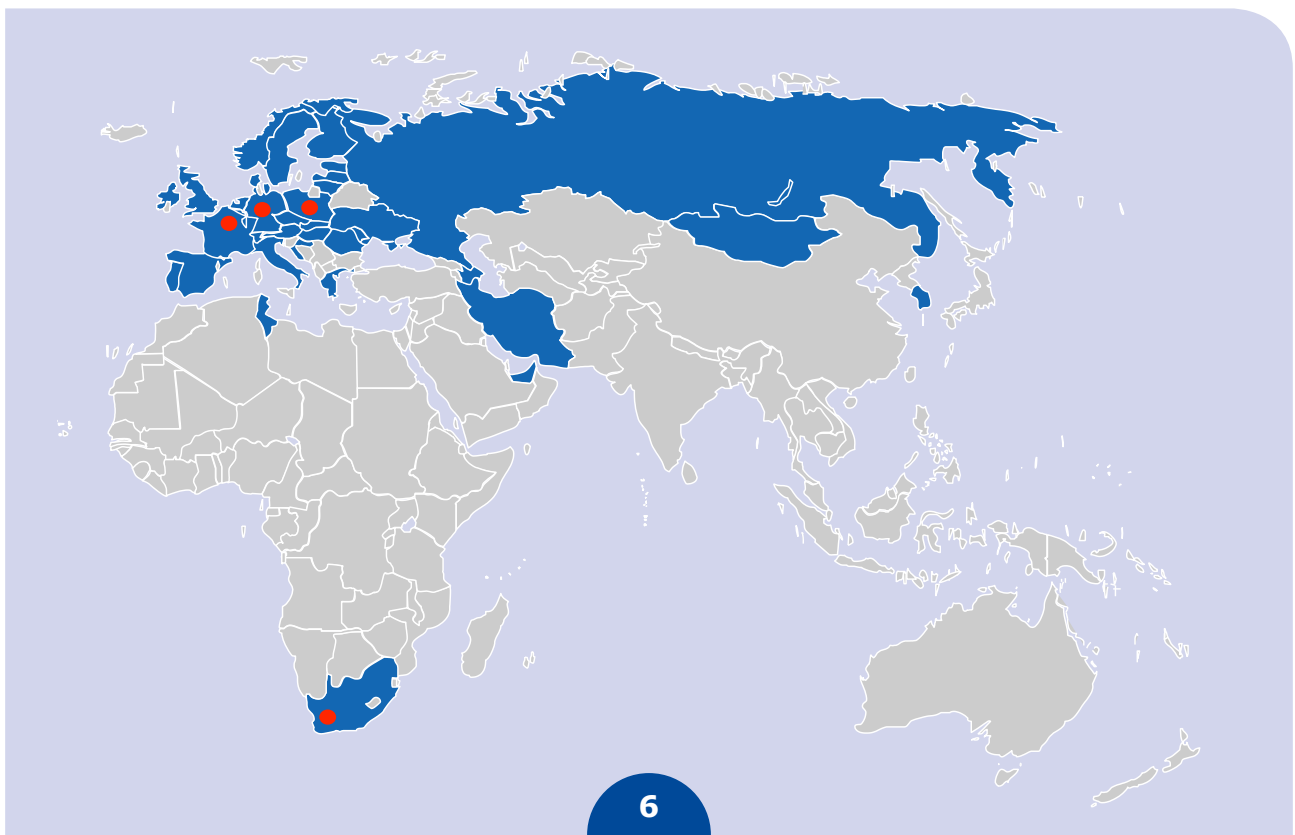
### Nowogrodziec

Die Nölken Hygiene Products GmbH ist Muttergesellschaft des in Nowogrodziec, Polen, ansässigen Unternehmens Noelken Sp. z o. o.. Der Standort Polen fokussiert sich auf die Herstellung von Feuchttüchern und Stilleinlagen. Die Wirksubstanzen werden aus Windhagen bezogen.



## Märkte

Wir beliefern große multinationale Handels- und Industrieunternehmen auf drei Kontinenten. Die Nähe zu unseren Kunden ist uns wichtig. Diese stellen wir sicher mit Verkaufsbüros in Frankreich (Reims), Südafrika (Kapstadt) und Polen (Toszek).



## Führung und Strategie

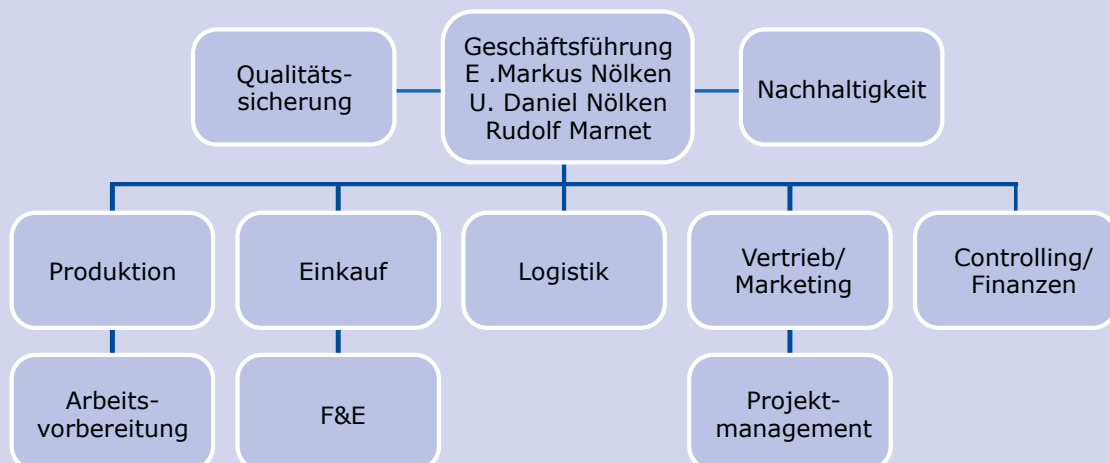
Nölken stellt Feuchttücher und Flüssigkosmetik her, die entsprechend der Vorgaben unserer Forschungs- und Entwicklungsabteilung produziert werden.

Seit über 30 Jahren steht der Name Nölken für höchste Qualität bei Hygieneprodukten, für besten Service, innovative Technologien und flexible Lösungen.

Der Nähe zum Kunden und zum Verbraucher ist es zu verdanken, dass unser Familienunternehmen in nationalen und internationalen Märkten eine exponierte Stellung einnimmt.

## Unternehmensstruktur

Die Nachhaltigkeitsabteilung ist als Stabsstelle angesiedelt und berät die Geschäftsleitung. Maßnahmen zur Verbesserung des Umweltschutzes, des gesellschaftlichen Engagements oder des Arbeitsplatzes können durch diese Struktur unternehmensübergreifend umgesetzt werden.





## Ökonomie

Eine ökonomische Weitsicht, nachhaltige Produkte und langfristige Beziehungen zu unseren Kunden sichern den wirtschaftlichen Erfolg unseres Unternehmens in der Zukunft. Infolgedessen konnten wir in den letzten Jahren unseren Umsatz stetig steigern und Arbeitsplätze in der Region sichern.

Immer öfter werden ökologische und soziale Aspekte bei Gesprächen mit Kunden auf internationalen Messen oder im täglichen Kontakt thematisiert. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie stößt dabei immer wieder auf positive Resonanz bei den Kunden. Wir pflegen den aktiven Dialog mit unseren Kunden und wir vertreten die Position der Wahrheit und Aufrichtigkeit.



Thomas Schnitter  
*Leiter Vertrieb und Marketing*

„Die langjährigen Beziehungen zu unseren Schlüsselkunden sind der Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Unser verantwortungsvolles Wirtschaften trägt zusätzlich zur Stärkung der nachhaltigen Kundenbeziehungen bei.“

## Zertifizierte Qualität

Die Zertifizierung eines Qualitätsmanagementsystems nach DIN EN ISO 9001 trägt seit Jahren zum ausgezeichneten Qualitätsstandard der Produkte bei.

Qualität und Hygiene sind die Voraussetzungen für ein optimales Produkt. Aber nur kontrollierte Qualität gibt die verbrieftete Sicherheit. Durch sorgfältige Rohstoffauswahl und eingehende Qualitätsprüfungen in allen Prozessen können wir ein unbedenkliches Produkt nach den Wünschen unseres Kunden realisieren.



Holger Stemann  
*Leiter Qualitätssicherung*

„Nachhaltigkeit ist eine Frage der Qualität. Qualität ist somit untrennbar mit der Nachhaltigkeit verbunden und steht in ständiger Wechselbeziehung. Das Bekenntnis zu nachhaltigem Handeln ist auch gleichzeitig das Bekenntnis zur Qualität und damit zentraler Baustein unseres Unternehmens, denn Qualität beginnt mit dem Denken.“



## Unsere Vision

Wir legen unser Hauptaugenmerk darauf, Potenziale zu entdecken und zu fördern. Es ist unser Ziel, bester Hersteller im Private-Label-Bereich bei Feuchttüchern und kosmetischen Pflegemitteln zu werden. Um dieses Ziel zu erreichen, brauchen wir die besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zuverlässige Lieferanten und innovationsfreudige Kunden.

