



NACHHALTIGKEITSBERICHT 2016

Veröffentlicht am 31. Mai 2017

CEWE Stiftung & Co. KGaA



ClimatePartner[®]
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 CO₂-Emissionen (1.023kg CO₂) wurde durch Investitionen in ein Waldschutzprojekt im Kasigau Wildlife Korridor in Kenia ausgeglichen. Das Klimaschutzprojekt stammt aus dem Portfolio von ClimatePartner. Das Projekt erfüllt internationale Standards und wird regelmäßig durch unabhängige Stellen zertifiziert.

Titelbild v.l.n.r.: Die Kinder der CEWE Mitarbeiter Zoé Steiner, Henri Theilen und Sophia Lüken freuen sich, dass alle CEWE Markenprodukte klimaneutral hergestellt werden.



4 NACHHALTIGKEIT ALS CHANCE SEHEN

Zum 1. Juli 2017 gibt es einen Führungswechsel bei CEWE. Welche Bedeutung der scheidende und der neue Vorstandsvorsitzende dem Thema Nachhaltigkeit in der Zukunft geben, lesen Sie im Interview.



7 BOTSCHAFTER FÜR NACHHALTIGKEIT

Fünf Nachhaltigkeitsbotschafter haben in Oldenburg ihre Weiterbildung erfolgreich absolviert und sind mit eigenen Projekten gestartet. Erfahren Sie im Bericht, wie sie in das Nachhaltigkeitsmanagement eingebunden sind.



34 CEWE ÜBERNIMMT VOLLE KLIMAVERANTWORTUNG

Seit September 2016 stellt CEWE alle Markenprodukte zu 100 Prozent klimaneutral her. Für die Kunden fallen dadurch keine Mehrkosten an. Was CEWE noch für den Umweltschutz tut, lesen Sie im Kapitel Umweltschutz und Ressourcenschonung.



20 MEHRFACH AUSGEZEICHNET: DIE INNOVATIONSFÄHIGKEIT VON CEWE

CEWE hat den Wandel vom analogen Filmentwickler zum digitalen Technologieunternehmen erfolgreich gemeistert. Hierfür gab es 2016 erneut mehrere Auszeichnungen.



44 CEWE IST EIN GREAT PLACE TO WORK®

Die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung haben Positives ergeben. So möchten 81 Prozent der Mitarbeiter noch lange bei CEWE arbeiten. Weitere Informationen rund um Ausbildung, Weiterbildung und Familienfreundlichkeit lesen Sie im Kapitel Verantwortung für Mitarbeiter.



54 FÜR EINE LEBENSWERTE GESELLSCHAFT

Zur Unternehmenskultur von CEWE gehören verantwortungsvolles Handeln und soziales Engagement. Jahr für Jahr wird eine Vielzahl von Projekten im Bereich Bildung, Kultur, Sport und Soziales gefördert. Im Kapitel Gesellschaftliches Engagement erfahren Sie mehr über die Unterstützung vor Ort an den Standorten und weltweit.

EINLEITUNG

Vier Fragen an den Vorstand
 Nachhaltigkeitsmanagement der CEWE Gruppe
 Umfassende Berichterstattung
 Managementsysteme im Einsatz
 Stakeholdermanagement
 Wesentlichkeitsanalyse
 Kontinuierliche Einbeziehung der Stakeholder
 Rechtliche Struktur kombiniert Vorteile von Kapitalmarkt und Familie
 Organisationsprofil
 CEWE in Europa

EHRLICHES UND FAIRES VERHALTEN

Nachhaltigkeit – eine Ausrichtung am „ehrbaren Kaufmann“
 Leitbild von CEWE
 Corporate-Governance-Kodex
 Aufsichtsratsbesetzung
 Datenschutz/Datensicherheit
 Ombudsmann/Whistleblowing

WIRTSCHAFTLICHE ZUKUNFTSFÄHIGKEIT

Unternehmensentwicklung – alle Unternehmensziele erreicht oder übertroffen
 Die wichtigsten Geschäftsfelder mit ihren Marken und Produkten
 Nachhaltigkeit im Finanzmanagement
 Qualitätsmarke mit hoher Kundenorientierung
 Risikomanagement: Chancen und Risiken
 Forschung und Entwicklung mit Innovationsgespür
 Qualitätsmanagement
 Produktsicherheit
 Lieferantenmanagement
 Mitglied- und Partnerschaften

UMWELTSCHUTZ UND RESSOURCENSCHONUNG

Klimaschutz vorantreiben durch klimaneutrale CEWE Markenprodukte
 Energie sparen
 Die CEWE Umweltpolitik

4
 6
 7
 8
 8
 9
 10
 10
 12
 13

Managementsysteme zur Verbesserung der Umweltleistungen
 Wasser schützen, Luft und Boden rein halten
 Verantwortungsvoller Materialeinsatz
 Abfall reduzieren und Recyclingprozesse optimieren

VERANTWORTUNG FÜR MITARBEITER

16
 16
 17
 18
 18
 19
 22
 23
 25
 26
 27
 28
 28
 29
 30
 32

Personalmanagement: Gestaltung und Verwirklichung bei CEWE
 Auszeichnungen
 CEWE ist beliebter Arbeitgeber
 Gesamtzahl der Beschäftigten
 Kollektivvereinbarungen
 Betriebszugehörigkeit und Fluktuation
 Chancengleichheit
 Frauenförderung – Vereinbarkeit von Beruf und Familie
 Mitarbeiterbeteiligung: das Belegschaftsaktienprogramm
 Altersvorsorge
 Aus- und Weiterbildung
 CEWE Junior Management Programm (JMP)
 CEWE Forum und CEWE Wissen
 Gesundheitsvorsorge
 Arbeitssicherheit und Krankenstand

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

28
 28
 29
 30
 32

Gesellschaftliches Engagement als Teil der Unternehmenskultur
 Bildungsnetzwerk, Förderung des fachlichen Nachwuchses und Verbandsarbeit
 Die Wurzeln des Unternehmens – Kulturgut Fotografie bewahren
 Verbindung durch Sport
 Soziales Engagement – füreinander in der Gesellschaft da sein

ZUSAMMENFASSUNG

36
 39
 39

Überleitung der Wesentlichkeitsmatrix zu den GRI-G4-Aspekten
 GRI-Content-Index nach GRI G4
 Berichtssystematik
 Impressum
 Independent Assurance Report



V.l.n.r.: Dr. Christian Friege übernimmt den Vorstandsvorsitz der Neumüller CEWE COLOR Stiftung von Dr. Rolf Hollander.

VIER FRAGEN AN DEN VORSTAND

G4-1

Nachhaltigkeit als Herausforderung und Chance

Zum 1. Juli 2017 gibt es einen Führungswechsel bei CEWE. Dr. Christian Friege, seit 1. Januar 2016 als Vertriebsvorstand im Unternehmen, übernimmt den Vorstandsvorsitz von Dr. Rolf Hollander, der nach über 15 Jahren an der Spitze nun den Vorsitz im Kuratorium der Neumüller CEWE COLOR Stiftung übernimmt. Ein Interview zum Thema Nachhaltigkeit.

1. Was bedeutet für Sie Nachhaltigkeit?

Dr. Hollander: Wir beziehen ökonomische, ökologische und soziale Interessen konsequent in unsere Unternehmensentscheidungen ein und machen sie so zum integralen Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Das sind für mich die entscheidenden Grundlagen bei diesem Thema.

Dr. Friege: Nachhaltigkeit mit den unterschiedlichsten Facetten ist die Basis für alle strategischen und operativen Abläufe in einem Unternehmen. Nur so kann sichergestellt werden, dass Organisationen erfolgreich sind und – noch wichtiger – dass dieser Erfolg auch langfristig gesichert wird.

2. Was konkret zeichnet Nachhaltigkeit bei CEWE aus?

Dr. Hollander: Bei CEWE haben grundsätzlich alle ein Interesse an einer nachhaltigen Unternehmensausrichtung. Der gesamte Vorstand unterstützt diese Ausrichtung sehr. Im Nachhaltigkeitskreis arbeiten neben dem zuständigen Vorstandsmitglied zwölf Mitarbeiter aus allen Abteilungen an verschiedensten Projekten.

Wir legen Wert darauf, dass sich alle Mitarbeiter einbringen können, darum bilden wir Nachhaltigkeitsbotschafter aus. Sie sorgen dafür, dass sich der Nachhaltigkeitsgedanke immer fester im Unternehmen verankert. Das Engagement unserer Mitarbeiter ist nicht nur im Unternehmen beachtlich. Viele beteiligen sich auch außerhalb ihrer Arbeitszeit an Freiwilligenprojekten, was von uns regelmäßig gewürdigt wird.

Dr. Frieger: Bei CEWE ist eine nachhaltige Ausrichtung tief in der DNA des Unternehmens verankert. Aus diesem Grundverständnis heraus werden Entscheidungen getroffen und ehrgeizige Ziele gesetzt. Das lässt sich anhand vieler Beispiele belegen und spiegelt sich zudem in zahlreichen aktuellen Projekten wider. Zum Beispiel bei der konsequenten Einbeziehung von erneuerbaren Energien, mit Investitionen in eigene Fotovoltaikanlagen in Freiburg und Germering, beim Büroneubau in Oldenburg, wo Geothermie und Fotovoltaik als Energiequellen genutzt werden, und beim Wechsel zu Ökostrom. Seit dem dritten Quartal 2016 werden sämtliche CEWE Markenprodukte klimaneutral gefertigt und versendet. Im Bereich des gesellschaftlichen Engagements setzt sich unser nachhaltiges Grundverständnis fort: Als beliebter Arbeitgeber ist CEWE fest in sein Umfeld integriert und durch die Förderung verschiedenster örtlicher Projekte und Institutionen lassen wir die Gesellschaft an unserem unternehmerischen Erfolg teilhaben.

3. Was sind die entscheidenden Faktoren, damit CEWE als Unternehmen nachhaltig erfolgreich bleibt?

Dr. Hollander: Eine werteorientierte Unternehmenskultur, Langfristigkeit in der Planung und das Denken in Dekaden. Durch eine Berichterstattung nach den aktuellen GRI-G4-Leitlinien zeigen wir eine große Transparenzbereitschaft. Unsere Stakeholder können sich über alle Nachhaltigkeitsbereiche hinweg gründlich über unsere Entscheidungen und Zielsetzungen informieren.

Dr. Frieger: Nachhaltiges Handeln in allen Unternehmensbereichen und auf allen Ebenen sichert eine gute Entwicklungsperspektive. Dazu gehört ein offener Dialog und Austausch mit unseren Stakeholdern. Die Ergebnisse aus verschiedensten Befragungen werden wir in diesem Jahr erneut im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse zusammenfassen und im nächsten Bericht kommunizieren.

4. Welche Strategien verfolgt CEWE im Bereich der Nachhaltigkeit?

Dr. Hollander: CEWE setzt darauf, eine klare und breit angelegte Nachhaltigkeitsausrichtung zu haben. Mit der Nachhaltigkeitskommunikation ermöglichen wir Stakeholdern und Investoren ein umfassendes und ausgewogenes Verständnis für unsere Nachhaltigkeitsbilanz.

Dr. Frieger: Nachhaltigkeit wird auch in Zukunft eine zentrale Rolle bei CEWE spielen. Es handelt sich dabei zuallererst um eine Frage von Kontinuität. Diese Basis werden wir nicht verlassen, uns aber gleichzeitig mit Blick auf Veränderungen neuen Herausforderungen schnell und vorausschauend stellen. Das gilt im Übrigen genauso für die langfristig angelegten Partnerschaften von CEWE. Auch hier arbeiten wir ständig an der Verbesserung unserer nachhaltigen Ausrichtung und ruhen uns nicht auf den bisherigen Erfolgen aus.

Vielen Dank für das Interview.

Liebe Leserinnen und Leser,

wir möchten an dieser Stelle unseren Mitarbeitern, Partnern, Aktionären und Kunden für ein erfolgreiches Jahr und insbesondere für die gemeinsamen Fortschritte im Bereich der Nachhaltigkeit danken.

Nachhaltiges Handeln wird auch in Zukunft unser Tagesgeschäft bestimmen und unseren Geschäftserfolg sichern.

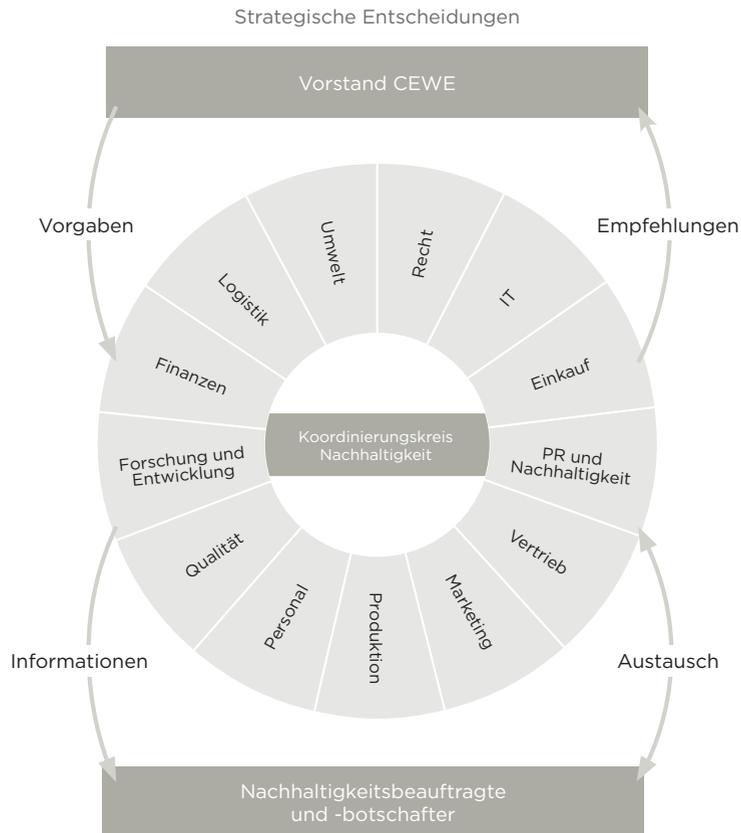
Oldenburg, im Mai 2017

Dr. Rolf Hollander

Dr. Annrian Frieger

NACHHALTIG MANAGEN

G4-1 Nachhaltigkeitsmanagement der CEWE Gruppe



CEWE hat den Anspruch, seine Nachhaltigkeitsleistung kontinuierlich zu verbessern sowie das Management dahin gehend systematisch weiterzuentwickeln und zu präzisieren. Die Umsetzung erfolgt als integraler Bestandteil der Unternehmensführung in fünf Dimensionen. Sie umfassen neben dem ehrlichen und fairen Verhalten die wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit, Umweltschutz und Ressourcenschonung, Verantwortung für Mitarbeiter und gesellschaftliches Engagement. Bereits seit dem Jahr 2008 ist das Ressort Nachhaltigkeit von einem Mitglied des Vorstandes besetzt. Zum 1. Januar 2016 hat Thomas Mehls, im Vorstand verantwortlich für Marketing national und international sowie für neue Geschäftsfelder, zusätzlich das Ressort Nachhaltigkeit übernommen. Gemeinsam mit Dr. Christine Hawighorst, Leiterin Public Relations und CSR, sorgt er für produkt- und prozessbezogene Verbindlichkeit und Umsetzung an allen Standorten.

NACHHALTIGKEIT IST BESTANDTEIL DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die Nachhaltigkeitsaktivitäten aller Bereiche werden bei CEWE im Koordinierungskreis Nachhaltigkeit zusammengeführt. Hier kommen regelmäßig Spezialisten aus allen Fachabteilungen zusammen, diskutieren Themenfelder, planen neue Projekte, erarbeiten Zielvorgaben und vergleichen die Ergebnisse mit denen des Vorjahres. An den Standorten im In- und Ausland sind die jeweiligen Geschäftsführer für Themen der Nachhaltigkeit verantwortlich. Sie haben Nachhaltigkeitsbeauftragte bestimmt, die wiederum Kontakt zum Nachhaltigkeitskreis halten. Zunehmend sind Mitarbeiter in internen und externen Arbeitskreisen und Projekten aktiv und nehmen daher auch an speziellen Fortbildungen zum Thema Nachhaltigkeit teil.

Um die Mitarbeiter zu aktiven Nachhaltigkeitsakteuren zu machen, ist in Oldenburg ein Weiterbildungsprogramm erarbeitet worden, das 2016 gestartet ist. In Zusammenarbeit mit der IHK Oldenburg absolvierten die ersten fünf Nachhaltigkeitsbotschafter ihre Weiterbildung. In mehrtägigen Workshops lernten sie praxisorientiert die vielen Facetten der Nachhaltigkeit kennen. Sie haben nun eine Schnittstellenposition inne, beantworten Fragen ihrer Kollegen, nehmen Vorschläge entgegen und pflegen regelmäßigen Kontakt zum Koordinierungskreis Nachhaltigkeit. Vor allem aber sind sie engagierte Multiplikatoren, die aktiv Projekte vorantreiben und so dazu beitragen, dass CEWE auch in Zukunft nachhaltig erfolgreich sein wird. Am Standort Germering absolvierte Timo Harries bereits 2014 vier Module an der IHK München im Rahmen der Weiterbildung zum CSR-Manager.



Um den Blick für das Thema Nachhaltigkeit noch weiter zu schärfen, hat CEWE gemeinsam mit der IHK Oldenburg im Jahr 2016 die ersten fünf Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsbotschaftern ausgebildet: Meike Kersken, Dirk Grieb, Elwira Wall, Sabine Guhl und Fenja Müntenga mit Dr. Christine Hawighorst (Leitung Nachhaltigkeit) und Marion Gerdes (Leitung Personal).

