



*Nachhaltigkeit  
bei CEWE*

*Nachhaltigkeitsbericht 2013*



*Nachhaltigkeitsbericht 2013*

---

veröffentlicht am 4. Juni 2014

CEWE Stiftung & Co. KGaA



ClimatePartner<sup>o</sup>  
klimaneutral


Druck | ID: 11496-1404-1001


Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht ist auf FSC®-zertifiziertem Papier gedruckt. Der Druck erfolgte klimaneutral.  
Die durch die Produktion und Distribution verursachte Menge an CO<sub>2</sub>-Emissionen (1.023 kg CO<sub>2</sub>) wurde durch Investitionen in ein Wiederaufforstungsprojekt im Gorongosa National Park in der Provinz Sofala im Osten Mosambiks ausgeglichen. Das Klimaschutzprojekt stammt aus dem Portfolio von ClimatePartner.  
Das Projekt erfüllt internationale Standards und wird regelmäßig durch unabhängige Stellen zertifiziert.




NACHHALTIGKEITSBERICHT 2013

Vorwort	4		
Nachhaltig managen	8		
Produktionsstandorte	9		
Organisationsstruktur	10		
Rechtsformwechsel	11		
UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG	14	UMWELTVERANTWORTUNG	34
Verantwortliches Handeln	14	Umweltpolitik	34
Leitbild von CEWE	15	Energie sparen (Scope 1, 2, 3)	34
Corporate Governance Kodex, Entsprechenserklärung	16	Green IT	37
Ombudsmann, Datenschutz/Datensicherheit	17	Wasser schützen	38
		Ressourcen schonen	39
WIRTSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG	20	Mengenbilanz	40
Unternehmensentwicklung	20	Arbeitsschutz sichern	41
Nachhaltige Markenführung	21		
Risikomanagement	22	SOZIALE VERANTWORTUNG	44
Finanzmanagement	23	Soziale Verantwortung, Personalstand	44
Qualitätsmanagement	24	Chancengleichheit, Vereinbarkeit von Beruf und Familie	45
Produktsicherheit, Lieferantenmanagement	25	Mitarbeiterzufriedenheit, Mitarbeiterbeteiligung	46
Mitglied- und Partnerschaften	28	Altersvorsorge, Ausbildung, PIA-Preis	47
		Weiterbildungs- und Nachwuchsprogramme	48
		Arbeitssicherheit, Gesundheitsvorsorge,	49
		Gesundheits- und Umwelttag	
		GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG	52
		Bildungsnetzwerk und Förderung	52
		Kultur leben, Kulturgut bewahren	53
		Verbindung durch Sport, Soziales Engagement	54
		ZUSAMMENFASSUNG	58
		Status und Ziele nach GRI-G3-Leitfaden	58
		Nachwort	61
		Berichtssystematik, Impressum	62

 Internet-Verweis

 E-Mail-Kontakt

 Zusatzinformationen

- Internet-Verweis
- E-Mail-Kontakt
- Zusatzinformationen



## LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

zusammen mit dem Streben nach höchster Qualität, Mehrwert, Innovation, Engagement und Integrität ist Nachhaltigkeit bei CEWE in den Unternehmenswerten fest verankert. Wirtschaftlicher Erfolg und Wachstum gehen mit Verantwortung seit der Firmengründung vor über 50 Jahren einher. Der Einklang von Ökonomie, Ökologie und Sozialem entspricht den Handlungsmaßstäben und begleitet den Erfolg in allen Facetten. CEWE versteht Verantwortung nicht nur als Pflicht, sondern auch als Chance für ganzheitliche Innovationskraft.

So war auch 2013 für CEWE ein erfolgreiches Jahr. In unternehmerischer Hinsicht, weil es gelungen ist, sich sowohl als europaweit führender Fotodienstleister mit dem Qualitätsprodukt CEWE FOTOBUCH als auch mit innovativen Druckprodukten weiter zu etablieren. In wirtschaftlicher Hinsicht, weil wir unser Ergebnisziel nicht nur erreicht, sondern auch mit einem Umsatz von gut 528 Mio. Euro übertroffen haben. Die Investitionen in das neue Geschäftsfeld Online-Druck werden durch die positive Entwicklung bestätigt und haben das Unternehmen und die Angebotsbreite zukunftsweisend weiterentwickelt.

CEWE hat seit der Transformation von der analogen zur digitalen Fotografie Trends und Marktveränderungen kontinuierlich in sein Geschäftsmodell integriert. Neue Prozess- und Produktionstechnologien, neue Produkte, Applikationen und Services haben dazu geführt, dass hinter der Marke CEWE ein Markenversprechen steht, das sich in Softwarequalität, Druck- und Buchbindequalität, Produktionsgeschwindigkeit, Servicequalität und Produktvielfalt ausdrückt.

Mit der Digitalisierung ist die Fotografie über viele Meilensteine inzwischen an die Spitze der Kommunikationsmittel gelangt, gepaart mit einem nahezu grenzenlosen Facettenreichtum des Mediums. Das diesjährige

Titelbild des Berichtes deutet mit den verschiedenen Kameratypen die rasante Entwicklung in der Branche bereits an. Die Geschichte von CEWE ist geprägt von vielen innovativen Schritten. Beginnend mit der Entwicklung von Colorfotos vom Film über den Einsatz von Hochleistungsprintern verschiedenster Art, die Diaentwicklung, den Einsatz einer Vielzahl von Papierarten, die Bildbearbeitung, die Installation von Fotostationen, die Bestellung per CD, die Einbeziehung von Handys, die Entwicklung verschiedenster Softwaresysteme bis zur Bereitstellung von Apps und vielem mehr. Im Jahr 2014 feiert die Fotografie nunmehr ihr 175-jähriges Bestehen. Die bisherige Entwicklungsdynamik lässt erahnen, dass die Zukunft des fotografischen Bildes noch viele Innovationen und technische Neuerungen hervorbringen wird. CEWE wird seine Innovationskraft und sein Marktgespür einsetzen, um sich auch weiterhin erfolgreich zu positionieren.

Dabei ist CEWE sich seiner hohen Verantwortung für seine über 3.200 Mitarbeiter bewusst. Neben dem von Achtung und Respekt geprägten Unternehmensleitbild reagiert CEWE mit einem besonderen Augenmerk auf gesellschaftliche Veränderungen. Die Förderung des Nachwuchses und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sind dabei nur einige Beispiele aus dem Handlungsspektrum. Das Audit zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie die Planung der Kinderbetreuung auf dem Betriebsgelände sind bereits in die Umsetzungsphase gegangen.

Verantwortungsvoll handelt CEWE auch in ökologischer Hinsicht, indem Ressourcenschonung und Effizienz kontinuierlich einem Optimierungsprozess unterworfen werden. Im Juli 2013 haben wir die Auszeichnung Blauer Engel für den energieeffizienten Betrieb unseres Rechenzentrums am Stammsitz in Oldenburg erhalten. Mit der Auszeichnung gehört CEWE deutschlandweit zu insgesamt erst vier Unternehmen, die mit

dem ersten und bekanntesten Umweltzeichen ein entsprechend zertifiziertes Rechenzentrum betreiben. Damit konnte ein weiterer Maßstab für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen gesetzt werden.

Zur Unternehmenskultur von CEWE gehört das gesellschaftliche Engagement. Mit mehr als 150 Aktivitäten hat sich CEWE im Bildungsbereich, speziell bei der Nachwuchsförderung, im Sport sowie im sozialen und kulturellen Umfeld engagiert. Das soziale Engagement ist 2013 durch eine langfristig angelegte Partnerschaft mit den SOS-Kinderdörfern ausgeweitet worden, bei der alle deutschen Standorte einbezogen sind. Auch kulturell hat CEWE seine Partnerschaften erweitert. Mit der Förderung des Deutschen Fotomuseums und der Deichtorhallen in Hamburg sind weitere Meilensteine bei der Förderung des Kulturgutes Fotografie erreicht worden.

Professionelle Leidenschaft für das Thema Nachhaltigkeit – von der Materialbeschaffung über die Verantwortung für unsere Mitarbeiter und Standorte bis zu den Qualitätsprodukten und unserem gesellschaftlichen Engagement – soll auch künftig unser Handeln bestimmen.

Ich freue mich, wenn Sie uns auf diesem Weg weiter begleiten. Für das CEWE entgegengebrachte Vertrauen möchte ich mich bei allen Partnern, Freunden und Mitarbeitern herzlich bedanken.

Oldenburg, im Mai 2014

*Dr. Rolf Hollander*

## DR. ROLF HOLLANDER

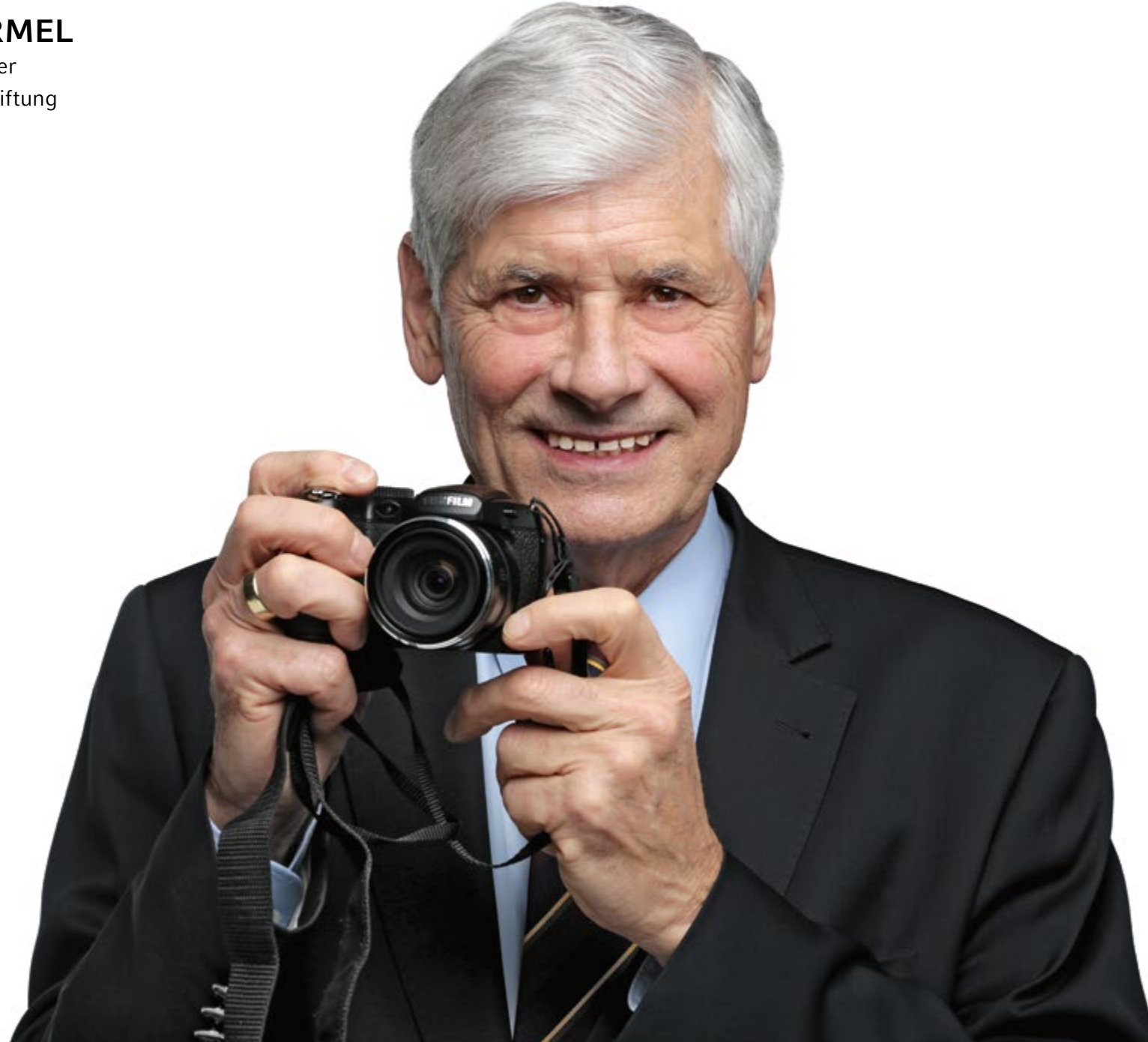
Vorstandsvorsitzender



① Wenn Sie Fragen zum Bericht haben, Lob oder Kritik anbringen möchten, können Sie uns gerne mailen: [nachhaltigkeit@cewe.de](mailto:nachhaltigkeit@cewe.de)

## HUBERT ROTHÄRMEL

Mitglied des Kuratoriums der  
Neumüller CEWE COLOR Stiftung



# 65 Fotoalben in 65 Jahren

Hubert Rothärmel ist seit über 45 Jahren bei CEWE und hat den großen Erfolg des Unternehmens stark geprägt. 1993 brachte er Europas größten Fotodienstleister an die Börse. Er war viele Jahre zunächst als Vorstands-, dann als Aufsichtsratsvorsitzender tätig und ist heute als Mitglied des Kuratoriums der Neumüller CEWE COLOR Stiftung aktiv.

### Herr Rothärmel, fotografieren Sie eigentlich gern?

Ja, sehr. Ich habe mit elf Jahren angefangen und bis heute nicht wieder aufgehört.

### Was sind Ihre Lieblingsmotive?

Viele meiner Lieblingsmotive sind auf Reisen entstanden.

Außerdem mag ich Familienfotos: Früher habe ich gern meine vier Kinder fotografiert und heute meine Enkelkinder.

### Haben Sie eine Lieblingskamera?

Ich fotografiere schon immer gern mit Fujitsu Kameras. Aktuell benutze ich eine Fuji F2500, die ich mir vor drei Jahren gekauft habe.

### Was machen Sie mit Ihren Fotos?

An meinem 65. Geburtstag hat meine Frau mich darauf hingewiesen, dass wir 65 Bildbände haben – die älteren sind vom vielen Ansehen schon recht mitgenommen. Heute gestalte ich meine Bilder natürlich im CEWE FOTOBUCH. Eine wunderbare Freizeitbeschäftigung.

### Und bezogen auf CEWE – was war Ihr Jahreshighlight?

Der Wechsel in die neue, zeitgemäße Rechtsform. Eine Lösung mit langem Blick nach vorn und zudem die ideale Verbindung eines börsennotierten, nachhaltig ausgerichteten Unternehmens mit der Komponente des Kapitalmarktzuganges. Dieser Weg bietet viele Vorteile mit einem klaren Mehrwert für unsere Aktionäre.

NACHHALTIG MANAGEN

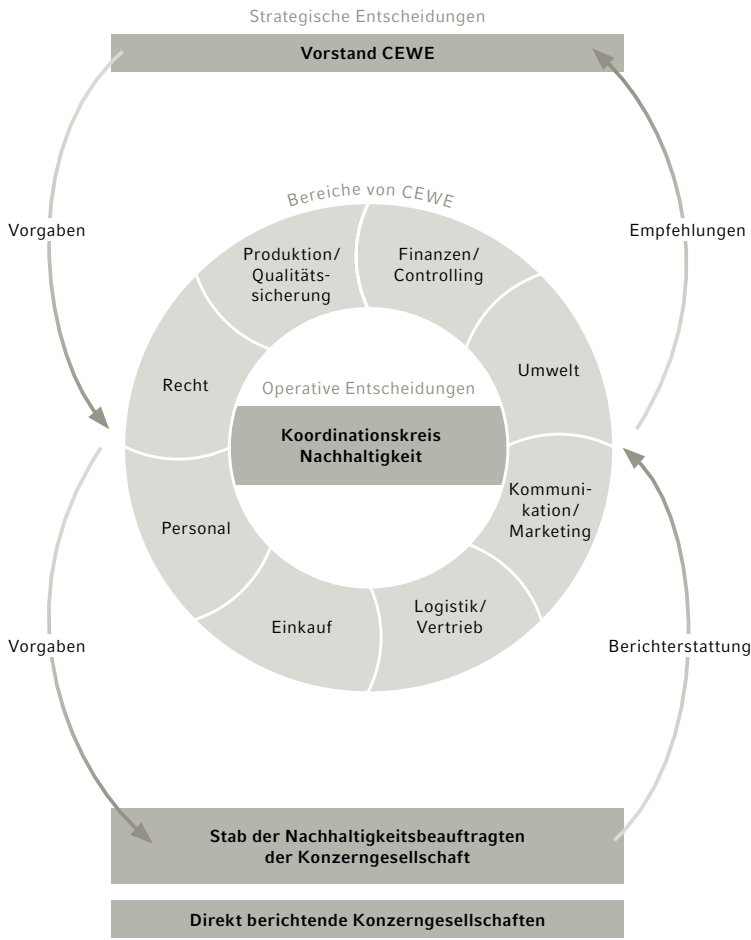
Seit einigen Jahren bilanziert CEWE die Fortschritte im Bereich der Nachhaltigkeit. Das Nachhaltigkeitsmanagement umfasst alle Abteilungen. Im Koordinationskreis kommen Spezialisten aus allen Fachabteilungen zusammen. Hier werden Themenfelder diskutiert und spezifiziert, Zielvorgaben erarbeitet und die 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 ein lebendiger Kreislauf. Zunehmend sind Mitarbeiter in externen Arbeitskreisen und Projekten aktiv. Gemeinsam mit Dienstleistern, Handelspartnern und Universitäten arbeitet CEWE an Verbesserungen in Bereichen wie Ressourcenschonung, Klimaschutz und der Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards.

2011 hat CEWE 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 war ein weiterer Schritt, um das Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit transparent zu dokumentieren. Im Jahr 2012 hat CEWE das Umweltmanagementsystem auf weitere deutsche Betriebe (Mönchengladbach, München und Freiburg) ausgedehnt und die Zertifizierung im Jahr 2013 abgeschlossen.

+ In den Jahren 2014 und 2015 besteht das Ziel, das Umweltmanagementsystem ISO 14001 um das Energiemanagementsystem ISO 50001 in den genannten Betrieben zu erweitern.