Menschen mit Visionen, die spürbare Ergebnisse für das Unternehmen und die Kunden bewirken.

## Unsere Mission – unser Ziel

Sich neuen Herausforderungen zu stellen, neue Lösungen zu suchen und zu finden und der Wille zum Erfolg – diese Eigenschaften fördern wir bei unseren Mitarbeiterinnen, Mitarbeitern und Lieferanten. Leidenschaft bedeutet für uns, dass wir mit unseren Produkten und Dienstleistungen unsere Kunden begeistern. So sorgen wir für exzellente Ergebnisse.

## Unser Leitbild – unser Arbeitsverständnis

Wir profilieren uns in den internationalen Märkten, entwickeln innovative Produkte und achten dabei auf Nachhaltigkeit. Vertrauen und Partnerschaft gehören zu unseren Wertvorstellungen. Wir streben nach einer offenen Kommunikationskultur, die die schnelle und effektive Umsetzung von Zielen und transparente Strukturen ermöglicht.

## Nachhaltigkeitsvision

Wertschöpfung bedeutet für uns: Werte schaffen und für Werte einzustehen.

Wir wollen Nachhaltigkeit als bedeutenden Erfolgsfaktor in unserem Unternehmen etablieren. Wir streben nach laufender Verbesserung, indem neue und verbesserte Produkte, Verfahren und Dienstleistungen entwickelt, Energien und Ressourcen effizient genutzt und Umweltbelastungen minimiert werden. Wir möchten ein Unternehmen werden, das als angesehener Arbeitgeber in der Region bekannt ist und sich für soziale Aspekte der Region engagiert. Zusammen mit den Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten streben wir eine nachhaltige Wertschöpfungskette an. Wir haben bei der kurz- und mittelfristigen Planung immer langfristige, nachhaltige Erfolge im Blick.

## Nachhaltigkeitspolitik

Nölken Hygiene Products entwickelt und produziert Industrie- und Eigenmarken im Bereich Pflege- und Reinigungsmittel. Wir sind ein mittelständisches Unternehmen und leisten als regionaler Arbeitgeber unseren Beitrag zur Wirtschaft und Deutschlands nachhaltiger Entwicklung. Nachhaltigkeit spielt dabei eine wesentliche Rolle in unserem Handeln.

Das Unternehmen ist sich seiner Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, der Natur und der Wirtschaft bewusst. Alle Entscheidungen treffen wir in Anbetracht der triple-bottom-line.

Wir übernehmen Verantwortung gegenüber unserem ökologischen Umfeld und bemühen uns direkte und indirekte Umweltauswirkungen zu minimieren und wo möglich zu vermeiden.

Als Teil der Gesellschaft versteht sich Nölken als Verantwortlicher für sozialrelevante Aspekte. Unsere Mitarbeiter sind unser größtes Potenzial. Wir verpflichten uns,

Menschenrechte und Arbeitsstandards einzuhalten und eine ethische Wirtschaftsweise zu unterstützen. Mit der Nölken Akademie engagieren wir uns für die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter.

Das Unternehmen sieht sich in der Verantwortung, durch innovative Produktentwicklungen und effektive Prozesse Wirtschaftswachstum zu fördern.

Die Einhaltung aller relevanten Vorschriften und Gesetze hinsichtlich des Umweltschutzes und der Arbeitssicherheit ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Darüber hinaus wollen wir das Unternehmen, die Produkte und Prozesse in Umwelt- und Sozialaspekten kontinuierlich verbessern.

Es ist unser Anspruch, eine offene Unternehmenskultur mit unseren Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und der Gesellschaft zu pflegen. Nölken lebt eine offene Kommunikation und schafft dadurch nachhaltige Geschäftsbeziehungen.

**Wertschöpfung bedeutet für uns:  
Werte schaffen und für Werte einzustehen**



**Ökonomie**



**Soziales**



**Ökologie**



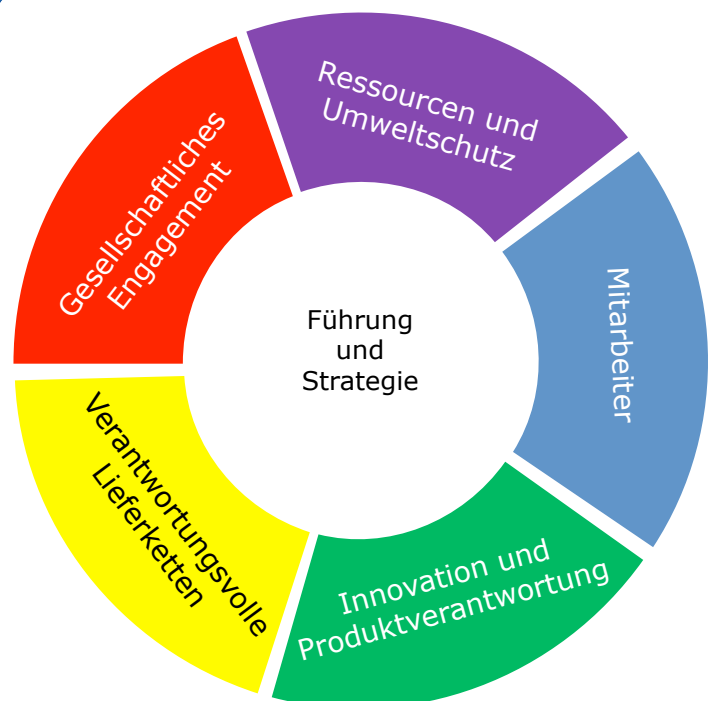
Markus Nölken  
Geschäftsführer

„Die Welt ist so wie sie ist. Es liegt an uns, sie immer ein Stück zu verbessern. Denn unsere Generation wird mit den globalen Herausforderungen von heute noch zurechtkommen, aber eine intakte Umwelt muss auch für unsere Kinder und die nachfolgenden Generationen vorhanden bleiben. Deswegen müssen wir jetzt dringend in vielen Bereichen die Weichen dafür stellen.“

## Nachhaltigkeitsstrategie

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf den drei Säulen der Nachhaltigkeit: Wirtschaft, Soziales und Umwelt. Die Aufgliederung der Nachhaltigkeitsstrategie berücksichtigt die besonderen Gegebenheiten unseres Umfelds und des Unternehmens.

Globale Megatrends wie beispielsweise die Urbanisierung, die Globalisierung und soziale Veränderungen beeinflussen schon heute stark unsere Gesellschaft. Diese oder auch weitere Trends gilt es in unserer Unternehmensstrategie zu berücksichtigen.



# I. Ressourcen- und Umweltschutz

Knapper werdende Ressourcen, maßgeblich bedingt durch die Ausbeutung natürlicher Vorkommen oder klimatische Veränderungen, sind Auslöser für den Ressourcen- und Umweltschutz im Unternehmen.

Nölken schenkt dem Umweltschutz größte Aufmerksamkeit und ist momentan in der Vorbereitung der Zertifizierung des Umweltmanagement-Systems nach DIN EN ISO 14001. Darüber hinaus tritt Nölken für den Umweltschutz ein und realisiert Maßnahmen zum Erhalt der natürlichen Ressourcen und der biologischen Vielfalt.



## Biodiversität

Noch heute greift die Kosmetikindustrie auf Wirkstoffe aus der Natur zurück, um eine erwünschte Produkteigenschaft zu erzielen.

Rohstoffe, die direkt oder indirekt aus der Natur gewonnen werden, greifen in bestehende Ökosysteme ein, die als Lebensraum für andere Organismen dienen. Dieser Eingriff kann Ökosysteme beeinflussen oder maßgeblich verändern.

Wir sind uns bewusst, dass unser Erfolg abhängig ist von der Umwelt, in der wir agieren. Wir haben erkannt, dass wir uns aktiv um die Biodiversität kümmern müssen und haben dafür entsprechende Maßnahmen eingeleitet.

## Beschaffung

Bei der Beschaffung von Büromaterial wird auf recyclingfähige Materialien mit Öko- und Soziallabel geachtet, wie der Blaue Engel. Kopierpapier besteht aus 100 % Recyclingpapier.

Um weiteres Abholzen der Wälder für Papier zu vermeiden, haben wir uns entschieden, den Papierverbrauch jährlich zu reduzieren. Hierfür setzen wir ein digitales Archivierungsprogramm ein und setzen prinzipiell auf Digitalisierung. Mitarbeiter werden durch interne Ideenwettbewerbe, Schulungen und Infos zur Papierreduzierung angeregt.