Umfassende Berichterstattung

G4-15, G4-33

Global Reporting Initiative GRI G4

Nachhaltigkeit ist für CEWE zum festen Bestandteil der Unternehmensleistung und Unternehmenskommunikation geworden. Als eines der ersten SDAX-Unternehmen hat CEWE sehr frühzeitig freiwillig mit seiner Nachhaltigkeitsberichterstattung begonnen. Seit 2010 berichtet das Unternehmen im Jahresrhythmus über die unternehmensweiten Fortschritte und orientiert sich dabei an den Standards der Global Reporting Initiative (GRI). Zu den grundsätzlichen Berichtsprinzipien gehören Wesentlichkeit, Klarheit und Aktualität. Seit 2014 berichtet CEWE in Übereinstimmung mit der GRI-G4-Kern-Option (Core). Darüber hinaus erfolgt seit 2014 durch eine externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung (Independent Assurance Report).

Deutscher Nachhaltigkeitskodex

Parallel hat CEWE die Entsprechenserklärung für den Deutschen Nachhaltigkeitskodex abgegeben. Der branchenübergreifende Transparenzstandard für die Berichterstattung unternehmerischer Nachhaltigkeitsleistungen wurde 2011 im Auftrag der Bundesregierung vom Rat für Nachhaltige Entwicklung erarbeitet. Der Kodex umfasst 20 Kriterien zur ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimension. Die entsprechenden Ausführungen von CEWE sind in der DNK-Datenbank veröffentlicht.



UN Global Compact

Seit September 2010 beteiligt sich CEWE am UN Global Compact, der wichtigsten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Wie alle teilnehmenden Unternehmen hat sich CEWE verpflichtet, den Fortschritt bei der Umsetzung der zehn Prinzipien und der Aktivitäten zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung zu berichten. Diese jährliche Communication on Progress (COP) richtet sich an sämtliche Stakeholder des Unternehmens.



G4-DMA übergreifend,
G4-14

Managementsysteme im Einsatz

CEWE hat in verschiedenen Unternehmensbereichen Konzepte und Instrumente zur Verbesserung der sozialen, ökologischen und ökonomischen Aspekte in die Organisationsleitung integriert. In vielen Unternehmenseinheiten bestehen seit 2013 zertifizierte Umweltmanagementsysteme (DIN EN ISO 14001), aus denen nachhaltigkeitsrelevante Daten unmittelbar herausgelesen werden können. Im Jahr 2015 ist an den deutschen Standorten das Energiemanagementsystem (DIN EN ISO 50001) hinzugekommen. Auditierungen sind zudem im Personalbereich im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie Gesundheitsmanagement (Hertie-Stiftung, TÜV Rheinland) erfolgt. Außerdem wurde CEWE für seine Demografiefestigkeit in den Handlungsfeldern Personalstrategie, Führung und Unternehmenskultur, Gesundheitsmanagement, Arbeitsorganisation und -gestaltung sowie Qualifizierung und Kompetenz vom niedersächsischen Wirtschaftsministerium und von der Demografieagentur ausgezeichnet. Im Rahmen der Materialbeschaffung werden je nach Erforderlichkeit eigene Audits zur Bewertung von Nachhaltigkeitsaspekten durchgeführt. Das Management von Qualität, Produktsicherheit, Arbeitssicherheit und Lieferanten hilft, ökologische und ethische Prinzipien intern wie extern zu überprüfen. Das Risikomanagementsystem erfasst die Chancen und Risiken der einzelnen Risikofelder in einer jährlichen, konzernweiten Risikoinventur, und das interne Kontrollsystem IKS ist integraler Bestandteil der Geschäftsprozesse der CEWE Gruppe. Im vorliegenden Bericht werden die Managementansätze detaillierter ausgeführt. Die dargestellten Informationen basieren überwiegend auf Daten, die im Unternehmen regelmäßig erhoben, aufbereitet und analysiert werden. Um die Datenkontrolle zu optimieren, hat CEWE 2015 eine spezifische Nachhaltigkeitsmanagement-Software eingeführt.

NEUE STAKEHOLDERBEFRAGUNG FÜR 2017 GEPLANT

gen und Entwicklungen. Aufbauend auf diesem Grundsatz wurde 2014 eine erste umfassende Stakeholderbefragung mit 630 internen Mitarbeitern und 15 externen Stakeholdern durchgeführt. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für die Wesentlichkeitsmatrix.

Inzwischen wurde die Stakeholderbefragung gegenüber 2014 weiterentwickelt, um die Erwartungen und Meinungen noch differenzierter zu erfassen und um konkrete Themenfelder wie Stellenwert und Verständnis von Nachhaltigkeit, Schlüsselthemen, Bekanntheit des CEWE Engagements, Status von Nachhaltigkeitsstrategie und Nachhaltigkeits-

management sowie Herausforderungen für die Umsetzungen zu eruieren. Ausgewählt wurden Personen aus den wesentlichen Interessen- und Anspruchsgruppen von CEWE, da so möglichst viele verschiedene Perspektiven einfließen konnten. Intern haben 17 Mitarbeiter

an einer persönlichen Befragung teilgenommen, 22 Interviews wurden mit externen Stakeholdern geführt. Die insgesamt 39 Befragten konnten elf unterschiedlichen Stakeholdergruppen zugeordnet werden: Vertrieb und Handelspartner, Einkauf und Lieferanten, IT und Technik, Logistik, Produktion, Umwelt, Personal, Marketing, Finanzen, Presse und Öffentlichkeitsarbeit sowie einer nicht konkret bezeichneten Gruppe. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass bei den intern Befragten das Thema Nachhaltigkeit eine deutlich wichtigere Rolle spielt und noch stärker als integraler Bestandteil der CEWE Werte und der CEWE Kultur wahrgenommen wird. Alle Mitarbeiter sehen Verbesserungen in der Nachhaltigkeitskommunikation. Die abgefragten Nachhaltigkeitsthemen sind in der Wichtigkeit noch gestiegen. Ressourcenschonung und Energiebedarf und gesellschaftliches/soziales Engagement sind für die Befragten von zentraler Bedeutung.

Bei der externen Befragung wird deutlich, dass die wesentlichen Themen auch weiterhin Bestand haben. Innerhalb der Stakeholdergruppen variiert die Relevanz der einzelnen Themenbereiche stark, die einzelnen Erkenntnisse werden in den zuständigen Fachabteilungen besprochen und fließen in zukünftige Strategien ein.

G4-24, G4-25,
G4-26, G4-27

Stakeholdermanagement

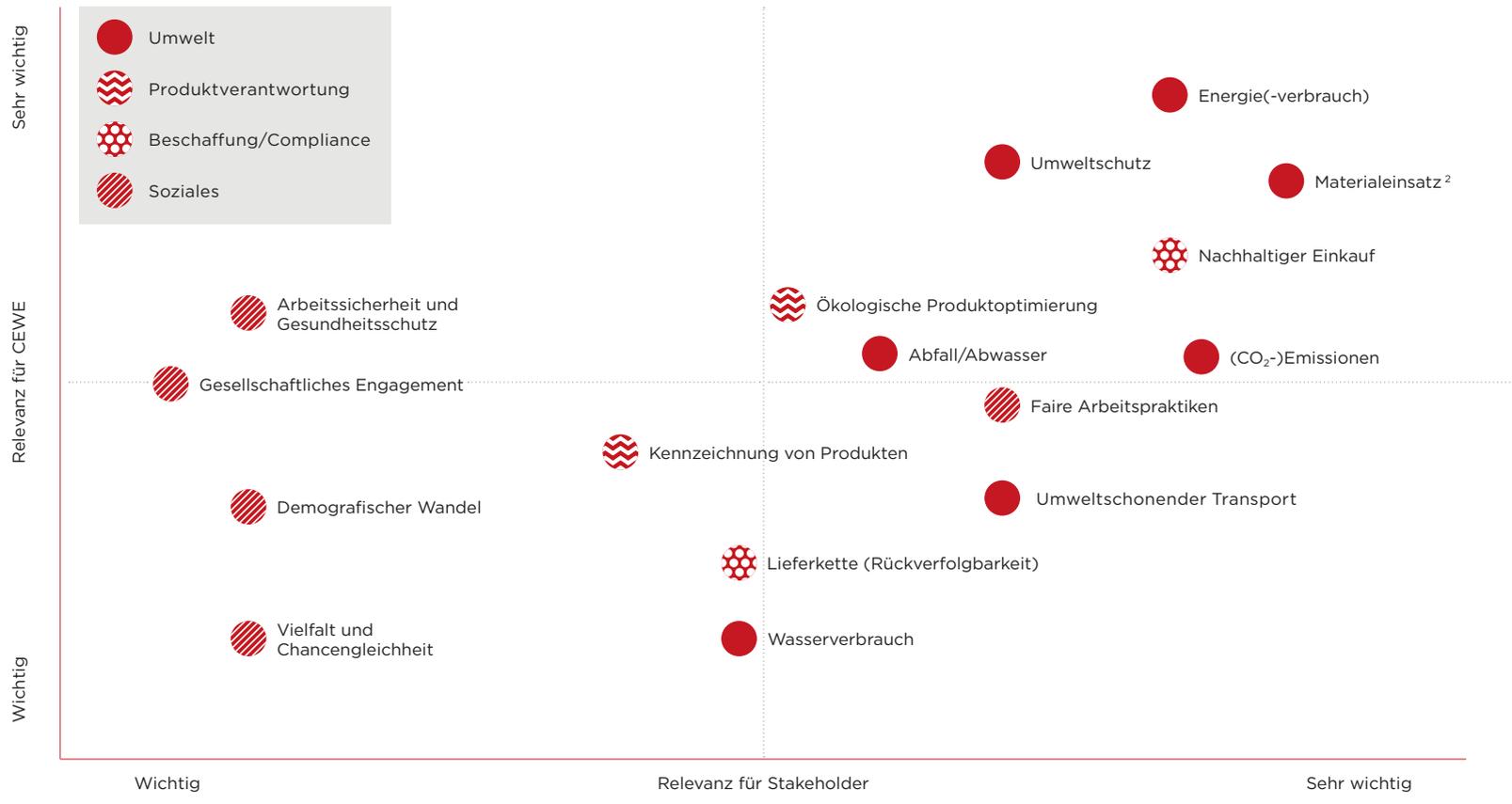
Nachhaltigkeitsmanagement bedeutet für CEWE auch einen Austausch mit den Stakeholdern über alle bedeutsamen Auswirkungen, Anforderun-

G4-18, G4-23 **Wesentlichkeitsanalyse**

Die Ergebnisse der Stakeholderbefragung sind in die Wesentlichkeitsmatrix eingesetzt worden. Die Wesentlichkeit der einzelnen Punkte ergibt sich dann, wenn sie sowohl aus Sicht der Stakeholder als auch aus Sicht des Unternehmens als wichtig erachtet werden. Tendenziell haben alle

internen Wesentlichkeitsaspekte mittelbar auch externe Bedeutung, z.B. Umweltschutz. Zur Abgrenzung wurden deshalb nur die Aspekte aufgegriffen, die unmittelbar über die interne Wirkung hinausgehen. Wichtige Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen hat es im Berichtszeitraum nicht gegeben.

G4-19, G4-27 **Wesentlichkeitsmatrix¹**



1: Aus Darstellungsgründen ist die Skala logarithmiert. | 2: Schließt den Umgang mit Chemikalien ein.

G4-26 Kontinuierliche Einbeziehung der Stakeholder

Die Unternehmenskultur von CEWE fördert hohe Eigenverantwortung und bietet den Mitarbeitern weitreichende Möglichkeiten, eigene Ideen zu kontinuierlichen Verbesserungsprozessen beizutragen sowie entsprechende Weiterbildungsmaßnahmen in Anspruch zu nehmen. Als Kommunikationsmedien dienen neben regelmäßigen Mitarbeitergesprächen das Intranet, die Mitarbeiter-Informationsbroschüren (CEWE AKTUELL), IT-basierte Informationsplattformen und Betriebsversammlungen. Zunehmend beteiligen sich Mitarbeiter abteilungsübergreifend an konkreten Projekten mit Nachhaltigkeitsbezug. Dementsprechend liegt der Fokus auf direktem Erfahrungsaustausch und authentischer Kommunikation zwischen den Mitarbeitern. Auch das Umfeld der Mitarbeiter wird z.B. bei Familientagen und Ferienfreizeiten verstärkt mit einbezogen. Der kontinuierliche Austausch mit dem Betriebsrat ist gegeben, dieser ist in alle wesentlichen Agenden involviert. CEWE nutzt verschiedenste Veranstaltungsformate, um in den direkten Kontakt und Austausch mit Ansprechpartnern und Vertretern der Interessengruppen zu treten.

Transparenz und hohe Beratungsqualität bilden die Basis der Kommunikation mit den Kunden. Auf den Social-Media-Plattformen von CEWE findet ein kontinuierlicher Austauschprozess statt. Meinungen, Erwartungen und Wünsche werden seit 2016 auch im persönlichen Gespräch beim CEWE Innovation Day abgefragt. So treibt der aktive Dialog mit den Kunden nachhaltige Produktinnovationen voran.

Im Sinne einer kontinuierlichen wirtschaftlichen Partnerschaft werden zu Lieferanten langfristige Beziehungen gepflegt. Qualitätssicherungsvereinbarungen unterstützen dieses Ziel. Die Einbeziehung von ökologischen und gesellschaftlichen Themen sowie Korruptionsbekämpfung erhöhen die Qualität der Lieferantenbeziehungen. Reputations- und Aus-

fallrisiken etwa aufgrund von Nichteinhaltung umweltrechtlicher Auflagen bei Lieferanten werden dadurch frühzeitig reduziert.

CEWE arbeitet zum Vertrieb seiner Produkte mit rund 25.000 Handelspartnern. Die Händler sind somit ein entscheidendes Bindeglied zum Verbraucher und werden durch viele unterschiedliche Maßnahmen, beispielsweise auf Fachmessen oder bei persönlichen Besuchen, adressiert. CEWE legt großen Wert auf kontinuierliche und transparente Information der Investoren. Neben schriftlichen Informationen werden zahlreiche direkte Kontakte gepflegt. So haben die Investoren die Möglichkeit, ihre Bedürfnisse und Anregungen zu artikulieren, und CEWE kann diese anschließend umsetzen.

CEWE positioniert sich durch verantwortungsvolles Handeln als verläSSLicher Partner und attraktiver Arbeitgeber in seinem jeweiligen regionalen Umfeld und leistet durch die wirtschaftlichen Aktivitäten und das soziale Engagement einen nachhaltigen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung. Lokale Lieferanten und Partnerunternehmen sollen verstärkt zum Einsatz kommen. Ziel dieser Strategie ist, räumliche Vorteile ökologisch und ökonomisch optimal zu nutzen. Der Dialog mit Sponsoringpartnern findet transparent, situativ und auf Augenhöhe statt. Auch qualitativ hochwertige Medienarbeit und die Teilnahme an bzw. Gastgeberschaft für Veranstaltungen (z.B. Betriebsführungen) zählen zu den primären Kommunikationsmaßnahmen.

Rechtliche Struktur kombiniert Vorteile von Kapitalmarkt und Familie

Die Rechtsform der KGaA bietet für die CEWE Gruppe gleichzeitig die typischen Stärken von kapitalmarktorientierten Unternehmen und Familienunternehmen. Der Unternehmensgründer Senator h. c. Heinz Neumüller wollte sicherstellen, dass seine unternehmerischen Prinzipien dauerhaft

ZUVERLÄSSIGKEIT UND TRANSPARENZ IN DER STAKEHOLDERKOMMUNIKATION

G4-3, G4-7,
G4-34

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 GmbH & 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.

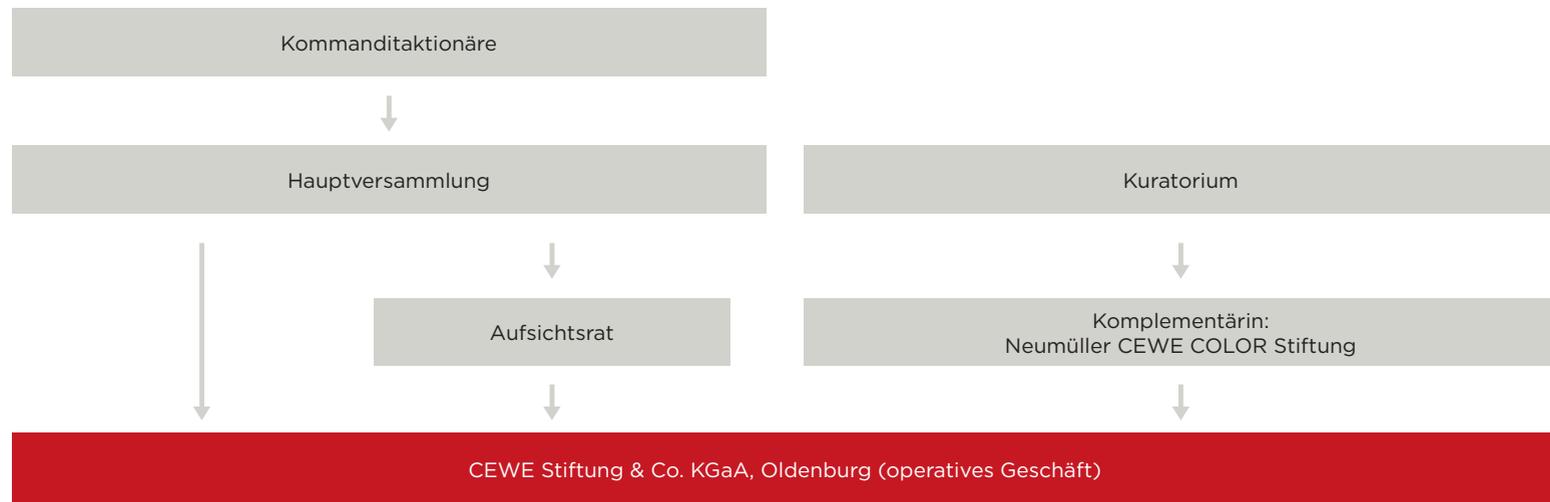
Der Unternehmensgründer forderte auch immer, dass die CEWE Unternehmensgruppe innovativ und ertragsoptimiert agiert. Diese unternehmerischen Ziele werden effektiv durch den Kapitalmarkt gefördert. Die Wahrung der Interessen der Aktionäre an einem attraktiven Investment fordert und fördert die Entscheidungen

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.