Nachhaltigkeitsmanagement der CEWE-Gruppe



PRODUKTIONSSTANDORTE CEWE

- Betriebsstätten
- Vertriebsniederlassungen
- Liefergebiet



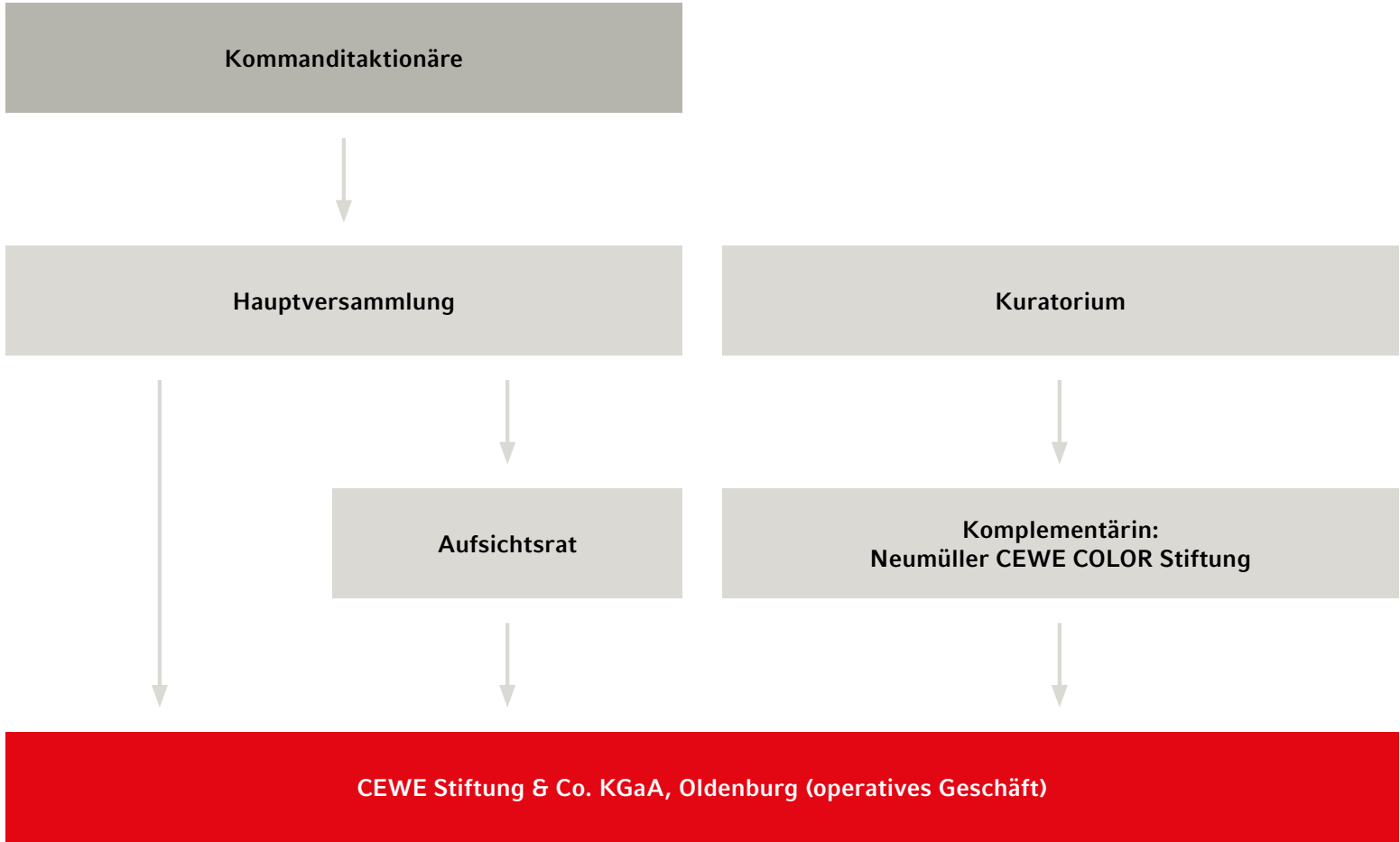
CEWE ist mit elf hoch technisierten Betriebsstätten und rund 3.200 Mitarbeitern in 24 europäischen Ländern als Technologie- und Marktführer präsent. Das Unternehmen wurde 1961 von Senator h. c. Heinz Neumüller in Oldenburg gegründet und von Hubert Rothärmel 1993 als Aktiengesellschaft an die Börse gebracht. Die CEWE Stiftung & Co. KGaA ist im SDAX gelistet. Rund 2,4 Mrd. Fotos, über 5,8 Mio. CEWE FOTOBÜCHER und

Fotogeschenkartikel wurden 2013 an mehr als 34.000 Handelskunden geliefert. Im Geschäftsjahr 2013 betrug der Umsatz 528,6 Mio. Euro. CEWE ist in der Fotobranche „First Mover“ bei der Einführung neuer digitaler Technologien und Produkte. Im neuen Geschäftsfeld Online-Druckservice werden Werbedrucksachen über die Vertriebsplattformen CEWE-PRINT.de, Saxoprint und viaprinto.de vermarktet.



ORGANISATIONSSTRUKTUR

Die Unternehmensgruppe von CEWE gliedert sich wie folgt:



Rechtsformwechsel in die Kommanditgesellschaft auf Aktien

Auf der Hauptversammlung am 5. Juni 2013 hatten die Aktionärinnen und Aktionäre mit großer Mehrheit dem Formwechsel der CEWE COLOR Holding AG in die CEWE Stiftung & Co. KGaA zugestimmt. Die CEWE COLOR Holding AG war die Finanzholding innerhalb der CEWE-Gruppe und eine der zwei Gesellschafterinnen der CEWE COLOR AG & Co. OHG. Am 1. Oktober 2013 wurde dann der Rechtsformwechsel der CEWE COLOR Holding AG in die CEWE Stiftung & Co. KGaA in das Handelsregister beim Amtsgericht Oldenburg eingetragen.

Da mit Wirkung des Rechtsformwechsels die Neumüller CEWE COLOR Stiftung auch aus der CEWE COLOR AG & Co. OHG als Gesellschafterin ausgetreten ist, ist deren operatives Geschäft der CEWE Stiftung & Co. KGaA angewachsen. Die Neumüller CEWE COLOR Stiftung nimmt nunmehr die Stellung der persönlich haftenden Gesellschafterin und der alleinigen Geschäftsführerin ein. Die Neumüller CEWE COLOR Stiftung wird durch die acht Vorstände vertreten. Die verbleibenden 3.220 Mitarbeiter des Konzerns sind in der CEWE Stiftung & Co. KGaA sowie in den nachgelagerten Konzerngesellschaften beschäftigt. Der Wechsel in die Rechtsform der KGaA ermöglicht auf lange Sicht, ein Mehrergebnis nach Steuern von etwa 10 Mio. Euro zu erzielen: etwa 3 Mio. Euro im Jahr der Eintragung sowie einen weiteren regelmäßiger Effekt in den Folgejahren. Weiterhin wechselt CEWE in eine am Kapitalmarkt bekanntere und gängige Rechtsform und verbessert die Governance der Gesellschaft.

Sowohl die vorherige Rechtsform als auch die aktuelle KGaA-Rechtsform wurden gewählt, um die typischen Stärken von kapitalmarkt-orientierten Unternehmen und Familienunternehmen jeweils für die CEWE-Gruppe zu nutzen.

Rechtliche Struktur kombiniert Vorteile von Kapitalmarkt und Familie

Der Unternehmensgründer Senator h. c. Heinz Neumüller wollte sicherstellen, dass seine unternehmerischen Prinzipien dauerhaft im Unternehmen verankert werden und der Bestand des Unternehmens nachhaltig gewährleistet wird. Hierzu dienen die Neumüller CEWE COLOR Stiftung sowie die große Beteiligung der ACN Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG (Erbengemeinschaft nach Senator h. c. Heinz Neumüller, größter Aktionär mit 27,4 Prozent). Erstere gewährleistet, dass die Unternehmensgruppe im Sinne des Vermächtnisses von Senator h. c. Heinz Neumüller weitergeführt wird, und unterstützt hierdurch den Charakter des Familienunternehmens.

Sie steht für eine langfristige Ausrichtung der Unternehmenspolitik. Aus diesem Grund obliegt ihr auch die Geschäftsführungsfunktion. Der Unternehmensgründer forderte auch immer, dass die CEWE Unternehmensgruppe innovativ und ertragsoptimiert agiert. Diese unternehmerischen Ziele werden effektiv durch den Kapitalmarkt gefördert. Die Wahrung der Interessen der Aktionäre an einem attraktiven Investment fordert und fördert die Entscheidungen der Gremien, also des Vorstandes und des Aufsichtsrates. Auch hierbei steht die anhaltend solide und auf nachhaltige Wertsteigerung ausgerichtete Entwicklung des Unternehmens und damit des Investments im Fokus.

Die Kombination beider Vorteile ermöglicht ein wirtschaftlich nachhaltig und ertragsorientiert geführtes innovatives Unternehmen, das auch seiner gesellschaftlichen Rolle als Arbeitgeber und Wirtschaftsfaktor gerecht wird.

Bis zum 30. September 2013 wurde diese Zielsetzung rechtlich umgesetzt in der Struktur der CEWE COLOR AG & Co. OHG mit den beiden Gesellschaftern CEWE COLOR Holding AG und Neumüller CEWE COLOR Stiftung. Vor allem um einen steuerlichen Strukturnachteil zu beseitigen, operiert die CEWE-Gruppe seit dem 1. Oktober 2013 als CEWE Stiftung & Co. KGaA mit der Neumüller CEWE COLOR Stiftung als Komplementärin.

**ALEXANDRA BRAUN**

Fotografin im CEWE-Fotostudio



# Der Charme des Ungewöhnlichen

Alexandra Braun arbeitet als Fotografin im CEWE-Fotostudio, was ihrer Leidenschaft für alte Kameras sehr entgegenkommt. 2007 hat sie hier ihre Ausbildung begonnen und seitdem bereits viel Ungewöhnliches erlebt. Parallel zu ihrem Erfahrungsschatz ist auch ihre Kamerasammlung kräftig gewachsen.

**Frau Braun, seit wann fotografieren Sie?**

Ich habe mit siebzehn in der Schule meine Leidenschaft für das Fotografieren entdeckt und schnell beschlossen, mir nach der Schule einen Ausbildungsplatz als Fotografin zu suchen.

**Was gefällt Ihnen an der Arbeit bei CEWE?**

Mir macht die Arbeit hier großen Spaß, denn sie wird wertgeschätzt. Außerdem mag ich meine Kollegen – wir haben ein wirklich gutes Betriebsklima. Besonders gut gefallen mir die abwechslungsreichen Aufgaben. Sie bringen mich an ungewöhnliche Orte und ich komme in Kontakt mit Menschen, die ich sonst nicht treffen würde.

**Was für Orte denn beispielsweise?**

Es sind Orte, die vor der Öffentlichkeit bewahrt werden. Sie werden als „Lost Places“ bezeichnet und es ist auch für mich eine tolle Erfahrung, zusammen mit unseren Workshopteilnehmern die alten Gemäuer zu fotografieren. Ich war auch schon im Ausland für CEWE unterwegs: in Frankreich und in Dänemark.

**Womit fotografieren Sie am liebsten?**

Ich liebe alte Kameras. Sie haben eine ganz andere Haptik als die modernen Ausführungen. Außerdem frage ich mich beim Fotografieren gern, wer vor mir schon alles auf den Auslöser gedrückt hat und welche Motive damals wohl entstanden sind. Aktuell ist mein Favorit eine Coronet Balgenkamera von circa 1959, die mir im letzten Jahr auf einem Flohmarkt in Berlin in die Hände fiel. Sie ist technisch noch nicht sehr ausgereift und die Fotos sind im Ergebnis eher unperfekt, aber gerade das macht für mich ihren Reiz aus.

**Was machen Sie mit Ihren Fotos?**

Die besten Aufnahmen hänge ich mir zu Hause an meine selbst gebaute Fotowand. Die Wand besteht aus einem Rahmen mit integrierten Fäden und Klammern zum Befestigen der Drucke. Die Aufhängung ähnelt Entwicklungsleinen, wie sie früher in Dunkelkammern gespannt waren.



## UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

 www.corporate-governance-code.de

CEWE übernimmt seit über 50 Jahren Verantwortung und strebt kontinuierlich eine nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens an. Dabei orientiert sich CEWE an dem historisch wie folgt geprägten Nachhaltigkeitsverständnis.

### Nachhaltigkeit – eine Ausrichtung am „ehrbaren Kaufmann“ mit langer Historie

Nachhaltigkeit ist in ihrer heutigen Ausprägung die Folge von zwei historischen Strömungen (Forstwirtschaft und Wirtschaft), die in den vergangenen Jahrzehnten zusammengefloßen sind.<sup>1</sup> Beiden ist eine grundlegende Idee gemein, die auch die UN 1987 im Brundtland-Report als „nachhaltige Entwicklung“ definiert hat: eine Entwicklung, „die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.“<sup>2</sup>

Das im Wirtschaftsleben als nachhaltig verstandene Verhalten wird im Begriff des „ehrbaren Kaufmanns“ zusammengefasst. Wertanschauungen, die als „ehrbar“ gelten, sind z. B. Ehrlichkeit, Selbstverantwortung, Verlässlichkeit, Langfristigkeit, Anstand, Integrität, Wahrhaftigkeit, Redlichkeit, Vertrauen und Fleiß.<sup>3</sup> Diese Werte ziehen sich – bei allem Wandel des Ehrbegriffes über Jahrtausende – wie ein roter Faden durch die Überlegungen zum „ehrbaren Kaufmann“. In der modernen Betriebswirtschaftslehre hat der heute passendere Begriff vom „verantwortungsvollen Unternehmen“ Einzug gehalten. In ihm lebt der Gedanke des ehrbaren Kaufmanns weiter.

<sup>1</sup>Schneider, Andreas, Schmidpeter, René (Hrsg.), Corporate Social Responsibility, Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. Berlin 2012, Springer Verlag Berlin Heidelberg, S. 24 f.

<sup>2</sup>Ebd.

<sup>3</sup>Ebd., S. 220.

<sup>4</sup>Ebd., S. 222.

### Gewinnerzielungsabsicht als akzeptierter Antrieb für „ehrbares“ Verhalten

In vielen historischen Quellen zum „ehrbaren Kaufmann“ ist Gewinnerwirtschaftung als ein „ehrbares“ Ziel definiert. Es wird deutlich, dass das angestrebte Ziel der Ehrbarkeit ganz bewusst als Schritt zur Gewinnsteigerung bzw. -sicherung gesehen wird: „Wer gerecht und wahr auf dem Markt redet, dem wird Zeus Reichtum geben“, spricht schon Hesiod aus Askra in Böotien ca. 700 v. Chr.<sup>4</sup> Insoweit gilt das verantwortliche Verhalten von Unternehmen auch als ein Beitrag zum langfristigen Unternehmensgewinn.

### Nachhaltiges Verhalten trägt auf verschiedene Weisen zum ökonomischen Erfolg bei

Der Wirkungsmechanismus von nachhaltigem Verhalten zu ökonomischem Erfolg kann verschiedene Ausprägungen haben. Exemplarisch seien hier nur einige aufgeführt:

- Mitarbeiter gewinnen, weil CEWE durch umweltbewusste Verhaltensweisen überzeugt und dadurch attraktiver Arbeitgeber ist
- Kunden gewinnen durch überzeugende Umweltorientierung
- Lieferanten stabilisieren, indem nachhaltige Unternehmen als Lieferanten gewählt werden. Das sichert eine dauerhafte Lieferfähigkeit auf gewünschtem Qualitätsniveau, dadurch zufriedene Kunden und am Ende nachhaltigen Produktabsatz
- Kosten sparen durch den Verzicht auf Materialien mit langen Transportwegen. Es wird nicht nur die Umwelt geschont, sondern es werden auch Kosten gespart

### Dimensionen des nachhaltigen Verhaltens eines verantwortungsvollen Unternehmens

Das verantwortungsvolle Unternehmen lässt sich aus verschiedenen Verantwortungsdimensionen betrachten. Diese Dimensionen gelten auch für den Begriff der Nachhaltigkeit. Denn es besteht ein direkter Zusammenhang zwischen dem Kaufmann und seiner persönlichen Eignung, seiner Beziehung zu Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Wettbewerbern, Konsumenten, dem gesellschaftlichen System bis hin zur Verantwortung für die Umwelt.

CEWE strebt danach, ein verantwortungsvolles Unternehmen im Sinne dieses so hergeleiteten Corporate-Responsibility-Verständnisses zu sein. In diesem Bericht werden die Anstrengungen entlang dieser fünf Dimensionen beschrieben.

### Leitbild von CEWE

Die Unternehmenskultur von CEWE ist geprägt durch Integrität, Vertrauenswürdigkeit und Verantwortung.

#### Unser Selbstverständnis

CEWE ist der führende Fotodienstleister und Technologieführer im industriellen Fotofinishing in Europa. Diese Position wollen wir ausschließlich durch Leistung, Ehrlichkeit und ordnungsgemäße Geschäfte weiter ausbauen. Im Mittelpunkt unseres Handelns stehen Kundenorientierung, die Qualität unserer Produkte, hervorragende Innovationskraft und der gute Ruf unserer Unternehmensgruppe. CEWE legt Wert darauf, mit qualifizierten und engagierten Mitarbeitern sowie hochwertigen Produkten zu überzeugen. Wir fühlen uns einer gerechten Arbeitswelt verpflichtet; unsere Mitarbeiter sind für uns der wichtigste Erfolgsfaktor.

### Fünf Dimensionen der Nachhaltigkeit



Quelle: Ernst & Young

### Unternehmergeist und Führungsverständnis

Unsere Unternehmenskultur ist von Partnerschaft und Achtung vor dem Einzelnen geprägt. Unser partnerschaftliches Führungsverständnis beruht auf gegenseitigem Vertrauen, Respekt vor jedem Einzelnen und dem Prinzip der Delegation von Verantwortung. Unsere Mitarbeiter haben größtmögliche Freiräume und nehmen im Rahmen ihrer Verantwortung sowohl an Entscheidungsprozessen als auch am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens teil. Die Unternehmen unserer Gruppe werden von Geschäftsführern und Verantwortlichen geleitet, die unternehmerisch denken und handeln.

### Geschäftspartner und Wettbewerb

Das Verhältnis zu unseren Geschäftspartnern ist durch Vertrauen und Fairness geprägt. Wir sind verlässliche Partner und erwarten, dass in allen Belangen des Geschäfts die geltenden Gesetze und Vorschriften beachtet werden. Daher akzeptieren wir keinerlei Verhalten, das unsere Integrität infrage stellt oder gefährdet. Rechtswidrige Absprachen oder Scheinangebote lehnen wir ab. Daraus folgt, dass wir Aufträge weder durch das Gewähren noch durch das Anbieten von unberechtigten Vorteilen erlangen wollen.

### Gesellschaftliche und soziale Verantwortung

Unsere Gesellschafter verstehen Eigentum auch als Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft. Sie sehen das Unternehmen in der Marktwirtschaft dadurch legitimiert, dass es einen Leistungsbeitrag auch für die Gesellschaft erbringt. Sie verhalten sich nach innen und außen stets verantwortungsbewusst und lassen sich von ethischen Grundsätzen leiten. Dem Schutz unserer Mitarbeiter und der Umwelt fühlen wir uns in besonderer Weise verpflichtet und werden ihm durch Nachhaltigkeit gerecht.

### Verpflichtung

Unsere Geschäftsgrundsätze unterliegen einem ständigen Prozess der kritischen Überprüfung und Weiterentwicklung. Wir erwarten von allen Mitarbeitern, dass sie sich an den Zielen und Grundwerten ausrichten und stets danach handeln. Führungskräften kommt dabei eine herausgehobene Verantwortung und besondere Vorbildfunktion zu.

### Corporate Governance Kodex

Geschäftsleitung und Aufsichtsrat haben sich seit Langem den Grundsätzen einer modernen Corporate Governance verpflichtet. Angesichts der Bedeutung dieser Grundsätze insbesondere für Anleger, Kunden und Mitarbeiter wurde das Vorstandsmitglied Herr Andreas F. L. Heydemann Anfang 2009 zum Corporate-Governance-Beauftragten bestellt, der direkt im Vorstand und an den Aufsichtsrat berichtet.

Unser Ziel ist es, das von den Anlegern, Finanzmärkten, Geschäftspartnern, Mitarbeitern und der Öffentlichkeit entgegengebrachte Vertrauen zu bestätigen und weiter zu verstärken. Dazu wurden schon frühzeitig organisatorische Maßnahmen getroffen, die notwendig sind, um den Anforderungen zu entsprechen:

- Veröffentlichung aller kapitalmarktrelevanten Informationen im Internet
- aktive, offene und transparente Kommunikation
- enge Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat
- verantwortungsvolles Risikomanagement

Die Umsetzung des Corporate-Governance-Kodex wird regelmäßig überprüft und an etwaige Aktualitäten angepasst. Die CEWE Stiftung & Co. KGaA nimmt zu den Corporate-Governance-Grundsätzen auf ihrer Homepage <http://bit.ly/1gUptVg> für jedermann zugänglich Stellung.

Erneut hat die CEWE Stiftung & Co. KGaA die Regelungen des Deutschen Corporate Governance Kodex fast vollständig eingehalten:

### Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG für das Geschäftsjahr 2013

Die CEWE Stiftung & Co. KGaA misst den Regeln ordnungsgemäßer Corporate Governance große Bedeutung bei. Geschäftsleitung und Aufsichtsrat der CEWE Stiftung & Co. KGaA erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des Bundesanzeigers

bekannt gemachten Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 15. Mai 2012 sowie in der Fassung vom 13. Mai 2013 ab deren Bekanntmachung mit den nachfolgenden Ausnahmen seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung im Februar 2013 entsprochen wurde und zukünftig entsprochen wird:

- Bildung fachlich qualifizierter Ausschüsse (Abweichung von Ziffer 5.3.1) Die bisherige Praxis, dass sich immer der gesamte Aufsichtsrat mit allen Themen befasst, wurde im Berichtszeitraum durch die Einrichtung eines Prüfungsausschusses aufgegeben.