Unser Intranet spielt bei der Umsetzung unseres Ziels eine wichtige Rolle. Interne Abläufe wie z. B. Urlaubsanträge oder Bestellungen werden darüber abgewickelt. Ebenso haben wir uns entschieden, diesen Nachhaltigkeitsbericht nur in digitaler Form zu veröffentlichen und unseren Lesern als Download zur Verfügung zu stellen.

### Materialverbrauch

450.000 Blatt Kopierpapier  
85.000 Blatt Briefpapier

## Abfall

Der Dreiklang „reduce, reuse, recycle“, bestimmt unsere Abfallstrategie.

Ressourceneffizienz spiegelt sich nicht nur in der Umweltbilanz wider, sondern wirkt sich auch in wirtschaftlicher Hinsicht aus. Um das Abfallaufkommen zu reduzieren, haben wir eine Arbeitsgruppe gegründet, die sich ausschließlich mit der Reduzierung der eingesetzten Produktionsstoffe auseinandersetzt. Sie entwickelt Maßnahmen, um den Einsatz wertvoller Rohstoffe zu reduzieren.

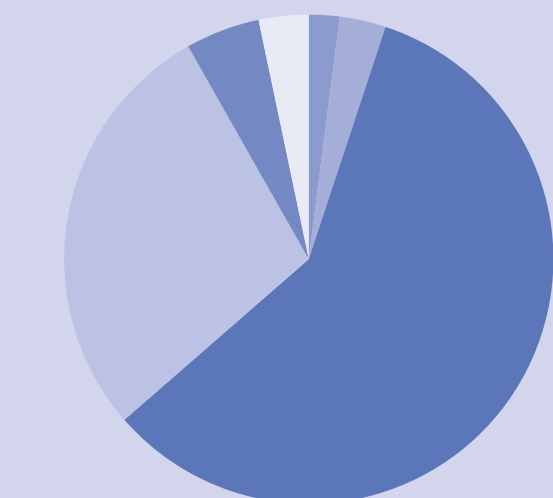
Ein ausgefeiltes Recyclingsystem in unseren Produktionsstätten erleichtert es unseren Mitarbeitern, Abfälle sortenrein zu trennen, um diese dann in den Wertstoffkreislauf zurückzuführen.

Mit der Umsetzung des Umweltmanagement-Systems nach DIN EN ISO 14001 haben wir begonnen, Abfälle noch genauer zu erfassen und diese zu reduzieren.

Der größte Teil der Abfallmenge entfällt auf das Spülwasser (59 %), welches für den Reinigungsprozess der Mischanlagen gebraucht wird. Die Vliesstoffe (28 %) machen die zweitgrößte Abfallmenge aus. Durch Verbesserungen in den internen Prozessabläufen konnten wir in diesem Jahr den Vliesstoff-Abfall erheblich reduzieren.

### Abfallaufkommen

Abfall nach Art und Erhebungsmethode



Spülwasser 1.526,0 t  
Vliesabfälle 735,5 t  
Wertstoffgemisch 128,0 t  
WISU 86,0 t  
Folie 52,6 t  
Kartonage 80,0 t

## Energie

Zur Kontrolle und Optimierung der Energieverbräuche haben wir entschieden, ein Energiemanagement-System nach DIN EN ISO 50001 zu implementieren. Dies soll behilflich sein, weiterhin Energieverbräuche zu reduzieren und Energie effektiver zu nutzen.

Energieeinsparungen erzielen wir schon heute durch effektive Maßnahmen, z. B. bei der Beleuchtung. LEDs in den Produktionsstätten, dem Lagerbereich und dem Außenbereich reduzieren durch ihre moderne Technik den Stromverbrauch.

Weniger stark frequentierte Bereiche, z. B. Lagerhallen oder Flure, wurden mit Präsenz- und Bewegungsmeldern ausgestattet.

Zur Senkung des Energieverbrauchs haben wir ein Blockheizkraftwerk (BHKW) in der Tuchherstellung installiert und können damit Wärme und Strom optimal nutzen.

### Energieverbrauch

2.399.116 kWh Strom

1.535.413 kWh Erdgas

### Energieeinsparung

BHKW Reduzierung um 15 %

LED Lampen Reduzierung um 50 %

## Emissionen

Um unser Ziel zu erreichen, die CO<sub>2</sub>-Emissionen unseres Unternehmens zu reduzieren, möchten wir noch dieses Jahr eine CO<sub>2</sub>-Unternehmensbilanz erstellen.

Im ersten Schritt haben wir unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz für getätigte Geschäftsreisen analysiert. Zukünftig möchte Nölken den CO<sub>2</sub>-Ausstoß seiner Geschäftsreisen reduzieren und, wenn wirtschaftlich sinnvoll, Flugreisen durch Bahnreisen ersetzen. Im zweiten Schritt möchten wir eine CO<sub>2</sub>-Bilanz unseres gesamten Betriebes erstellen, um Emissionen in weiteren Bereichen gezielt zu reduzieren.

### Indirekte Emissionen Geschäftsreisen

23 t CO <sub>2</sub>	96.100 km	Flugzeug
0,25 t CO <sub>2</sub>	3.798 km	Bahn
nicht erfasst	nicht erfasst	Auto

## Wasser und Abwasser

Im Zuge der Implementierung des Umweltmanagement-Systems werden zukünftig Wasserverbräuche und Abwasserzahlen dokumentiert und Maßnahmen zur kontinuierlichen Verbesserung eingeleitet.



Rudolf Marnet  
Geschäftsführer

„Nachhaltigkeit  
führt zu mehr Kosteneffizienz  
und Produktqualität.“



## II. Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiter sind Menschen mit Visionen. Die kompetente, motivierte und vielfältige Belegschaft bewirkt spürbare Ergebnisse für das Unternehmen und die Kunden.





## Modernes Personalmanagement

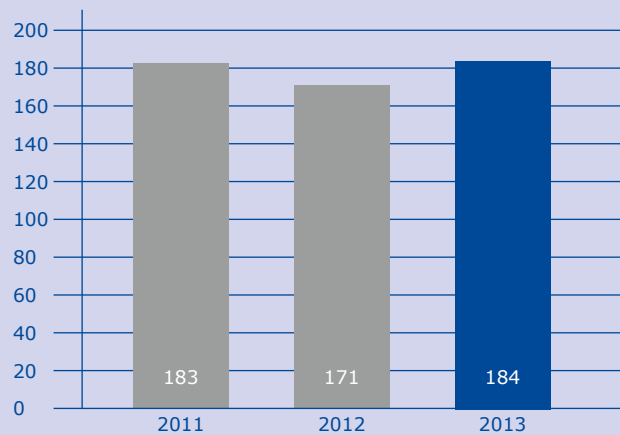
Die Gleichstellung von Mann und Frau sowie aller Nationen bei Nölken findet sich in unserem Personalmanagement wieder.

Unsere Mitarbeiter stammen aus verschiedenen Nationen. Diese Vielfalt möchten wir weiter intensivieren. Unsere Kollegen kommen aus Frankreich, Polen, Rumänien, Russland, Portugal, der Türkei, Nigeria, Marokko, Kamerun, den Philippinen, Mazedonien und Moldawien.

In einem Verhaltenskodex haben wir Grundwerte für die Zusammenarbeit unserer Mitarbeiter formuliert. Sie gelten für alle Mitarbeiter. Der Verhaltenskodex erörtert Fairness, Teamwork, Integrität, Ethik und Korruption.

Wir unterstützen alle Mitarbeiter hinsichtlich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Durch variable Schicht- und flexible Arbeitszeitmodelle kommen wir den persönlichen Wünschen unserer Mitarbeiter wo immer möglich entgegen. Daneben existieren Teilzeit- und Home-Office Arbeitsplätze. Unsere Mitarbeiter unterstützen wir mit vielen Angeboten und Leistungen, um ihre Work-Life-Balance zu erhalten. Ein ganzheitliches Programm erstreckt sich über die Themen Gesundheit, Sicherheit sowie Aus- und Weiterbildung.

### Gesamtbelegschaft



### Zusammensetzung leitender Organe und Aufteilung der Mitarbeiter nach Kategorien

#### Geschäftsführung/Leitung

3 Frauen  
8 Männer

#### Mitarbeiter

70 Frauen  
95 Männer

#### Auszubildende

2 Frauen  
6 Männer

„Nur wer sich wohl fühlt,  
kann auch Ideen entwickeln  
und Leistung bringen.“

Manfred Muss  
Leiter Produktion



## Ausbildung

Unsere Auszubildenden von heute sind unsere Fach- und Führungskräfte von morgen. Die Ausbildung bei Nölken hat daher einen hohen Stellenwert. Unsere Auszubildenden werden zum größten Teil nach erfolgreich abgeschlossener Ausbildung übernommen. Nicht nur Industriekaufleute, sondern auch Chemikanten werden bei Nölken ausgebildet und für das Berufsleben vorbereitet.