LANGFRISTIGE AUSRICHTUNG DER UNTERNEHMENSPOLITIK

Organisationsstruktur der CEWE Gruppe



CEWE AUF EINEN BLICK

24 europäische
Länder

12 Betriebsstätten

3.550
Mitarbeiter

9 Vertriebsniederlassungen

14.000
CEWE FOTOSTATIONEN

25.000
Handelspartner

2,2
Mrd. Fotos

6,2 Mio. CEWE FOTOBUCH
Exemplare

Organisationsprofil

CEWE ist mit zwölf hoch technisierten Betriebsstätten und rund 3.550 Mitarbeitern in 24 europäischen Ländern als innovativer Foto- und Online-Druckservice 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 2,2 Mrd. Fotos, über 6,2 Mio. CEWE FOTOBUCH Exemplare wurden 2016 an rund 25.000 Handelspartner geliefert. Im Geschäftsjahr 2016 betrug der Umsatz 593,1 Mio. Euro. Die Marktkapitalisierung betrug zum 31. Dezember 2016 rund 625,8 Mio. Euro (7,4 Mio. Aktien zum Tageskurs von 84,57 Euro pro Aktie).

CEWE operiert in drei strategischen Geschäftsfeldern: Fotofinishing, Einzelhandel und Kommerzieller Online-Druck. In der Fotobranche setzt CEWE durch Innovationen rund um die Freude am Foto kontinuierlich neue Impulse. Der Verkauf der Produkte erfolgt über ganzheitliche Multi-Channel-Konzepte. Dabei nutzt CEWE verschiedene Vertriebskanäle und arbeitet sowohl mit Handelspartnern aus dem stationären Handel (Lebensmitteleinzelhandel, Drogerie-, Elektronik- und Fotofachmärkte) als auch mit Online-Händlern zusammen. CEWE Kunden haben die Möglichkeit, ihre Bestellung nach Hause liefern zu lassen oder in der nächstgelegenen Filiale des ausgewählten Handelspartners vor Ort abzuholen. In Zusammenarbeit mit dem Marketing werden vom Vertrieb die Handelspartner von CEWE vollumfänglich betreut, Verkaufspunkte markenadäquat ausgerüstet und gepflegt sowie Kampagnen gesteuert.

G4-3, G4-4,
G4-8, G4-9

G4-6, G4-8 **CEWE in Europa**

● **Betriebsstätten**

Oldenburg, Mönchengladbach, Eschbach, Germering, Dresden, Bad Kreuznach (alle DE), Warwick (GB), Montpellier (FR), Rennes (FR), Koźle (PL), Prag (CZ), Budapest (HU)

● **Vertriebsniederlassungen**

Paris (FR), Mechelen (BE), Nunspeet (NL), Aarhus (DK), Oslo (NO), Göteborg (SE), Zürich (CH), Wien (AT), Bratislava (SK)

■ **Länder**

Deutschland, Irland, Großbritannien, Norwegen, Schweden, Finnland, Dänemark, Litauen, Belgien, Luxemburg, Niederlande, Spanien, Portugal, Frankreich, Schweiz, Italien, Österreich, Slowenien, Ungarn, Kroatien, Polen, Tschechische Republik, Slowakei, Rumänien



EHRLICHES UND FAIRES VERHALTEN

| | |
|--|----|
| Nachhaltigkeit – eine Ausrichtung am „ehrbaren Kaufmann“ | 16 |
| Leitbild von CEWE | 16 |
| Corporate-Governance-Kodex | 17 |
| Aufsichtsratsbesetzung | 18 |
| Datenschutz/Datensicherheit | 18 |
| Ombudsmann/Whistleblowing | 19 |

A photograph of three business professionals in a wood warehouse. Two men and one woman are looking at a wooden frame. The man on the left is wearing a dark suit and a red tie. The man in the middle is wearing a dark suit and a white shirt with a logo that says 'SCHMIDT'. The woman on the right is wearing a black suit and a red scarf. They are standing in front of large stacks of wood. In the background, there are more stacks of wood and a worker in a yellow shirt.

GERADLINIG UND OFFEN

Standards setzen

Vertrauen und Fairness prägen das Verhältnis zu den Geschäftspartnern von CEWE. Als verlässlicher Partner erwartet CEWE von seinen Lieferanten, dass ihr Verhalten den Ansprüchen an nachhaltiges Handeln entspricht. Bei der Suche nach geeigneten Unternehmen spielt die Nähe zu den Produktionsstandorten eine große Rolle. Lokale Betriebe, wie die Leistenfabrik Schmidt aus dem Westerwald, die mit hoher Qualität und sehr guten Produktsicherheitsanforderungen aufwarten kann, sind gern gesehene Partner.

VERANTWORTLICHES HANDELN

G4-DMA Wirtschaftlich,
G4-1

Nachhaltigkeit – eine Ausrichtung am „ehrbaren Kaufmann“

Nachhaltigkeit und Verantwortung sind zwei eng miteinander verbundene Begriffe. Sie spielen in sämtlichen Unternehmensbereichen von CEWE eine große Rolle. Seit Jahrzehnten liegt das Bestreben darin, die Balance zwischen ethischen Prinzipien und ökonomischem Wirtschaften zu wahren. Dies gelingt mithilfe der Mitarbeiter, die sehr respektvoll und wertschätzend für das Unternehmen und für die Kunden da sind. Auch wenn das Leitbild des „ehrbaren Kaufmanns“ heute ein wenig antiquiert anmutet – verantwortungsvolles Handeln im Sinne von Verlässlichkeit, Ehrlichkeit, Langfristigkeit, Anstand, Integrität, Vertrauen und Fleiß sind Werte, die bei CEWE gelebt werden. CEWE Mitarbeiter handeln reflektierend und vorausschauend und haben dabei die Bedürfnisse der Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter und der Gesellschaft fest im Blick. Wohl wissend, dass die wichtigste Währung Vertrauen und ein tadelloser Ruf sind.

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 senken durch den Verzicht auf Materialien mit langen Transportwegen. So werden die Umwelt geschont und Kosten gesenkt.

INTEGRITÄT, VERTRAUENSWÜRDIGKEIT UND VERANTWORTUNG

Leitbild von CEWE

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.

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

G4-34, G4-56

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 war das Vorstandsmitglied Andreas F. L. Heydemann seit Anfang 2009 bis Ende 2015 zum Corporate-Governance-Beauftragten bestellt. Ihm folgte zum 1. Januar 2016 der Leiter der Rechtsabteilung, Herr Oliver Thomsen, nach, der direkt an den Vorstand und an den Aufsichtsrat berichtet.

Ziel von CEWE ist es, das dem Unternehmen entgegengebrachte Vertrauen der Anleger, Finanzmärkte, Geschäftspartner, Mitarbeiter und

G4-15
www.dcgk.de

G4-1 Fünf Dimensionen des nachhaltigen Verhaltens eines verantwortungsvollen Unternehmens



der Öffentlichkeit zu bestätigen und 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 Geschäftsleitung und Aufsichtsrat
- verantwortungsvolles Risikomanagement

Die Umsetzung des Corporate-Governance-Kodex wird bei CEWE regelmäßig überprüft und an etwaige Aktualitäten angepasst. Auch 2016 hat das Unternehmen die Regelungen des Deutschen Corporate Governance Kodex fast vollständig eingehalten. Hierzu nimmt CEWE im Geschäftsbericht 2016 ab Seite 124 ausführlich Stellung.

www.bme.de/Compliance

BME-Verhaltensrichtlinie (Code of Conduct)

Die Verhaltensrichtlinie ist ein freiwilliger Kodex, der vom Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V. (BME) initiiert wurde und dem Interesse an fairen, nachhaltigen, verantwortungsvollen ethischen Handlungsgrundsätzen von Unternehmen Nachdruck verleihen soll. CEWE hat sich bereits 2009 dem BME angeschlossen. Der Kodex gilt zum einen als Grundlage für die Lieferantenverträge und zum anderen als Maßstab für umfangreiche Befragungen, die die Einkaufsabteilung von CEWE turnusmäßig durchführt.

G4-LA12 Aufsichtsratsbesetzung

Der Aufsichtsrat der CEWE Stiftung & Co. KGaA besteht aus zwölf Mitgliedern. Er erfüllt in seiner derzeitigen Besetzung weitestgehend die Vorgaben der Ziffer 5.4.1. Abs. 2 des Deutschen Corporate Governance Kodex. Der Aufsichtsrat ist mit zwei Frauen auf der Seite der Kapitalvertreter und drei Frauen auf der Seite der Arbeitnehmervertreter besetzt. Damit ist das vom Gesetzgeber neu eingeführte Erfordernis eines An-

teils von 30 Prozent weiblichen Mitgliedern im Aufsichtsrat erfüllt. Unter Wahrung der gesetzlichen Vorgaben wird der Aufsichtsrat auch bei zukünftigen Wahlvorschlägen das Vorliegen der erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung der Aufsichtsratsstätigkeit angemessen berücksichtigen.

Datenschutz/Datensicherheit

Das Thema Datenschutz und Datensicherheit genießt bei CEWE einen sehr hohen Stellenwert. Um den Anforderungen der Betroffenen gerecht zu werden, wird die betriebliche Datenschutzbeauftragte Elisabeth Mählmann von einem Team unterstützt, in dem Mitarbeiter

aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen zusammenarbeiten. Die Teammitglieder haben spezielle Expertisen und tragen so mit ihrem Wissen 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.



Der Schutz von personenbezogenen Kundendaten ist CEWE ein besonderes Anliegen. Sensible Daten werden in verschlüsselten Verbindungen übertragen und auf Sicherheitsservern gespeichert.

G4-PR8, G4-PR9

**42% WEIBLICHE MITGLIEDER
IM AUFSICHTSRAT**

Im Berichtszeitraum gab es keine Vorfälle über Datenlecks, Datendiebstahl oder -verlust oder begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden und den Verlust von Kundendaten. Dementsprechend fielen auch keine Bußgelder an.

G4-SO4, G4-SO5,
G4-SO8

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. Alle Mitglieder des Kontrollorgans sind im Hinblick auf Korruptionsbekämpfung geschult. Darüber hinaus wurden sämtliche Mitglieder im Rahmen von Vortragsveranstaltungen geschult.

**KEINE VERDACHTSFÄLLE VON
KORRUPTION, BETRUG UND UNTREUE.
KEINE VERSTÖSSE GEGEN
GESETZE ODER VORSCHRIFTEN**

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. Hinweise auf Verdachtsfälle können selbstverständlich auch anonym abgegeben werden.

Im Berichtszeitraum 2016 ist beim Ombudsmann kein Hinweis eingegangen und es gab keine Verstöße gegen Gesetze oder Vorschriften.



Rechtsanwalt Dr. Rainer Buchert
Bleidenstraße 1
60311 Frankfurt am Main

Tel.: +49 69 710-33330 / +49 6105 921355

Fax: +49 69 710-34444

E-Mail: dr-buchert@dr-buchert.de

www.dr-buchert.de

Bereits im Jahr 2009 wurde Dr. Rainer Buchert als Ombudsmann für CEWE bestellt. 1999 gründete er seine auf Strafrecht spezialisierte Kanzlei. Nach einer Karriere im Bundeskriminalamt und als Polizeipräsident kann er an ihn herangetragene Hinweise sicher bewerten und zügig zwischen Unternehmen und Hinweisgebern vermitteln.

WIRTSCHAFTLICHE ZUKUNFTSFÄHIGKEIT

| | |
|--|----|
| Unternehmensentwicklung – alle Unternehmensziele erreicht oder übertroffen | 22 |
| Die wichtigsten Geschäftsfelder mit ihren Marken und Produkten | 23 |
| Nachhaltigkeit im Finanzmanagement | 25 |
| Qualitätsmarke mit hoher Kundenorientierung | 26 |
| Risikomanagement: Chancen und Risiken | 27 |
| Forschung und Entwicklung mit Innovationsgespür | 28 |
| Qualitätsmanagement | 28 |
| Produktsicherheit | 29 |
| Lieferantenmanagement | 30 |
| Mitglied- und Partnerschaften | 32 |

CEWE
Apps

CEWE. In Deutschland

„...so intuitiv und
...so einen Spaß.“

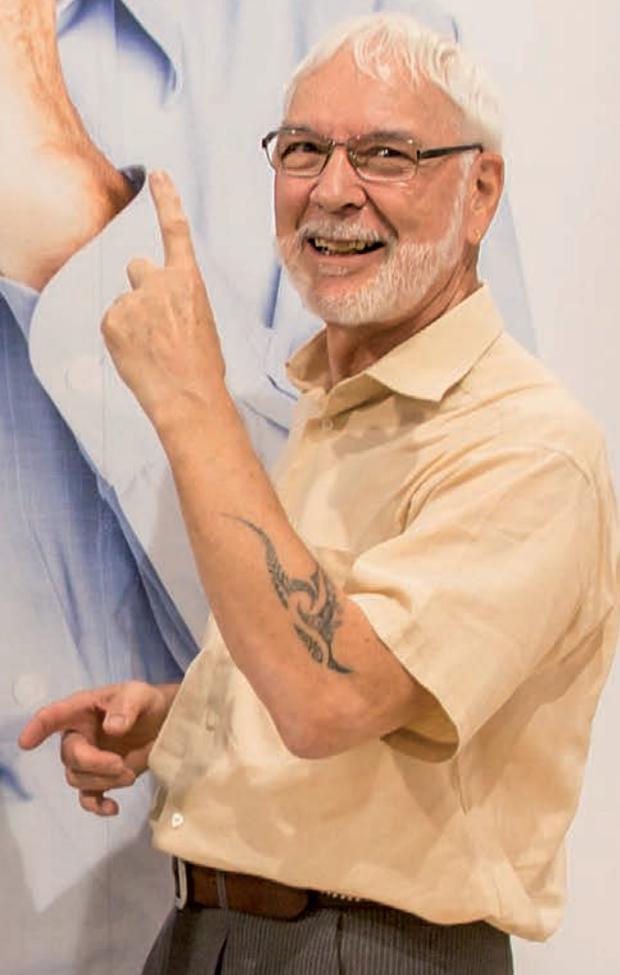
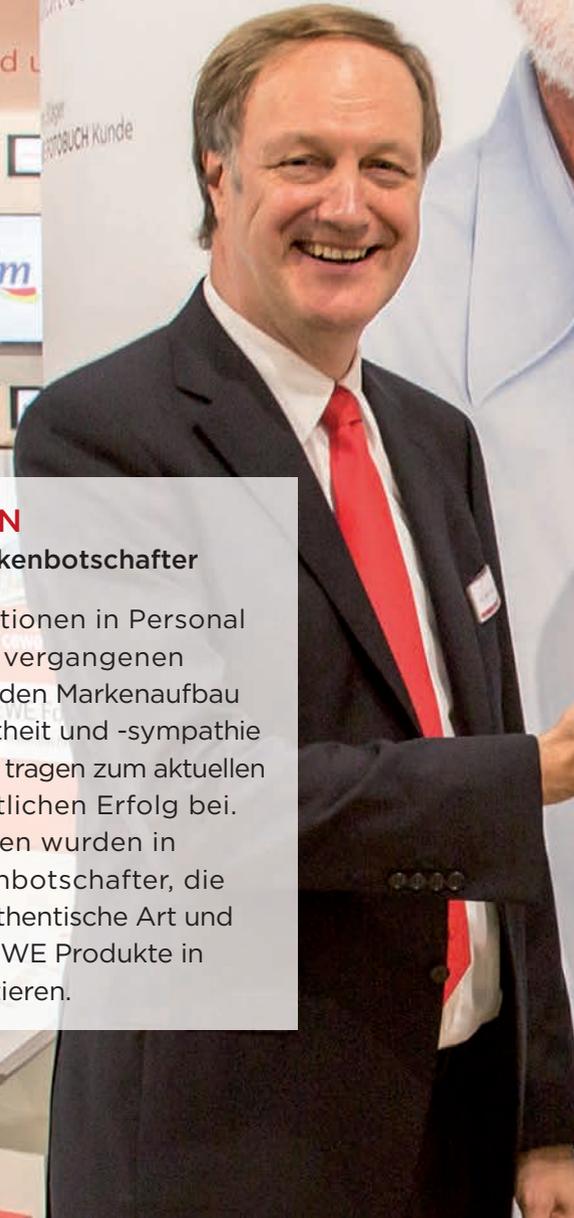
„Beim Gestalten
schon mal die M...

Ronny Stäger
CEWE FOTOBUCH Kunde

ZUKUNFT SCHAFFEN

Aus Kunden werden Markenbotschafter

CEWE hat neben Investitionen in Personal und Technologie in den vergangenen Jahren auch erheblich in den Markenaufbau investiert. Markenbekanntheit und -sympathie sind stetig gewachsen und tragen zum aktuellen und künftigen wirtschaftlichen Erfolg bei. Einige begeisterte Kunden wurden in der Zwischenzeit Markenbotschafter, die auf sympathische und authentische Art und Weise ihre Vorliebe für CEWE Produkte in der Öffentlichkeit präsentieren.



ERTRAGSWACHSTUM DURCH MARKENKRAFT

G4-9 Unternehmensentwicklung – alle Unternehmensziele erreicht oder übertroffen

Die wirtschaftlichen Zielsetzungen wurden 2016 erneut erreicht bzw. übertroffen. Der Umsatz stieg auf 593,1 Mio. Euro (Vorjahr 554,2 Mio. Euro). Insgesamt wurden 1.078.301.311 Produkte von CEWE ausgeliefert. CEWE profitierte vom wachsenden Portfolio der Mehrwertprodukte und von der hohen Markenbekanntheit. Die gestützte Markenbekanntheit des Bestsellers CEWE FOTOBUCH stieg 2016 auf 70 Prozent¹. Diese Markenstärke will CEWE weiter ausbauen. Auch der Unternehmensbereich Kommerzieller Online-Druck hat die hohen Wachstumserwartungen erfüllt. Der Umsatz stieg um 7,9 Prozent auf 84 Mio. Euro. Trotz der erhöhten Umsatzsteuer auf Fotobücher soll der Konzernumsatz 2017 im Bereich 585 Mio. Euro bis 615 Mio. Euro liegen. Das Ergebnis je Aktie soll 2017 zwischen 4,23 und 4,81 Euro liegen. Ziel ist es, das Unternehmen Jahr für Jahr wertvoller zu machen und die Aktionäre auch künftig an wachsenden Erträgen teilhaben zu lassen.