- Einrichtung eines Nominierungsausschusses (Abweichung von Ziffer 5.3.3) Die Aufgaben des Nominierungsausschusses werden zukünftig von den Vertretern der Anteilseigner im Aufsichtsrat wahrgenommen.

- Vorsitz im Prüfungsausschuss (Abweichung von Ziffer 5.2) Im Berichtszeitraum übernahm Frau Wirtschaftsprüferin Corinna Linner vom Vorsitzenden des Aufsichtsrats, Herrn Otto Korte, das Amt des Ausschussvorsitzenden im Prüfungsausschuss.

- Konzernabschluss binnen 90 Tagen, Zwischenberichte binnen 45 Tagen nach Berichtszeitraum zugänglich (Abweichung von Ziffer 7.1.2)

Wir halten uns an die gesetzlichen Regeln bzw. die Regeln der Frankfurter Wertpapierbörse, wonach der Konzernabschluss binnen vier Monaten nach Ablauf des Geschäftsjahres bzw. Zwischenberichte binnen zwei Monaten nach dem Ende des Berichtszeitraums öffentlich zugänglich sein sollen.

### Ombudsmann/Whistleblowing

Illegale Praktiken sind mit den Grundwerten und Geschäftsgrundsätzen von CEWE 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 2013 ist beim Ombudsmann kein Hinweis eingegangen.

### 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

### Datenschutz/Datensicherheit

Das Thema Datenschutz und Datensicherheit genießt bei CEWE einen sehr hohen Stellenwert. Um den Anforderungen der Betroffenen gerecht zu werden, hat sich bei CEWE neben der betrieblichen Datenschutzbeauftragten Elisabeth Mählmann ein ganzes Team aus den unterschiedlichen Unternehmensbereichen gefunden. Jeder dieser Spezialisten trägt seinen Teil zum Thema bei. Bei Bedarf wird das Team durch externe Berater unterstützt. Durch die wachsende Komplexität der Systeme ist es erforderlich, dass diese regelmäßig geprüft werden. Daneben werden die Mitarbeiter regelmäßig zum Thema Datenschutz und Datensicherheit geschult.

## JÖRG BAUER-HACK

Leiter Finanz- und Rechnungswesen



# Solide gerechnet

Jörg Bauer-Hack ist seit vielen Jahren Leiter des Finanz- und Rechnungswesens von CEWE. Er mag unaufgeregte und berechenbare Situationen. Wie im Rechnungswesen, so auch bei seinem Hobby, der Fotografie.

### **Herr Bauer-Hack, seit wann und womit fotografieren Sie?**

Ich fotografiere bereits seit meinem 14. Lebensjahr; aber seit etwa zehn Jahren steigen sowohl meine Fotoleidenschaft als auch mein Qualitätsanspruch. 2009 habe ich mir die Nikon D 90 gekauft. Eine sehr solide Kamera mit einem großen Leistungsspektrum.

### **Was fotografieren Sie am liebsten?**

Menschen. Ich mache überwiegend Porträtfotos. So bin ich nah dran an den Leuten und kann versuchen, ihre Stimmungen und Persönlichkeiten gut einzufangen.

### **Haben Sie ein Lieblingsfoto?**

Spontan fällt mir ein Bild ein, das ich in Indien bei einer Fahrt in einer Rikscha gemacht habe. Es zeigt einen jungen Mann mit einer Unmenge an Textilien über dem Arm, die er zum Verkauf anbietet. Zufällig drücke ich genau in dem Moment auf den Auslöser, in dem der junge Mann direkt in meine Kamera schaut. Dieses Bild verkörpert für mich das junge und aufstrebende Indien.

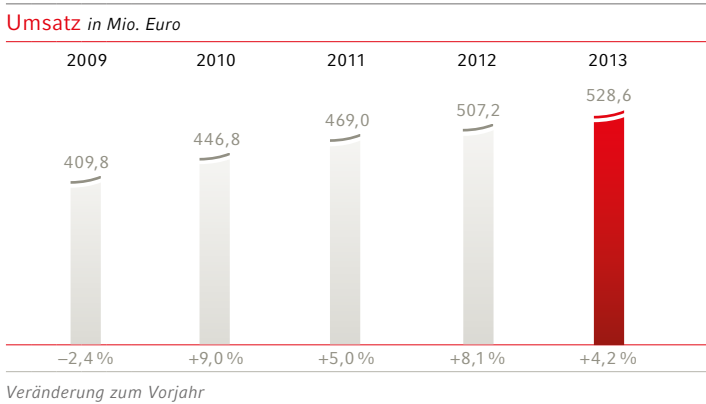
### **Und was verkörpert für Sie den Erfolg von CEWE?**

Einerseits die vielen großartigen Produkte. Damit halten unsere Kunden die Sonnenseiten des Lebens fest. Ob Hochzeiten, Taufen, Reisen oder Familienfeiern – die Anlässe, um aus den schönsten Momenten ein CEWE FOTOBUCH zu gestalten, sind zahlreich. Die Archivierung und Greifbarmachung dieser bewegenden Momente und die Möglichkeit, diese kreativ und individuell zu gestalten, wird nie aus der Mode kommen. Andererseits können wir auf eine sehr erfreuliche wirtschaftliche Entwicklung stolz sein, die ganz und gar unserer grundsoliden Ausprägung entspricht. Das gilt für unsere hohe Eigenkapitalquote, für die Dividendenrendite und vor allem für das enorme interne Wissen um Trends, Technik und Entwicklungen.



WIRTSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

Im Jahr 2013 erzielt CEWE mit einem Umsatz von 528,6 Mio. Euro (+ 4,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) einen neuen Höchstwert. Besonders das Wachstumsfeld Online-Druck ist weiter auf einem sehr guten Weg. Hier legt der Umsatz um 16,8 Mio. Euro auf 59,8 Mio. Euro zu (+ 39,2 Prozent) und hat damit das anvisierte Ziel erreicht.



+ Die wirtschaftlichen Zielsetzungen wurden 2013 erneut erreicht. Die Zielsetzung für 2014 ist eine Umsatzsteigerung, die in der Bandbreite von 525 Mio. Euro bis 540 Mio. Euro liegen wird. Das Ergebnis je Aktie soll zwischen 2,84 und 3,45 Euro liegen.

Unternehmensentwicklung

Wirtschaftliche Prognose basierend auf auszumachenden Trends  
Startpunkt der Arbeit an einer langfristig gesunden wirtschaftlichen Entwicklung bei CEWE ist die Aufnahme von Technologie- und anderen Markttrends aus allen erdenklichen Quellen: Ergebnisse von Marktforschungsinstituten, Kongresse und Symposien, Fachpresse und allgemeine Wirtschaftspresse, Gespräche mit Lieferanten, Handels-

partnern und Konsumenten. Die so gewonnenen Erkenntnisse werden in das langfristige CEWE-Prognosemodell eingepflegt und geben dem Management dort eine Perspektive auf mögliche zukünftige Gewinn- und Verlust-Rechnungen, Bilanzen und Cash-Flows.

Kontinuierliche Unternehmenstransformation:  
CEWE definiert Initiativen und setzt sie konsequent um

Auf Basis dieser Prognose definiert CEWE Initiativen, um durch diese die zukünftige Entwicklung im Sinne des Unternehmens und aller Stakeholder zu beeinflussen. Die Wirkung dieser Initiativen wird ebenfalls in das CEWE-Prognosemodell aufgenommen.

Während diese beschriebene Planungsarbeit – außer in Ausnahme-situationen – meist einmal jährlich durchgeführt wird, wird in der Folge kontinuierlich an den Initiativen gearbeitet und die Umsetzung in den regelmäßig stattfindenden Besprechungen (einschließlich Vorstandssitzungen) eng verfolgt. So arbeitet CEWE permanent an seiner Transformation.

Langfristigen Gewinn und Unternehmenswert im Blick

Mit diesen Maßnahmen zielt CEWE klar auf die Optimierung der langfristigen Unternehmenssituation. Dabei ist das Ergebnis eines Quartals und auch manchmal eines Jahres weniger entscheidend als die langfristige Stärke des Unternehmens. CEWE denkt in Dekaden. In dem Prognosemodell lassen sich solche langfristigen Aspekte in vielen Fällen am Unternehmenswert erkennen.

Forschung und Entwicklung mit Innovationsgespür

Forschung und Entwicklung hatten bei CEWE schon immer eine große Bedeutung. Viele eigene Patente für Maschinen und Vorrichtungen in der Produktion halfen bereits zu Zeiten der analogen Fotografie, die Technologie- und Innovationsführerschaft in Wettbewerbsvorteile umzusetzen. Im digitalen Zeitalter hält CEWE an dieser Tradition fest, sowohl bei der

Technologie in der Fertigung als auch in der Softwareentwicklung. Dazu nimmt CEWE aktiv an branchenübergreifenden Messen, Kongressen und auch Verbänden teil, um in multilateralen Netzwerken und Partnerschaften wichtige Trends und Innovationen rechtzeitig aufzuspüren, zu bewerten und umzusetzen. Auditierungen durch externe Spezialisten bringen in vielen Bereichen Verbesserungspotenziale ans Licht.

Der Forschungs- und Entwicklungsbereich bei CEWE kümmert sich mit seinen mehr als 120 Mitarbeitern neben der Bestell-Softwareentwicklung und dem Webdesign für die Handelspartnerseiten auch um die Entwicklung der Produktionssoftware und um den Betrieb der Plattform zur Datenannahme. Bei der Softwareentwicklung setzt CEWE nicht auf starre, sondern auf agile Softwareentwicklung. Planung, Entwicklung und Auswertung wechseln sich in kurzen Intervallen ab, um die Produkte und Software-Features schneller und besser getestet an den Markt zu bringen. Zu diesem Zweck lebt CEWE Open Innovation, das heißt, ist in intensivem Austausch mit der Umgebung, ist auf allen relevanten Messen und Kongressen vertreten und kooperiert mit Marktführern. Über Foren, Nutzergruppen, Feedback aus dem Kundendienst und durch direkte Kontakte mit engagierten Nutzern gewinnt die Abteilung Ideen und entwickelt Software und Produkte, die der Markt fordert.

Nachhaltige Markenführung

Hinter der Marke CEWE steht ein Markenversprechen, das sich in Softwarequalität, Druck- und Buchbindequalität, Produktionsgeschwindigkeit, Servicequalität und Produktvielfalt ausdrückt. Das gesamte Unternehmen arbeitet daran, diesem Versprechen über alle Produkte und Services hinweg gerecht zu werden.

Selbst gestaltete Fotoprodukte haben für Kunden von CEWE eine hohe emotionale Bedeutung. Sind es doch ihre schönsten, aufregenden und glücklichsten Momente, denen sie mit viel Engagement zu einem bleibenden Wert verhelfen. Die Freude, die bei der Beschäftigung mit CEWE Produkten entsteht, soll sich zu 100 Prozent im Ergebnis widerspiegeln. Um dies zu garantieren, beginnt der interne Prozess des Qualitätsmanagements bereits bei der Entwicklung einer anwender-

freundlichen Softwareoberfläche, setzt sich bei der Auswahl der Verfahren und der verwendeten Materialien fort und schließt erst mit der Endkontrolle jedes einzelnen Produkts durch einen CEWE Mitarbeiter ab.

Eine niedrige Reklamationsquote belegt, dass die Maßnahmen zur Qualitätsüberprüfung und -sicherung gut funktionieren. Ist ein Kunde dennoch mit dem Ergebnis nicht voll und ganz zufrieden, so können alle CEWE Markenprodukte innerhalb von sechs Wochen zurückgegeben werden. Dafür steht die 100-Prozent-Zufriedenheitsgarantie.

Seit 2012 misst CEWE die Kundenzufriedenheit auch in Hinblick auf eine Bereitschaft zur Weiterempfehlung. Mehr als 100.000 Konsumenten gaben seitdem in kurzen Befragungen ihr Feedback zu Produkten, Software und Services und sorgen so dafür, dass Prozesse stetig überprüft und weiterentwickelt werden.

Neben den gezielten Erhebungen ist es gerade der tägliche Kontakt mit den Kunden, der immer wieder neue Impulse und Verbesserungen hervorbringt. Der Kundenservice von CEWE ist – abgesehen von Feiertagen – täglich von 09:00 bis 22:00 Uhr erreichbar. Zahlreiche Experten von CEWE stehen per E-Mail, Telefon und in den sozialen Netzwerken im intensiven Dialog mit den Kunden. Hier werden Probleme erkannt und Verbesserungsvorschläge entgegengenommen. Alle Anfragen werden zügig und professionell beantwortet. Anregungen und Vorschläge werden immer wieder in die Produkt- und Softwareentwicklung aufgenommen.

Dass sich die intensiven Bemühungen um die Einhaltung des Markenversprechens auszahlen, belegen viele externe Testsiege: CEWE Produkte überzeugen immer wieder in puncto Qualität und Service. Im letzten Test der Stiftung Warentest zur Produktgruppe Fotokalender zeigten CEWE Produkte gleichbleibend brillante Farben, eine feine Auflösung und ausgewogenen Kontrast. Damit sicherte sich CEWE den Spitzenplatz mit der Bestnote 1,6. Die CEWE FOTOWELT App wurde in der DigitalPHOTO mit „Sehr gut“ bewertet und belegte in der CHIP Foto-Video und dem Android Magazin den ersten Platz. Ebenso stellten die CEWE KALENDER mit einem Testsieg in der CHIP Foto-Video wieder einmal ihre hohe

Qualität unter Beweis. Mit dem CEWE FOTOBUCH Premium Matt, das seit Herbst 2013 erhältlich ist, unterstreicht CEWE seinen innovativen und qualitativ hochwertigen Anspruch an das eigene Sortiment. Die neue Papierqualität überzeugte im fotoMAGAZIN als Digitaldruck-Testsieger.

+ Im Zentrum des CEWE Markenversprechens stehen neben bester Produktqualität ein offener Kundendialog und hohe Kundenzufriedenheit. Eine nachhaltige Markenführung lebt von einer hohen Produkt- und Servicequalität. Durch optimierte und innovative Prozesse und den intensiven Austausch mit seinen Kunden arbeitet CEWE kontinuierlich daran, dass die Marke auf Dauer Bestand hat.

Risikomanagement: Chancen und Risiken

Die Geschäftspolitik von CEWE ist darauf ausgerichtet, den Bestand des Unternehmens zu sichern, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern sowie dauerhaft angemessene Renditen zu erwirtschaften. Um dieses Ziel zu erreichen, erfordern die europaweiten Aktivitäten ein permanentes verantwortungsvolles Abwägen von Chancen und Risiken. Chancen zu ergreifen sowie die Fähigkeit, Risiken zu erfassen, zu analysieren und mit geeigneten Strategien zu reduzieren, sind wichtige Faktoren des unternehmerischen Handelns. Systematisches Chancen- und Risikomanagement ist die fortwährende Aufgabe des Vorstandes und Führungsaufgabe in jedem Verantwortungsbereich.

Die CEWE Stiftung & Co. KGaA und ihre Tochtergesellschaften unterliegen verschiedenen Risiken, die nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit sowie auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben könnten. CEWE hat daher in Übereinstimmung mit branchenüblichen Standards und gesetzlichen Bestimmungen ein internes Kontroll- und Risikomanagementsystem eingerichtet. Dieses soll das Unternehmen in die Lage versetzen, potenzielle Chancen zu erkennen, Risiken zu bewerten und erforderlichenfalls mit entsprechenden Maßnahmen gegenzusteuern. Das Kontroll- und Risikomanagement ist integraler Bestandteil der Geschäfts-, Planungs-, Rechnungslegungs- und Kontrollprozesse. Es ist in das Informations- und Kommunikationssystem der CEWE-Gruppe eingebunden und somit Teil des Führungssystems. Das Kontroll- und

Risikomanagement basiert auf einem systematischen, den gesamten Konzern umfassenden Prozess der Risikoeerkennung, -bewertung und -steuerung.

Das Risikomanagementsystem erfasst die Chancen und Risiken der einzelnen Risikofelder in einer jährlichen, konzernweiten Risikoinventur. Auf dieser Grundlage wird der jährliche Chancen- und Risikobericht erstellt. Im Laufe des Jahres erfolgt mindestens quartalsweise eine Überprüfung der Chancen- und Risikobewertungen. Diese werden ebenso mindestens quartalsweise an den Aufsichtsrat berichtet.

Neu auftretende Chancen und Risiken werden nach ihrer Meldung an den Risikobeauftragten in das Risikomanagementsystem aufgenommen und einem Risikoverantwortlichen zugewiesen.

Das interne Kontrollsystem ist also integraler Bestandteil sämtlicher Geschäftsprozesse der CEWE-Gruppe. Es umfasst eine Vielzahl von Überwachungs- und Steuerungsmechanismen und beruht im Wesentlichen auf vier Prinzipien:

- Vieraugenprinzip
  - integriertes Berichtswesen
- Funktionstrennung
  - externe/interne Revision

Die CEWE-Gruppe überwacht im Rahmen des Kontroll- und Risikomanagementsystems auch die Werthaltigkeit ihrer Beteiligungen an Tochterunternehmen. Die Beteiligungswerte werden regelmäßig entsprechenden Werthaltigkeitstests (Impairment-Tests) unterzogen.

Zu den wesentlichen Risikokategorien zählen strategische Risiken, operative Risiken, Finanzrisiken, rechtliche Risiken.

Die Aufgabe des Kontroll- und Risikomanagements obliegt dem Vorstand, dem Leiter der regionalen Profitcenter im In- und Ausland sowie den Zentralabteilungen und Projektverantwortlichen. Die federführende Verantwortung für die Gestaltung des Kontroll- und Risikomanagements liegt beim Vorstand.

Auch die möglichen Chancen sind in der Unternehmensplanung und dem Ausblick für 2014 berücksichtigt. Der Chancenbericht konzentriert sich deshalb auf Ereignisse, die zu einer positiven Abweichung von den Planzahlen führen könnten.

Chancen in den Segmenten Fotofinishing, Einzelhandel und Onlinedruck durch Innovationen, Konsolidierung oder organisches Wachstum zu nutzen oder weitere Chancen in angrenzenden, artverwandten neuen Segmenten zu erkennen – und dabei unnötige Risiken zu vermeiden – ist die Basis für ein nachhaltiges Wachstum der CEWE-Gruppe.

Finanzmanagement: CEWE schöpft Wert im operativen Geschäft, nicht mit finanzieller Feinoptimierung

Bei CEWE hat das Finanzmanagement die Aufgabe, die operative Wertschöpfung in Forschung und Entwicklung, Marketing, Vertrieb, Produktion und allen anderen Funktionen frei von allen finanziellen Zwängen zu halten. Die Grundregel ist: Covenants, Zahlungsfristen, Kapitalmarktkommunikation und Ähnliches müssen so gestaltet werden, dass die langfristig richtigen Entscheidungen gefällt und umgesetzt werden können.

Allein beim Rückkauf eigener Aktien war für CEWE die eigene Einschätzung des Unternehmenswerts von CEWE aus dem Prognosemodell ausschlaggebend. Wenn aus Unternehmenssicht der Aktienkurs den fairen Wert der Aktie deutlich unterschreitet, nimmt CEWE gezielt die Gelegenheit wahr, Aktien wertsteigernd zurückzukaufen.

Auch in der Finanzierung, im Bereich Investor-Relations, bei Investitionen und im allgemeinen Kostenbewusstsein hat das Finanzmanagement bei CEWE eine langfristige Perspektive.

Solide Fremdkapitalfinanzierung: starker Anteil langfristiger Linien  
CEWE arbeitet in vertrauensvollen und langfristigen Bankbeziehungen mit mehreren Banken zusammen. Die bei CEWE führenden Kreditgebenden Banken wurden ausgewählt, weil diese Institute eine ähnlich konservative Geschäftspolitik wie CEWE verfolgen. Mit allen Häusern pflegt CEWE auch eine kontinuierliche Kommunikation.