Neben dem fachlichen Wissen lernen alle Auszubildenden im Unternehmen auch die Projektarbeit und die Prinzipien der Nachhaltigkeit. Sie lernen prozessorientiert und ganzheitlich zu denken, um dies für ihren späteren Werdegang zu nutzen. In einem fiktiven Kundenprojekt spielt das Auszubildenden-Team den gesamten Prozess von Entwicklung und Rohstoffbeschaffung über die Produktion bis hin zur Kundenpräsentation durch. Ziel ist die Entwicklung eines nachhaltigen Produktes sowie die Förderung eigenständigen Arbeitens und der Teamfähigkeit. Durch das Projekt wird das Prinzip einer nachhaltigen Produktentwicklung und -herstellung vermittelt.



Marie-Theres Leimbach  
*Ausbilderin*

“ Die Auszubildenden können durch das Auszubildenden-Projekt ihre Kreativität einbringen und zur Vorbereitung auf den späteren Berufsalltag Disziplin, Zeitmanagement und Netzwerken trainieren. ”

## Weiterbildung



Mit der Nölken Akademie haben wir eine moderne Plattform geschaffen, um Mitarbeiter intern und extern weiterzubilden. Kooperationen mit Dienstleistungsunternehmen ermöglichen es, unsere Mitarbeiter immer auf dem neusten Informationsstand zu halten. Zudem werden regelmäßige Schulungen im technischen sowie kaufmännischen Bereich angeboten. Das Wissen der Mitarbeiter ist ein enormer Schatz, sodass sie regelmäßig auch ihre Kollegen in einem besonderen Fachbereich schulen können.

### Stundenzahl, die Mitarbeiter aus- oder weitergebildet wurden

531,5 Stunden extern

690,0 Stunden intern

Bildungsangebote finanziert Nölken ganz oder anteilig oder ermöglicht Freistellung.

Zur persönlichen Weiterbildung gehört ein Englisch-Stammtisch, der sich wöchentlich zum lockeren Austausch in englischer Sprache trifft.

Unser Intranet kommt auch bei der Anmeldung zur Akademie verstärkt zum Einsatz. Angefangen bei Anträgen bis hin zu Schulungsbewertungen werden Formulare in digitaler Form abgewickelt.

Jeder neue Mitarbeiter erhält eine individuelle Einarbeitungsphase, um sich im Unternehmen zu orientieren. Innerhalb dieser Phase durchläuft er ein Schulungsmodul zum Nachhaltigkeitsmanagement bei Nölken.

## Gesundheit

Gesundheitsförderung und Prävention ist ein fester Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Im Oktober 2012 fand der erste Gesundheitstag statt. Er wurde von Organisationen und Unternehmen aus der Region mit interessanten und praktischen Angeboten unterstützt. Die rege Teilnahme spiegelt das Interesse an Gesundheit und Ausgleich zum Arbeitsalltag wider. Aus diesem erfolgreichen Gesundheitstag entstand eine enge Kooperation mit dem Sportpark Windhagen.

Auch außerhalb der Arbeitszeit werden die sportlichen Aktivitäten gefördert. Mit der Anmeldung zum Windhagener Marathon wurde auch der wöchentliche Lauftreff gegründet. Außerdem fanden sich Mountainbiker und Wanderer für regelmäßige Exkursionen in der Region zusammen. Hinzu kommen die wöchentliche Rückengymnastik und der Zuschuss zur Mitgliedschaft im Fitnessstudio. Diese Angebote schaffen genügend Ausgleich zum Arbeitsalltag.

Neben dem körperlichen Wohlbefinden werden als positive Nebeneffekte eine gesteigerte Motivation und Offenheit gegenüber Kolleginnen und Kollegen beobachtet.

Über die gesetzlichen Anforderungen hinaus werden seit Jahren in der Herbstzeit Gripeschutzimpfungen angeboten und vom Betriebsarzt vor Ort durchgeführt.



Aktiv beim Windhagen-Marathon



Rückengymnastik für Produktionsmitarbeiter/Innen

## Sicherheit

Die Sicherheit aller Mitarbeiter steht an erster Stelle. Nölken schenkt der Arbeitssicherheit größte Aufmerksamkeit. Momentan sind wir in der Vorbereitung der Zertifizierung des Arbeitsschutzmanagementsystems nach OHSAS 18001. Dessen ungeachtet werden regelmäßig Arbeitsschutzmaßnahmen durchgeführt:

- Alle technischen Anlagen und Arbeitsplätze werden regelmäßig vom Arbeitsschutzmanagement überprüft.
- Mitarbeiter werden jährlich im Arbeits- und Brandschutz über die gesetzlichen Vorgaben hinaus unterwiesen.
- Für alle Mitarbeiter besteht das Angebot, sich freiwillig in Erster Hilfe ausbilden oder sich als Ersthelfer weiterbilden zu lassen.

Die persönliche Schutzausrüstung wird den Mitarbeitern kostenlos zur Verfügung gestellt.

### Anzahl der Verletzungen und Ausfalltage

25 Unfälle

110 Ausfalltage

## Nachhaltiges Handeln

Durch verschiedenste Aktionen, die im Unternehmen stattfinden, wollen wir unseren Mitarbeitern Impulse für nachhaltiges Handeln geben. Wir möchten unsere Mitarbeiter ermutigen, die Folgen jeder Entscheidung für Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt abzuwägen.

### Tauschparty


Eine erste Tauschparty, initiiert und organisiert von Mitarbeitern, stieß auf positive Resonanz im gesamten Unternehmen. Regelmäßig stattfindende Tauschpartys sollen das Bewusstsein der Mitarbeiter schärfen, ausrangierte Haushaltsgegenstände und Bücher nicht wegzuerwerfen, sondern mit Gleichgesinnten zu tauschen. Jeder Teilnehmer kann so neue Dinge „ertauschen“, ohne dabei wertvolle Ressourcen zu verschwenden.



Brandschutzübung



### III. Innovation und Produktverantwortung



Damit auch nachfolgende Generationen ihre Bedürfnisse befriedigen können, stehen bei uns die Produktverantwortung und verantwortungsbewusste Innovationen an vorderster Stelle. Intelligente Stoffkreisläufe und eine optimierte Nutzungsphase verbessern die Ökobilanz eines Produktes.

## Rohstoff-Auswahl

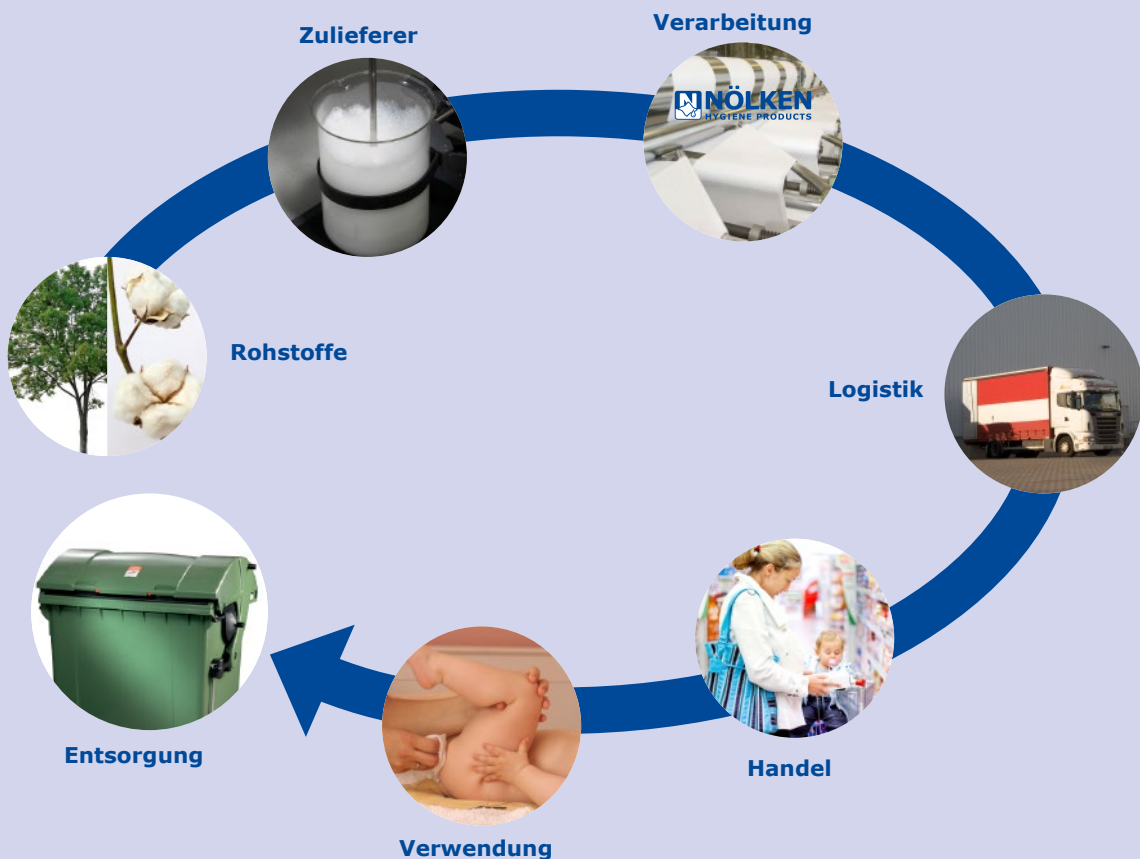
Rohstoffe werden knapp. Deswegen begeben wir uns schon heute auf den Weg, Produkte ökologisch sinnvoll zu gestalten. Wir informieren unsere Kunden über potenzielle Auswirkungen der Produkte und wollen sie damit aktiv in den Optimierungsprozess einbeziehen, damit sie eine nachhaltige Entscheidung treffen können. So erarbeiten wir gemeinsam mit unseren Kunden die bestmögliche Lösung für das Produkt.