Umsatz in Mio. Euro



Veränderung zum Vorjahr

MIT 593,1 MIO. EURO ERWIRTSCHAFTET CEWE DEN HÖCHSTEN UMSATZ IN DER FIRMENGESCHICHTE

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, Kongressen und Symposien. Fachpresse und allgemeine Wirtschaftspresse; Gespräche mit Lieferanten, Handelspartnern und Konsumenten. Die so gewonnenen Erkenntnisse werden in das langfristige CEWE Prognosemodell eingepflegt und geben dem Management eine Perspektive auf mögliche zukünftige Gewinn- und Verlust-Rechnungen, Bilanzen und Cashflows.

Kontinuierliche Unternehmenstransformation: CEWE definiert Initiativen und setzt sie konsequent um

Auf Basis dieser Prognose definiert CEWE Initiativen, um dadurch 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 Ausnahmesituationen – 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. Im Jahr 2016 wurde CEWE für den Sprung vom analogen Filmentwickler zu Europas führendem Fotodienstleister mit dem „Digital Champions Award“ ausgezeichnet.

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

¹ Quelle: GfK-Analyse, Nielsen Marktforschungsanalyse.



Gemeinsam mit der WirtschaftsWoche verlieh die Deutsche Telekom am 16. Juni 2016 in Berlin erstmals die „Digital Champions Awards“. CEWE erhielt den Preis in der Kategorie „Digitale Transformation Mittelstand“.

Stärke des Unternehmens. CEWE denkt in Dekaden. In dem Prognosemodell lassen sich solche langfristigen Aspekte in vielen Fällen am Unternehmenswert erkennen.

G4-4 Die wichtigsten Geschäftsfelder mit ihren Marken und Produkten

Markenstärkung im Kerngeschäft Fotofinishing

Im Fotofinishing setzt CEWE seine Ausrichtung fort, das im Premiumsegment positionierte CEWE FOTOBUCH als Marke nicht nur in den Kernmärkten Deutschland, Schweiz und Österreich, sondern auch in allen anderen von CEWE belieferten europäischen Ländern weiter auszubauen. Neben dem etablierten CEWE FOTOBUCH werden seit 2013 mit den Produkten CEWE KALENDER, CEWE CARDS und CEWE WANDBILDER weitere Marken mit gleicher Positionierung angeboten. Ziel ist es, die positive Konsumentenhaltung und hohe Markenbekanntheit in Bezug auf

das CEWE FOTOBUCH auch für die übrigen Produktgruppen zu nutzen. Die Differenzierungsvorteile der Leistungs- und Qualitätsversprechen, für die die Marke CEWE steht, sollen schrittweise für ein wachsendes Produktportfolio genutzt werden. Ferner steigt damit die Werbeeffizienz, und die CEWE Produkte können bei Konsumenten „vorverkauft“ werden, auch zum Nutzen der CEWE Handelspartner.

Kommerzieller Online-Druck klar positiv

2016 war der auf 84 Mio. Euro gestiegene Umsatz im Kommerziellen Online-Druck gut in der Lage, die Marketinginvestitionen zu tragen und ein erstes positives Ergebnis von 1,6 Mio. Euro auszuweisen. Mit den drei Marken CEWE-PRINT.de, SAXOPRINT und viaprinto ist CEWE mittlerweile in zehn Ländern aktiv. Neben Online-Shops in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien, der Schweiz und Österreich bietet CEWE aktuell auch in den Niederlanden, Belgien und Polen Geschäftsdrucksachen an. Darüber hinaus ist die Expansion in weitere Länder Europas geplant. Als neue Produkte wurden 2016 unter anderem Aufkleber, hochwertige Wand-



Beim jährlichen Innovation Day werden neue Ideen und Projekte vorgestellt und bewertet. Auch die Meinungen von Kunden und Mitarbeitern fließen in dieser frühen Phase in den Entwicklungsprozess mit ein.

kalender, Briefumschläge, Ringordner, Haftnotizen, Präsentationsmappen und Stempel sowie Broschüren als hochwertiges Buch mit Hard- oder Softcover in die Online-Druckportale aufgenommen. Im Bereich der Werbetechnik sind nun Roll-ups, Messewände, Beachflags und Fahnen sowie Werbeschilder auf Hohlkammer- oder Aluverbundplatten im Sortiment. Darüber hinaus wurde das Angebot vorhandener Standardprodukte um weitere Variationen hinsichtlich Papierart, Format sowie Gold- und Silberveredelung erweitert.



Auch im Jahr 2017 soll der Kommerzielle Online-Druck der Marken CEWE-PRINT.de, SAXOPRINT und viaprinto in den meisten Märkten weiter an Umsatz zulegen.

Einzelhandel: CEWE RETAIL gut behauptet

CEWE betreibt in Polen, Tschechien, der Slowakei sowie Norwegen und Schweden Multi-Channel-Retailing in Form stationärer Läden und Online-Shops (Marken sind beispielsweise Fotojoker, Fotolab, Japan Photo). Der CEWE RETAIL bietet seinen Kunden eine attraktive Auswahl an Kameras, Objektiven und Zubehör, Dienstleistungen sowie das gesamte CEWE Fotofinishing-Sortiment. Mit Hardware hat CEWE 2016 ein EBIT von 0,6 Mio. Euro erwirtschaftet. Außerdem konnte der CEWE RETAIL

seine starke Marktstellung in Norwegen, Tschechien und der Slowakei behaupten oder ausbauen. Im Berichtsjahr wurden in Polen die umfangreichen Anpassungen des Geschäftsmodells im Rahmen einer Neupositionierung fortgeführt: So wurde die Filialstruktur weiter optimiert und die Ladengeschäfte wurden attraktiver gestaltet, wodurch neue Kundengruppen angesprochen werden konnten.

Im Berichtsjahr 2016 beschließen CEWE und Olympus Europa eine strategische Partnerschaft, um das Einzelhandelsgeschäft von CEWE noch weiter auszubauen. Die rund 150 modernisierten Fotofachgeschäfte der CEWE RETAIL Gruppe sowie die dazugehörigen, ebenfalls teils neu gestalteten Webshops widmen sich unter anderem strategisch dem Verkauf von Olympus-Equipment, das vor allem im Segment der spiegellosen Kamerasysteme von großer Bedeutung und Qualität ist. Abgestimmte Marketingaktivitäten auf europäischer Ebene werden helfen, die angestrebten Marktziele zu erreichen.



CEWE, Europas führender Fotofinisher, und Olympus arbeiten in Zukunft im Einzelhandelsgeschäft noch enger europaweit zusammen. Durch die Kooperation können beide Unternehmen ihre jeweiligen Stärken weiter ausbauen und vom Marktzugang sowie von der Expertise des jeweils anderen profitieren.

Weiterentwicklung von Optionen für zukünftige Geschäftsfelder

Auch mit der gezielten Beteiligung an jungen Unternehmen will CEWE den Aufbau neuer Zukunftsgeschäftsfelder nach dem Vorbild des Kommerziellen Online-Drucks fortsetzen. Bei potenziellen Beteiligungsmöglichkeiten sucht CEWE insbesondere nach Online-Geschäftsmodellen, die – genauso wie CEWE – individualisierte, hochwertige Produkte mit hohem Kundennutzen fertigen und damit eine starke Marke aufbauen und zugleich CEWE in Zukunft unternehmerisch weiterentwickeln können. Mit diesem Blick hatte CEWE zuletzt Ende 2015 die Unternehmen futalis und DeinDesign übernommen. Insbesondere durch die Beteiligung an dem von der Bundesregierung initiierten High-Tech Gründerfonds (HTGF II) erhält CEWE einen guten Überblick über Unternehmensgründungen und Beteiligungsmöglichkeiten. Darüber hinaus ist auch die Akquisition von weiterentwickelten Unternehmen sowohl zum Aufbau neuer Geschäftsfelder als auch zur Weiterentwicklung der bestehenden denkbar.

G4-DMA Finanzen Nachhaltigkeit im 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: Covenants¹, 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-

**HOHE EIGENKAPITALQUOTE
VON ÜBER 50%**

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 Kredit gebenden 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 aus kürzeren und einem spürbaren Anteil langer Darlehensfristen. 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 hohen Eigenkapitalquote (2016: 53,8 Prozent). 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 Cashflows 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.

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

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 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 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 sie in der Regel festverzinslich geparkt. Spekulative Anlagen werden nicht getätigt.

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.

Qualitätsmarke mit hoher Kundenorientierung

Das CEWE FOTOBUCH hat sich seit seiner Markteinführung zum beliebtesten Fotobuch Europas entwickelt. Millionen von Kunden vertrauen auf die mehrfach ausgezeichnete Qualität des Bestsellers. Gleiches gilt mittlerweile auch für die anderen Markenprodukte von CEWE, die auch 2016 wieder zahlreiche Testsiege von unabhängigen Organisationen erringen konnten. Hervorzuheben ist, neben über 60 weiteren Testsiegen, der Testsieg bei der Stiftung Warentest im November 2015, der für die Konsumenten auch im Jahr 2016 weiter von großer Relevanz war. Hier hat sich das CEWE FOTOBUCH mit seinen Partnern Saturn und Drogerie Müller klar vor der Konkurrenz platziert. Großen Wert legt CEWE darüber hinaus auf den Bereich Kundenservice: Die im Jahr 2016 ausgebaute Expresslieferung, die 100%-Zufriedenheitsgarantie, eine Erreichbarkeit des Kundenservice an sieben Tagen die Woche (in der Weihnachtszeit zuletzt auch bis Mitternacht) gehören zu den Standards bei CEWE.

Seit 2012 misst CEWE die Kundenzufriedenheit auch in Hinblick auf eine Bereitschaft zur Weiterempfehlung. Mehr als 250.000 Konsumenten gaben seitdem in kurzen Befragungen ihr Feedback zu Produkten, Software

G4-DMA Kunden-
zufriedenheit, G4-PR5





und Services und sorgen so dafür, dass Prozesse stetig überprüft und weiterentwickelt werden.

Der Kunde steht im Mittelpunkt – sowohl der Neukunde als auch der Bestandskunde. Der Erfolg dieser Ausrichtung wird durch eine hohe Kundenzufriedenheit bei den Käufern der CEWE Produkte deutlich. Dies spiegelt sich auch im hohen Net Promotor Score wider, der sich im Jahr 2016 nochmals auf 58 Prozent verbesserte. Sowohl Produktinnovationen als auch Vermarktungskampagnen orientieren sich eng an den Bedürfnissen der CEWE Kunden. Seit dem Jahr 2015 ist diese Ausrichtung auch zentrales Thema der Vermarktungskampagne. Kunden berichteten authentisch und überzeugend von ihrer Erfahrung mit dem CEWE FOTOBUCH. Auch die gemeinsame Arbeit mit den CEWE Handelspartnern stellt diesen Aspekt in den Mittelpunkt. Insgesamt führt CEWE einen intensiven Kundendialog über verschiedenste Kontaktpunkte, um jederzeit auf Konsumentenwünsche angemessen reagieren zu können.



Zur positiven Entwicklung haben nicht nur das erfolgreiche Produktportfolio, sondern auch die hohe Markenbekanntheit und Markensympathie von CEWE beigetragen. In der Vermarktungskampagne wird konsequent auf begeisterte Kunden gesetzt.

Risikomanagement: Chancen und Risiken

Die Geschäftspolitik von CEWE ist darauf ausgerichtet, den Bestand des Unternehmens zu sichern und den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. 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. Das Risikomanagementsystem erfasst die Chancen und Risiken der einzelnen Risikofelder in einer jährlichen, konzernweiten Risikoinventur. Auf dieser Grundlage wird der jährliche Chancen- und Risikobericht (vgl. CEWE Geschäftsbericht 2016, S. 112 ff.) erstellt. Im Laufe des Jahres erfolgt mindestens quartalsweise eine Überprüfung der Chancen- und Risikobewertungen. Diese werden ebenso mindestens quartalsweise an den Aufsichtsrat berichtet.

G4-DMA Risiko-
management,
G4-14

G4-DMA Entwicklung

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.



CEWE ERHIELT ERNEUT DIE AUSZEICHNUNG „INNOVATIV DURCH FORSCHUNG“ DES DEUTSCHEN STIFTERVERBANDS

Aktuell arbeiten bei CEWE mehr als 140 Mitarbeiter an der Entwicklung und Weiterentwicklung der Bestellmöglichkeiten per Desktop, Software, Internet, Apps und über weitere Kanäle. Bei der Softwareentwicklung setzt CEWE auf agile Entwicklung und automatisierte Tests, um die Produkte und Software-Features schneller und besser getestet an den Markt zu bringen. In einer eigenen mechanischen und elektrotechnischen Entwicklung für Geräte werden Prototypen konzipiert und gebaut, die zum Teil intern und zum Teil von externen Partnern für die CEWE Betriebe vervielfältigt werden. Neu eingeführt wurde im Jahr 2016 die CEWE FOTOS



Auch im Berichtsjahr hat CEWE viele Auszeichnungen für das App-Portfolio erhalten. Seit der Einführung der CEWE FOTOWELT mobile im Jahr 2012 wird diese Software konstant weiterentwickelt.

App, sie ermöglicht extrem einfach das Bestellen von Fotos direkt vom Smartphone im Betrieb, aber auch die Vorauswahl von Bildern, die dann an der CEWE FOTOSTATION vor Ort gedruckt werden können.

Fast jeder zweite Zugriff auf die Webseiten kommt bereits von mobilen Endgeräten. Das Umstellen auf hierfür optimiertes bzw. responsive, d. h. an verschiedene Bildschirmgrößen angepasstes Design hat die Nutzung der Online-Plattform zusätzlich weiter vorangebracht.

Qualitätsmanagement

G4-DMA Qualität

Die Qualität der CEWE Markenprodukte wird zum einen durch den digitalen Workflow und zum anderen durch den industriellen Fertigungsprozess bestimmt. Daher richten sich alle Anstrengungen des Qualitätsmanagements auf die Optimierung und Abstimmung beider Prozesse aus.

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 und mittlerweile seit mehr als zehn Jahren in den Verfahren des Digitaldrucks.

Die eingesetzten Fotopapiere, Druckpapiere, Fotochemikalien 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 Zwölf-farbsysteme mit pigmentbasierten Tinten, die einen maximalen Farbraum, bessere Zwischentöne und höchste Stabilität garantieren.

Mit SAXOPRINT hat CEWE den Offsetdruck als eine weitere Fertigungstechnologie integriert. Das Online-Druckangebot wird mit modernsten Maschinen bearbeitet, wie z. B. mehreren Heidelberger Speedmaster



Mit der Endkontrolle wird der Qualitätsprozess abgeschlossen. Auch hier ist das Ziel eine kontinuierliche Verbesserung der Produktqualität.

XL162 4/4 Großformat-Druckmaschinen. Mit hoch automatisierten Systemen werden die Drucke aus dieser Großbogentechnik weiter verarbeitet.

Eine der wichtigsten Kernkompetenzen von CEWE besteht in der Bearbeitung der digitalen Daten. Der digitale Workflow ist selbst programmiert und wird ständig verbessert. Zur Bildverbesserung setzt CEWE 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.

Im Rahmen der Reklamationsbearbeitung werden die Hinweise und Erkenntnisse zur Verbesserung der Produktqualität, die dort eingehen, gemeinsam mit den Fachabteilungen bearbeitet. CEWE erhebt den An-

spruch, Reklamationen kulant und zügig zu bearbeiten. Ständiges Ziel ist es, die Reklamationsquote trotz wachsender Komplexität der hergestellten Produkte auf einem niedrigen Niveau zu halten. Die Reklamationsquote liegt im Jahr 2016 bei 0,61 Prozent und damit nur geringfügig höher als im Vorjahr (0,57 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 Empfeh-

100 % CEWE PRODUKTE OHNE SICHERHEITSMÄNGEL

lungen des Bundesinstituts für Risikobewertung. Die hohen Ansprüche von CEWE bezogen auf die Produktsicherheit und das Qualitätsmanagement tragen zum Erfolg der Marken bei. Es gab im Berichtsjahr 2016 keine Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit nicht eingehalten wurden. Ziel ist es weiterhin – wie im Jahr 2016 auch –, Produkte ohne jegliche Sicherheitsmängel zu vertreiben.

G4-DMA Produktsicherheit, G4-PR2

G4-DMA Lieferanten,
G4-12, G4-15, G4-17,
G4-EC2, G4-EC9,
G4-SO4, G4-LA14,
G4-LA16, G4-HR5,
G4-HR6, G4-HR10,
G4-EN32

Lieferantenmanagement

Nachhaltigkeit ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und der Schlüssel zum Erfolg. Aus diesem Grund stellt CEWE auch im Bezug zur Nachhaltigkeit hohe Anforderungen an seine Lieferanten. Gemeinsam werden im Beschaffungsprozess neben niedrigen Kosten, ausgewiesener Prozesskompetenz, langfristiger und stetiger Qualitätssicherheit auch ökologische, ökonomische und soziale Aspekte berücksichtigt. Die Innovationsführerschaft der Lieferanten ist eine Grundvoraussetzung für eine nachhaltige Partnerschaft, um die Effizienz der gesamten Wertschöpfungskette zu verbessern. Zusammen mit seinen Lieferanten erarbeitet CEWE neben Neuentwicklungen auch Lösungen zur Optimierung von Materialien, Maschinen und Anlagen, um die Prozessführerschaft weiter auszubauen und langfristig zu sichern. Das partnerschaftliche Verhältnis zu den Lieferanten zeichnet sich durch Offenheit, Transparenz und Ehrlichkeit aus, um eine nachhaltige Zusammenarbeit zu gewährleisten.

In der Lieferkette von CEWE werden die direkten Lieferanten für Produktionsmaterial betrachtet. Werden kritische Materialien durch einen Händler beschafft, so wird auch dessen Vorlieferant mitbetrachtet und geprüft. Als kritisches Material werden insbesondere Produkte mit hohen Anforderungen im Bereich Produktsicherheit und Produktqualität eingestuft.