Bei der Gestaltung der Fremdkapitallinien achtet CEWE auf eine gesunde Mischung kürzerer Darlehensfristen und einen spürbaren Anteil langer Fristen. Um strategische Möglichkeiten auch sehr kurzfristig nutzen zu können, legt CEWE Wert auf eine ausreichende Höhe ungenutzter Kreditlinien.

Starke Bilanz: hohe Eigenkapitalquote

CEWE zielt immer auf eine starke Eigenkapitalquote, die dem Unternehmen Sicherheit und strategische Freiheit bietet. Diese Sichtweise gilt bei CEWE praktisch unabhängig von der aktuellen Finanzmarktsituation: Auch wenn gerade eine hohe „Kapitaleffizienz“ en vogue ist und eine höhere Hebelwirkung durch eingesetztes Fremdkapital gefordert wird, bleibt CEWE bei einer Eigenkapitalquote von etwa 40 Prozent oder höher.

Entsprechend gibt es bei CEWE keinerlei Bestrebungen, die Eigenkapitalrendite durch Reduktion des Eigenkapitals zu steigern. CEWE hält die Spekulation um Aktienwertsteigerung durch die Verringerung des Eigenkapitals und die dadurch erwartete Steigerung der Eigenkapitalrendite für falsch: Mit steigender Fremdkapitalquote ist für Unternehmen – wegen des gestiegenen Risikos – auch ein höherer Zinswert für das Fremdkapital zu zahlen. Somit steigt der Diskontierungszinssatz, und im Rahmen der Unternehmensbewertung entlang eines Discounted Cash-Flows ergibt sich unter dem Strich keine Werterhöhung. Bei der Kapitalrendite beachtet CEWE sehr wohl den Wert des Ergebnisses auf das eingesetzte Kapital (ROCE), der regelmäßig in den Quartals- und Jahresberichten dargestellt wird. Dieser steht aus Sicht von CEWE im sinnvollen Zusammenhang mit dem Unternehmenswert.

Investoren mit langfristiger Perspektive werden adressiert

Die in diesem Nachhaltigkeitsbericht dargestellte, traditionell langfristige Perspektive von CEWE wird seit Jahren Investoren gegenüber aktiv kommuniziert. Brokern, die den Kontakt zu Investoren herstellen, ist dieses Charakteristikum von CEWE bekannt. Auch sie arrangieren daher gezielt Kontakte zu potenziellen Investoren, die sich in langfristig ausgerichteten Unternehmen engagieren wollen. Dies ist wichtig, um Zielkonflikte mit eher kurzfristig ausgerichteten Investorentypen zu vermeiden, die vor einem sehr kurzfristigen Hoch im Aktienkurs einsteigen und dieses dann

① Covenants sind vertraglich bindende Zusicherungen des Kreditnehmers oder Anleiheschuldners während der Laufzeit eines Kredites.

zu einem ertragreichen Ausstieg nutzen möchten. Diese Taktik mag für solche Investoren aufgehen; CEWE sähe sich jedoch vor der Herausforderung, auch den beim Kurshoch eingestiegenen Investoren eine auskömmliche Entwicklung zu bieten – was durch ein spekulatives Auf und Ab der Kurse schwierig wäre. CEWE zieht eine stetige positive Entwicklung vor und wünscht sich dazu Aktionäre mit einer langfristigen Perspektive. Durch die Suche nach einem dazu passenden Aktionariat werden im Vorfeld unproduktive Auseinandersetzungen vermieden und so letztendlich Kosten gespart.

**Keine Angst vor Investitionen, aber mit Augenmaß und gerechnet**  
Eine Folge der langfristigen Perspektive ist eine grundsätzliche Investitionsbereitschaft. Jede Investition wird jedoch deutlich hinterfragt und größere Investitionen werden – wenn keine Erfahrungswerte bestehen – durch Investitionsrechnungen abgesichert. Alle größeren Investitionen werden im Nachhinein geprüft und bewertet.

Auch kann CEWE – gerade wegen der unmittelbaren Zahlungsfähigkeit durch vorhandene liquide Mittel oder freie Kreditlinien – Sonderangebote von Lieferanten speziell bei Investitionsgütern immer wieder wahrnehmen. Dadurch werden zum Beispiel Investitionen vorgezogen, sind dann aber sehr viel günstiger, als wenn sie später getätigt würden. So wird ein kurzfristiger Nachteil in Kauf genommen zugunsten eines langfristigen sehr viel größeren Vorteils.

**Keine spekulativen Anlagen – nur solide Parkposition für freie Finanzmittel**  
Wenn liquide Mittel nicht zur Rückzahlung von Darlehen genutzt werden können, so werden diese in der Regel festverzinslich geparkt. Spekulative Anlagen werden nicht eingegangen.

**Kostenbewusstsein bei CEWE: Der spitze Bleistift ist immer dabei**  
Das traditionelle, mittelstandstypische Kostenbewusstsein ist bei CEWE sehr ausgeprägt. Häufige Aussagen sind: „Müssen wir das extern vergeben – können wir das nicht selbst? Da reichen drei Angebote nicht – lassen Sie uns noch weitere einholen. Müssen wir das persönlich besprechen – alle kennen sich, lassen Sie uns das doch per Videokonferenz klären.“

**CEWE fördert Eigentum der Mitarbeiter an CEWE**  
CEWE ist daran gelegen, dass Führungskräfte und Mitarbeiter so denken und handeln, als wäre es ihr eigenes Unternehmen. Damit dies nicht ein theoretischer Gedanke bleibt, fördert CEWE die Mitarbeiterbeteiligung am Unternehmenseigentum. Die Mittel dazu sind Mitarbeiter-Aktienprogramme im maximalen steuerlichen Rahmen sowie Aktienoptionen für Führungskräfte.

**Qualitätsmanagement**  
Das Qualitätsmanagement umfasst sowohl den digitalen Workflow als auch die Fertigung der Produkte in den Produktionsstätten bis hin zur Endkontrolle. Industrielle Fertigung und hoher Qualitätsanspruch ergänzen sich hierbei in idealer Weise.

Für das CEWE FOTOBUCH sind standardisierte Prozesse entwickelt worden, um eine hohe Qualität zu sichern. Das Qualitätsmanagement von CEWE beginnt mit der Auswahl der Verfahren und der verwendeten Materialien. Alle Materialien werden regelmäßig geprüft und der Regelkreis und Austausch mit der Qualitätskontrolle des Lieferanten wird ständig intensiviert. CEWE 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 auf Zwölfarbsysteme mit pigmentbasierten Tinten, die einen maximalen Farbraum, bessere Zwischentöne und höchste Stabilität garantieren.

Mit Saxoprint hat CEWE eine weitere Fertigungstechnologie integriert, den Offsetdruck. Das Online-Druck-Angebot wird mit modernsten Maschinen bearbeitet, wie z.B. drei Heidelberger Speedmaster XL 162 4/4 Großformat-Druckmaschinen. Die Weiterverarbeitung dieser Großbogentechnik wird mit automatisierten Systemen vorgenommen. Die Bearbeitung der digitalen Daten ist eine der wichtigsten Kernkompetenzen. Der digitale Workflow ist selbst programmiert und unterliegt ständigen Verbesserungsprozessen.

Ebenso setzt CEWE zur Bildverbesserung die beste Software ein, justiert sie nach den eigenen hohen Qualitätskriterien und überprüft sie ständig.

Für die entscheidenden farbgebenden Prozesse hat CEWE Prozesskontrollen eingeführt, die eine gleichbleibende Farbqualität sichern. Diese sind weitgehend Eigenentwicklungen für den Digitaldruck, die sich an vergleichbaren professionellen Standards aus anderen Bereichen orientieren. 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.

*+ CEWE erhebt den Anspruch, Reklamationen kulant und zügig zu bearbeiten. Ständiges Ziel ist es, die Reklamationsquote trotz wachsender Komplexität der hergestellten Produkte auf einem niedrigen Niveau zu halten. Dies wurde 2013 mit einer Quote von 0,39 Prozent erneut erreicht (2012: 0,31 Prozent).*

**Produktsicherheit**  
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 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.

Produktneueinführungen erfolgen nur mit den entsprechenden Zertifikaten. Zusätzlich wird ständig die aktuelle Gesetzgebung verfolgt und in allen Verfahren berücksichtigt. Die eigenen Kriterien gehen dabei über die gesetzgeberischen Vorgaben hinaus und befolgen alle aktuellen Empfehlungen des Bundesinstituts für Risikobewertung.

*+ Ziel ist es weiterhin – wie im Jahr 2013 auch – Produkte ohne jegliche Sicherheitsmängel zu vertreiben.*

**Lieferantenmanagement**  
CEWE stellt hohe Anforderungen an die Lieferanten. Niedrige Kosten, ausgewiesene Prozesskompetenz, nachhaltige Qualitätssicherheit und Innovationsführerschaft sind Voraussetzungen für eine langfristige Partnerschaft. An erster Stelle steht für den Zentraleinkauf neben einer preisorientierten Beschaffung ein integriertes Qualitätsmanagement bei den Lieferanten. Prozesssicherheit und moderne Fertigungsverfahren sind die Grundvoraussetzungen für eine stabile Qualität des eingekauften Materials. Gemeinsam mit ausgewählten Partnern finden Entwicklungen im Bereich Produktionsmaterial sowie Maschinen und Anlagen statt, die zu maßgeschneiderten Lösungen im Produktionsprozess führen.

Dort, wo es möglich ist, arbeitet CEWE mit lokalen Lieferanten. Für die Produktion und das von ihr benötigte Material bedeutet dies, dass zu 40 Prozent in Deutschland, zu 31 Prozent im Europäischen Wirtschaftsraum und zu 29 Prozent im außereuropäischen Ausland eingekauft wird. Zur Vermeidung von Risiken strebt das Unternehmen für produktionskritisches Material eine Zweielieferantenstrategie an. Seit 2011 wird diese auch im Bereich Verpackung und Digitaldruckpapiere umgesetzt.

Sämtliche relevanten Lieferanten sind über die Compliance-Richtlinien, die sich CEWE auferlegt hat, schriftlich informiert und tragen diese in vollem Umfang mit. Sie sorgen dafür, dass die gesetzlichen Bestimmungen in ihren jeweiligen Verantwortungsbereichen eingehalten werden.

Bei Lieferanten aus kritischen Gebieten, wie z. B. China, werden regelmäßig Lieferantenaudits durchgeführt. Besondere Bedeutung kommt dabei der Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften im Bereich Arbeitszeiten, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Umweltschutz sowie dem Verbot von Kinderarbeit zu. Es wurden vor Ort Lieferanten für die Produktsegmente Keramik, Stofftiere, Holzrahmen und Textil auditiert. Alle besuchten Betriebe entsprachen den hohen Anforderungen von CEWE.

① In den Compliance-Richtlinien stehen die Verhinderung von Korruption und kartellrechtswidrigen Absprachen sowie die Bekämpfung von Kinder- und Zwangsarbeit im Vordergrund.



## ANDREA HUMMELBECK

arbeitet im Cover-Kompetenzzentrum,  
Abteilung Sonderdruck



# Immer 100 Prozent

Andrea Hummelbeck arbeitet seit sechs Jahren in der Produktion von CEWE. Früher unterstützte sie das Team regelmäßig als Saisonkraft in der Vorweihnachtszeit. Auch dank ihrer Hilfe schafften es die vielen CEWE FOTOBUCH Exemplare und CEWE KALENDER rechtzeitig zum Fest zu den Kunden. Seit drei Jahren ist sie fest angestellt und hat die Qualität der hochwertigsten CEWE Produkte das ganze Jahr über im Blick.

### **Frau Hummelbeck, fotografieren Sie gern? Und womit?**

Ja. Ich fotografiere gern, und das schon seit 20 Jahren. Die Samsung Galaxy Kamera gefällt mir besonders. Die Fotos haben eine hohe Qualität und ich mag die einfache Bedienung. Damit ist fotografieren so einfach wie telefonieren. Wirklich jedem gelingen gute Aufnahmen und man kann die Bilder direkt auf dem großen Display anschauen und entscheiden, ob man sie behalten möchte.

### **Was fotografieren Sie am liebsten?**

Meinen Enkelsohn Justin. Als er gerade ein halbes Jahr alt war, hat er eine kleine Kinderbrille bekommen. Es gibt ein Foto, auf dem er über den Brillenrand schaut wie ein kleiner Professor. Das sieht witzig aus und ich mag die Aufnahme sehr.

### **Was machen Sie mit Ihren Fotos?**

Viele sind auf meiner Festplatte gespeichert. Seit einiger Zeit sortiere ich und bringe Ordnung hinein. Sobald das Wetter wieder schlechter wird, werde ich aus den schönsten Motiven das ein oder andere CEWE FOTOBUCH machen.

### **Was gefällt Ihnen an Ihrer Arbeit bei CEWE?**

Ich habe täglich mit den schönsten Erinnerungen zu tun. Viele unserer Kunden geben sich große Mühe. Sie investieren viel Zeit und Kreativität in die Erstellung ihres CEWE FOTOBUCHs. Mein Anspruch ist es, ihre Erwartungen zu 100 Prozent zu erfüllen, damit sie stolz auf das Ergebnis und zufrieden mit unserer Arbeit sind.

MITGLIED- UND PARTNERSCHAFTEN



 [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)  
[www.cdp.net](http://www.cdp.net)

UN Global Compact

Der 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 12.000 Unternehmen und andere Stakeholder aus über 145 Ländern.

Das Deutsche Global Compact Netzwerk ([www.globalcompact.de](http://www.globalcompact.de)) umfasst heute über 250 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 beteiligt sich seit September 2010.



CDP

CDP (vormals Carbon Disclosure Project) ist eine Non-Profit-Organisation, die mehr Transparenz bei CO<sub>2</sub>-Emissionen von Unternehmen erreichen will. Die 722 Investoren, die weltweit hinter CDP stehen, fordern jährlich Unternehmen auf, ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen und Strategien im Umgang mit dem Klimawandel offenzulegen.

CDP hat, basierend auf den Angaben der Unternehmen, das weltweit größte frei verfügbare Emissionsregister zu unternehmensbezogenen CO<sub>2</sub>-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 hat bereits mehrfach am Carbon Disclosure Project teilgenommen.



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

Der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME), 1954 gegründet, ist Dienstleister für 9.000 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. 38 regionale Gliederungen organisieren bundesweit jährlich 400 informative Veranstaltungen (Fachvorträge, Lieferantentage, Firmenbesuche) rund um Einkauf und Logistik.

+ CEWE trat Ende 2009 dem Verhaltenskodex des BME bei.



Niedersachsen Allianz für Nachhaltigkeit

Die Niedersachsen Allianz für Nachhaltigkeit ist eine Kooperation zwischen Landesregierung, Unternehmen, Verbänden und Gewerkschaften. Ihr Hauptziel ist die Verbesserung der nachhaltigen Entwicklung und damit die Stärkung unseres Wirtschaftsstandortes Niedersachsen.

Dabei steht nicht nur die ökologische Nachhaltigkeit im Fokus, sondern auch die ökonomischen und sozialen Aspekte der Nachhaltigkeit. So soll eine große Bandbreite von Themen abgedeckt werden, die zusammenwirken müssen, um erfolgreiche Ergebnisse zu erzielen.

Außer auf den Austausch von Erfahrungen und Best-Practice-Beispielen sowie die fundierte Information der Öffentlichkeit setzt die Allianz auf die Eigenverantwortung ihrer Mitglieder. Branchenspezifische Vereinbarungen und betriebliche Projekte helfen dabei, das Thema Nachhaltigkeit in betrieblichen Prozessen zu verankern.

+ CEWE ist seit Februar 2011 Mitglied der Allianz.

 [www.bme.de](http://www.bme.de)  
[www.nachhaltigkeitsallianz.de](http://www.nachhaltigkeitsallianz.de)

**B.A.U.M. e.V.**

Seit 1984 sensibilisiert der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M. e.V., [www.baumev.de](http://www.baumev.de)) Unternehmen, Kommunen und Organisationen für die Belange des Umweltschutzes sowie die Vision des nachhaltigen Wirtschaftens. Die Initiative steht ihren Mitgliedern bei der ökologisch wirksamen, ökonomisch sinnvollen und sozial gerechten Realisierung dieser Ziele beratend zur Seite. B.A.U.M. e.V. fördert einen intensiven sowie praxisorientierten Informations- und Erfahrungsaustausch.

Durch Serviceangebote, Empfehlungen und Vermittlung von Kontakten unterstützt B.A.U.M. e.V. bei der Umsetzung von Umweltmanagement- und Nachhaltigkeitsstrategien in die Praxis. Zusammen mit den Mitgliedsunternehmen entwickelt der Arbeitskreis neue strategische Konzepte und aktualisiert bestehende Systeme und Methoden hinsichtlich umweltrelevanter und nachhaltiger Wirtschaftsweisen.

+ CEWE ist seit 2012 Mitglied des Netzwerkes.

**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](http://www.fsc-deutschland.de)) ist eine internationale gemeinnützige Organisation mit Sitz in Freiburg 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 Betriebe ist 2010 erfolgt. 2011 folgten alle Betriebe der CEWE-Gruppe europaweit.



[www.baumev.de](http://www.baumev.de)  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org)

**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 ist seit Beginn des Projektes aktiver Netzwerkpartner.

**Deutsche Post DHL und DPD Total Zero**

GoGreen ist eine CO<sub>2</sub>-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. 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.

Total Zero ist der CO<sub>2</sub>-neutrale Versand des Paket- und Expressdienstleisters DPD, der im Juli 2012 eingeführt wurde. Für diese Initiative wurde DPD unter anderem mit dem Nachhaltigkeitspreis „HANSE GLOBE 2012“ ausgezeichnet.

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

+ Die Online-Plattform CEWE-PRINT.de versendet seit 2012 alle Sendungen mit DPD Total Zero.



[www.ertemis.eu](http://www.ertemis.eu)  
[www.gogreen.de](http://www.gogreen.de)  
[www.dpd.com](http://www.dpd.com)



**KARINA WICZKOWSKI**

Inhouse Consultant SAP im Bereich FI/CO



# Verantwortlich handeln

Karina Wiczowski wechselte vor eineinhalb Jahren von einer Hamburger Unternehmensberatung in den Bereich betriebliche IT. Sie hat sich CEWE ganz bewusst als Arbeitgeber ausgesucht, denn zum einen fotografiert sie gern und zum anderen war sie auf der Suche nach einem mittelständischen Unternehmen, das international tätig ist und bei dem Nachhaltigkeit eine Rolle spielt.

**Frau Wiczowski,  
was denken Sie über Nachhaltigkeit?**

Für mich ist es eine wichtige Lebenseinstellung. Jeder Mensch sollte Verantwortung übernehmen und einen möglichst positiven Fußabdruck im Sinne der Umwelt hinterlassen. Für mich ist das nachhaltige Handeln eines jeden einzelnen Bürgers, aber gerade auch das Nachhaltigkeitsengagement der Unternehmen sehr wichtig.

**Haben Sie in der betrieblichen  
IT denn Berührungspunkte mit Nachhaltigkeit?**

Im Rahmen einer „Green-IT-Initiative“ haben wir im vergangenen Jahr unser Rechenzentrum in Hinblick auf seine Energieeffizienz optimiert. Ich greife für meine tägliche Arbeit regelmäßig darauf zu, deshalb hat mich die Nachricht, dass das Rechenzentrum für

seine gute Energieeffizienz mit dem Blauen Engel ausgezeichnet wurde, sehr gefreut. Pro Jahr sparen wir rund 150 Tonnen CO<sub>2</sub> ein und es gibt deutschlandweit erst vier Unternehmen mit dieser Auszeichnung. Es macht mich richtig stolz, dass wir eines davon sind.