Unsere interne Forschungs- und Entwicklungs-Abteilung übernimmt die Entwicklung und Gestaltung der Produkte, vom Vlies bis zur Verpackung.

„Nachhaltigkeit war, auch ohne diese Bezeichnung, schon immer ein Prinzip des Mittelstandes. Heute ist es gefragter und zukunfts wichtiger denn je.“

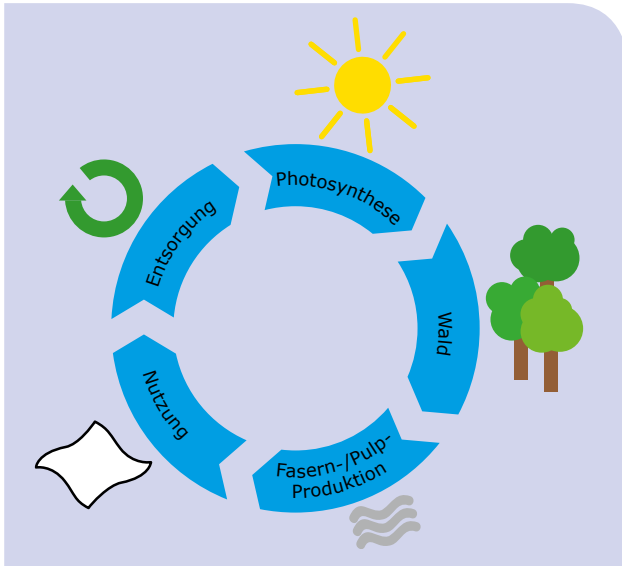


Daniel Nölken  
Geschäftsführer



## Vlies und Pulp

In der Vliesproduktion bieten sich für Hersteller zwei Optionen an, nämlich der Einsatz von Kunststofffasern oder naturbasierte Fasern. Wir versuchen den Fokus unserer Kunden verstärkt auf nachwachsende Rohstoffe zu lenken, ohne dabei moralische Konflikte einzugehen.



Die beiden Unternehmens-Zertifizierungen FSC® (Forest Stewardship Council) und PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) helfen uns dabei, die Rückverfolgbarkeit des Rohstoffes bis zum Wald zu gewährleisten.

Wie auch beim Vlies, wird bei der Beschaffung von Zellstoff (engl. Pulp) für die Stilleinlagen auf die Rückverfolgbarkeit des Rohstoffes geachtet.

Um negative Umwelteinflüsse zu minimieren und Transportwege zu reduzieren, setzen wir bei Zellstoffen für Vliese und Pulp auf Regionalität. So stammt die größte Menge aus zertifizierten Wäldern der EU. Die vorhandenen Rahmenbedingungen und ein hoher Umweltschutz sind ideale Voraussetzungen für ein nachhaltiges Produkt.



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft

Seit 2011 trägt Nölken das FSC®- (Forest Stewardship Council) Label. Ziel dieser Zertifizierung ist es, eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft sichtbar zu machen. Es bescheinigt die Nachweisführung von zertifiziertem Holz vom Wald bis zum fertigen Produkt (engl. Chain of Custody, Abkz. CoC).



Als unabhängige Zertifizierungsorganisation setzt sich der PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) für eine nachhaltige Forstwirtschaft ein. Nölken ist seit 2011 zertifiziert.

Natur-Fasern oder Karton können mit einem der Logos ausgelobt werden.



## Flüssigkeiten

Noch heute greift die Industrie auf die Vielfalt der Natur zurück, um kosmetische Formeln mit besonderen Eigenschaften herzustellen. Ein Bereich unserer Forschungs- und Entwicklungsabteilung befasst sich ausschließlich mit der Entwicklung von Rezepturen.

### Natürliche Inhaltsstoffe

Inhaltsstoffe, die nicht nur natürlich, sondern auch kontrolliert biologisch sind, werden vermehrt von sensibilisierten Konsumenten nachgefragt.

Aufgrund der verstärkten Nachfrage nach Natur-Kosmetik stellt Nölken ebenfalls Produkte mit rein natürlichen Rezepturen her. Im Sortiment haben wir natürliche Inhaltsstoffe aus konventionellem Anbau oder kontrolliert biologischem Anbau (kbA).

In unseren Peelings setzen wir ausschließlich Peelingkörper natürlichen Ursprungs ein.



### Palmkernölderivate

Für eine Vielzahl von Pflege- und Kosmetikprodukten müssen Tenside eingesetzt werden. Tenside sind Substanzen, die für eine Grenzflächenspannung zwischen zwei Phasen sorgen. Sie werden hauptsächlich aus Palmöl- und Palmkernölderivaten hergestellt, da diese durch ihren hohen Schmelzgrad und ihre Ergiebigkeit am besten für die Herstellung von Kosmetikprodukten geeignet sind.

Die aktuelle Diskussion über den Anbau von Ölpalmplantagen in Südostasien hat uns veranlasst, Mitglied bei GreenPalm zu werden. Mit dem Erwerb von GreenPalm-Zertifikaten für die gesamte Menge an eingesetzten Tensiden unterstützen wir den nachhaltigen Anbau von Ölpalmen in Südostasien. Durch diese Maßnahme können Plantagen umweltschonender bewirtschaftet, der Erhalt des Regenwaldes unterstützt und Mitarbeiter fair entlohnt werden.



Sylvia Henig  
Leiterin Flüssigentwicklung

„Gute Kosmetik heißt nicht nur qualitativ hochwertige Produkte zu kreieren, sondern auch Produkte, die „gut“ zu Mensch und Tier und deren Umwelt sind.“

## Verpackung

Verpackungen sollen Produkte vorrangig vor Umwelteinflüssen, Verunreinigungen und Beschädigungen schützen sowie als Aushängeschild am Point of Sale dienen.

Die Entwicklung umweltfreundlicher Verpackungen wollen wir forcieren. Deshalb vertiefen wir unsere Beziehungen zu Lieferanten, um gemeinsam innovative Verpackungslösungen zu finden. Ein spezielles Team in unserer Forschungs- und Entwicklungs-Abteilung betreut ausschließlich das Thema Verpackungsmaterialien und -lösungen.

### Folien

Unsere Feuchttücher werden üblicherweise in einer Verbundfolie verpackt, um das Austreten von Flüssigkeit zu vermeiden. Bei mehreren Produkten, die wir für unsere Kunden produzieren, setzen wir schon heute Post-Industrial-Recycling-Folie ein. Um den Rohstoffkreislauf noch weiter zu verbessern, testen wir mit unseren Lieferanten die Fähigkeit von Post-Consumer-Recycling-Materialien.

Durch kontinuierliche Überwachung der Herstellvorschriften und der Produktion können Optimierungen schnell umgesetzt werden, um Folie einzusparen.

## Flaschen, Tuben, Tiegel

Mit unseren Lieferanten für Flaschen, Tuben und Tiegel pflegen wir einen engen Austausch, um Innovationen voranzubringen. Flaschen und Tiegel aus recyceltem PET (Polyethylenterephthalat) können schon heute in der Verpackung von Kosmetika eingesetzt werden.

### Kartonagen und Faltschachteln

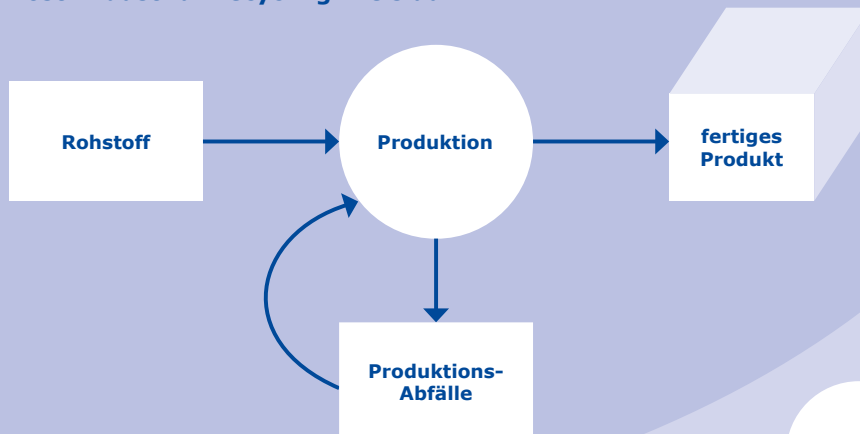
Bei Umverpackungen setzen wir ausschließlich auf umweltschonende Verpackungen aus 100 % Recyclingmaterial.