Dort, wo es möglich ist, arbeitet CEWE mit lokalen Lieferanten. Die Hauptgeschäftsstandorte von CEWE sind die Produktionsstandorte. Die Liste aller zur CEWE Unternehmensgruppe gehörenden Unternehmen steht im aktuellen Geschäftsbericht auf Seite 254.

Als lokal werden alle gelieferten Produktionsmaterialien gewertet, deren Lieferant aus demselben Land stammt. Im Berichtsjahr konnten bereits 58 Prozent des Materials lokal beschafft werden (Vorjahr 52 Prozent), 22 Prozent im europäischen Wirtschaftsraum und 20 Prozent im außer-europäischen Ausland. Ziel ist es, auch zukünftig vermehrt Lieferanten

im lokalen Umfeld zu suchen, um die wirtschaftliche Unterstützung der Regionen im Umfeld der Produktionsstandorte zu gewährleisten und die CO₂-Emissionen in der Lieferlogistik zu verringern.

Um der Verpflichtung nachzukommen, Risiken langfristig zu managen und zu minimieren, wird für Produktionsmaterial stets eine Zwei- oder Mehrlieferantenstrategie angestrebt. 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 und ggf. übertroffen werden. Im Jahr 2016 betrug die Gesamtzahl aller Lieferanten 6.500 (Vorjahr 6.000). Grundsätzlich werden alle Lieferanten, die von CEWE eine

**58 % DER PRODUKTIONSMATERIALIEN
WERDEN LOKAL EINGEKauft**

Bestellung erhalten, durch einen Verweis auf den Einkaufsbedingungen über die CEWE Richtlinien informiert.

Lieferantenbewertungssystem

80 Prozent der neuen relevanten Lieferanten wurden im Berichtszeitraum 2016 in Hinblick auf Arbeitspraktiken, anhand von Menschenrechtskriterien und ökologischen Kriterien überprüft (im Vorjahr waren es 70 Prozent). Um den Umsetzungsgrad der vielfältigen Nachhaltigkeitsthemen entlang der Lieferkette zu eruieren, wurde ein Teil der bestehenden nationalen und internationalen Schlüssellieferanten durch einen umfangreichen Nachhaltigkeitsfragebogen validiert.

Mehr als 120 Rückmeldungen gaben Rückschlüsse auf den Stand der Lieferanten in Bezug auf ihr nachhaltiges Verhalten. Ein Großteil der Befragten erfassen bereits Umweltkennzahlen und legen Wert auf eine Senkung des Energieverbrauchs. Besonders positiv sind Rückmeldungen im Bereich der sozialen und gesellschaftlichen Nachhaltigkeit zu werten. Maßnahmen wie Schulungen, Audits und Verpflichtungserklärungen zur Vermeidung von Korruption, zur Einhaltung ethischer Grundsätze und zur Einhaltung von Menschenrechten sind stark verbreitet. Zukünftig plant CEWE ein umfassendes Lieferantenbewertungssystem, in das alle

Aspekte einer nachhaltigen Leistungsfähigkeit bestehender und zukünftiger Lieferanten einfließen.

Alle Geschäftsstandorte von CEWE befinden sich innerhalb Europas und unterliegen damit den gesetzlichen Regelungen, die Zwangs-, Pflicht- und Kinderarbeit untersagen. CEWE ist bereits vor Jahren dem BME Code of Conduct beigetreten, durch den ebenfalls die Haltung des Unternehmens bezogen auf Kinderarbeit verdeutlicht wird. Auch im Berichtszeitraum hat sich CEWE der jährlichen Prüfung des BME unterzogen.

CEWE STEHT IM NACHHALTIGKEITS-DIALOG MIT SEINEN LIEFERANTEN

Bei Lieferanten, die gemäß den BSCI-Richtlinien in als kritisch eingestuften Regionen ansässig sind, werden regelmäßig Lieferantenaudits durchgeführt. Im Jahr 2016 ist ein neuer Lieferant aus einer kritisch eingestuften Region hinzugekommen, der ebenso wie bestehende Lieferanten durch einen Vor-Ort-Besuch überprüft wurde. Alle besuchten Betriebe entsprachen den hohen Anforderungen von CEWE. Im Berichtsjahr 2016 gab es erneut keine Vorfälle bei oder Beschwerden über die Lieferanten, mit denen CEWE zusammenarbeitet.



Die Lieferanten von CEWE zeichnen sich heute nicht mehr nur über Qualität und Preisniveau aus. Zu den Leistungskriterien in der Lieferkette gehören ebenso Innovationskraft, Prozess-Know-how und Logistikkompetenz im Sinne kurzer Lieferwege, nachhaltiger Transporte (zum Beispiel CO₂-neutral) und entsprechende Verpackungskonzepte.

G4-16 Mitglied- und Partnerschaften

**SOS-Kinderdörfer weltweit**

Die SOS-Kinderdörfer sind ein unabhängiges, nicht staatliches und überkonfessionelles Hilfswerk für Kinder, das weltweit aktiv ist. Sie haben es sich zur Aufgabe gemacht, verlassene und Not leidende Kinder in eine bessere Zukunft zu begleiten. Heute gibt es weltweit 571 SOS-Kinderdörfer und 1.987 weitere Projekte. CEWE startete die Partnerschaft mit den SOS-Kinderdörfern weltweit im Jahr 2013. Seitdem wurde die Zusammenarbeit auf zwölf Partnerstandorte ausgeweitet. Das Engagement für Familien und Kinder in Not wird auf vielfältige Weise umgesetzt – in Form von Nothilfeprogrammen, Integrationsprojekten für Flüchtlinge oder neuen Wohnprojekten in den SOS-Kinderdörfern. Die Mitarbeiter von CEWE engagieren sich außerdem ehrenamtlich in lokalen Einrichtungen, packen an „Ehrenamtstagen“ mit an oder organisieren Sommer- und Ferienaktivitäten für Kinder.

**NABU**

Seit über 115 Jahren setzt sich der NABU dafür ein, die Natur zu schützen und für zukünftige Generationen zu sichern. CEWE startete die Kooperation mit dem NABU im Rahmen eines gemeinsamen Fotowettbewerbs. Seit 2014 steht die Planung des Erweiterungsbaus am Standort Oldenburg unter Naturschutzaspekten auf der Agenda. 144 Nistkästen zum Schutz bedrohter Vogelarten wurden aufgehängt und ein Insektenhotel wurde aufgestellt.

UN Global Compact

Der UN Global Compact ist die weltweit größte Corporate-Sustainability-Initiative, die sich für die Bekämpfung der Korruption, Sklaverei und Kinderarbeit sowie die Schaffung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen einsetzt. Das Deutsche Global Compact Netzwerk (www.globalcompact.de) 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, basierend auf den Angaben der Unternehmen, das weltweit größte frei verfügbare Register zu unternehmensbezogenen CO₂-Emissionen aufgebaut hat. Die unterstützenden Investoren erhalten Zugang zu den 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 beteiligt sich seit 2010 am Carbon Disclosure Project und ist für seine herausragende Umweltberichterstattung in den Jahren 2015 und 2016 ausgezeichnet worden.

**pro:connect**

Der gemeinnützige und spendenfinanzierte Verein „pro:connect“ bringt Arbeit suchende Geflüchtete und potenzielle Arbeitgeber aus der Region zusammen. CEWE ist seit 2016 Vereinsmitglied und hat Unterstützung in Form der Bezuschussung zu einer Personalstelle sowie durch diverse Geld- und Sachspenden (Druck-Erzeugnisse wie Flyer und Visitenkarten) geleistet.





Deutscher Nachhaltigkeitskodex

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) bietet einen Rahmen für die Berichterstattung zu nicht finanziellen Leistungen, der von Organisationen und Unternehmen jeder Größe und Rechtsform genutzt werden kann. Die EU-Kommission hat den Deutschen Nachhaltigkeitskodex als einen möglichen Standard zur Erfüllung der ab 2016 geltenden europäischen Pflicht zur nicht finanziellen Berichterstattung von Unternehmen des öffentlichen Interesses mit mehr als 500 Mitarbeitern genannt. CEWE hat sich 2015 mit dem Transparenzstandard beschäftigt und 2016 die Entsprechenserklärung für den Deutschen Nachhaltigkeitskodex erfolgreich abgegeben.



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

Der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V. (BME) fördert 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. CEWE trat im Jahr 2006 dem BME bei und ist seit 2009 Mitglied der BME-Compliance Initiative.



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

Der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e. V. sensibilisiert Unternehmen, Kommunen und Organisationen für die Belange des Umweltschutzes sowie die Vision des nachhaltigen Wirtschaftens. Zusammen mit den Mitgliedsunternehmen entwickelt das Netzwerk neue strategische Konzepte und aktualisiert bestehende Systeme und Methoden hinsichtlich umweltrelevanter und nachhaltiger Wirtschaftsweisen. CEWE ist seit 2012 B.A.U.M.-Mitglied.

FSC® (Forest Stewardship Council®)

Der Forest Stewardship Council wurde 1993 gegründet. Sein Ziel ist es, die in Rio verabschiedeten Forderungen an „nachhaltige Entwicklung“ für Wälder umzusetzen. 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. Seit 2011 sind alle Betriebe von CEWE europaweit FSC®-zertifiziert.



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldbirtschaft

Deutsche Post DHL GoGreen, DPD Total Zero und UPS Carbon Neutral

GoGreen ist die CO₂-neutrale Versandoption für Kunden von der Deutschen Post DHL. Total Zero ist der CO₂-neutrale Versand des Paket- und Expressdienstleisters DPD und UPS offeriert mit ihrem Carbon-Neutral-Versand ebenfalls zertifizierte kohlenstoffneutrale (CO₂-)Ausgleiche, um die Neutralisierung der Emissionen, die durch den Transport der Sendungen erzeugt werden, zu ermöglichen.

CEWE versendet seit April 2010 deutschlandweit alle Sendungen im Bereich Mailorder mit GoGreen. Die Online-Plattform CEWE-PRINT.de versendet seit 2012 alle Sendungen mit DPD Total Zero. Seit Februar 2014 versendet CEWE außerdem UPS-Sendungen mit dem Carbon-Neutral-Programm.



Der CO₂-neutrale Versand mit der Deutschen Post



UMWELTSCHUTZ UND RESSOURCENSCHONUNG

| | |
|--|----|
| Klimaschutz vorantreiben durch klimaneutrale CEWE Markenprodukte | 36 |
| Energie sparen | 39 |
| Die CEWE Umweltpolitik | 39 |
| Managementsysteme zur Verbesserung der Umweltleistungen | 40 |
| Wasser schützen, Luft und Boden rein halten | 40 |
| Verantwortungsvoller Materialeinsatz | 42 |
| Abfall reduzieren und Recyclingprozesse optimieren | 42 |

Jeck...
FOTOBUCH
ist klimaneutral

KLIMANEUTRALITÄT ALS ZIEL CO₂-Fußabdruck reduzieren

Im Jahr 2016 hat CEWE seine nachhaltige Klimaschutzstrategie deutlich erweitert. Das CEWE FOTOBUCH und alle anderen CEWE Markenprodukte werden seit September 2016 klimaneutral produziert. Die bei der Herstellung entstandenen CO₂-Emissionen gleicht CEWE durch die Unterstützung eines umfassenden Klimaschutzprojektes in Kenia aus.



UMWELTSCHUTZ MIT SYSTEM

G4-EN19, G4-EN27 **Klimaschutz vorantreiben durch klimaneutrale CEWE Markenprodukte**

Die Emission von CO₂ und anderen klimaschädlichen Gasen ist anerkannte Ursache des vom Menschen erzeugten Treibhauseffektes. Die Folgen der dadurch bewirkten globalen Klimaveränderung sind bereits zu spüren. Daher haben sich die meisten Länder auf der UN-Klimakonferenz Ende 2015 in Paris auf eine deutliche Reduktion des CO₂-Fußabdrucks verständigt. Große Auswirkung hat dabei insbesondere die Reduktion industrieller Emissionen. CEWE ist sich der großen Verantwortung bewusst. Seit vielen Jahren werden bei CEWE Produktion und Logistik immer umweltgerechter gestaltet. Viele Projekte im Bereich regenerativer Energieerzeugung (eigene Fotovoltaikanlagen, Umstellung auf Grünstrom), Energieeffizienz (LED-Beleuchtung, Green IT) und die klimaneutrale Versendung aller Mailorder-Produkte dienen bereits der Verringerung des CO₂-Fußabdrucks.

SEIT 2016 WERDEN ALLE CEWE MARKENPRODUKTE KLIMANEUTRAL PRODUZIERT

Im Berichtsjahr hat sich CEWE zum ehrgeizigen Ziel gesetzt, sämtliche unvermeidbaren CO₂-Emissionen zu kompensieren, die bei der Herstellung der CEWE Markenprodukte entstehen. Durch diese CO₂-Kompensation ergibt sich die Möglichkeit, derzeit unvermeidbare Umweltauswirkungen in der Gesamtbilanz zu vermindern. Für diese Initiative erhielt CEWE den CHIP PHOTO AWARD für Nachhaltigkeit auf der photokina 2016.



Zum Projekt gehört auch die Schaffung von Arbeitsplätzen vor allem für Frauen in der Herstellung nachhaltiger Kleidung, in Baumschulen sowie im Bildungs- und Gesundheitswesen.

Berechnung der CO₂-Kompensation

Die CO₂-Kompensation wirkt über eine bilanzielle Berechnung von CO₂-Erzeugung (Quelle) und CO₂-Vernichtung (Senke). CEWE berechnet den Fußabdruck seiner Produkte, der die Erzeugung der Ausgangsmaterialien, deren Transport in die CEWE Betriebe sowie den Treibstoff-, Gas- und Stromverbrauch von CEWE enthält (cradle-to-gate). Der Transport zum Kunden als Mailorder erfolgt bereits seit mehreren Jahren klimaneutral und die selbst beauftragte Logistik wird in einem separaten Prozess zukünftig auf klimaneutral umgestellt. Als Senke des CO₂ dienen Projekte der Energieeinsparung, der regenerativen Energieerzeugung und des Waldanbaus – überwiegend außerhalb Europas im Bereich der Schwellen- und Entwicklungsländer. Diese Projekte benötigen finanzielle Unterstützung. Sie sind von

G4-EN30

unabhängigen Dritten zertifiziert und die Berechnung des entzogenen bzw. eingesparten CO₂ erfolgt nach internationalen Standards. Diese „CO₂-Credits“ (Senken) werden dann mit den „CO₂-Debits“ (Quellen) verrechnet und in der Bilanz wird kein CO₂ in die Atmosphäre gegeben: Der CO₂-Fußabdruck von CEWE ist somit kompensiert.

Das Kompensationsprojekt: der Kasigau Wildlife Korridor

Das von CEWE gewählte Projekt zur Kompensation des CO₂-Fußabdrucks der CEWE Markenprodukte ist der Kasigau Wildlife Korridor in Kenia, ein Waldschutz- und Wiederaufforstungsprojekt in einem 200.000 ha großen Landschaftskorridor zwischen zwei Nationalparks im Süden Kenias. Das von der UN initiierte Projekt ist nach dem international anerkannten Verified Carbon Standard zertifiziert. Ziel des Projektes ist es, dass sich die Bewohner vor Ort um den Waldbestand und die Wiederaufforstung kümmern, statt – wie zuvor – den Wald abzuholzen. Die Lebensgemeinschaften dort (ca. 150.000 Menschen) verstehen sich als Wald- und Wildhüter. Der finanzielle



Im Rahmen des Projektes wurden Bildungseinrichtungen gebaut und Stipendienvergaben ermöglicht.



Das Projektgebiet verbindet die Nationalparks Tsavo East und Tsavo West und fungiert als Durchgangskorridor und Heimat für unzählige Vogelarten und bedrohte Tierarten wie Zebras, Geparden, Löwen und Elefanten. Neben der Erhaltung einer natürlichen Kohlenstoffsenke schützt das Projekt somit auch die lokale Biodiversität.

Ertrag aus der CO₂-Kompensation wird in die Lebensgemeinschaft investiert, in Schulen und Ausbildung, in Wiederaufforstung und Waldschutz, in die Herstellung ressourcenschonender Kochstellen, aber auch in den Aufbau von Fair-Trade-Produktionsstätten. Im Juli 2017 plant CEWE die Entsendung eines eigenen Auditoren-Teams, das sich in Kenia mit den Projekthaltungen kritisch auseinandersetzt und sowohl die CO₂-Kompensationsberechnung nachprüft als auch die Projektkomponenten begutachtet.

G4-15, G4-EN3,
G4-EN4, G4-EN5,
G4-EN7, G4-EN15,
G4-EN16, G4-EN17,
G4-EN18, G4-EN19

Der CO₂-Fußabdruck von CEWE

Die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks von CEWE orientiert sich an den internationalen Standards des IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) und wird auf der Grundlage des aktuellen Corporate Accounting and Reporting Standard der Greenhouse Gas Protocol Initiative berechnet und dargestellt. Einbezogen sind alle CEWE Produktions- und Vertriebsstandorte. CEWE berichtet jährlich im Rahmen des Carbon Disclosure Project. Zum zweiten Mal in Folge wurde CEWE mit einem sehr guten Resultat (100 A-) als Sector Leader Industrials 2016 ausgezeichnet. Bewertet wurden die offene und umfängliche Berichterstattung sowie die Leistungen im Klimaschutz.