**Haben Sie auch eine Kamera?**

Ja, aber da ich immer mit meinem Samsung Galaxy Note Tablet unterwegs bin, habe ich es mir angewöhnt, damit auch zu fotografieren. Ich empfinde das als super zeit- und platzsparend. Nach meinem letzten Urlaub in Australien habe ich die Rückreise direkt dazu genutzt, die besten Fotos auszuwählen, um sie in einem CEWE FOTOBUCH zu verewigen.

## UMWELTSCHUTZ MIT SYSTEM

Umweltverantwortung ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie. Am Produktionsstandort Oldenburg wurde bereits 2011 ein Umweltmanagementsystem gemäß DIN EN ISO 14001 aufgebaut, in die Praxis umgesetzt und zertifiziert. Im Jahr 2012 wurde dieses Umweltmanagementsystem in den weiteren deutschen Betrieben der CEWE-Gruppe in Mönchengladbach, München und Eschbach eingeführt. Die Zertifizierung erfolgte im Jahr 2013. Das System beschreibt den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Bezug auf alle Umweltleistungen. Die Basis bilden der Abgleich mit den gesetzlichen Bestimmungen sowie die von CEWE definierte Umweltpolitik, die sich in die Bereiche Energie sparen, Wasser schützen, Ressourcen schonen und Arbeitsschutz sichern gliedert. Die erfolgreiche Zertifizierung ist ein weiterer Schritt, um das Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit zu dokumentieren.

### Umweltpolitik

Arbeitssicherheit und Umweltschutz gelten für CEWE als wichtige Verpflichtung gegenüber den Mitarbeitern und der Gesellschaft. Deshalb umfassen die Selbstverpflichtungen von CEWE sowohl die Einhaltung der geltenden rechtlichen Bestimmungen als auch die darüber hinausgehenden Kundenanforderungen. Insbesondere hat CEWE auch individuelle Kundenanforderungen im Blick und verpflichtet sich, diese einzuhalten. Bei Planung und Investitionen setzt CEWE 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 von Mitarbeitern und der Umwelt.

*+ Die ständige Verbesserung von Arbeitssicherheit und Umweltschutz sowie die Vermeidung von Umweltbelastungen sind erklärtes Ziel. Innerhalb der letzten 13 Jahre hatte CEWE keinen Verstoß gegen Auflagen im Umweltbereich zu vermelden. Diese Maßgabe ist 2013 erneut erfüllt worden und bleibt permanentes Ziel für die folgenden Jahre.*

### Das Vierpunkteprogramm von CEWE

Arbeitssicherheits- und Umweltschutzpolitik richten sich bei CEWE 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 erneut Fortschritte sowohl bei der Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen als auch bei der Verbesserung der Energiebilanz gemacht. Aufgrund der guten Qualität und Offenheit der veröffentlichten Zahlen zu Kohlendioxidemissionen wurde CEWE 2010 und 2011 als eines von wenigen SDAX-Unternehmen in den Carbon Disclosure Leadership Index aufgenommen. Auch 2012 und 2013 wurden gleichbleibend gute Transparenzindizes erzielt. Das Carbon Disclosure Project wurde im Jahr 2000 in London gegründet. Erklärtes Ziel der Non-Profit-Organisation ist, mehr Transparenz hinsichtlich der klimaschädlichen Treibhausgasemissionen zu schaffen. In Deutschland nehmen die größten Aktiengesellschaften teil und veröffentlichen ihre Kohlendioxidemissionen.

Auch zukünftig wird der Klimaschutz von CEWE aktiv vorangetrieben. Hierzu wurde im Jahr 2013 mit der Einführung des Energiemanagementsystems DIN EN ISO 50001 in allen deutschen Betrieben begonnen und die Zertifizierung steht für 2015 auf dem Programm. Energieeffizienz und Energiebewusstsein sollen dadurch bei CEWE noch besser gemanagt, dokumentiert und in den kontinuierlichen Verbesserungsprozess integriert werden.

### ■ 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-Gruppe. Erfasst und berichtet werden alle direkten CO<sub>2</sub>-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 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 direkt und durch Stromverbrauch verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen insgesamt 13.473 t (Scope 1 und 2). Das ist eine Verringerung von 888 t (6 Prozent) gegenüber dem Vorjahr (14.361 t). Als bezogene Größe ausgedrückt beträgt die CO<sub>2</sub>-Emission etwa 25 t pro 1 Mio. Euro Umsatz gegenüber 29 t pro 1 Mio. Euro im Jahr 2012, eine Verbesserung um etwa 13 Prozent. Der Energieaufwand und die daraus resultierenden CO<sub>2</sub>-Emissionen, bezogen auf die Menge des eingesetzten Materials, reduzierte sich von 493 kg/t um 19 Prozent auf 401 kg/t (kg CO<sub>2</sub> pro Tonne Material). Diese Zahlen drücken einen Effizienzgewinn aus und zeigen, dass CEWE auf einem guten Weg ist, mehr Material zu verarbeiten und einen höheren Umsatz zu generieren, ohne den Strom- und Gasverbrauch zu erhöhen.

Im Vergleich hierzu liegen die Scope-3-CO<sub>2</sub>-Emissionen für Warenanlieferung und Lieferlogistik sehr hoch. Aus diesem Grund befasst sich das Energiesparmanagement nicht nur mit den betriebsinternen Prozessen, sondern auch ausführlich mit der Optimierung der Lieferanten- und Vertriebslogistik.

### ■ Scope-1-Emissionen

Zu den Scope-1-Emissionen zählt CEWE die eigenen Verbrennungsaggregate, wie z. B. Gasthermen für Warmwasser und Heizung, Ölthermen und eigene Fahrzeuge. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen nach Scope 1 sind im letzten Jahr von 3.618 t auf 3.343 t gesunken. Dies liegt auch daran, dass bei Saxoprint sehr effektiv die Maschinenabwärme für Heizzwecke genutzt wird. Zuletzt sind auch verstärkt verbrauchsärmere Fahrzeuge in der Dienstwagenflotte unterwegs, die zur Reduktion des Scope-1-Carbon-Footprints positiv beitragen. 2013 wurden etwa 810.000 m<sup>3</sup> Gas verbraucht (890.000 m<sup>3</sup> im Jahr 2012). Die Erneuerung von Klimaanlage verbindet CEWE mit dem Einsatz von Wärmerückgewinnungstechniken.

*+ Ziel ist es, erneut eine fünfprozentige Reduktion des Gasverbrauches bis Ende des Jahres 2014 zu erreichen.*

2010 wurde in Kooperation mit EWE ein Pilotprojekt gestartet; seitdem ergänzen vier Erdgasfahrzeuge den Fuhrpark von CEWE. Außerdem wurde 2012 ein Poolfahrzeug auf E-Mobil-Basis für den Oldenburger Betrieb angeschafft.

*+ Insgesamt besteht das Ziel im Konzern, bis 2015 eine Reduktion des Scope-1-CO<sub>2</sub>-Ausstoßes um 10 Prozent auf Basis des Jahres 2012 zu erreichen.*

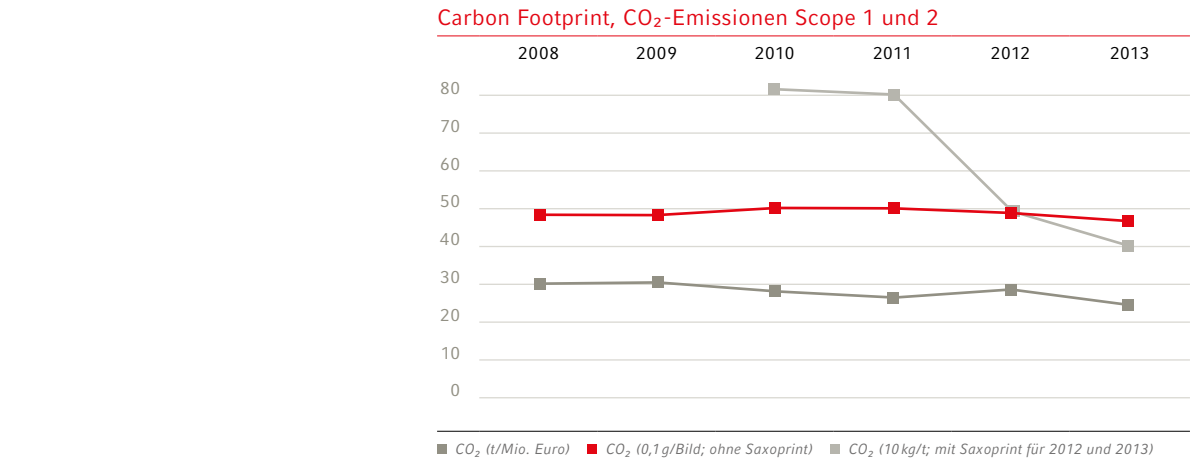
### ■ Scope-2-Emissionen

Bei den Scope-2-Emissionen wird die jährlich bezogene elektrische Energie der Verarbeitungsbetriebe pro Land in Kilowatt mit den jeweiligen landesspezifischen Emissionsfaktoren multipliziert, so wie es das GHG Protocol vorsieht. 2012 stieg der Stromverbrauch aufgrund der Erweiterung des Bilanzrahmens um die zum Februar 2012 integrierte

Saxoprint GmbH auf 26,7 GWh/a (2011: 21,3 GWh/a). Dagegen konnte der Stromverbrauch im Jahr 2013 auf 25,2 GWh/a vermindert werden. Die Verbrauchsintensität verwendet als Bezugsgröße die Materialbilanz. Denn der Offsetdruck bei Saxoprint unterscheidet sich im Vergleich zu Digitaldruck und fotografischer Entwicklung deutlich in Produktionsverfahren und Energieeinsatz. Die Gemeinsamkeit liegt im effizienten Bedrucken von Materialien, die zum größten Teil aus Papier bestehen. Daher erscheint der Bezug zur Masse der eingesetzten Materialien als sinnvolle Lösung, wie sie auch in der Druckindustrie üblich ist. In der Tabelle sind der materialmengenbezogene Stromverbrauch und die daraus resultierenden Scope-2-CO<sub>2</sub>-Emissionen aufgeführt.

+ CEWE hatte sich 2013 zum Ziel gesetzt, den spezifischen Stromverbrauch bis 2015 um mehr als 5 Prozent zu senken, auf 850 kWh/t. So sollten die daraus resultierenden Scope-2-CO<sub>2</sub>-Emissionen im Jahr 2015 weniger als 345 kg CO<sub>2</sub> pro Tonne Materialumsatz betragen.

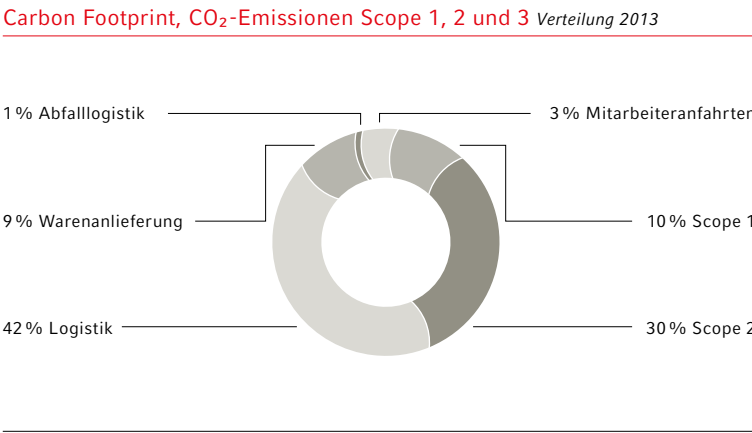
+ Dieses Ziel wurde schon 2013 übertroffen: Der spezifische Stromverbrauch sank 2013 auf 750 kWh/t und die daraus resultierenden Scope-2-CO<sub>2</sub>-Emissionen auf 302 kg CO<sub>2</sub> pro Tonne Materialeinsatz. Das Ziel für 2015 wird daher neu und ehrgeizig formuliert: eine weitere Senkung um 5 Prozent jedes Jahr auf 675 kWh/t bzw. 272 kg/t CO<sub>2</sub> bis 2015.



■ Scope-3-Emissionen

Die Logistikprozesse stellen in der Emissionsbetrachtung für den Klimaschutz den wichtigsten Bereich dar. Daher stehen sie im Umweltmanagement von CEWE sehr weit oben. Seit April 2010 nutzt CEWE den klimaneutralen Versand der Deutschen Post DHL (GoGreen) für den Mailorder-Versand. Damit kommen alle in Deutschland versendeten Mailorder-Produkte CO<sub>2</sub>-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. 31). Auch die internationalen Sendungen sollen klimaneutral mit GoGreen verschickt werden, was im Bereich Brief bereits umgesetzt wurde. Im Bereich Paket erfolgt die Zustellung über lokale Postanbieter in den jeweiligen Ländern und nicht mehr über einen deutschen Paketdienst. CEWE Mitarbeiter in den ausländischen Betriebsstätten sind mit den lokalen Dienstleistern in Kontakt, um auch im Ausland vergleichbare klimaneutrale Versandarten sicherzustellen.

Als weiterer Dienstleister ist im Oktober 2012 UPS-Express gestartet. Auch hier gibt es einen CO<sub>2</sub>-neutralen Versand, den CEWE mit 1,95 Prozent „Carbon Neutral Fee“ auf die Rechnungssumme unterstützen kann.



Entsprechende Vertragsverhandlungen sind abgeschlossen und seit Februar 2014 versendet CEWE UPS-Sendungen mit dem Carbon Neutral Programm der UPS.

+ Mittelfristiges Ziel ist es, auch die internationalen Sendungen klimaneutral zu versenden. Bis Ende 2014 steht als Zielsetzung, die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Bereich Scope 3 um weitere 5 Prozent zu senken.

Dafür wird der Bereich Logistik permanent umweltfreundlicher ausgerichtet. In den letzten drei Jahren konnten durch die Einstellung der Samstagsabholung, die Veränderung der Laboreingangszeiten und die Einstellung der Doppelstopps die CO<sub>2</sub>-Emissionen stark reduziert werden.

Insgesamt konnte CEWE 2013 die Logistik der Warenlieferung um weitere ca. 283 t CO<sub>2</sub> reduzieren, das macht eine Verringerung um 2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr aus (2012: 14.172 t, 2013: 13.889 t). Grund für die Reduzierung waren weniger Anfahrpunkte in den Liefergebieten und Optimierungen bei den Zustellturen.

+ Insgesamt betrugen die ermittelten CO<sub>2</sub>-Emissionen im Bereich Scope 3, die bei CEWE insbesondere die Logistik umfassen, 18.756 t im Jahr 2013; im Vorjahr 19.169 t. Das Ziel, die Emissionen um 5 Prozent zu senken, wurde im Bereich der Lieferlogistik erreicht. Wegen des gestiegenen Materialdurchsatzes wurde der Transportaufwand im Bereich der Warenanlieferung jedoch leicht erhöht, sodass die gesamte Reduktion im Bereich Scope 3 nur 2 Prozent betrug. CEWE arbeitet weiter an der Optimierung der Logistik und möchte 2014 im Bereich Scope 3 erneut Senkungen bei der Lieferlogistik um mehr als 5 Prozent erreichen.

■ Green IT

2011 wurde unter modernsten ökologischen Aspekten der Green IT der Neubau eines Rechenzentrums am Standort Oldenburg realisiert. 2012 wurde das neue Rechenzentrum in Betrieb genommen und 2013 als eines der ersten vier Rechenzentren in Deutschland mit dem Blauen Engel als besonders energieeffizientes Rechenzentrum ausgezeichnet. Hierdurch werden jährlich weitere 150 t CO<sub>2</sub> und somit 3 Prozent der gesamten Scope-2-Emissionen eingespart.

Ein weiteres Beispiel für die Relevanz des Klimaschutzes bei CEWE ist die Beteiligung am ertemis-Projekt (vgl. S. 31). 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 und weitere ausgewählte Unternehmen aus Niedersachsen eine nachhaltige IT-Strategie aufgesetzt.

Stromverbrauch und Scope-2-Carbon-Footprint			
Jahr	2012	2013	2015
	CEWE gesamt	CEWE gesamt	Ziel
Stromverbrauch (GWh/a)	26,7	25,2	
Stromverbrauch (kWh/t)	917	750	< 655
Scope-2-CO <sub>2</sub> -Emissionen (kg CO <sub>2</sub> e/t)	369	302	< 270



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.



■ Folgen des Klimawandels

Im Rahmen des Projektes nordwest2050 setzt sich CEWE 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 klimaangepasste 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.

Wasser schützen

CEWE 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

2013 hat CEWE 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 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 2013 um 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Somit wurde die Zielsetzung (eine Reduktion um 10 Prozent) erreicht. 2014 ist das Ziel, die spezifische Wasserquote auf 2,2–2,3l/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 2013 rund 70 Prozent des bezogenen Wassers für die chemischen Entwicklungsprozesse verwendet, 16 Prozent für Luftbefeuchtung und 14 Prozent für den Sanitärbereich.

■ Verbesserung der Abwasserqualität

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

Seit 2001 erfüllt CEWE die freiwillige Selbstverpflichtung der Fotoin-dustrie, den Eintrag harter Komplexbildner in das Abwasser um die Hälfte zu senken, da sie biologisch schwer abbaubar sind. CEWE kommt dieser strengen deutschen Auflage in allen Betriebsstätten europaweit nach. Anstelle der Komplexbildner EDTA, PDTA und DTPA setzt CEWE 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 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 Betrieben analysiert.

■ Rückgewinnung von Silber

Bei der Entwicklung von Film- und Fotopapier entsteht als Nebenprodukt Silber. Die deutsche Abwasserverordnung sieht eine Frachtbeschränkung von 30mg/m² Fotomaterial vor. Diesen Wert unterschreitet CEWE um das Fünf- bis Sechsfache. Gemäß der neuen europäischen Chemikaliengesetzgebung REACH (Verordnung [EG] Nr. 1907/2006) hat sich CEWE als Erzeuger des Produktes Silber vorregistrieren lassen. Durch die konsequente elektrolytische Entsilberung der fotografischen Verarbeitungsbäder sowie die Verwendung von Low-Flow-Wässerungen und deren separate Entsilberung mithilfe von Ionentauscheranlagen gewinnt CEWE seit mehreren Jahren durchschnittlich 95 Prozent des Silbers zurück.

Im Jahr 2013 konnten so 5,7t Silber zurückgewonnen werden. Die reduzierte Menge gegenüber dem Vorjahr erklärt sich durch den starken Rückgang von Filmen und den geringfügigen Rückgang des Fotopapierverbrauchs.

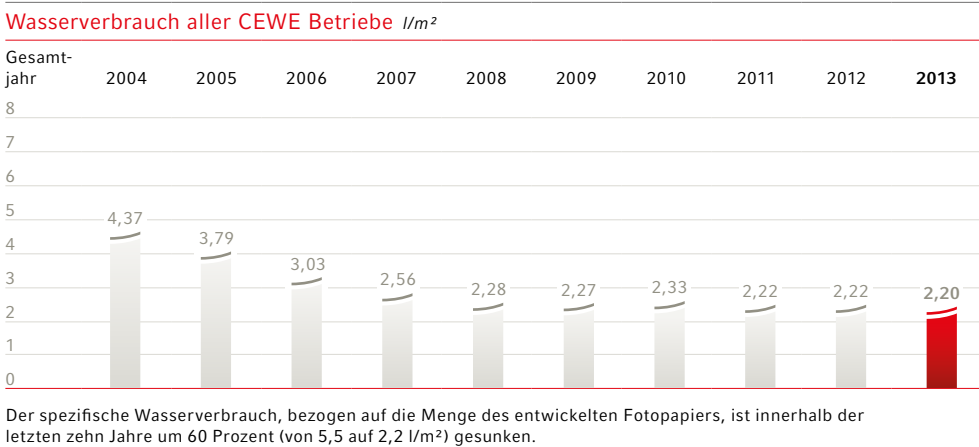
Ressourcen schonen

Der ressourcenschonende Einsatz von Materialien spielt bei CEWE seit der Gründung eine entscheidende Rolle. Die Auswahl der eingesetzten Mate-rialien 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 forciert den Einsatz umweltfreundlicher Materialien – insbeson-dere beim stärksten Produkt: dem CEWE FOTOBUCH. Das seit 2011 gesteckte Ziel – die FSC®-Zertifizierung aller Digitaldruckprodukte für alle Betriebe – wurde auch 2013 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 erzielte 2013 konzernweit eine hohe Recyclingquote von 89 Pro-zent. Die Quote resultiert aus dem wiederverwendeten Überlauf im Verhältnis zur gesamt angesetzten Menge an fotografischen Verarbei-tungsbädern. Sowohl die eingesetzten Mengen an Chemikalien als auch die Entsorgungsmengen konnten entsprechend reduziert werden. 2013 hat CEWE aus 212.000 Liter Chemikalien 8,0 Millionen Liter Foto-Verarbeitungsbäder angesetzt. Durch die hohe Recyclingquote mussten nur 501t Chemikalien entsorgt werden. Auch hier musste im Vergleich zum Vorjahr weniger entsorgt werden.