Bei Faltschachteln setzen wir, wenn möglich, auf Zellstoffe mit der FSC®- oder PEFC-Zertifizierung.

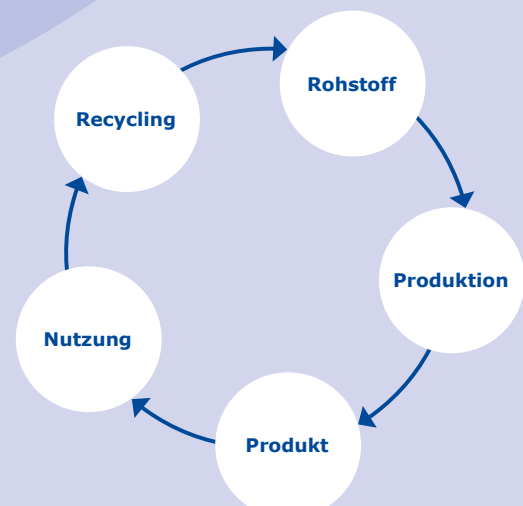
### Druckfarben

Druckfarben unterliegen hohen Qualitätsansprüchen, denn sie dürfen nicht in das Produkt gelangen und bei Sonneneinstrahlung nicht ausbleichen. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, bedarf es zuverlässiger Farbenhersteller. Wir pflegen daher nicht nur die Beziehung zu Folienherstellern, sondern auch zu Herstellern von Druckfarbe, um uns über Neuerungen auszutauschen. Unser jetziger Druckfarbenhersteller setzt zu 90 % auf nachwachsende Rohstoffe.

### Post-Industrial Recycling Kreislauf



### Post-Consumer Recycling Kreislauf



## Produktzertifikate

Produktprüfungen durch unabhängige Dritte sind elementare Bestandteile unseres hohen Qualitätsanspruches. Wahrheitsgemäße Produktauslobungen werden zudem durch eigenständige Produktprüfungen bestätigt. So stellen wir sicher, dass nur ausgelobt wird, was auch im Produkt enthalten ist.



Das Verbrauchermagazin „Öko-Test“ lässt Produkte von unabhängigen Laboren auf ökologische Kriterien untersuchen. Viele unserer Produkte sind in unregelmäßigen Abständen bei den strengen Prüfungen von Öko-Test dabei. Viele erhalten aufgrund ihrer einzigartigen Rezeptur die Auszeichnung „sehr gut“ oder „gut“.



Das Nordic-Ecolabel (Swanlabel)\* ist das offizielle Umweltlabel der nordischen Länder. Es verfolgt einen Lebenszyklusansatz und stellt die Umwelt- und Gesundheitsfelder des Produktes hervor.



Das Vegan-Label\* bescheinigt, dass ausgewählte Produkte frei von tierischen Inhaltsstoffen und tierversuchsfrei sind.



Der BDIH-Standard\* zeichnet kontrollierte Naturkosmetik ohne Tierversuche aus. Er bestätigt pflanzliche Rohstoffe überwiegend aus kontrolliert biologischem Anbau. Erlaubt sind nur Rohstoffe natürlicher Herkunft.



Das daab-Label\* kennzeichnet Produkte die für Allergiker angeboten werden. Zertifizierte Produkte sind frei von Duft-, Konservierungs- und Farbstoffen.

\*nur für bestimmte Produkte. Die Zeichen sind nur im Zusammenhang mit den zertifizierten Produkten zu verwenden.

## Internes Vorschlagswesen

Neben den Ergebnissen, die aus unserer Forschungs- und Entwicklungsabteilung kommen, werden viele Ideen und Innovationen durch unsere Mitarbeiter geboren.

Alle kleinen und großen Ideen zur Optimierung des Unternehmens oder der Produkte können über das interne Ideenmanagement-System eingereicht werden – selbstverständlich digital über unser Intranet. Alle Ideen werden wohlwollend geprüft und viele umgesetzt. Die Mitarbeiter, deren Ideen umgesetzt werden, erhalten als Anerkennung eine Prämie.

## IV. Verantwortungsvolle Lieferketten



Globale Lieferketten müssen transparent sein. Sie benötigen viel Aufmerksamkeit und Verantwortungsbewusstsein. Als Bindeglied zwischen weltweit tätigen Handelsunternehmen und Rohstofflieferanten tragen wir die Verantwortung für eine ökologische und soziale Lieferkette. Nölken betreibt ein erstklassiges Lieferkettenmanagement, das die Rohstoffe, deren Gewinnung und Herstellung, sowie den Transport miteinbezieht. Durch dieses nachhaltige Handeln treten wir für eine verantwortungsvolle Lieferkette ein.

## Lieferantenmanagement-System

Ein ausgefeiltes Lieferantenmanagement-System bewertet alle Lieferanten bezüglich Qualität, Sozialverträglichkeit und Umweltschutz.

Eine Selbstauskunft und eine interne Beurteilung ergeben die Lieferantenbenotung. Der Umgang mit den eigenen Mitarbeitern oder Maßnahmen im Umweltschutz fließen gleichermaßen in die Lieferantenbenotung ein, wie auch die Qualität der Rohstoffe.

Resultate werden regelmäßig mit den Lieferanten besprochen, um weitere Verbesserungen zu erlangen. Von diesem Vorgehen erhoffen wir uns, die Lieferanten für ein verantwortungsvolles Handeln zu sensibilisieren und die Lieferkette transparenter zu machen.

### Rücklaufquote der Lieferantenfragebögen erhöhen

derzeitige Rücklaufquote: 34 %

## Dialog

Um zu jedem Zeitpunkt Auskunft über die gesamte Lieferkette geben zu können, gehen wir einen weiteren Schritt: Wir nutzen den aktiven Austausch mit unseren Lieferanten nicht nur, um Beziehungen zu stärken, sondern auch um Rohstoff-Entwicklungen und -Innovationen zu fördern. Durch Kooperationen und gemeinsame Projekte versuchen wir, Pionierarbeit in unserer Branche zu leisten. Neue und nachhaltigere Materialien werden gemeinsam entwickelt und getestet.

Einen dauerhaften Dialog wünschen wir uns auch, um alle Beteiligten der Lieferkette für ein gemeinschaftliches Miteinander zu begeistern. Wir wollen das Bewusstsein für eine ethische Lieferkette schärfen und erreichen, dass verantwortungsvolles Handeln weiter in die Lieferkette getragen wird. Wir erhoffen uns, damit einen Dominoeffekt auszulösen. Denn eine nachhaltige Entwicklung kann nicht durch einen Einzelnen erreicht werden, sondern ist Aufgabe einer gesamten Einheit.



Birgit Roth  
Leiterin Einkauf

„Langjährige Beziehungen zu unseren Lieferanten stabilisieren die Lieferkette.“



## V. Gesellschaftliches Engagement

Als mittelständisches Unternehmen in einer ländlichen Region möchten wir unseren Fokus auf das direkte Umfeld richten. Wir verfolgen daher einen regionalen Ansatz mit unserem Engagement. Doch auch zahlreiche überregionale Organisationen und Vereine werden durch unser Sponsoring gefördert.



## Kooperationen

Initiative zur  
Stärkung der  
Region um  
Windhagen e.V. **isr**

Die Initiative zur Stärkung der Region (ISR) ist ein Verein zur wirtschaftlichen Förderung der Region um Windhagen, Rottbitze, Vettelschoß und St. Katharinen. Als Unternehmen, das am Standort Windhagen fest verwurzelt ist, sehen wir unsere Rolle darin, ein starker Arbeitgeber für die Region zu sein. Neben wirtschaftlichen Aspekten spielen auch soziale Aspekte eine tragende Rolle in diesem Verein. So engagiert er sich zum Beispiel dafür, dass Fachkräfte und junge Menschen eine Zukunft in unserer Region haben und nicht abwandern, sowie für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

### ISR-Ausbildungsplatzinitiative

Im Juni 2012 öffneten wir unsere Türen für junge Menschen, die einen Ausbildungsplatz in der Region suchen. Mit der ISR haben wir den Jugendlichen, Eltern und Lehrern die Ausbildung in unserem Hause vorgestellt.

Für die vielen Fragen standen unsere Ausbilder und die Auszubildenden zur Verfügung. Neben der Ausbildung zum Industriekaufmann bzw. zur Industriekauffrau bilden wir seit kurzer Zeit auch Chemikanten aus.