Die direkten CO₂-Emissionen aus stationären und mobilen Quellen (Scope 1) beinhalten bei CEWE sowohl Verbrennungsvorgänge zu Heizzwecken mit überwiegend Erdgas und wenig Heizöl als auch Treibstoffverbrauch der firmeneigenen Kfz oder geleasteten Firmenwagen. Die indirekten Emissionen aus der Erzeugung des eingekauften Stroms

CO₂-Emissionen 2016 vs. 2015 (Scope 1, 2 und 3)

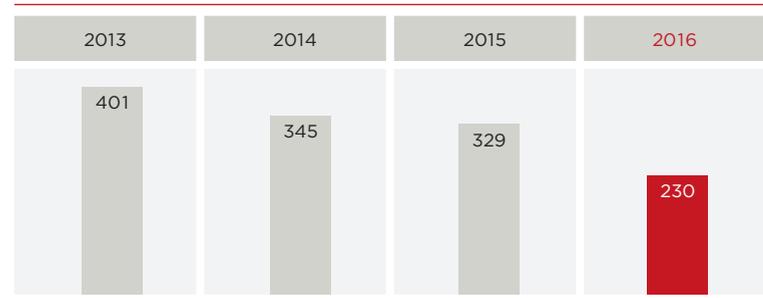
| | 2015 (t CO ₂) | 2016 (t CO ₂) | Anteil 2016 |
|--|---------------------------|---------------------------|---------------|
| Scope 1 | 3.017 | 3.219 | 11,1% |
| Scope 2 | 10.384 | 7.202 | 25,0% |
| Scope 3 | 19.224 | 18.423 | 63,9% |
| Logistik | 12.533 | 10.918 | 37,9% |
| Warenanlieferung | 3.585 | 4.340 | 15,0% |
| Abfall-Logistik | 371 | 400 | 1,4% |
| Mitarbeiter-Anfahrten inkl. Dienstreisen | 2.735 | 2.765 | 9,6% |
| Gesamt | 32.625 | 28.844 | 100,0% |

werden als Scope 2 bezeichnet. Weitere indirekte Emissionen, die mit der Unternehmenstätigkeit im Zusammenhang stehen, aber nicht durch sie erzeugt werden, werden als Scope 3 bezeichnet. Hier werden beispielsweise Logistikprozesse des Warenbezugs und Auslieferung der Produkte, Logistik der Abfallentsorgung sowie Fahrten der Mitarbeiter zur Arbeitsstätte oder Dienstreisen berichtet.

Energiebedarf und Scope-1- und -2-Emissionen 2013-2016

| Jahr | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|--------|--------|--------|--------|
| CO ₂ -Emissionen in t/a | 13.473 | 13.244 | 13.401 | 10.421 |
| CO ₂ -Emissionen in t/Mio. € | 25 | 25 | 24 | 18 |
| Energieintensitätskoeffizient GJ/Mio. € | 277 | 269 | 259 | 250 |
| Energiebedarf pro Produkt und Dienstleistung GJ/t | 4,36 | 3,66 | 3,52 | 3,28 |

CO₂-Emissionen in kg/t Material 2013-2016



Der Energiebedarf von CEWE betrug im Jahr 2016 mit 148,8 TJ 4 Prozent mehr als im Vorjahr (143,3 TJ). Die Erhöhung resultiert aus einem gestiegenen Umsatz (plus 7 Prozent) und einer erhöhten Produktionsmenge (plus 11 Prozent). Der Wert setzt sich zusammen aus 32,7 TJ Gas für Heizzwecke, 21,9 TJ Treibstoffe (überwiegend Diesel) und 94,2 TJ (26,2 GWh) Strom.

G4-EN7, **Energie sparen**
G4-EN19

Die CEWE Klimastrategie umfasst verschiedene Ansätze.

- **Nutzung regenerativer Energien** aus hauseigenen Fotovoltaikanlagen; an den Standorten Freiburg und Germering, 260 MWh/a, CO₂-Einsparung von 105 t/a.
- Zunehmende **Verwendung von Grünstrom**. 2016 wurden in Oldenburg und Prag 100 Prozent Grünstrom verwendet und dadurch über 3.000 t CO₂ im Scope 2 (30 Prozent) im Vergleich zum Vorjahr eingespart.
- **Kontinuierliche Reduzierung des Energieverbrauchs** durch Effizienzsteigerung. Dazu gehören zum Beispiel LED-Lichtinstallationen wie bei SAXOPRINT in Dresden (CO₂-Einsparung von 250 t/a), energieoptimierte Rechenzentren (Green IT, beispielsweise in Oldenburg CO₂-Einsparung von 150 t/a) und Einsparungen bei der Raumklimatisierung und der Druckluftherzeugung.
- **Energiebewusstes Verhalten** der Mitarbeiter sowie energiebewusste Verwendung der Produktionsmaschinen (Verbesserung der Maschinenlaufzeiten).
- **Nutzung verbrauchsarmer Firmenwagen** durch finanzielle Unterstützung von Elektro- und Hybridfahrzeugen sowie die Kompensation des Treibstoffverbrauchs in Deutschland durch die DKV Froschkarte. Hierdurch wurden im Jahr 2016 808 t Scope-1-CO₂-Emissionen eingespart.
- **Umweltfreundlichere Ausrichtung der Vertriebslogistik**. Durch Optimierung der Fahrdienste wurden im Jahr 2016 13 Prozent bzw. 1.615 t CO₂ eingespart. In den nächsten beiden Jahren sind weitere erhebliche Reduktionen angestrebt.
- **Dienstreisen mit der Bahn**. 2016 konnten durch die Nutzung der Business Bahncard 379.819 Personenkilometer und damit 92,4 Prozent der Bahnreisen klimaneutral zurückgelegt werden.

- **Klimafreundliches Pendeln**. CEWE wird seine Mitarbeiter hinsichtlich Jobticket oder Mitarbeiterfahrrad sowie mit der Bereitstellung von Stromtankstellen unterstützen.

- **Klimaneutrales Drucken**: Auf den Webseiten von CEWE-PRINT, SAXOPRINT und viaprinto eröffnet CEWE seinen Kunden die Möglichkeit, ihre Druckprodukte klimaneutral zu drucken.

Langfristige Klimaziele von CEWE

In Übereinstimmung mit den in Paris 2015 formulierten ehrgeizigen Zielen in Richtung kohlenstoffarmer Gesellschaft hat sich CEWE zwei große langfristige Ziele gesetzt:

1. Halbierung der Scope-1- und Scope-2-CO₂-Emissionen absolut von 2015 bis 2025 von 13.401 t/a auf weniger als 6.700 t/a.
2. Verminderung der im CDP berichteten absoluten Scope-3-CO₂-Emissionen um mindestens 25 Prozent in den nächsten zehn Jahren auf Basis des Jahres 2015.

Die CEWE Umweltpolitik

Die CEWE Klimastrategie ist eingebettet in die Umweltpolitik, die Umweltschutz und Ressourcenschonung als wesentliche Aspekte der CEWE Nachhaltigkeitsstrategie beschreibt. Unter dem Leitbegriff „Natur bewahren“ werden die folgenden Handlungsfelder definiert und im Rahmen der Geschäftstätigkeit mit Leben erfüllt:

- Energie sparen
- Klimaschutz vorantreiben
- Wasser schützen, Luft und Boden rein halten
- Verantwortungsvoller Materialeinsatz
- Abfall reduzieren und Recyclingprozesse optimieren

G4-DMA Umwelt,
G4-DMA Arbeitsschutz,
G4-EN29, G4-EN34

Die Selbstverpflichtungen von CEWE umfassen sowohl die Einhaltung der geltenden rechtlichen Bestimmungen als auch die darüber hinausgehenden Anforderungen. Insbesondere hat CEWE auch individuelle Ansprüche seiner Interessengruppen wie Kunden und Handelspartner im Blick und verpflichtet sich, anerkannte Anforderungen einzuhalten.

Bei Planung und Investitionen setzt das Unternehmen 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 den geltenden nationalen und internationalen Normen und Gesetzen und unterschreiten vorgegebene Grenzwerte zum Wohl der Gesundheit von Mitarbeitern und der Umwelt.

Die ständige Verbesserung von Arbeitssicherheit und Umweltschutz sowie die Vermeidung von Umweltbelastungen sind erklärtes Ziel. CEWE hat keinen Verstoß gegen Auflagen im Umweltbereich zu melden und es kam zu keinerlei Beschwerden oder Verhängung von Bußgeldern in Bezug auf ökologische Auswirkungen.

G4-DMA Umwelt,
G4-DMA Energie,
G4-14, G4-15

Managementsysteme zur Verbesserung der Umwelleistungen

Die Stakeholderbefragung hat gezeigt, dass Aspekte wie Energieverbrauch, Umweltschutz und Materialeinsatz sowohl für die intern als auch die extern Befragten einen sehr hohen Stellenwert besitzen. Die Umwelleistung von CEWE soll ständig verbessert werden. Umweltaspekte wie Energieeinsatz der Produktion und der IT-Prozesse sowie verursachte Emissionen durch den Transport der CEWE Produkte sollen systematisch erfasst werden. Daher wurde bereits 2011 begonnen, an den vier deutschen Digitaldruck-Produktionsstandorten Oldenburg, Germering, Mönchengladbach und Freiburg ein Umweltmanagementsystem gemäß DIN EN ISO 14001 aufzubauen und in die Praxis umzusetzen. Seit 2013 sind alle vier Standorte entsprechend zertifiziert.

INNERHALB DER LETZTEN 20 JAHRE HAT CEWE GEGEN KEINE UMWELTAUFLAGEN VERSTOSSEN

Zusätzlich wird an den genannten Standorten sowie bei SAXOPRINT in Dresden das Energiemanagementsystem DIN EN ISO 50001 betrieben. Mit seiner Energiepolitik verpflichtet sich CEWE zur kontinuierlichen Verbesserung der energiebezogenen Leistung und zur Unterstützung dieses Prozesses, indem beim Erwerb von Produkten und Dienstleistungen sowie beim Gebrauch von Maschinen, Geräten und Anlagen auf den Energieeinsatz, den Energieverbrauch und die Energieeffizienz geachtet wird. Außerdem werden Kennzahlen zur Überprüfung von Energiezielen erarbeitet und permanent überprüft. Gesetzliche Anforderungen und eigene, darüber hinausgehende Ziele bilden den Rahmen der Energiepolitik von CEWE. Hiermit wird auch der Klimaschutz von CEWE aktiv vorangetrieben.

Das Umweltmanagementsystem DIN EN ISO 14001 wurde 2015 erfolgreich rezertifiziert und das Energiemanagementsystem DIN EN ISO 50001 im Jahr 2015 erfolgreich zertifiziert. 2016 wurden beide Systeme extern überwacht.

Aufwendungen für Umweltschutz

Die Summe der Aufwendungen im Berichtszeitraum lag bei ca. 0,4 Mio. Euro. Darin enthalten sind die Kosten für die Managementsysteme Energie und Umwelt (0,15 Mio. Euro), Kosten der Abwasserbehandlung und Abwasseranalytik (0,1 Mio. Euro), Sanierungskosten (0,05 Mio. Euro) und weitere Projektkosten (0,1 Mio. Euro). Nicht enthalten sind die Entsorgungskosten, die 2016 bei etwa 0,5 Mio. Euro lagen.

G4-EN31

Wasser schützen, Luft und Boden rein halten

Wasser wird weitgehend zur Entwicklung fotografischer Materialien wie Filme und Papier verwendet. Die Abwasserqualität wird eng überwacht und entspricht stets den gesetzlichen Anforderungen.

G4-EN8



Im Labor werden auch sämtliche Proben der Entwicklungsbäder aus allen europäischen CEWE Betrieben analysiert.

Senkung des Wasserverbrauchs

Zur erfolgreichen Senkung des Frischwasserverbrauchs betreibt CEWE seit vielen Jahren folgende produktionsintegrierten Maßnahmen:

- 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

CEWE verwendet überwiegend Leitungswasser; der Gesamtanteil an Brunnenwasser liegt bei etwa 7 Prozent. Der absolute Wasserverbrauch ist 2016 gegenüber dem Vorjahr gleich geblieben. Der auf den Durchsatz bezogene Wasserverbrauch beträgt 2,5 l/m². Die weitere Verringerung des Wasserverbrauchs als Ziel wurde nicht erreicht und lässt sich nach Evaluierung aller Möglichkeiten auch nicht erreichen. Alle Optimierungen sind wirksam und ausgeschöpft. 2017 ist das Ziel, die

spezifische Wasserquote auf unter 2,5 l/m² zu halten. Der absolute Wasserverbrauch soll entsprechend niedrig ausfallen.

Verbesserung der Abwasserqualität

Für die Entwicklung fotografischer Materialien wird das industrielle Fotofinishing auch zukünftig nicht auf Wasser verzichten können. Darum ist es CEWE ein wichtiges Anliegen, die Qualität des entstehenden Abwassers konsequent hoch zu halten. Seit 2001 erfüllt CEWE die freiwillige Selbstverpflichtung der Fotoindustrie, den Eintrag harter Komplexbildner in das Abwasser um die Hälfte zu senken, da sie biologisch schwer abbaubar sind. 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.

Luft und Boden rein halten

Gerade im Bereich von Luft und Boden sind es die Mitarbeiter, die zuerst potenziellen Umweltgefahren ausgesetzt 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 Digitaldruckmaschinen werden die Bemühungen von CEWE deutlich: Der Druck erfolgt ozonarm und die 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-Verfahren lösemittelfrei.

Seit mehr als vier Jahren wird in den Digitaldruckbereichen auf Isopropanol als Reinigungsmittel überwiegend verzichtet und das deutlich weniger gesundheitsgefährdende Ethanol eingesetzt. Auch im Offset-

druckbereich 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.

CEWE erfüllt. Bei der Verwendung der Buchdeckenpappe wird dagegen ausschließlich recyceltes Material eingesetzt.

Der Anteil der Sekundärrohstoffe beträgt 9 Prozent. Die Sekundärrohstoffe umfassen Verpackungsmaterial sowie Graupappen für Buchdecken und Kopierpapiere.

Verpackungen

Mehr als 98 Prozent der Verpackungen bestehen aus Wellpappe, die aus recycelten Materialien hergestellt wird. Weniger als 2 Prozent sind Kunststoffe, die vor allem dem Schutz vor Feuchtigkeit beim Transport dienen. Das Ziel, den Kunststoffanteil weit unter 5 Prozent zu halten, wurde 2016 erreicht.

Abfall reduzieren und Recyclingprozesse optimieren

Der ressourcenschonende Einsatz von Materialien ist ein sehr entscheidender Umweltaspekt bei CEWE. Die Auswahl der eingesetzten Materialien findet daher gezielt nicht nur unter qualitativen, sondern auch unter ökologischen Gesichtspunkten statt. In der Produktion wird ein möglichst geringer Ausschuss angestrebt, und unvermeidbarer Abfall wird gewissenhaft entsorgt.

Rückgewinnung von Silber

Bei der Entwicklung von Film- und Fotopapier entsteht als Nebenprodukt Silber. Die deutsche Abwasserverordnung sieht eine Frachtbeschränkung von 30 mg/m² Fotomaterial vor. Diesen Wert unterschreitet CEWE um das Fünf- bis Sechsfache. Durch die konsequente elektrolytische Entsilberung der fotografischen Verarbeitungsbäder gewinnt CEWE seit mehreren Jahren durchschnittlich 95 Prozent des Silbers zurück. Im Jahr 2016 konnten so 4,547 t Silber zurückgewonnen werden.

Recyclingverfahren bei der fotografischen Verarbeitung

CEWE erzielte 2016 konzernweit eine hohe Recyclingquote der chemischen Verarbeitungsbäder von 89 Prozent. Die Quote resultiert aus

G4-EN1, G4-EN2 Verantwortungsvoller Materialeinsatz

CEWE forciert den Einsatz umweltfreundlicher Materialien – insbesondere beim stärksten Produkt: dem CEWE FOTOBUCH. Seit 2011 wird sehr erfolgreich die FSC®-Zertifizierung aller Digitaldruckprodukte für alle Betriebe erzielt. 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. An das Hauptverarbeitungsmaterial Papier stellt CEWE hohe Qualitätsansprüche. Bisher wurde noch kein Recyclingpapier gefunden, das alle Ansprüche von



Mehr als 98 Prozent der CEWE Verpackungen bestehen aus Pappe. CEWE Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen arbeiten laufend daran, die Verpackungen noch umweltfreundlicher zu gestalten.

G4-EN1

dem wiederverwendeten Überlauf im Verhältnis zur gesamt angesetzten Menge an fotografischen Verarbeitungsbädern.

Proben sämtlicher 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 Untersuchung sensitometrische Prozesskontrollen stattfinden.

G4-EN1, G4-EN23

Mengenbilanz und Abfallquote

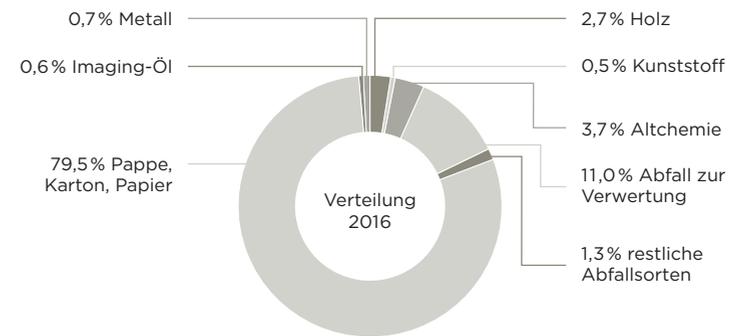
Im Berichtsjahr 2016 betrug die Abfallmenge 13.799 t, was etwas mehr als 30 Prozent der eingesetzten Materialmenge (Abfallquote) entspricht. Im Vorjahr betrug die Abfallquote noch 33 Prozent. Das im letzten Jahr formulierte Ziel, durch Ausschussreduzierung die Abfallquote innerhalb der nächsten drei Jahre auf unter 30 Prozent zu senken, wurde somit bereits jetzt fast erreicht.

Im Rahmen der Abfallbilanz bewertet CEWE die Abfallmengen nach Materialarten. Das mit Abstand größte Abfallvolumen kommt aus dem Druckpapierbereich und aus dem Verpackungsbereich, in dem überwiegend Papier und Kartonagen verwendet werden. Insbesondere im Druckpapierbereich wird sehr darauf geachtet, dass der Papierausschuss dem Recyclingprozess in qualitativ hochwertiger Weise zugeführt wird.