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



① Sensitometrie ist in der Foto-industrie die Sammelbezeichnung für Messverfahren, mit denen Eigenschaften, z.B. die Empfindlichkeit, fotografischer Materialien bestimmt werden.

Sämtliche fotochemischen Bäder aller CEWE Betriebe gelangen zur Analyse in das zentrale Labor nach Oldenburg. Hier werden auch die Rezepturen für die Recyclingansätze berechnet. Die gleichbleibend hohe Prozessqualität wird sichergestellt, indem mehrmals täglich zusätzlich zur analytischen Kontrolle sensitometrische Untersuchungen stattfinden.

■ Verpackungen

Mehr als 97 Prozent der Verpackungen bestehen aus Wellpappe, die zu großen Teilen aus recycelten Materialien hergestellt wird. Die verbleiben-den knapp 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 2014 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 hat seine Vollständigkeitserklärung für alle deut-schen Betriebe bei der Industrie- und Handelskammer in Oldenburg hinterlegt.

Mengenbilanz aller CEWE Betriebe (Materialien und Technologien) 2013			
Material	Gesamt (t)	Produkt (t)	Abfall (t)
Papier (Foto und Druck)	26.747	18.225	8.522
Weitere Produktbestandteile <sup>1</sup>	1.006	929	77
Verpackungsmaterialien	4.228	1.870	2.358
Betriebs- und Hilfsmittel <sup>2</sup>	1.634	336	1.298
Gesamt	33.615	21.360	12.255

<sup>1</sup> Fototaschen, Fotogeschenke (Tassen, T-Shirts ...), Dekormaterialien wie Canvas, Acryl etc.  
<sup>2</sup> Chemikalien, Farben und Lacke, Wasser für Chemikalienansatz, Imaging-Öl, Single-Use-Cameras, Metall der Filmdosen.

■ Mengenbilanz und Abfall

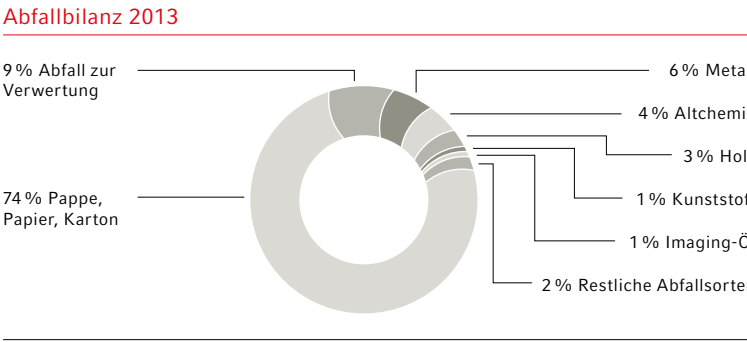
Die Abfallmenge der CEWE-Gruppe inklusive Saxoprint im Berichtsjahr 2013 betrug 12.255 t, was etwa 36 Prozent der eingesetzten Materialmenge (Abfallquote) entspricht. Im Vorjahr waren es 35 Prozent Abfallquote.

+ Das 2013 formulierte Ziel, durch Ausschussreduzierung die Abfallquote unter 35 Prozent zu senken, wurde nicht erreicht. Es wird weiterhin daran gearbeitet, die Abfallquote zu senken und innerhalb der nächsten drei Jahre die Abfallquote auf 30 Prozent zu reduzieren.

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

Insgesamt gibt es bei CEWE über 25 verschiedene Abfallarten. Die acht wichtigsten haben einen Anteil von mehr als 98 Prozent.

Das mit Abstand größte Abfallvolumen kommt aus dem Druckpapier-bereich (8.303 t, 68 Prozent) und aus dem Verpackungsbereich, der aus Papier und Kartonagen besteht (800 t, 6 Prozent).



Insbesondere im Druckpapierbereich wird sehr darauf geachtet, dass der Papierausschuss dem Recyclingprozess in qualitativ hochwertiger Weise zugeführt wird. Im Offsetdruckbereich werden allein drei verschiedene Papierformen getrennt gesammelt, um ein hochwertiges Recycling zu ermöglichen.

Der normale Industrieabfall (Abfall zur Verwertung) stellte 2013 mit 1.135 t 9 Prozent der Gesamtabfallmenge dar.

Aus der Aufbereitung der fotografischen Bäder fielen 2013 etwa 501 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 Foto-papierreste sowie weitere hochkalorische Abfallfraktionen werden in der Zementindustrie als Ersatzbrennstoff eingesetzt. Sämtliche Imaging-Öl-Abfälle, die beim Digitaldruck anfallen, führt CEWE einer Destillations-anlage zu. Nach der Reinigung folgt dann ein erneuter Einsatz – meist in der Farben- und Druckindustrie.

Metalle, Kunststoffe und Holz werden wiederverwertet, restliche Abfallarten, wie Bau- und Gartenabfälle, einer regelrechten Entsorgung zugeführt.

Arbeitsschutz sichern

CEWE setzt beim Schutz der Mitarbeiter hohe Standards. Denn die Mit-arbeiter sind es, die potenziell zuerst möglichen Umweltgefahren aus-gesetzt sind. Sicherheit am Arbeitsplatz ist primärer Aspekt für ein umweltgerechtes Handeln. CEWE hat entsprechend vorgesorgt und die Konzentration gefährlicher Stoffe weitestgehend reduziert. Zu diesem Zweck kommen im gesamten Produktionsprozess schonendste und modernste Technologien zum Einsatz. Im Bereich der Digitaldruckma-schinen werden die Bemühungen von CEWE deutlich: Der Druck erfolgt ozonarm und die gesetzlichen Grenzwerte werden dabei deutlich

unterschritten. 85 Prozent der Digitaldruckmaschinen, die das CEWE FOTOBUCH drucken, arbeiten mit sehr kleinen Tonerteilchen, was für die Bildqualität optimal ist. 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 Herstellung ausgewählter Digitaldruckprodukte im Ink-Jet-Ver-fahren lösemittelfrei. Seit mehr als zwei Jahren wird in den Digitaldruck-bereichen auf Isopropanol als Reinigungsmittel verzichtet und das deutlich weniger gesundheitsgefährdende Ethanol eingesetzt.

Auch im Offsetdruckbereich setzen sich die Bemühungen von CEWE fort: Es wird mineralöl- und alkoholfrei gedruckt. Das bedeutet, dass die verwendeten Offsetfarben auf pflanzlichen Fetten basieren und kein Isopropanol als Waschwasserzusatz eingesetzt wird.

Regelmäßige Arbeitsplatzbegehungen sowie jährlich stattfindende Gefährdungsanalysen und Rettungsübungen garantieren einen hohen Sicherheitsstandard. CEWE 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 für den Stammsitz Oldenburg im Oktober 2011 und für die weiteren Digitaldruckbetriebe in München, Mönchengladbach und Eschbach die Umweltmanagement-Zertifizierung nach DIN EN ISO 14001 erlangt.

+ Ziel für 2014 ist der Aufbau des Umweltmanagementsystems in weiteren CEWE Betrieben.

## BENEDIKT MARKOTA

Bereichsleiter Digitaldruck und Druckweiter-  
verarbeitung am Standort Germering



# Die Lizenz zum Fotografieren

Benedikt Markota fotografiert seit seinem sechsten Lebensjahr und hat vor neun Jahren bei Europas größtem Fotodienstleister seine Leidenschaft zum Beruf gemacht. Als einer der ersten Mitarbeiter absolvierte er in den vergangenen zwei Jahren das neue Führungskräftenachwuchsprogramm. Mit Erfolg: Kurz darauf folgte seine Beförderung zum Bereichsleiter.

### Herr Markota, was hat Ihnen am Führungskräftenachwuchs- programm gefallen?

Vor allem die Vernetzung. Das Programm verbindet die Teilnehmer mit vielen Themen und Funktionsträgern und schafft so tolle Einblicke in ganz unterschiedliche Unternehmensbereiche. Auch der Vorstand ist involviert – wir haben ihm unsere Projektarbeit präsentiert und intensiv darüber diskutiert.

### Welche Stellung nimmt das Fotografieren in Ihrem Leben ein?

Eine riesengroße – ich bin ein Foto-Maniac, fotografiere eigentlich immer. Ich reise mit meiner Canon 5D Mark II durch die ganze Welt, um zu fotografieren und bin häufig auf Konzerten unterwegs, um berühmte Musiker zu porträtieren.

### Und was machen Sie mit all Ihren Fotos?

Ich hatte schon Einzelausstellungen in Kulturzentren oder auch in einem schönen Restaurant in der Nähe meines Wohnorts. Außerdem poste ich meine Bilder auf Facebook und auf Fotoplattformen. Ich habe auch schon viele CEWE FOTOBUCH Seiten gefüllt und einige CEWE WANDBILDER verschönern meine Wände.

### Haben Sie ein Lieblingsfoto?

Ja, es ist auf einer Reise nach Israel entstanden und zeigt ein kleines Mädchen, das in einem roten Mantel allein durch eine Gasse läuft. Das Foto strahlt eine unglaubliche Fröhlichkeit und Leichtigkeit aus.



## SOZIALE VERANTWORTUNG – MITARBEITER IM MITTELPUNKT

Zum Erfolg eines Unternehmens tragen insbesondere die Mitarbeiter bei. Ein qualifiziertes Personalmanagement und die intensive Förderung des fachlichen Nachwuchses spielen deshalb eine große Rolle. Die Basis für eine gute Zusammenarbeit bildet eine transparente und offene Kommunikation. Um den laufenden gesellschaftlichen Veränderungen Rechnung zu tragen, sind viele Projekte umgesetzt und weitere, beispielsweise eine eigene Großtagespflegestelle für die Kinder von Mitarbeitern, befinden sich in der Planung.

CEWE ist heute als starker und moderner Arbeitgeber am Markt etabliert. Zur Sicherung der sozialen Zukunft hat CEWE vier Säulen definiert:

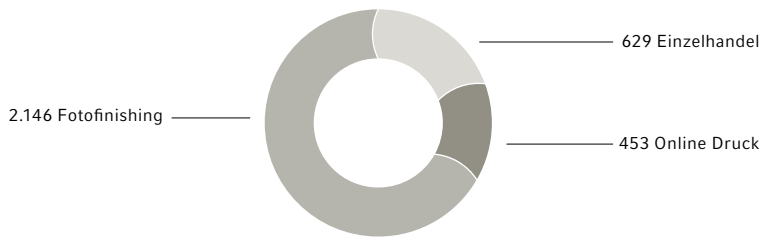
- verantwortungsvolles Unternehmertum
- qualifiziertes Personalmanagement
- Förderung von Nachwuchs
- moderne und sichere Arbeitsplatzgestaltung

### Personalstand, Durchschnittsalter und Betriebszugehörigkeit

Im Jahresdurchschnitt 2013 waren bei CEWE europaweit 3.228 Mitarbeiter beschäftigt (2012: 3.305). Der leichte Rückgang ist verursacht durch Restrukturierungsmaßnahmen an zwei Standorten.

Die Betriebszugehörigkeit betrug 2013 im Schnitt 11,4 Jahre (2012: 9,6 Jahre) – demzufolge gibt es Jahr für Jahr eine Vielzahl von Jubiläen. 2013 feierten 154 Mitarbeiter ihr Firmenjubiläum, davon sind mehr als zwei Drittel seit über 25 Jahren bei CEWE beschäftigt. Die langjährige Mitarbeit sichert in hohem Maße Know-how und Erfahrung.

Personalstand CEWE-Gruppe im Jahresdurchschnitt 2013 Anzahl Mitarbeiter



### Chancengleichheit

Bei CEWE 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 die Vielfalt der Mitarbeiter. Die unterschiedlichen Nationalitäten spiegeln auch die unterschiedlichen Märkte und Kunden wider. Allein in den deutschen Betrieben kommen rund 7,9 Prozent der Beschäftigten aus anderen Ländern. Weder dem Ombudsmann noch dem Betriebsrat sind im vergangenen Jahr Fälle von Diskriminierungen bekannt geworden.

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

Von den insgesamt 3.228 Mitarbeitern arbeiten 2.072 und damit rund 64 Prozent in den deutschen Betrieben (Vorjahr 2.093 bzw. 63 Prozent) und 1.156 Mitarbeiter und damit rund 36 Prozent (Vorjahr 1.212 bzw. 37 Prozent) in den ausländischen Betrieben der Gruppe.

### Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Der Anteil der weiblichen Beschäftigten in Deutschland betrug im Jahr 2013 51 Prozent (Vorjahr 55 Prozent). Vor allem die Anzahl von Frauen im mittleren Management soll durch weitere Fördermaßnahmen und weitere Verbesserungen bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf gesteigert werden.

Um Beruf und Familie besser koordinieren zu können, muss mit verschiedenen Maßnahmen an ganz unterschiedlichen Stellen angesetzt werden. Ein wichtiger Aspekt ist hier stets die Betreuung der Kinder während der Arbeitszeiten der Eltern. So arbeitet CEWE weiterhin mit dem AWO Eltern- und Seniorenservice Oldenburg zusammen, der CEWE Mitarbeitern kostenlose Beratungstermine anbietet, um die Unterbringung von Kindern oder betreuungsbedürftigen Senioren zu ermöglichen.

Aber auch in anderen Situationen benötigen Eltern Unterstützung in der Kinderbetreuung. Eine solche Situation ist die Ferienzeit: Schulen und Betreuungseinrichtungen schließen und der Jahresurlaub allein reicht nicht aus, um Kinder während der gesamten Ferien zu versorgen. Um Mitarbeiter in dieser besonderen Situation zu entlasten, bietet CEWE seit zwei Jahren eine Kinderferienbetreuung in den Sommerferien über einen Zeitraum von zwei Wochen an. Insgesamt 41 Kinder von CEWE Mitarbeitern haben 2013 teilgenommen. In Kooperation mit der „Spielefeuerwehr“ bauten sie eine Kettenreaktion, besichtigten den Arbeitsplatz ihrer Eltern und druckten selbst gemalte Bilder auf T-Shirts.

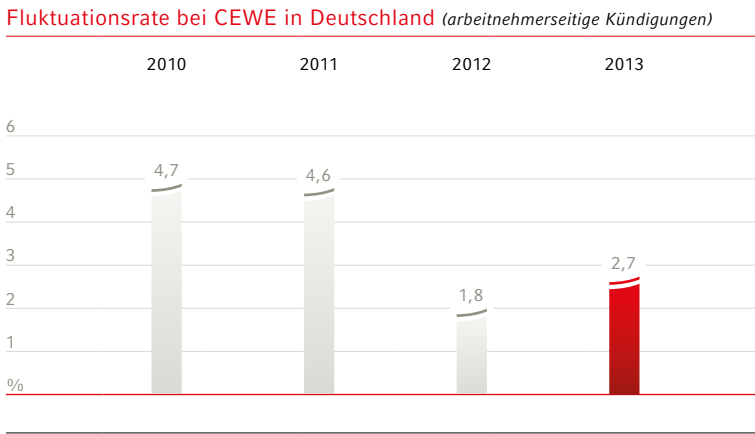
Für 2014 hat CEWE zur weiteren Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie geplant: die Eröffnung einer eigenen Großtagespflegestelle in unmittelbarer Nachbarschaft zum Labor in Oldenburg. Außerdem nimmt CEWE am audit berufundfamilie der Hertie-Stiftung teil.

+ CEWE will auch weiterhin ein attraktiver Arbeitgeber für Frauen sein. Hierfür sind mehrere Maßnahmen geplant, zum Beispiel Führungspositionen auch in Teilzeit zu besetzen.

Mitarbeiterzufriedenheit

Seit 2005 führt CEWE in den deutschen Betrieben immer wieder Umfragen zur Zufriedenheit der Mitarbeiter durch, die positiv ausfallen. Die Antworten liefern wertvolle Erkenntnisse, die in die Führungs- und Organisationsentwicklung einfließen. Bei der letzten Befragung im Jahr 2012 sind viele positive Rückmeldungen erfolgt. 71 Prozent der Mitarbeiter fanden, dass CEWE ein guter Arbeitgeber ist, der Vergleichswert anderer Teilnehmer in Unternehmen mit 500–2.000 Arbeitsplätzen lag bei 68 Prozent. Die Führungskräfte schnitten in der Beurteilung ihrer Mitarbeiter gut ab, insbesondere weil „sie vertrauen, ohne ständig zu kontrollieren“ und „anerkennen, dass Fehler passieren dürfen“. 80 Prozent der befragten Mitarbeiter gaben an, im Team stolz auf das gemeinsam Geleistete zu sein, und fast 90 Prozent empfehlen gern die eigenen Produkte.

Ein weiterer Indikator für die Zufriedenheit der Mitarbeiter ist die niedrige Fluktuationsrate von 7,9 Prozent (Arbeitgeber- und Arbeitnehmerkündigungen). Betrachtet man nur die Arbeitnehmerkündigungen, so liegt der Wert bei niedrigen 2,7 Prozent, Vorjahr 1,8 Prozent. Das Ziel, die Fluktuationsrate (bezogen auf die Arbeitnehmerkündigungen) unter 5 Prozent zu halten, wurde erreicht und besteht 2014 fort.

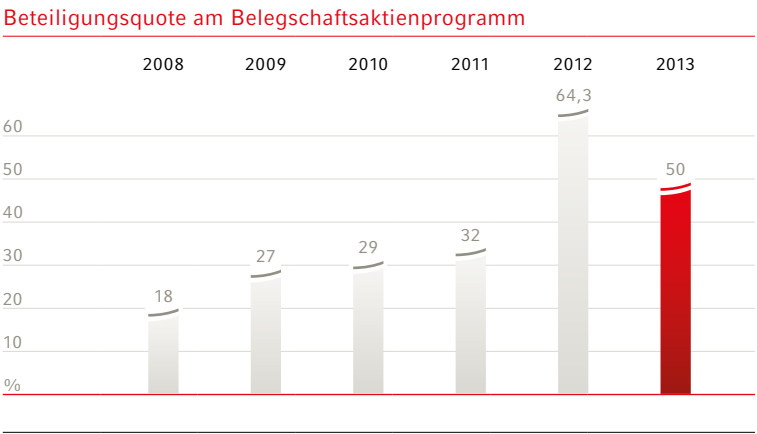


Mitarbeiterbeteiligung

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

Durch eine gelungene Kommunikation und die Möglichkeit, fünf Gratisaktien zu erwerben, ist die Anzahl der Mitarbeiter, die dieses Angebot nutzten, im Vergleich zum Vorjahr erneut angestiegen: von 1.066 Mitarbeitern im Jahr 2012 auf 1.157 Mitarbeiter im Jahr 2013. Dies entspricht einer Beteiligungsquote von rund 50 Prozent. Diese Entwicklung zeigt das Vertrauen der Mitarbeiter in die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit ihres Unternehmens.

+ Auch im Jahr 2014 besteht das Ziel, die Mitarbeiter über die Möglichkeit zur Beteiligung am Unternehmen zu informieren und möglichst viele Arbeitnehmer dafür zu gewinnen.