[www.isr-windhagen.de](http://www.isr-windhagen.de)



Johanna Jung  
Nachhaltigkeitsmanagerin

„Nachhaltiges Handeln bedeutet für mich auch, Netzwerke aufzubauen und effektiv zu nutzen, um gemeinsam unser Umfeld positiv zu verändern.“



## Spenden und Sponsoring

### Baumpflanzung mit TriVersion e.V.

Mehr als 80 Bäume wurden im Wildkirschenwald im Naturpark Spessart bei Markt Frammersbach in Bayern für Nölken gepflanzt. Die Pflanzung der Wildkirschen steigert die Arten- und Strukturvielfalt im Pflanzgebiet. Die Einmischung der Vogelkirschen verbessert zur Blütezeit die Lebensbedingungen für Insekten. Die Kirschen dienen zahlreichen Vogel- und Säugetierarten als Nahrung.



### Oxfam Deutschland e. V.

72 sichere Geburten konnten dieses Jahr durch die Weihnachtsspende an das Oxfam-Projekt „Unverpackt“ unterstützt werden.

Mit diesem Projekt werden Gesundheitsvorsorgemaßnahmen finanziert, damit Mütter und Kinder die Geburt sicher überstehen. „Eine Hebamme in Malawi ist für etwa 100 Patientinnen zuständig und begleitet pro Schicht etwa 60 Geburten. Ein Arzt wird nur im Notfall gerufen“, berichtet Dorothy Ngoma, Vorsitzende der Malawischen Krankenschwestern- und Hebammenvereinigung.



### Weitere Projekte, die wir im letzten Jahr unterstützt haben:

#### Wenter Klaavbröder e. V.

Um Kultur und Tradition in unserer Region zu erhalten und die närrische 5. Jahreszeit zu feiern, unterstützen wir jährlich den in Windhagen ansässigen Karnevalsverein.

#### Kinder in Not e. V.

Unsere Mitarbeiter unterstützen nun schon im zweiten Jahr aktiv die Initiative „Kinder in Not“ und laufen für den Spenden-Marathon in Windhagen.

#### Kindertagesstätte „Die Wurzelkinder“

Durch unsere Unterstützung konnte der Außenbereich der Kindertagesstätte der evangelischen Kirchengemeinde Aegidienberg renoviert werden.

## Transparenz und Kommunikation

Wir möchten transparent sein und gemeinsam mit unseren Interessengruppen (Stakeholder) eine nachhaltige Entwicklung bewirken. Daher pflegen wir die Kommunikation mit zahlreichen Stakeholdern im In- und Ausland. Der Dialog hilft uns, Trends, Chancen und Herausforderungen frühzeitig zu erkennen, um darauf zu reagieren. Ziel unseres Stakeholdermanagements ist es, alle Interessengruppen einzubeziehen, die direkt oder indirekt von unseren unternehmerischen Tätigkeiten betroffen sind.

Durch unsere offene Kommunikation mit Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten möchten wir das Verständnis füreinander und für eine nachhaltige Entwicklung ermöglichen. Um Mitstreiter zu finden, nutzen wir die Chance der Öffentlichkeitsarbeit, indem wir über unsere Bestrebungen und unser nachhaltiges Handeln berichten.

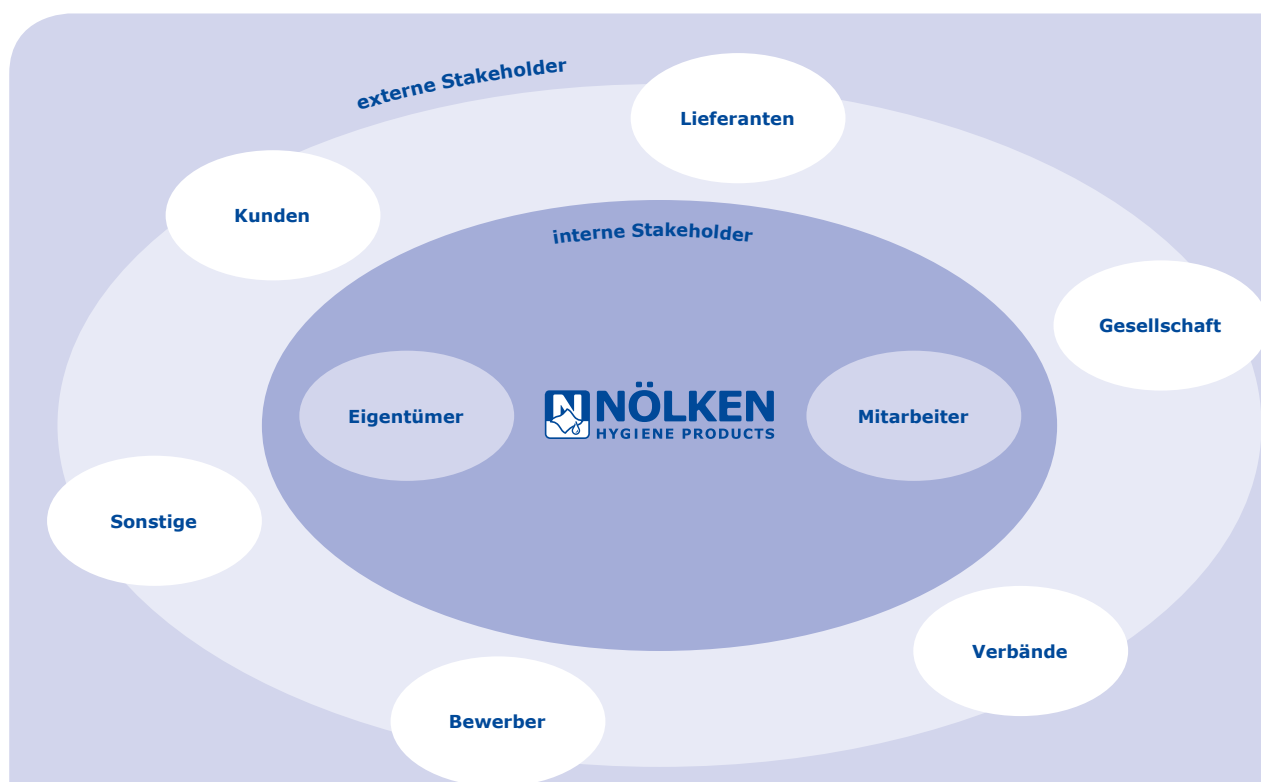
Mitgliedschaften in den verschiedensten Organisationen ermöglichen es uns, an Branchen-Standards und -Richtlinien mitzuwirken und die Allgemeinheit für ein nachhaltiges Handeln zu sensibilisieren. In diesem Nachhaltigkeitsbericht dokumentieren wir offen und ehrlich unsere Erfolge und die Herausforderungen, die noch auf uns zukommen.

### Bonner CSR-Frühstück

Das Praxisbeispiel „Implementierung der Nachhaltigkeitsstrategie“ stellte die ersten Schritte und den Prozessablauf des Nachhaltigkeitsmanagements im Hause Nölken vor. Viele Unternehmer aus der Region Bonn besuchten Windhagen, um sich über die Umsetzung des Nachhaltigkeitsmanagements zu informieren und Einblicke in unser Unternehmen zu bekommen. Die Initiatoren des Formates, die IHK Bonn/Rhein-Sieg und die Kommunikationsagentur Bonne Nouvelle, möchten Unternehmern einen Wissensaustausch zu Corporate Social Responsibility (CSR) ermöglichen.



Das Bonner CSR-Frühstück zu Gast bei Nölken.



### **Unternehmerfrühstück Kreissparkasse Köln**

Der Vortrag „Nachhaltigkeit – Chance für den Mittelstand“ bei der Kreissparkasse in Köln handelte von den Herausforderungen und Chancen, die sich bei Nölken während der Umsetzung des Nachhaltigkeitsmanagements ergeben haben. Der Bericht stellte die Strategie vor, wie Nölken mit konkreten Maßnahmen natürliche Ressourcen schützen und zudem noch Kosten reduzieren konnte.

### **Umwelt-Campus Birkenfeld**

Rund 50 interessierte Studenten der Fachhochschule Trier (Umwelt-Campus Birkenfeld) hörten sich die Vorlesung über die Nachhaltigkeitsstrategie bei Nölken an. Neben wertvollen Einblicken in das Unternehmen lernten die Studierenden auch die einzelnen Ökobilanzen verschiedener Vliesarten. Ebenso stieß die Darstellung des Berufsbildes Nachhaltigkeitsmanagement auf großes Interesse bei den jungen Zuhörern.

### **Verantwortliche Unternehmensführung im Saarland – Erfolgsfaktor CSR**

Im Rahmen des Auftaktsymposiums „Verantwortliche Unternehmensführung im Saarland – Erfolgsfaktor CSR“ wurde Nölken eingeladen, über die fünf Fokusfelder seiner Nachhaltigkeitsstrategie zu referieren. Der 30-minütige Vortrag zeigte Beispiele aus der Praxis, die den saarländischen Unternehmern einen Impuls geben konnten, ein Nachhaltigkeitsmanagement-System in ihrem eigenen Unternehmen zu implementieren.