Mengenbilanz 2016

| Material | Gesamt (t) | Produkt (t) | Abfall (t) |
|----------------------------------|----------------|----------------|---------------|
| Papier (Foto und Druck) | 35.368 | 25.194 | 10.174 |
| Weitere Produktbestandteile | 1.476 | 1.408 | 68 |
| Betriebs- und Hilfsmittel | 2.391 | 1.745 | 647 |
| Verpackung | 6.127 | 3.216 | 2.911 |
| Summe | 45.362 | 31.562 | 13.799 |
| Anteil an der Gesamtmenge | 100,0 % | 69,6 % | 30,4 % |

Abfallbilanz 2016



Im Offsetdruckbereich werden allein drei verschiedene Papiersorten getrennt gesammelt, um ein hochwertiges Recycling zu ermöglichen. Die aus der Aufbereitung der fotografischen Bäder anfallende Altchemie wird als Stickoxid-Reduktionsmittel in der Zementindustrie verwertet. Die Summe der gefährlichen Abfälle beträgt 4,9 Prozent der gesamten Abfallmenge. Auch diese gefährlichen Abfälle werden zu mehr als 90 Prozent einer Verwertung zugeführt.

VERANTWORTUNG FÜR MITARBEITER

| | |
|--|----|
| Personalmanagement: Gestaltung und Verwirklichung bei CEWE | 46 |
| Auszeichnungen | 46 |
| CEWE ist beliebter Arbeitgeber | 47 |
| Gesamtzahl der Beschäftigten | 47 |
| Kollektivvereinbarungen | 48 |
| Betriebszugehörigkeit und Fluktuation | 48 |
| Chancengleichheit | 49 |
| Frauenförderung - Vereinbarkeit von Beruf und Familie | 49 |
| Mitarbeiterbeteiligung: das Belegschaftsaktienprogramm | 50 |
| Altersvorsorge | 50 |
| Aus- und Weiterbildung | 50 |
| CEWE Junior Management Programm (JMP) | 51 |
| CEWE Forum und CEWE Wissen | 51 |
| Gesundheitsvorsorge | 52 |
| Arbeitssicherheit und Krankenstand | 52 |

Die 70 Mitarbeiter von CEWE konnten beim Brunnenlauf sehr gute Einzel- und Teamleistungen in den unterschiedlichen Jahrgangsklassen erreichen



GANZHEITLICHE FÖRDERUNG

Gesundheitsmanagement bei CEWE

Der Everstener Brunnenlauf gehört für CEWE in jedem Jahr fest in den Terminplaner. 2016 war CEWE mit 70 angemeldeten Sportlern eine der größten Laufgemeinschaften. Neben diesem Laufevent bietet CEWE seinen Mitarbeitenden verschiedene Sport- und Bewegungsmöglichkeiten, wie zum Beispiel den wöchentlichen Lauftreff oder auch Schnupperkurse für Fitnessboxen.

MOTIVIERTE MITARBEITER

G4-DMA Personal Personalmanagement: Gestaltung und Verwirklichung bei CEWE

Zum Erfolg eines Unternehmens tragen insbesondere die Mitarbeiter bei. CEWE schätzt seine Mitarbeiter und ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg. Ein qualifiziertes Personalmanagement sowie die intensive Förderung des fachlichen Nachwuchses unterstützen dabei und spielen deshalb eine große Rolle. 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

G4-15 Auszeichnungen



CEWE hat 2014 als eines der ersten Unternehmen das Zertifikat „Ausgezeichneter Arbeitgeber“ mit dem Zusatzmodul „Elternfreundlichkeit“ von den SOS-Kinderdörfern Global Partner erhalten. Entwickelt wurde das Gütesiegel gemeinsam mit dem TÜV Rheinland, der den neuen Standard zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Rahmen eines Zertifizierungsprozesses geprüft hat. CEWE erhielt das Siegel nach der erfolgreichen Absolvierung dieses Zertifizierungsprozesses. Geprüft wurden alle Teilbereiche des CEWE Personalmanagements hinsichtlich der Vereinbarkeit von beruflichen Anforderungen mit einem zeitgemäßen Verständnis von Mutter- und Vaterschaft. Im Jahr 2016 wurde der Zusatz Gesundheitsmanagement addiert. Hierbei wurde das Gesundheitsmanagement cewevital überprüft und für sehr gut befunden.

Darüber hinaus hat CEWE am „audit berufundfamilie“ der Hertie-Stiftung teilgenommen. Im August 2014 wurde CEWE von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung mit dem Zertifikat „audit berufundfamilie“ für

seine familienbewusste Personalpolitik ausgezeichnet. Das anerkannte Qualitätssiegel bescheinigt Arbeitgebern eine hohe Kompetenz im Einsatz für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Führende deutsche Wirtschaftsverbände empfehlen das Audit, das unter der Schirmherrschaft der Bundesfamilienministerin und des Bundeswirtschaftsministers steht. Die Zielvereinbarungen werden jährlich überprüft und CEWE hat die Prüfung 2016 bestanden.

Anfang August 2016 erhielt CEWE in Hannover das Zertifikat „Demografiefest – Sozialpartnerschaftlicher Betrieb“ vom niedersächsischen Wirtschaftsminister Olaf Lies und der Demografieagentur. Die Auszeichnung würdigt Unternehmen, die in den Handlungsfeldern Personalentwicklung und -bindung, Chancengleichheit und Diversity, betriebliches Gesundheitsmanagement sowie Wissenstransfer in beispielhafter Weise Maß-



CEWE hat als eines von elf Unternehmen die Auszeichnung „Demografiefest. Sozialpartnerschaftlicher Betrieb“ erhalten. Das Zertifikat ist ein sichtbares Zeichen des Landes Niedersachsen für sozialpartnerschaftliches Engagement und zukunftsichere Unternehmen.

nahmen ergriffen haben, um sich demografiefest aufzustellen. Mit der Prämierung werden Unternehmen für ihre Demografiefestigkeit gewürdigt, die sich zudem verpflichten, die im Zertifizierungsprozess vereinbarten Ziele innerhalb der nächsten zwei Jahre nachhaltig zu verstetigen. Das Zertifikat ist ein sichtbares Zeichen des Landes Niedersachsen für sozialpartnerschaftliches Engagement und zukunftssichere Unternehmen.

CEWE ist beliebter Arbeitgeber

Seit über zehn Jahren führt CEWE in den deutschen Betrieben immer wieder Umfragen zur Zufriedenheit der Mitarbeiter durch. Ihre Antworten liefern wertvolle Erkenntnisse, die in die Führungs- und Organisationsentwicklung von CEWE einfließen.

81% DER MITARBEITER MÖCHTEN GERN NOCH LANGE BEI CEWE ARBEITEN

2012 hat die erste Mitarbeiterbefragung in Kooperation mit Great Place to Work® stattgefunden. Damals fanden 71Prozent der Mitarbeiter, dass CEWE ein guter Arbeitgeber ist. Der Vergleichswert anderer Unternehmen mit 500 bis 2.000 Arbeitsplätzen lag bei 68Prozent. Jetzt wurde die Befragung noch einmal wiederholt. Aktuell sagen 81Prozent der Mitarbeiter, dass CEWE ein sehr guter Arbeitgeber ist.

G4-10, G4-LA1,
G4-LA12

Gesamtzahl der Beschäftigten

Im Jahresdurchschnitt 2016 waren bei CEWE Europaweit 3.550 Mitarbeiter beschäftigt (2015: 3.420). Davon arbeiteten 2.378 und damit rund 67Prozent in den deutschen Betrieben (Vorjahr 2.298 bzw. 67Prozent); 1.172 Mitarbeiter und damit rund 33Prozent (Vorjahr 1.122 bzw. 33Prozent) waren in den ausländischen Betrieben der Gruppe tätig.



Motivierte und kompetente Mitarbeiter sind CEWE enorm wichtig. Es finden regelmäßige Befragungen statt, um festzustellen, wie zufrieden die Mitarbeiter mit ihrer Arbeit sind.

Zur Abdeckung der Weihnachtssaison werden in den deutschen Betrieben jährlich rund 500 Saisonmitarbeiter im Zeitraum Oktober bis Dezember eingestellt. CEWE hat es sich zum Grundsatz gemacht, die Arbeitsverhältnisse selbst einzugehen und nach Möglichkeit keine Freiberufler und Kräfte aus Arbeitnehmerüberlassung einzusetzen. Deutschlandweit haben 2016 337 Mitarbeiter neu bei CEWE angefangen (192 männlich, 145 weiblich). 105 der Neueinstellungen sind unter 30 Jahre, 148 zwischen 30 und 50 Jahren und 84 über 50 Jahre. 246 arbeiten in Vollzeit und 91 in Teilzeit. Es gab 225 befristete und 112 unbefristete Arbeitsverträge. In den 337 Neueinstellungen sind zwei Führungspositionen enthalten.

Mitarbeiter nach Vertrag und Position 2016 (gesamt)

| | Befristet | Unbefristet | Vollzeit | Teilzeit | Führungskräfte | Mitarbeitende |
|--------------|------------|--------------|--------------|------------|----------------|---------------|
| Männlich | 252 | 1.582 | 1.696 | 108 | 208 | 1.603 |
| Weiblich | 158 | 1.558 | 1.283 | 463 | 47 | 1.692 |
| Summe | 410 | 3.140 | 2.979 | 571 | 255 | 3.295 |

Mitarbeiter nach Alter und Geschlecht 2016 (gesamt)

| | Unter 30 | 30 bis 50 | Über 50 | Gesamt | Männlich | Weiblich |
|----------------|----------|-----------|---------|--------|---------------|---------------|
| Führungskräfte | 23 | 132 | 100 | 255 | 208 (5,8%) | 47 (1,3%) |
| Mitarbeitende | 931 | 1.655 | 709 | 3.295 | 1.603 (45,2%) | 1.692 (47,7%) |

Personalstand CEWE Gruppe im Jahresdurchschnitt 2016



Betriebszugehörigkeit und Fluktuation

G4-LA1

Die Betriebszugehörigkeit an den deutschen Standorten betrug 2016 im Schnitt 10,9 Jahre. 167 Mitarbeiter feierten ihr Firmenjubiläum, davon ist eine erhebliche Anzahl seit über 25 Jahren bei CEWE. Die langjährige Mitarbeit sichert in hohem Maße Know-how und Erfahrung. Die hohe Mitarbeiterzufriedenheit spiegelt sich in der Fluktuationsquote wider, auch wenn diese aufgrund von Restrukturierungsmaßnahmen im Jahr 2016 etwas höher liegt als im Vorjahr. Sie betrug 2016 9,5 Prozent (Vorjahr 8,6 Prozent). Betrachtet wurden sowohl Arbeitgeber- als auch Arbeitnehmerkündigungen.

Fluktuation 2016

| | Deutsche Betriebe | Ausländische Betriebe |
|-----------|-------------------|-----------------------|
| Unter 30 | 82 | 120 |
| 30 bis 50 | 107 | 102 |
| Über 50 | 50 | 31 |
| Männlich | 125 | 113 |
| Weiblich | 114 | 140 |

G4-11 Kollektivvereinbarungen

Deutschlandweit sind rund 86 Prozent der Belegschaft durch einen Tarifvertrag erfasst, Europaweit 60,5 Prozent.

G4-HR3 **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 7,1 Prozent der Beschäftigten aus über 40 anderen Ländern (z.B. Frankreich, Polen, den Niederlanden, Sri Lanka, der Türkei, Vietnam). 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.

G4-LA12 **Frauenförderung – Vereinbarkeit von Beruf und Familie**

Der Anteil der weiblichen Beschäftigten in Deutschland betrug 2016 wie im Vorjahr rund 48 Prozent. Zur Förderung und Umsetzung der gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen hat sich CEWE auf Vorstandsebene Gedanken gemacht und klare Zielvorgaben für die nächsten Jahre definiert. Für die erste Führungsebene der leitenden Mitarbeiter ist eine Anhebung der Zielvorgabe von 11 auf 20 Prozent festgelegt. Auf der zweiten Führungsebene (Abteilungsleiter, kaufmännische Leiter etc.) wurde die bereits erfüllte Quote von 30 Prozent auf 35 Prozent angehoben. Beim Frauenanteil im Vorstand liegt die Zielvorgabe bei 12 Prozent (1 von 8), im Aufsichtsrat ist die gesetzliche Quote von 30 Prozent bereits erfüllt.

Bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist es notwendig, mit verschiedenen Maßnahmen an ganz unterschiedlichen Stellen anzusetzen. Ein wichtiger Aspekt ist die Betreuung der Kinder während der Arbeitszeiten der Eltern. So arbeitet CEWE weiterhin mit dem ElternService und SeniorenService AWO zusammen, die CEWE Mitarbeitern kostenlose Beratungstermine anbieten, um die Unterbringung



Viele Kinder von Mitarbeitern nehmen am vierzehntägigen Sommerferienprogramm von CEWE teil.

von Kindern – auch während der Ferienzeiten – oder pflegebedürftigen Angehörigen zu vermitteln.

Um Mitarbeiter in Schulferienzeiten zu entlasten, bietet CEWE seit drei Jahren eine Kinderferienbetreuung in den Sommerferien über einen Zeitraum von zwei Wochen an, an der jedes Jahr mehr Kinder von CEWE Mitarbeitern teilnehmen. Zusätzlich hat CEWE zur weiteren Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie am 2. Juli 2014 die eigene Großtagespflege „cewelino“ eröffnet. Insgesamt zehn Plätze stehen mit der neuen betriebseigenen Kinderbetreuung für Mitarbeiterkinder unter drei Jahren von montags bis freitags ganztägig auf dem CEWE Gelände in Oldenburg zur Verfügung.

cewelino

G4-EC3 Mitarbeiterbeteiligung: das Belegschaftsaktienprogramm

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: 1.638 Mitarbeiter haben 2016 die Gratisaktien in Anspruch genommen. Auch im Jahr 2017 besteht das Ziel fort, die Mitarbeiter über die Möglichkeit zur Beteiligung am Unternehmen zu informieren und möglichst viele Arbeitnehmer dafür zu gewinnen.

Belegschaftsaktienprogramm: Beteiligung 2016

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|------------|------------|------------|
| Mitarbeiter, die sich am Belegschaftsaktienprogramm beteiligen | 1.290 | 1.434 | 1.638 |
| Quote | 50% | 60% | 69% |

G4-EC3 Altersvorsorge

Die Mitarbeiter in den deutschen Betrieben haben die Möglichkeit, durch arbeitnehmerfinanzierte Altersvorsorge privat für das Alter vorzusorgen. Das Unternehmen fördert diese Vorsorge mit tarifvertraglich vereinbarten Zuschüssen. In den ausländischen Betrieben gibt es individuelle Altersvorsorgeprogramme. Durch gezielte Informationen wurden die Mitarbeiter über die Vorzüge unterrichtet und es sorgten mehr Mitarbeiter für das Alter vor. Des Weiteren haben die Tarifparteien der fotoverarbeitenden Industrie erstmals zum 1. Januar 2014 einen Tarifvertrag Demografie und Lebensarbeitszeit abgeschlossen. Mit diesem Ansatz zum demografischen Wandel greift CEWE die Herausforderungen der alternden Gesellschaft auf. Zur praktischen Umsetzung stehen folgende Verwendungszwecke zur Wahl: Langzeitkonto, Altersteilzeit, tarifliche Altersvorsorge, Altersfreizeit und Berufsunfähigkeitszusatzversicherung.

Mitarbeiter, die im Geschäftsjahr 2016 Altersvorsorge bezogen haben



Dabei zahlt CEWE für jeden Mitarbeiter, der am 31. März eines Jahres bereits mehr als sechs Monate in Vollzeit beschäftigt ist, 300 Euro in einen Demografiefonds. Für die Jahre 2014 und 2015 hat sich CEWE auf die Verwendung des Demografiebetrags in der tariflichen Altersvorsorge geeinigt. So will CEWE einen Beitrag dazu leisten, dass die Mitarbeiter auch nach Ende ihrer aktiven Arbeitszeit einen Geldbetrag zusätzlich zu der immer geringer werdenden gesetzlichen Rente zur Verfügung haben. Im Jahr 2016 wurde über eine Gesamtbetriebsvereinbarung die Altersfreizeit vereinbart, die seit Juni 2016 umgesetzt wird.

Aus- und Weiterbildung

CEWE bleibt auch 2016 der größte Arbeitgeber und Ausbilder in der Fotobranche. 122 junge Menschen sind 2016 bei CEWE in 13 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: deutsche Betriebe | 2: ausländische Betriebe



Damit sich die Azubis vor Beginn ihrer Ausbildung gegenseitig besser kennenlernen und zu einem Team „zusammenwachsen“, ging es Anfang Juli 2016 auf eine dreitägige „Azubifahrt“ nach Cuxhaven.

G4-EC6 CEWE Junior Management Programm (JMP)

Das Führungskräftenachwuchsprogramm von CEWE wurde 2015 in Junior Management Programm, kurz JMP, umbenannt und um Teilnehmer aus der Gruppe der Fachkräfte erweitert. Über 50 Prozent der Führungskräfte stammen aus dem JMP von CEWE. Das Programm stellt mit seinen Angeboten sicher, dass Instrumente bereitgestellt werden, die Nachwuchstalente gezielt in weiterführende Positionen bringen. Als Führungskräfte bezeichnet CEWE folgende Ebenen: Vorstand, Abteilungsleiter, Teamleiter, Bereichsleiter und Geschäftsführer. Der überwiegende Teil der Mitarbeiter und Führungskräfte stammt jeweils aus dem Land, in dem die jeweilige CEWE Betriebsstätte liegt. Bereits 2011 ist der erste Jahrgang gestartet und hat sein Programm Mitte 2013 erfolgreich abgeschlossen. Mittlerweile ist die vierte Gruppe erfolgreich unterwegs und absolviert mit Begeisterung neun Module über einen Zeitraum von 15 Monaten. Begleitet werden die Teilnehmer während dieser Zeit auch durch die Vorstände in gemeinsamen Gesprächs- und Diskussionsrunden, beispielsweise an Kaminabenden.

1: Erstmals erhoben.

Leadership – das Leitbild erleben

In Gruppen à 20 Teilnehmern sind Führungskräfte sowohl hierarchie- als auch standortübergreifend in Form von zweitägigen Workshops erstmals 2013 im CEWE Leadership-Programm gestartet. Ziel und Anspruch ist es, die Umsetzung des Führungsleitbildes zu stärken, die Führungskräfte im Hinblick auf das eigene Führungsverhalten zu sensibilisieren sowie persönliche Entwicklungsfelder und erweiterte Handlungsoptionen daraus abzuleiten. Auch 2016 fand an einem Termin das Leadership-Training unter Beteiligung der CEWE Führungskräfte statt.