Altersvorsorge

Die Mitarbeiter von CEWE haben die Möglichkeit, durch arbeitnehmerfinanzierte Altersvorsorge privat für das Alter vorzusorgen. Das Unternehmen fördert diese Vorsorge mit tarifvertraglich vereinbarten Zuschüssen. Im Jahr 2013 haben dies 765 Mitarbeiter genutzt (2012: 741 Mitarbeiter).

+ Regelmäßig wurden die Mitarbeiter über die Vorzüge unterrichtet und es sorgten mehr Mitarbeiter für das Alter vor.

Auszubildende in Deutschland	im Jahresdurchschnitt	2013	2012
Bürokaufmann		4	4
Duales Studium Betriebswirtschaft		1	2
Duales Studium Fachinformatiker		14	11
Elektroniker für Geräte und Systeme		5	4
Fachinformatiker		11	11
Fachkraft für Lagerlogistik		6	4
Fotograf		3	3
Fotomedienfachmann		6	6
Fotomedienlaborant		0	3
Industriekaufmann		17	17
Kaufmann für Dialogmarketing		6	4
Mechatroniker		6	6
Mediengestalter Digital & Print		12	16
Medientechnologie Druck		15	10
Medientechnologie Druckverarbeitung		18	12
Auszubildende in Deutschland gesamt		124	113

Ausbildung

124 junge Menschen sind 2013 bei CEWE in 15 unterschiedlichen Berufen in der Ausbildung. Daraus ergibt sich in den deutschen Betrieben erneut eine hohe Ausbildungsquote von über 5 Prozent.

+ Ziel ist es, auch in den kommenden Jahren eine hohe Ausbildungsquote zu erreichen, um möglichst vielen jungen Menschen den Start ins Berufsleben zu ermöglichen.

1. Platz beim PIA-Preis

Der PIA-Preis (Preis für innovative Ausbildung) wird seit 2009 jährlich von der Nordwest-Zeitung ausgerufen. Mit PIA sollen vorbildliche Ausbildungsansätze von Unternehmen im Oldenburger Land gewürdigt und zugleich andere Betriebe zu eigenen Projekten inspiriert werden.

Im Jahr 2013 haben 24 Unternehmen beim PIA-Preis teilgenommen. CEWE hat den 1. Platz belegt. Die Jury würdigte den innovativen Ansatz von CEWE, die Ausbilder über die üblichen formalen Anforderungen hinaus weiterzubilden, sodass sie noch mehr auf den einzelnen Jugendlichen eingehen können. Die bisher klassische Unterweisungs- und Belehrungssituation vermittelt ausschließlich Fachwissen. Bei CEWE wird der Unterweiser zum Lernbegleiter, zum Partner der Lernenden, und die Auszubildenden erhalten noch mehr Verantwortung und eigene Gestaltungsmöglichkeiten für ihren Ausbildungsweg.

## Weiterbildungs- und Führungsnachwuchsprogramme

### CEWE Forum

Weiterbildung macht Spaß, sie inspiriert und bringt Zufriedenheit und Souveränität. In der Weiterbildung steckt auch die Innovationskraft von CEWE. Viele gute Gründe, den Mitarbeitern das umfangreiche Bildungsprogramm CEWE Forum auch im zweiten Jahr anzubieten. Es soll den Mitarbeitern Spaß machen, im Sinne der Unternehmensleitsätze ihre Fähigkeiten zu erweitern und dazu beitragen, ihrer Tätigkeit souverän und zufrieden nachzugehen. Das CEWE Forum richtet sich an die Führungs- und Fachkräfte von CEWE. Das Seminarangebot ist so gestaltet, dass sich Führungskräfte auf allen Ebenen und Fachkräfte in spezifisch konzipierten Seminaren wiederfinden und sich individuell austauschen können. 2013 haben 298 Seminare mit 902 Teilnehmern stattgefunden (2012: 178 Seminare mit 736 Teilnehmern).

### Talent Management – CEWE Führungskräftenachwuchs-Programm

Menschen erbringen vor allem dann herausragende Leistungen, wenn sie die passenden Aufgaben für sich finden und die Chance haben, sich stetig weiterzuentwickeln. Das CEWE Führungskräftenachwuchs-Programm sorgt mit seinen Angeboten dafür, die Instrumente bereitzustellen, um den Nachwuchstalenten gezielt weiterführende Positionen zu ermöglichen.

Bereits im Jahr 2011 ist der erste Jahrgang gestartet und hat sein Programm Mitte des Jahres 2013 erfolgreich abgeschlossen. Mittlerweile ist die dritte Gruppe erfolgreich gestartet und durchläuft elf Module über einen Zeitraum von 18 Monaten. Begleitet werden die Teilnehmer während dieser Zeit auch durch die Vorstände, beispielsweise in gemeinsamen Gesprächs- und Diskussionsrunden, z. B. an Kaminabenden.

+ Das Führungskräftenachwuchs-Programm ist erfolgreich eingeführt und zum festen Bestandteil geworden.

### Leadership – das Leitbild erleben

2013 startete erstmals das CEWE Leadership-Programm. In Gruppen à 20 Teilnehmern haben sich Führungskräfte sowohl hierarchie- als auch standortübergreifend in Form von zweitägigen Workshops mit dem Leitbild von CEWE beschäftigt. Ziel und Anspruch war es, das Führungsleitbild mit Leben zu füllen, das eigene Führungsverhalten zu reflektieren sowie persönliche Entwicklungsfelder und erweiterte Handlungsoptionen daraus abzuleiten.

Auch außerhalb der Arbeitszeit bietet CEWE im Rahmen des Projekts „CEWE Wissen“ kostenlose Weiterbildungsmöglichkeiten mit hausinternen Trainern an. Neben Sprach-, Fotografie- und Computerkursen wird das Angebot stetig um neue Themen wie etwa aus der Gesundheitsvorsorge und -prävention oder neu eingeführte CEWE Produkte erweitert.

Außerdem unterstützt CEWE finanziell und auch durch zeitliche Freistellung diverse berufsbegleitende Studiengänge, wie Innovationsmanagement, Informationsrecht, Marketing etc.

+ Die Themen Aus- und Weiterbildung besitzen einen hohen Stellenwert. Der Bereich wird kontinuierlich ausgebaut, um möglichst viele Mitarbeiter zu erreichen.

### Arbeitssicherheit und Krankenstand

Wie in den Vorjahren freut sich CEWE auch 2013 über einen niedrigen Krankenstand. Er betrug in den deutschen Produktionsstätten 3,6 Prozent (Vorjahr 3,5 Prozent) und in den ausländischen Werken wie im Vorjahr 3,4 Prozent.

Erneut haben viele Mitarbeiter an den Standorten im In- und Ausland an Vorsorgeuntersuchungen teilgenommen. Durch Kooperationen mit Fitnessstudios und Betriebssportangebote werden Anreize geschaffen, die Gesundheit zu erhalten und Erkrankungen vorzubeugen. In den Betrieben selbst wurden Gesundheitschecks wie Ergonomieberatung, Hautscreening, Hörtest, Herz-Stress-Test, Venen- und Fußdruckmessung sowie mehrere Einheiten umfassende Rückenschulen angeboten.

Durch wiederkehrende Bildschirmarbeitsplatzanalysen wird an der ergonomisch richtigen Gestaltung der Arbeitsplätze gearbeitet.

+ Das Management strebt an, den Krankenstand auch weiterhin niedrig zu halten. Zu diesem Zweck werden alle bewährten Maßnahmen und Projekte auch im Jahr 2014 fortgeführt.

### Ganzheitliche Gesundheitsvorsorge

Mitarbeitern ein ganzheitliches Gesundheitsbewusstsein zu vermitteln ist ein lohnendes Ziel: Gesunden Mitarbeitern geht es einfach besser – und sie sind gleichzeitig leistungsfähiger, zuverlässiger und motivierter. Auch darum legt CEWE großen Wert auf gesundheitserhaltende Arbeitsplätze und unterstützt ihre Mitarbeiter mit verschiedenen Angeboten aktiv bei der Gesundheitsvorsorge. Vom Betriebssport bis zur Suchtprävention – CEWE Mitarbeiter profitieren von einer vielfältigen Auswahl zur Förderung ihrer Gesundheit. Und mit Seminaren zu gesundem Arbeitsverhalten und zur gesundheitsbewussten Mitarbeiterführung macht CEWE die Führungskräfte fit für den Arbeitsalltag.

### Gesundheits- und Umwelttag – mit Mitarbeitern im Dialog

Im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements führte CEWE vor einigen Jahren den Gesundheitstag ein, der jedes Jahr am Stammsitz in Oldenburg stattfindet. 2013 wurde der Gesundheitstag um ökologische Aspekte und Themen erweitert und findet seitdem als Gesundheits- und Umwelttag statt.

Einen ganzen Tag lang sucht CEWE so den Dialog mit seinen rund 900 Mitarbeitern über gesundheitliche und ökologische Aspekte des beruflichen und privaten Alltags. Neben der Informationsvermittlung geht es auch darum, Dinge einmal „live“ zu erleben. Beispielsweise das Fahren auf einem E-Bike oder die Teilnahme an einem Qigong-Kurs. CEWE lädt dazu interessante externe Experten ein, damit die Mitarbeiter möglichst viele Informationen aus erster Hand sammeln und sich zu besonderen Themen professionell beraten lassen können. So stehen beispielsweise beim Thema Gesundheit nicht nur Bewegung und Ernährung im Vordergrund, sondern auch die physiologischen, psychologischen und sozialen Bestandteile der Arbeits- und Freizeitwelt.

Arbeitssicherheit ist ein zentrales Anliegen – besonders im Bereich der Produktion. Die Zahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle lag im Jahr 2013 bei 52. Dabei lag der Schwerpunkt bei Wegeunfällen (20). Ein Vergleich mit dem Vorjahr ist nicht angezeigt, da sich der Bilanzrahmen strukturell verändert hat. Nach jedem Unfall wird die Ursache zwecks Unfallverhütung erforscht. Hierunter fällt auch die Aufklärung der Mitarbeiter über Gefahrenpotenziale der Maschinen. Am Standort Oldenburg gibt es einen Betriebsarzt, eine Fachkraft für Arbeitssicherheit und mehr als 100 ausgebildete Ersthelfer. Neben Fahrsicherheitstrainings und Beratungen zur Burn-out-Vorbeugung besteht eine Vorsorgeplanung für Pandemiefälle.

+ CEWE arbeitet daran, in allen Betrieben ein gleich hohes Sicherheitsniveau zu halten, um die Arbeitsunfälle im kommenden Jahr zu reduzieren.



## JÖRG UHLENBROCK

Leiter der Abteilung Fotokultur – Marketing



# Fotografie als Kulturgut

Jörg Uhlenbrock feierte im letzten Jahr 20-jähriges Firmenjubiläum. Der Fotografie- und Segelfan hat seit Kurzem eine neue Funktion im Unternehmen. Nach vielen Jahren im Handelsmarketing verantwortet er nun die neu geschaffene Abteilung Fotokultur – Marketing.

### **Herr Uhlenbrock, was hat CEWE mit Fotokultur zu tun?**

Die hohe Emotionalität, mit der unsere Kunden fotografieren und Fotoprodukte gestalten, ist unser Ansporn, das „Kulturgut Fotografie“ zu bewahren und zu fördern. Denn trotz der rasanten und innovativen Entwicklungen aus unserem Hause bleibt die Wurzel unseres Unternehmens doch die Fotografie.

### **Und wie sieht das Engagement von CEWE konkret aus?**

Wir wollen Fotografie für so viele unterschiedliche Menschen wie möglich sicht- und anfassbar machen. Denn Fotografie hat viele Facetten: inhaltlich, aber auch bezogen auf die fotografierenden Personen – Profis, Hobbyfotografen, Menschen, die einfach aus Spaß fotografieren, Gelegenheitsfotografen, aber auch Künstler. Seit einem Jahr sind wir beispielsweise Premium-Partner der Hamburger Deichtorhallen, hier trifft Alltagsfotografie auf Kunst – eine spannende Begegnung. Ich freue mich sehr auf die vielen gemeinsam geplanten Aktionen.

### **Womit und was fotografieren Sie am liebsten?**

Ich habe mir vor eineinhalb Jahren eine Nikon D 7000 Spiegelreflex-Digitalkamera gekauft, mit der ich sehr zufrieden bin, vor allem weil sie noch handlich und dabei robust ist. Als passionierter Segler fotografiere ich gern alles, was mit maritimen Themen zu tun hat: Wassersport, Häfen, maritime Flora, Fauna und Landschaften.

### **Was machen Sie mit Ihren Lieblingsfotos?**

Täglich angucken, denn zum Glück arbeite ich ja an der Quelle. Zu bestimmten fotografischen Themen erstelle ich ein CEWE FOTOBUCH. Die besten Motive hängen bei mir zu Hause an den Wänden: als gerahmte Poster hinter Acrylglas, als Direktdruck auf Alu-Dibond und als edle Gallery Prints.

## FÜR EINE LEBENSWERTE GESELLSCHAFT

Gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln und soziales Engagement gehören zum Selbstverständnis von CEWE und traditionell zur Unternehmenskultur. Die thematische Förderung von Bildung, Kultur und Sport sowie soziales Engagement auf lokaler und regionaler Ebene sind ein Bekenntnis zu den Regionen und den Standorten von CEWE in Deutschland und Europa.

Mit den vier Förderschwerpunkten außerhalb des Kerngeschäftes möchte CEWE Impulse geben, damit sich das Unternehmen im Verbund mit Mitarbeitern, Kunden und Gesellschaft positiv und nachhaltig entwickeln kann. Es werden langfristige Allianzen und Engagements bevorzugt, in die CEWE seine Erfahrungen und Kompetenzen einbringen und den Nachwuchs fördern kann. Positiv ausgewirkt hat sich vor allem, dass CEWE in seinem Umfeld fest verwurzelt ist, den breiten Dialog pflegt und über Kontakte verschiedenster Art zu allen relevanten Gruppen und Organisationen verfügt. So kann sichergestellt werden, dass sich das Engagement an den lokalen Bedürfnissen orientiert. Das ist auch der Grund dafür, dass der überwiegende Teil der Spenden- und Sponsoring-Aktivitäten dezentral von den Einrichtungen und Mitarbeitern von CEWE vor Ort entschieden und umgesetzt wird.

Auf dieser Grundlage hat CEWE im Jahr 2013 mehr als 150 Projekte europaweit unterstützt und damit seinen Beitrag für ein attraktives Gemeinwesen in den Standortregionen geleistet.

### Bildungsnetzwerk und Förderung des fachlichen Nachwuchses

CEWE verfügt über ein breites Netzwerk zu Bildungs- bzw. Forschungseinrichtungen und kooperiert mit Schulen, Fachhochschulen und Universitäten. Mehrere Führungspersönlichkeiten führen Lehraufträge aus oder unterrichten als Dozenten. Über diese Wege findet ein

regelmäßiger Wissenstransfer zwischen Praxis und Wissenschaft statt. Dieses Engagement verbindet und ist innovativ. CEWE legt großen Wert auf eine gezielte Nachwuchsförderung und hält durch die aktive Begleitung von Praktika und Ausbildungen beständig Kontakt zu den Fachkräften von morgen. So werden beispielsweise seit 1995 von der CEWE COLOR Stiftung jährlich bis zu sechs Stipendien für Promotionsvorhaben an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg vergeben. Weiter ist die Stiftung Förderer des Deutschlandstipendiums an der Jade Hochschule und langjähriger Kooperationspartner der Fachhochschule Köln, an der CEWE Stipendien für den Bachelor-/Masterstudiengang Medientechnologie vergibt.

Mit der Landesberufsschule Photo + Medienforum Kiel betreibt CEWE die gemeinsame Förderung der Aus- und Weiterbildung von jungen Talenten auf dem Gebiet der Fotografie. Neben der Schulförderung werden jährlich die besten Absolventinnen und Absolventen mit dem Heinz-Neumüller-Preis ausgezeichnet.

Zu den Bildungspartnern von CEWE zählen weitere Universitäten in St. Gallen, Bremen, die Berufsakademie Oldenburg, das Bremer Institut für Produktion und Logistik GmbH (BIBA) und die Technikerschule Wildeshausen. Bereits zum fünfzehnten Mal führte CEWE mit der Liebfrauenschule Oldenburg ein Unternehmensplanspiel als Schülertrainingsprogramm durch.

Mit der von CEWE unterstützten Website foto-studium.de können sich interessierte Nachwuchskräfte umfassend über alle relevanten Studiengänge im Zusammenhang mit dem Thema Fotografie in Deutschland informieren. Eine europaweite Erweiterung ist geplant mit einem besonderen Augenmerk auf Kooperationen zwischen den Hochschulen, Studienaustauschprogrammen, Förderprogrammen und nationalen Besonderheiten. Mit der Förderung der European Medical School in Oldenburg und der Unterstützung des Hanse Wissenschaftskollegs

in Delmenhorst stärkt CEWE die Wirtschaft, Forschung und Wissenschaft im Nordwesten. Als aktives Mitglied in verschiedenen DIN- und ISO-Ausschüssen sowie Branchenverbänden rund um das Thema Foto bringt CEWE seine Kompetenz auch auf diesem Gebiet ein.



### Kultur leben

Die Förderung der Kultur ist bei CEWE genauso vielfältig wie das jeweilige Kulturangebot vor Ort. Sie beinhaltet internationale Filmfeste wie das Filmfest Oldenburg, Großkonzerte wie die Juister Musiktage, den Oldenburger Kultursommer und Konzertreihen wie die Brahms Woche, den Musikalischen Sommer in Ostfriesland oder den Krummhörner Orgelfrühling. Unterstützung erfährt auch Deutschlands größte nicht kommerzielle Kinder- und Jugendbuchmesse Kibum ebenso wie viele Projekte für Kinder und Jugendliche, die in Kunstschulen angeboten werden. Das kulturelle Engagement von CEWE schließt auch die Förderung vieler Kunstausstellungen ein, wie beispielsweise der Ostrale'O13, einer internationalen Ausstellung zeitgenössischer Künste, sowie verschiedenster Ausstellungskooperationen mit dem Stadtmuseum Oldenburg.

### Die Wurzeln des Unternehmens – Kulturgut Fotografie bewahren

Trotz der rasanten technischen Entwicklungen und der hohen Innovationsdichte von CEWE bleibt die Wurzel des Unternehmens doch immer die Fotografie. Die hohe Emotionalität, mit der Kunden von CEWE fotografieren und Fotoprodukte gestalten, ist der Ansporn, das „Kulturgut Fotografie“ zu bewahren und zu fördern.

Dazu wurde ein breites Netzwerk mit vielen Themenfeldern aufgebaut. Renommiertere Fotofestivals wie das der Städte Mannheim, Ludwigshafen und Heidelberg, die Fürstenfelder Naturfototage, das Fotofestival Zingst oder das größte internationale Fotofestival Nordeuropas Nordic Light sind nur einige Beispiele einschlägiger Veranstaltungen, die von CEWE Unterstützung erfahren.

CEWE unterstützt dabei auch spezielle künstlerische Darstellungen von Fotografen, sei es über das Werk des Abenteurers, Weltenbummlers und Reisefotografen Corrado Filipponi oder durch die Beteiligung an Ausschreibungen zur Ermittlung des Fotografen des Jahres bzw. des Fotos des Tages. Highlights unter den Events für Fotografen sind der National Photowalk in Oslo, eine organisierte Wanderung mit besonderen Fotomotiven für die Teilnehmer, und der ähnlich strukturierte FotoMarathon in den Städten Kopenhagen, Aarhus, Aalborg und Odense. Bei beiden Events ist CEWE Sponsoringpartner.

Da CEWE in ganz Europa aktiv ist, wächst auch das Engagement über die Grenzen Deutschlands hinaus. Zum Beispiel mit der Unterstützung von Wild Wonders of Europe, der größten Ausstellung zum Thema Naturfotografie in Stockholm, und mit der Wanderausstellung „Europe is beautiful“. CEWE hat für „Europe is beautiful“ über neun Monate die besten Aufnahmen des Kontinentes gesucht, um Europa in seiner Einzigartigkeit zu zeigen. Über 8.000 Teilnehmer aus 35 europäischen Ländern luden über 44.000 Fotos hoch. Eine überwältigende Resonanz, die dazu geführt hat, dass der Wettbewerb wiederholt wird.