### **Podiumsdiskussion CSR in der Praxis**

In der Podiumsrunde des Seminars „Ressourcenschonung im Mittelstand“ hat Nölken mit anderen Teilnehmern über Corporate Social Responsibility im Mittelstand diskutiert. So erläuterte Nölken zum Beispiel die unterschiedliche Art der CSR-Kommunikation im Business-to-Business-Bereich, die Wichtigkeit nachhaltiger Innovationen und die Möglichkeiten einer nachhaltigen Beschaffung.

### **Deutscher Handelsmarken-Gipfel**

Das Praxisbeispiel unseres Unternehmens zeigte den Teilnehmern des 4. Deutschen Handelsmarken-Gipfels mit dem Thema „Private-Label oder Markenartikel, wer gewinnt den Kampf um den Kunden?“, inwieweit Nachhaltigkeit eine Chance für Handelsmarken bietet. Der Vortrag zielte darauf ab, dem Publikum einen Einblick in das Prinzip der Nachhaltigkeit zu gewähren und zum nachhaltigen Handeln zu ermutigen.



**WE SUPPORT**

Als Mitglied des Global Compact der Vereinten Nationen haben wir uns verpflichtet, die Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Korruptionsbekämpfung zu unterstützen. Nölken ist seit 2011 Mitglied und berichtet im Zuge dessen über eigenes Nachhaltigkeitsengagement.



In dieser gemeinschaftlichen Plattform berichten wir seit 2012 über unser nachhaltiges Wirtschaften an beiden Standorten und machen somit unser Nachhaltigkeitsengagement für Kunden sichtbar.



Als aktives Edana-Mitglied engagiert sich Nölken seit 2013 in der Ausarbeitung und Umsetzung von Industriestandards.

## Ziele und Maßnahmen

Wir von Nölken wollen als Babypflege-Hersteller im Bereich Nachhaltigkeit eine Vorreiterrolle einnehmen. Unser übergeordnetes Ziel ist es, bedarfsgerechte Pflegeprodukte herzustellen. Bester Service, innovative Technologie, flexible Lösungen und Nachhaltigkeit sind Bausteine unseres Erfolgs. Damit möchten wir für Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft die besten Ergebnisse erzielen.

Der nachfolgende Ziele- und Maßnahmenplan gibt an, in welchem Umfang auf die jeweiligen UNGC-Prinzipien eingegangen wird, und erteilt Auskunft, wie weit die Umsetzung vorangeschritten ist.

Status:

- = erreicht
- ◐ = teilweise erreicht
- = nicht erreicht

### Führung und Strategie

Ziel	Termin	Maßnahmen 2012/13	Status	UNGC
Mitarbeit bei Organisationen und Vereinen	—	• Teilnahme an Treffen	fortlaufend	8, 9
Engagement kommunizieren	—	• Öffentlichkeitsarbeit	fortlaufend	8

### Ressourcen und Umweltschutz

Ziel	Termin	Maßnahmen 2012/13	Status	UNGC
Umweltauswirkungen reduzieren	2013	• Integration eines UMS	◐	7
Papierverbrauch um min. 10 % zum Vorjahr reduzieren	2013	• Papierreduzierungsinitiative	○	8
Papierloses Büro	2015	• digitale Archivierung • zentrale Drucker	◐	7
Erhebung und Reduzierung des Wasserverbrauchs	2014	• Einführung eines UMS	◐	7
Erhebung und Reduzierung des Energieverbrauchs	2014	• Einführung eines EMS	◐	7
Umstellung des gesamten Strombedarfs auf erneuerbare Energiequellen	2015		○	7
Erhebung und Reduzierung der CO <sub>2</sub> -Emissionen	2015	• Erstellung CO <sub>2</sub> -Bilanz	◐	7, 8

## Mitarbeiter

Ziel	Termin	Maßnahmen 2012/13	Status	UNGC
Ausbau der Weiterbildungsangebote und -teilnahme jährlich um 5 %	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedarf ermitteln</li> <li>• Angebot an Seminaren und Weiterbildungsmöglichkeiten vergrößern</li> </ul>	● fortlaufend	
Arbeitsnormen einhalten	2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitarbeiter-Verhaltenskodex erstellen</li> </ul>	●	1, 2, 3, 4, 5, 6, 10
Arbeitsunfälle reduzieren	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AMS aufbauen</li> </ul>	● fortlaufend	
Krankheitsquote reduzieren	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BGM aufbauen</li> </ul>	● fortlaufend	
Bewusstsein für Nachhaltigkeit schaffen	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>• interne Workshops</li> <li>• Auszubildenden-Projekt</li> <li>• CSR-Team gründen</li> <li>• neue Mitarbeiter durchlaufen ein Schulungsmodul zum Nachhaltigkeitsmanagement</li> </ul>	● fortlaufend	

## Innovation und Produktverantwortung

Ziel	Termin	Maßnahmen 2012/13	Status	UNGC
Abfallquote pro Stückzahl um jährlich min. 10 % reduzieren	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>• UMS implementieren</li> <li>• Abfallteam gründen</li> </ul>	●	7, 8, 9
Ausschließlich Tenside aus nachhaltigem Anbau	2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Green-Palm-Zertifikate kaufen</li> </ul>	●	8
Nachhaltige Innovationen um jährlich min. 5 % fördern	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideenmanagement-System einführen</li> </ul>	● fortlaufend	9

## Lieferketten

Ziel	Termin	Maßnahmen 2012/13	Status	UNGC
Nachhaltigkeitsanforderungen in das Lieferantenmanagement implementieren	2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lieferantenanforderung</li> <li>• Workshops</li> <li>• regelmäßiger Austausch über Nachhaltigkeitsthemen</li> </ul>	●	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8,
Erhöhung der Rücklaufquote der Lieferantenfragebögen	2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anschreiben der Lieferanten</li> </ul>	●	

## Gesellschaftliches Engagement

Ziel	Termin	Maßnahmen 2012/13	Status	UNGC
Bewusstsein für Nachhaltigkeit schaffen	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öffentlichkeitsarbeit</li> </ul>	● fortlaufend	
Unterstützung sozialer Projekte	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spenden und Sponsoring</li> </ul>	● fortlaufend	

## United Nations Global Compact

### Zehn Prinzipien des UNGC

#### Menschenrechte

**Prinzip 1:** Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten und

**Prinzip 2:** sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

#### Arbeitsnormen

**Prinzip 3:** Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren sowie ferner für

**Prinzip 4:** die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit,

**Prinzip 5:** die Abschaffung der Kinderarbeit und

**Prinzip 6:** die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.

#### Umweltschutz

**Prinzip 7:** Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen,

**Prinzip 8:** Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen, und

**Prinzip 9:** die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

#### Korruptionsbekämpfung

**Prinzip 10:** Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.



## Glossar

### Arbeitsschutzmanagement-System (AMS)

Das Arbeitsschutzmanagement-System regelt die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz der Mitarbeiter.

### Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR ist die unternehmerische Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt.

### DIN EN ISO 14001

Die internationale Umweltmanagement Norm legt Anforderungen an ein Umweltmanagement System fest.

### DIN EN ISO 9001

Die Norm legt Anforderungen an ein Qualitätsmanagement-System fest.

### European Disposables and Nonwovens Association (edana)

Edana ist die Dachorganisation der Vliesstoffindustrie und der dazugehörigen Branchen.

### Energiemanagement System (EMS)

Das Energiemanagement System regelt den Energieverbrauch im Unternehmen.

### OHSAS 18001

Die Occupational Health and Safety Assessment Series wird oft als Zertifizierungsgrundlage des AMS verwendet.

### Umweltmanagement System (UMS)

Das Umweltmanagement System regelt die Umweltaspekte eines Unternehmens.

### Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX)

SEDEX ist eine gemeinnützige Mitgliedschaftsorganisation, die sich für ethische und verantwortungsvolle Geschäftsmethoden in globalen Lieferketten engagiert und Nachhaltigkeitsengagement über eine Plattform transparent macht.

### United Nations Global Compact (UNGC)

Der UNGC wurde 1999 von den Vereinten Nationen gegründet. Mitglieder des UNGC stellen die Einhaltung der zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Korruptionsbekämpfung sicher.

**Herausgeber**

Nölken Hygiene Products GmbH  
Klarenplatz 2  
53578 Windhagen

**Helfen Sie uns, besser zu werden – schreiben Sie uns!**

Nölken Hygiene Products GmbH  
Nachhaltigkeitsmanagement  
Klarenplatz 2  
53578 Windhagen  
nachhaltigkeit@noelken.de  
www.noelken.de

**Layout**

Nölken Hygiene Products GmbH  
Dorothee Wiedemann

Alle Daten und Angaben entsprechen dem aktuellen Stand zum  
Redaktionsschluss.

Windhagen, 30. Juni 2013