① Eine ausführliche Broschüre über das gesellschaftliche Engagement von CEWE kann unter [nachhaltigkeit@cewe.de](mailto:nachhaltigkeit@cewe.de) angefordert werden.

### Verbindung durch Sport

Viele Sportvereine profitieren von der Unterstützung durch CEWE. Das gilt für Fußball (VFB Oldenburg), Handball (VFL Handball Damen), Basketball (EWE Baskets, Dresden Titans), Volleyball, Hockey (Feldhockey in der Schweiz, Eishockey in der Slowakei), verschiedenste Lauf-events sowie den Reitsport (Oldenburger Landesturnier), um nur einige Beispiele aufzuzählen.

Das 100. Deutsche Meisterschaftsrudern in Münster hat CEWE zum Anlass genommen, dem Deutschen Ruderverband einen Renneiner zu stiften. Unterstützung erhalten ausgewählte Sportler bei ihren Wettkämpfen (z. B. die Gebrüder Laimbacher aus der Schweiz beim Schwingen, Max Kappler als Nachwuchsrennfahrer). CEWE nutzt sein Engagement dabei gerne auch, um die Jugendarbeit im Sport zu unterstützen. Deutlich wird dieses beispielsweise beim Norway Cup, dem größten Kinder- und Jugendfußballturnier, dem Minihandball in Prag, dem Jugendvolleyball in Germering oder auch Kindertennis in Polen.

Mit den Special Olympics in Belgien und dem Basketballturnier Handicap 2013 in Oldenburg sind auch Wettkämpfe für Menschen mit Behinderung eingeschlossen. Auf vielfältige Weise kann sich das Unternehmen neben den finanziellen Zuwendungen vor allem auch mit seiner Kompetenz als Druckpartner für die entsprechenden Werbematerialien gut einbringen und nutzt so auch die Möglichkeit zur nachhaltigen Positionierung der Marke CEWE FOTOBUCH.

### Soziales Engagement – füreinander in der Gesellschaft da sein

Selbstverständlicher Bestandteil der Unternehmensphilosophie ist es seit jeher, dass CEWE sich in der Gesellschaft sozial engagiert. Neben der Vielzahl von Projekten richtet sich das Engagement in seiner Vielfältigkeit auch nach den örtlichen Gegebenheiten aus. Im Mittelpunkt der sozialen Unterstützung stehen meist Projekte für Kinder und Familien, die sich in schwierigen Lebenssituationen befinden. So ist CEWE schon seit Jahren dem Kinder- und Jugendhospiz Löwenherz in Syke verbunden.

Entsprechendes Engagement gibt es auch an zahlreichen anderen Standorten wie Dänemark, Prag, Warwick, Bratislava, Budapest, Polen, Dresden oder Köln mit Unterstützung für schwer erkrankte oder in Armut lebende Kinder. Karitative Zwecke stehen im Mittelpunkt der Kooperation mit Einrichtungen wie der Kinderhilfe Niedersachsen e. V., dem Hilfswerk der Deutschen Lions e. V. in Germering, dem Philipp Lahm Sommercamp in München oder den Bürger- und Sozialstiftungen. Die Arbeit von Hilfsorganisationen wie Unicef weltweit, Free a Girl in den Niederlanden gegen Kindesmissbrauch, die Make-a-Wish Foundation zur Erfüllung von Herzenswünschen schwerstkranker Kinder oder auch Amadia International, eine Organisation für Kinder in Not, die sich besonders für deren Ausbildung einsetzt, sind weitere Beispiele der Unterstützung durch CEWE.

2013 hat CEWE sein Engagement stark ausgeweitet. Durch eine Kooperation mit der SOS-Kinderdorf Nothilfe auf den Philippinen konnte vielen Menschen akut geholfen werden. Auch in Deutschland wurde eine Kooperation mit den SOS-Kinderdörfern eingegangen. Beteiligt sind alle vier deutschen CEWE Standorte. Damit unterstützt CEWE – neben dem Philipp Lahm Sommercamp – ein zweites deutschlandweites Projekt für Kinder und Familien in Notsituationen.

Die CEWE COLOR Stiftung vergibt seit vielen Jahren Stipendien für Promotionsvorhaben an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg.



Als Premiumpartner der Hamburger Deichtorhallen unterstützt CEWE die Förderung des Kulturguts Fotografie.



DEICHTOR  
HALLEN  
INTERNATIONALE KUNST  
UND FOTOGRAFIE  
HAMBURG



Seit vielen Jahren ist CEWE Sponsor der erfolgreichen EWE Baskets.



2013 hat CEWE sein soziales Engagement um eine enge Partnerschaft mit den SOS-Kinderdörfern erweitert.

SOS  
KINDERDÖRFER  
WELTWEIT



**MICHELLE CLASSEN**  
Auszubildende im CEWE Fotostudio



# Große Momente in junger Karriere

Michelle Claßen ist einer von 124 jungen Menschen, die 2013 bei CEWE in der Ausbildung waren. 2015 beendet sie ihre Lehre zur Fotografin. Sie mag die Vielfalt der Themen, von Industriefotografie über Werbeaufnahmen bis hin zur Architekturfotografie. Nach der Ausbildung möchte sie für eine Weile ins Ausland wechseln – am liebsten an einen CEWE Standort irgendwo in Europa.

**Frau Claßen,  
seit wann und womit fotografieren Sie?**

Ich habe an meinem sechsten Geburtstag angefangen. Meine Eltern schenkten mir damals eine Kinderkamera und ich legte sofort los. Vor mir war nichts sicher. Die Aufnahmen haben wir alle noch. Mit vierzehn war dann klar, dass es sich um mehr als ein Hobby handelt, und ich bekam meine erste eigene Spiegelreflexkamera. Eine Canon EOS 1000 D, mit der ich heute noch fotografiere.

**Was fotografieren Sie am liebsten?**

Eigentlich ist es nicht das eine Motiv, sondern eher der Moment, der mich begeistert. Aber ich mag es sehr, in alten Gebäuden zu fotografieren. Hier herrscht oft eine besondere Stimmung, die ich versuche mit der Kamera einzufangen.

**Haben Sie ein Lieblingsfoto?**

Ja, mein erstes Foto, das während eines Praktikums für einen Fotografen entstanden ist. Es zeigt eine Biene, die auf einer Distel sitzt, und das Foto war so gestochen scharf, dass man das Facettenauge der Biene erkennen konnte. Die Qualität hat mich umgehauen – ein Moment, den ich nie vergessen werde.

**Gab es für Sie bei CEWE  
schon einen besonderen Moment?**

Ich bin HSV-Fan und durfte bei einem Bundesligaspiel Fotos machen. CEWE ist Sponsoringpartner und schaltet im Stadion Bannerwerbung. Meine Familie saß im Publikum auf der Tribüne und ich stand am Spielfeldrand wie ein Profi-Sportfotograf.

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

Ökonomische und ökologische Leistungsindikatoren

Verantwortlicher Bereich	Status 2013	Ziel 2014	GRI-Leistungs-indikatoren*	Angaben im Bericht
Finanzen und Controlling	Umsatzerhöhung auf 528,6 Mio. Euro. Ergebnis je Aktie steigt auf 3,29 Euro	Umsatzerhöhung auf 525 Mio. bis 540 Mio. Euro, Ergebnis je Aktie auf 2,84 Euro bis 3,45 Euro erhöhen	EC 1	S. 20
Personal	Bis Ende 2013 haben 765 Mitarbeiter privat für die Rentenzeit vorgesorgt	Weitere Informationsmaßnahmen wie z. B. Broschüren, um die Beteiligung kontinuierlich zu erhöhen	EC 3	S. 47
Einkauf	Möglichst lokale Lieferanten; 40 Prozent aus D, 31 Prozent aus EU, 20 Prozent außereuropäisch	Ein Großteil der Lieferanten weiterhin lokal oder innereuropäisch	EC 6	S. 25
Umwelt	S. Mengenbilanz, Kunststoffanteil wurde bei niedrigen 3 Prozent gehalten	Trotz Erhöhung der Verpackungsmenge Kunststoffanteil weiterhin bei unter 5 Prozent halten	EN 1	S. 40
Umwelt	S. Mengenbilanz	Wegen der erforderlichen hohen Papierqualität kann kein Recyclingpapier für Foto und Druck eingesetzt werden, daher Verwendung von FSC®-Papier; im Bereich Produktverpackung soll Pappe zu 100 Prozent aus Recyclingware verwendet werden.	EN 2	S. 39, 40
Umwelt	Gasverbrauch: 810.000 m³ im Jahr 2013 (890.000 m³ im Jahr 2012)	Ziel 2014: fünfprozentige Reduktion	EN 3	S. 35
Umwelt	Elektrische Energie: 750 kWh/t	Ziel bis 2015: 655 kWh/t	EN 4	S. 36
Umwelt	Neubau des Rechenzentrums schafft jährliche CO <sub>2</sub> -Senkung um 150 t CO <sub>2</sub>	Green-IT-Initiative fortsetzen	EN 7	S. 37
Umwelt	Reduzierung um 10 Prozent ggb. Vorjahr, Wasserverbrauch 2013: 2,20 l/m²	Spezifische Wasserquote bei 2,2–2,3 l/m² halten, Wasserverbrauch um weitere 8–10 Prozent senken	EN 8	S. 38
Umwelt	Scope2: 302 kg CO <sub>2</sub> /t	Weniger als 270 kg/t Materialeinsatz bis 2015	EN 16	S. 36
Umwelt/Logistik	Scope 3: 13.889 t CO <sub>2</sub> -Emissionen (Vorjahr 14.172 t), Gesamtreduktion um 2 Prozent	Weitere Verminderung um 5 Prozent bis 2015; weitere klimaneutrale Mailorder-Versender ins Portfolio aufnehmen, klimaneutralen Druck anbieten	EN 17	S. 37
Umwelt	Start der Einführung des Energiemanagementsystems DIN EN ISO 50001 in allen deutschen Betrieben	Zertifizierung im Jahr 2015	EN 18	S. 35
Umwelt	S. Abfallbilanz, Abfallquote 36 Prozent	Verringerung der Quote innerhalb der nächsten 3 Jahre auf unter 30 Prozent	EN 22	S. 40
Umwelt	Energiemanagement arbeitet an Umsetzung von Emissionsminderungsmaßnahmen	Fortführung des Projektes, Identifikation neuer Felder	EN 26	S. 35
Umwelt	Lizenzierung der Produktverpackung bei einem Dualen System	Lizenzierung der Produktverpackung bei einem Dualen System	EN 27	S. 40
Umwelt	Keine Sanktionen	Keine Sanktionen	EN 28	S. 34
Logistik	Innerhalb Scope 3 quantifiziert	Weitere Verringerung der Scope-3-Emissionen durch Initiativen zur Verringerung der Transportwege und -häufigkeiten um 5 Prozent bis Ende 2014	EN 29	S. 36, 37

\*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 2013	Ziel 2014	GRI-Leistungs-indikatoren*	Angaben im Bericht
Personal	Ca 3.228 Mitarbeiter (durch Restrukturierung an zwei Standorten leichter Rückgang, Vorjahr 3.305)	Mitarbeiteranzahl stabil halten	LA 1	S. 44
Personal	7,9 Prozent Fluktuationsrate (Arbeitgeber und Arbeitnehmer, nur Arbeitgeber-kündigungen: 2,7 Prozent, Vorjahr 1,8 Prozent)	Dauerhafte Stabilisierung der Fluktuationsquote unterhalb 5 Prozent	LA 2	S. 46
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. 49
Personal	52 Arbeitsunfälle, davon 20 Wegeunfälle; 3,6 Prozent Krankenstand (Vorjahr 3,5 Prozent)	Reduktion der Arbeitsunfälle; Stabilisierung des Krankenstandes	LA 7	S. 49
Personal	Gesundheitstag um Umwelttag erweitert, diverse Schulungen im Rahmen von CEWE Wissen, z. B. Augentraining, gesunde Ernährung, Vermeidung Burn-out, Beratung durch Betriebsarzt z.B. bei Wiedereingliederung, Vorsorgeplanung für Pandemie-fälle, Sportangebote	Fortsetzung der Maßnahmen	LA 8	S. 49
Personal	5 Prozent Ausbildungsquote, Teilnahme von 902 Mitarbeitern an Weiterbildungs-programmen/Seminaren	Halten der Ausbildungsquote/weiterer Ausbau der Seminarreihen	LA 10	S. 47, 48
Personal	51 Prozent Frauenquote (Vorjahr 55)	Weitere Fördermaßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf/Frau, Einrichtung einer Großtagespflegestelle	LA 13	S. 45
Einkauf	Themenbereich Compliance im Leitbild verankert und sowohl in die allgemeinen als auch in die Einkaufsrichtlinien für Maschinen und Anlagen und in die Einkaufs-bedingungen aufgenommen	Lieferanten werden strikt danach ausgewählt, ob sie die Compliance-Richtlinien berücksichtigen	HR 2	S. 16, 25
Personal	Weder Ombudsmann noch Betriebsrat erhielten 2013 Meldungen	Null Meldungen angestrebt	HR 4	S. 17
Einkauf	Mitgliedschaft Global Compact, Lieferantenaudits	Konsequente Umsetzung UN-Global-Compact- sowie eigenen Compliance-Richtlinien	HR 6	S. 25, 28, 29
Einkauf	Mitgliedschaft Global Compact	Konsequente Umsetzung UN-Global-Compact- sowie eigenen Compliance-Richtlinien	HR 7	S. 28
Recht	Schulung in Compliance	Keine Korruptionsfälle	SO 3	S. 45
Recht	Keine Vorfälle im Jahr 2013	Vorfälle vermeiden, Sofortmaßnahmen einleiten, wenn Korruptionsverdacht	SO 4	S. 17, 45
Qualitätssicherung	Produktsicherheitsrunde, 1x pro Monat	Fortführung	PR 3	S. 24
Qualitätssicherung	Reklamationsquote: 0,39 Prozent (Vorjahr 0,31 Prozent)	Niedriges Reklamationsniveau halten, Reklamationen kulant und zügig bearbeiten	PR 5	S. 25
Qualitätssicherung	Keine Sanktionen	Keine Sanktionen	PR 9	S. 24, 25

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

## ANDREAS F.L. HEYDEMANN

Vorstandsmitglied und zuständig für Materialwirtschaft,  
EDV, Revision, Recht und Nachhaltigkeit



## LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

ich hoffe, dass Sie mit den vielen Beispielen gelebter Verantwortung in diesem Bericht CEWE als nachhaltiges Unternehmen kennenlernen konnten.

Die Themen Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft werden zunehmend gemeinsam betrachtet und dadurch zu einer Einheit im Unternehmensalltag. Nachhaltigkeit ist eine abteilungsübergreifende Querschnittsaufgabe. Das Verständnis aller Mitarbeiter für das Nachhaltigkeitsmanagement soll kontinuierlich verbessert werden. Unter Nachhaltigkeit bei CEWE verstehen wir auch die Konkretisierung der Verantwortung, dass jeder Einzelne einen Beitrag dazu im Unternehmen leisten kann. Mit klar definierten Zielen und Maßnahmen möchte CEWE Transparenz und Vertrauen schaffen.

2014 wird CEWE den Dialog mit seinen Stakeholdern (Interessentengruppen) mittels einer Befragung noch weiter ausbauen. Einbezogen werden dabei unter anderem Mitarbeiter, Kunden, Handelspartner, Behörden sowie Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen. Die so identifizierten Themen dieser Analyse werden intern beraten und in die weiteren Schwerpunkte der Nachhaltigkeitsstrategie einfließen. Schon jetzt zeichnet sich aus der Befragung ab, dass das Thema Nachhaltigkeit weiterhin eine hohe Priorität haben wird.

Zur konsequenten Umsetzung der Ziele im Jahr 2014 werden die konzeptionell-strategische Ausrichtung und die Definition der Kennzahlen mit der Orientierung an den Leitlinien von GRI G4 weiterentwickelt. Dazu gehört neben der verstärkten Einbindung von Mitarbeitern auch eine noch mehr Transparenz schaffende interne und externe Kommunikation der Nachhaltigkeitsthemen.

Ich freue mich auf die Herausforderungen im Jahr 2014 und bedanke mich jetzt schon bei meinen Kollegen aus dem Koordinationskreis Nachhaltigkeit und bei all unseren Mitarbeitern für ihre Unterstützung.

Wenn Sie zum Thema Nachhaltigkeit bei CEWE Fragen oder Anregungen haben, kontaktieren Sie uns bitte. Wir freuen uns auf den Dialog.

Ihr

## Kontakt

Andreas F.L. Heydemann  
Telefon: + 49 (0) 441 / 404-234  
Telefax: + 49 (0) 441 / 404-421  
E-Mail: [nachhaltigkeit@cewe.de](mailto:nachhaltigkeit@cewe.de)

Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde auf FSC®-zertifiziertem Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft gedruckt.

Download des Berichts in Deutsch und Englisch unter: [www.cewe.de](http://www.cewe.de)  
Gern senden wir Ihnen auf Nachfrage folgende Kurzbroschüren zu:

- Kurzfassung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten
- Beispiele für unser gesellschaftliches Engagement

Der CEWE Nachhaltigkeitsfilm:



<http://company.cewe.de/de/unternehmen/nachhaltigkeit/film.html>



BERICHTSSYSTEMATIK

[www.cewecolor.de/de/unternehmen/nachhaltigkeit](http://www.cewecolor.de/de/unternehmen/nachhaltigkeit)

[nachhaltigkeit@cewe.de](mailto:nachhaltigkeit@cewe.de)

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

[www.cewe-print.de](http://www.cewe-print.de)

[www.saxoprint.de](http://www.saxoprint.de)

[www.viaprinto.de](http://www.viaprinto.de)

Ziel des Berichtes

Dieser Bericht soll transparent darstellen, welche Ziele CEWE mit welchen Maßnahmen anstrebt, um die wirtschaftlichen, ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Herausforderungen zu meistern.

Vorgehensweise

Dies ist der fünfte Nachhaltigkeitsbericht von CEWE. Der Bericht wurde gemeinsam mit dem Koordinationskreis Nachhaltigkeit erarbeitet und vom Vorstand freigegeben.

Veröffentlichung

Der Bericht ist im Internet auf der Homepage [www.cewe.de](http://www.cewe.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 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 2013. 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 Stiftung & Co. KGaA mehrheitlich beteiligt war, als dieser Nachhaltigkeitsbericht erstellt wurde. Die Finanzdaten sind in Euro dargestellt.

Redaktionelle Hinweise

Dieser Nachhaltigkeitsbericht erscheint in Deutsch und Englisch, Redaktionsschluss ist der 1. Mai 2014. Um die Lesbarkeit zu vereinfachen, wird auf die zusätzliche Formulierung der weiblichen Form verzichtet (Beispiel: Mitarbeiter anstelle von Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen). CEWE möchte darauf hinweisen, dass die Verwendung der männlichen Form explizit als geschlechtsunabhängig verstanden wird.

Impressum

Verantwortlich

CEWE Stiftung & Co. KGaA  
Meerweg 30–32, 26133 Oldenburg

Telefon: + 49 (0) 441 / 404-0  
[www.cewe.de](http://www.cewe.de)

Grundkonzept

FIRST RABBIT GmbH, Köln

Konzept, Redaktion und Gestaltung

UMPR GmbH, Hamburg

Fotos

S. 2, 5, 6, 12, 18, 26, 32, 42, 50, 55, 56, 60: © CEWE Studio  
S. 15: © white – Fotolia.com  
S. 55: © Kido Vogel/SOS-Kinderdorf e.V., © fotoduda.de, © Conny Hilker

Druck

Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist ein Produkt von [viaprinto.de](http://viaprinto.de), der Online-Druckerei von CEWE.



**cewe-print.de**  
Ihr Online Druckpartner