CEWE Forum und CEWE Wissen

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 vierten Jahr anzubieten. Das CEWE Forum richtet sich an Führungs- und Fachkräfte von CEWE. Das Seminarangebot ist im Sinne der Unternehmensleitlinien so gestaltet, dass sich Führungskräfte auf allen Ebenen und Fachkräfte in spezifisch konzipierten Seminaren wiederfinden und sich individuell austauschen können. 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 erweitert. Außerdem unterstützt CEWE finanziell und auch durch zeitliche Freistellung diverse berufsbegleitende Studiengänge wie Innovationsmanagement, Informationsrecht und Marketing.

Seminare 2016

| | Deutsche Betriebe | Vorjahr | Ausländische Betriebe ¹ |
|------------|-------------------|---------|------------------------------------|
| Anzahl | 545 | 286 | 202 |
| Teilnehmer | 2.489 | 1.471 | 834 |

G4-LA9

Gesundheitsvorsorge

Ein ganzheitliches Gesundheitsbewusstsein der Mitarbeiter ist wesentlich für eine nachhaltige und langfristig positive Unternehmensentwicklung. 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

EXTERNES AUDIT BESTÄTIGT AUSGEZEICHNETES GESUNDHEITS- MANAGEMENT VON CEWE

seine Mitarbeiter mit verschiedenen Maßnahmen aktiv bei der Gesundheitsvorsorge. Vom Betriebssport bis zur Suchtprävention – Mitarbeiter von CEWE profitieren von einem vielfältigen Angebot zur Förderung ihrer



Seit November 2014 ist Waldemar Simon, M. A., Fachkraft für betriebliche Gesundheitsförderung, am Standort Oldenburg für alle Mitarbeiter aktiv.

Gesundheit. Und mit Seminaren zu gesundem Arbeiten und zu gesunder Mitarbeiterführung macht CEWE seine Führungskräfte fit für den Arbeitsalltag. Im Rahmen eines Audits analysierten unabhängige Auditoren im Berichtsjahr detailliert die Qualität und Effektivität des Betrieblichen Gesundheitsmanagements. Analysiert werden die vorhandenen Gesundheitsstrukturen sowie die Maßnahmen, die den Mitarbeitern angeboten werden. Ausschlaggebend dabei ist, inwieweit dem Gesundheitssystem eine ganzheitliche Strategie zugrunde liegt und ob die implementierten Maßnahmen einem Controlling unterzogen werden. Besonders hervorgehoben wird, dass die Konzeption und Implementierung des Betrieblichen Gesundheitsmanagements sehr systematisch erfolgen und die Wirksamkeit des Prozesses durch Umfragen überprüft und dokumentiert wird. Die stichprobenartig geführten Mitarbeiterinterviews spiegeln einen sehr hohen Grad der Mitarbeiterzufriedenheit mit ihrem Unternehmen wider.

Gesundheitstag – mit Mitarbeitern im Dialog

Im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements implementierte CEWE vor einigen Jahren den Gesundheitstag, der jedes Jahr am Stammsitz in Oldenburg stattfindet. Einen ganzen Tag lang fördert CEWE den Dialog mit seinen rund 900 Mitarbeitern über gesundheitliche Aspekte des beruflichen und privaten Alltags. 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. Aufgrund der hohen Akzeptanz ist für das Jahr 2017 eine Gesundheitswoche geplant.

Arbeitssicherheit und Krankenstand

2016 waren insgesamt 71 Mitarbeiter in Arbeitsausschüssen vertreten, was erneut rund 2 Prozent der Gesamtbelegschaft ausmacht. Arbeitssicherheit ist ein zentrales Anliegen – besonders im Bereich der Produktion.

G4-14, G4-LA6



Der CEWE Gesundheitstag hat sich als wichtige Veranstaltung im Rahmen des Gesundheitsmanagements etabliert. Zahlreiche Vorträge, Kurse, Aktions- und Informationsstände laden dazu ein, sich über Fragen rund um die Gesundheit zu informieren, die körperliche Fitness zu testen und selbst aktiv zu werden.

Die Zahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle lag im Jahr 2016 bei 63, was eine Erhöhung zum Vorjahr (58) bedeutet. Die Wegeunfälle stiegen von 22 im Jahr 2015 auf 24 im Jahr 2016. In den ausländischen Betrieben hat es drei meldepflichtige Unfälle und einen Wegeunfall gegeben.

Erfasst werden die Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen in der HR-Software IFS. Weitere Daten erfasst die Arbeitskraft für Arbeitssicherheit in einer gesonderten Software. 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 Bera-

1: Erstmals erhoben.

Krankenstand 2016

| | Deutsche Betriebe | Vorjahr | Ausländische Betriebe ¹ |
|---------|-------------------|----------|------------------------------------|
| Stunden | 29.202,5 | 28.522,5 | 9.749,0 |
| Prozent | 5,3 | 5,2 | 4,0 |

tungen zur Burn-out-Vorbeugung besteht eine Vorsorgeplanung für Pandemiefälle. CEWE arbeitet auch 2017 daran, in allen Betrieben ein gleich hohes Sicherheitsniveau zu halten, um die Arbeitsunfälle im kommenden Jahr zu reduzieren.

Erneut haben viele Mitarbeiter an den Standorten im In- und Ausland an Vorsorgeuntersuchungen teilgenommen. Durch Kooperationen mit Fitnessstudios und Betriebssportangebote werden Anreize zur Erhaltung der Gesundheit und zur Vorbeugung von Krankheiten geschaffen. In den Betrieben fanden Gesundheitschecks wie Ergonomieberatung, Hautscreening, Hörtest, Herz-Stress-Test, Venen- und Fußdruckmessung sowie mehrere Einheiten umfassende Rückenschulen statt. Durch wiederkehrende Bildschirmarbeitsplatzanalysen wird der ergonomisch richtigen Gestaltung der Arbeitsplätze Rechnung getragen. Das Management strebt an, den Krankenstand auch weiterhin niedrig zu halten. Zu diesem Zweck werden alle bewährten Maßnahmen und Projekte auch im Jahr 2017 fortgeführt.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

| | |
|---|----|
| Gesellschaftliches Engagement als Teil der Unternehmenskultur | 56 |
| Bildungsnetzwerk, Förderung des fachlichen Nachwuchses und Verbandsarbeit | 56 |
| Die Wurzeln des Unternehmens – Kulturgut Fotografie bewahren | 57 |
| Verbindung durch Sport | 57 |
| Soziales Engagement – füreinander in der Gesellschaft da sein | 58 |



TRIKOTSPONSORING

Unterstützung für Jugendmannschaften

Gesellschaftliches Engagement bedeutet für CEWE, auch dort zu unterstützen, wo gute und effektive Jugendarbeit geleistet wird. Über 1.200 Mannschaften haben 2016 im Rahmen einer deutschlandweiten Aktion neue Trikotsätze bekommen. Neben den vielen gesundheitlichen Vorteilen sieht CEWE im Sport besonders die positiven persönlichen Entwicklungsmöglichkeiten für Jugendliche und setzt die erfolgreiche Aktion auch im Jahr 2017 fort.

FÜR EINE LEBENSWERTE GESELLSCHAFT

G4-DMA
Gesellschaftlich,
G4-SO1, G4-SO2

Gesellschaftliches Engagement als Teil der Unternehmenskultur

Gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln und soziales Engagement gehören zur Unternehmenskultur. Es ist ein Bekenntnis zu den Standorten in Deutschland und Europa, das aus dem Selbstverständnis von CEWE als aktives Mitglied der Gesellschaft und seiner Region erwächst. Thematisch lassen sich die Förderschwerpunkte in die vier Bereiche Bildung, Kultur, Sport sowie soziales Engagement einordnen. Dabei werden Engagements bevorzugt, in deren Rahmen Erfahrungen und Kompetenzen eingebracht werden können und Nachwuchsförderung möglich ist. Mit einer Spenden- und Sponsoringsumme von über 1 Million Euro hat sich CEWE im Jahr 2016 für verschiedenste Projekte an den jeweiligen Standorten in Europa eingesetzt.

Einbindung lokaler Gemeinschaften an den Standorten

Die Geschäftstätigkeit hat vielfältige Auswirkungen auf das Gemeinwesen an den jeweiligen Standorten. Generell bietet CEWE vor Ort sichere Arbeitsplätze, darunter auch zahlreiche Teilzeitarbeitsplätze, die insbesondere für junge Familien von Interesse sind. Bauvorhaben werden zunächst mit den zuständigen Behörden abgestimmt, alle gesetzlichen Vorgaben werden eingehalten. Am Stammsitz in Oldenburg hat es im Berichtszeitraum mehrere Treffen mit Anwohnern und Interessenverbänden gegeben, um über den Neubau auf dem Betriebsgelände gemeinschaftlich zu diskutieren. Früh wurde der Dialog mit den einzelnen Behörden, Nachbarn, Mitarbeitern und dem NABU gesucht, um zu informieren und Anregungen bzw. Bedenken aufzunehmen.

Sehr positiv für die Gemeinden wirkt sich aus, dass CEWE in seinem Umfeld fest verwurzelt ist, den breiten Dialog pflegt und über Verbindungen verschiedenster Art zu allen relevanten Gruppen und Organisationen verfügt. So kann sichergestellt werden, dass sich die Hilfen an



Am Richtfest nahmen rund 200 Gäste teil. Das neue Bürogebäude soll bis zum Herbst 2017 am Stammsitz in Oldenburg fertiggestellt werden.

lokalen Bedürfnissen orientieren. Das ist auch der Grund dafür, dass der überwiegende Teil der Spenden- und Sponsoringaktivitäten dezentral von den Betrieben an den Unternehmensstandorten entschieden und umgesetzt wird.

ÜBER 1 MIO. EURO SPONSORING- UND SPENDENBEITRÄGE

**Bildungsnetzwerk, Förderung des fachlichen
Nachwuchses und Verbandsarbeit**

G4-16

Aus dem seit Jahrzehnten kontinuierlich ausgebautem Netzwerk mit Bildungs- und Forschungseinrichtungen sind zahlreiche Kooperationen mit Schulen, Fachhochschulen und Universitäten entstanden. Durch regelmäßigen Austausch, gemeinsame Projekte und Lehraufträge zahlreicher Führungspersönlichkeiten findet ein wertvoller Wissenstransfer zwischen Praxis und Wissenschaft statt. Dieses Engagement verbindet die Akteure und bringt Innovationen. Durch die aktive Begleitung von

Praktika und Ausbildungen wird nicht nur gezielte Nachwuchsförderung geleistet, sondern auch der direkte Kontakt zu den Fachkräften von morgen gehalten. Darüber hinaus werden seit 1995 von der Neumüller CEWE COLOR Stiftung jährlich bis zu sechs Stipendien für Promotionsvorhaben an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg vergeben. Die Stiftung ist auch Unterstützer des Deutschlandstipendiums an der Jadehochschule, Förderer der European Medical School und langjähriger Stipendienggeber an der Fachhochschule Köln. Mit der Landesberufsschule Photo + Medienforum Kiel wird die Aus- und Weiterbildung von jungen Talenten auf dem Gebiet der Fotografie gefördert. Über die Schulförderung hinaus werden jährlich die besten Absolventen mit dem Heinz-Neumüller-Preis ausgezeichnet. Tradition haben inzwischen Unternehmensplanspiele als Schülertrainingsprogramme. Schon seit 18 Jahren bietet CEWE jungen Menschen diese Möglichkeit und kooperiert dazu mit der Liebfrauenschule Oldenburg.

CEWE agiert auch als aktives Mitglied in verschiedenen Verbänden sowie DIN- und ISO-Ausschüssen rund um das Thema Foto und Innovation und bringt auf diese Weise seine Kompetenzen ein. So stellt CEWE ein Vorstandsmitglied sowie den stellvertretenden Vorsitzenden des Technik- und Umweltausschusses im Photoindustrie-Verband. Auch im Vorstand des Bundes der Großlaboratorien ist ein Mitarbeiter vertreten.

Die Wurzeln des Unternehmens – Kulturgut Fotografie bewahren

CEWE steht als Marke immer mehr für das Kulturgut der Fotografie, für Natur-, Familien-, Kinder-, Hochzeits- und Porträtfotografie. Die hohe Emotionalität, mit der Kunden fotografieren und Fotoprodukte gestalten, ist Ansporn für das Unternehmen, das „Kulturgut Fotografie“ zu bewahren und zu fördern. Das Themenspektrum ist groß. Zum Förderkonzept gehören internationale Filmfeste, Konzerte, Kinder- und Jugendbuchmessen, Kunstausstellungen sowie verschiedenste Projekte der Kunstschulen. Jedes Jahr wird eine Reihe von Fotowettbewerben initiiert und unterstützt. Es liegt CEWE sehr am Herzen, den



Auf dem Oberstdorfer Fotogipfel wurden Exponate von CEWE per Muskelkraft und Hubschrauber in luftige Höhen befördert. Gezeigt wurden die besten Beiträge aus den CEWE Fotowettbewerben „Our world is beautiful“ und „So sehe ich Europa“.

fotografischen Nachwuchs durch geeignete Projekte zu fördern und Talenten die Chance auf eine eigene Ausstellung zu ermöglichen.

Verbindung durch Sport

Viele Sportvereine und Sportevents profitieren von der langfristig angelegten Unterstützung. Das gilt für viele beliebte Ballsportarten wie Basketball, Handball, Volleyball und Fußball, aber auch für Laufevents, Reitveranstaltungen und Eishockey. Gerade an den europäischen Produktionsstandorten findet in der Regel ein langfristig angelegtes Sponsoring fester Vereine statt. So geht beispielsweise die Partnerschaft mit den EWE Baskets bereits in die siebte Saison und auch die Handballdamen des VfL Oldenburg sind seit vielen Jahren fester Partner. Neben finanziellen Zuwendungen bringt CEWE sich vor allem mit seiner Kompetenz als innovativer Online-Druckpartner ein.



Als Hauptsponsor unterstützt CEWE die EWE Baskets Oldenburg bereits in der siebten Saison. Bei den Heimspielen in der großen EWE Arena erleben bis zu 6.000 Zuschauer spektakulären Basketballsport.

Soziales Engagement – füreinander in der Gesellschaft da sein

Bei CEWE freut man sich, parallel zur positiven wirtschaftlichen Entwicklung die Spielräume für soziales Engagement zu erweitern. Egal, ob es um schnelle humanitäre Hilfe, um langfristiges Engagement oder Mitarbeiterprojekte geht – dort, wo Nothilfe gefordert ist, und insbesondere dort, wo Unternehmensstandorte sind, soll ein Stück nachhaltige Verbesserung für Mensch und Umwelt erreicht werden. Neben vielen kleinen und mittleren Projekten regionaler Art finden die Partnerschaft mit den SOS-Kinderdörfern und dem Naturschutzbund (NABU) länder- und standortübergreifend statt.

Vorrangig am Firmenhauptsitz in Oldenburg gibt es seit 2013 eine intensive Zusammenarbeit mit der lokalen NABU-Gruppe und seit 2016 auch überregional mit dem NABU-Bundesverband.

Von 2013 bis 2017: über 1 Million Euro Unterstützung für SOS-Kinderdörfer

Eines der bekanntesten Beispiele des breit gefächerten gesellschaftlichen Engagements von CEWE ist die Sozialpartnerschaft mit den SOS-Kinderdörfern.

Die Zusammenarbeit nahm ihren Anfang 2013, es folgten konkrete Projekte an den Standorten in Germering (Kinderdorf Ammersee), in Eschbach (Kinderdorf Schwarzwald), in Mönchengladbach (Kinder- und Jugendhilfen Düsseldorf) und in Oldenburg (Kinderdorf Worpsswede, Kumasi in Ghana, Nothilfeprogramm auf den Philippinen, Ebola-Bekämpfung in Afrika und Hilfe unbegleiteter Flüchtlingskinder). Durch den engen Kontakt und regelmäßige gegenseitige Besuche sind 2016 erneut verschiedene Folgeprojekte mit aktiver Unterstützung der Mitarbeiter von CEWE entstanden.



In den Jahren 2013 bis 2017 hat CEWE insgesamt über 1 Million Euro für Familien und Kinder in Not gespendet. Als erstes Unternehmen erhält CEWE hierfür von den SOS-Kinderdörfern weltweit den „Excellence Award“, Dr. Christine Hawighorst und Matthias Meß nehmen den Preis im Namen von CEWE entgegen.

Rüdiger Wohlers, Geschäftsführer des NABU Oldenburg, unternimmt mit interessierten Mitarbeiterkindern eine Exkursion zum Insektenhotel auf dem Gelände von CEWE in Oldenburg.



Im Rahmen des Mitarbeiterprojektes zum Schutz der Umwelt wurden alle Bäume, die auf dem Messestand der photokina zum Einsatz kamen, auf dem Betriebsgelände in Oldenburg wieder eingepflanzt.



Im SOS-Kinderdorf Worpswede leben 97 Mädchen und Jungen in SOS-Kinderdorffamilien, sozialpädagogischen Hausgemeinschaften und Wohngruppen. Die CEWE Mitarbeiter überzeugten sich vor Ort von der liebevollen und professionellen Betreuung.



CEWE Mitarbeiter aus Belgien haben im Jahr 2016 die Special Olympics in La Louvière tatkräftig unterstützt. Über 12.000 Athleten nahmen teil und viele von ihnen nutzten die Gelegenheit, dieses unvergessliche Ereignis im Familienzelt am CEWE Fotostand kostenlos festzuhalten.

ZUSAMMENFASSUNG

G4-20, G4-21 Überleitung der Wesentlichkeitsmatrix zu den GRI-G4-Aspekten – Teil 1

| Aspekte gemäß der Wesentlichkeitsmatrix | Warum ist der Aspekt wesentlich? | GRI-Aspekt | GRI-G4-Indikator | Seiten |
|--|--|--|---|-----------------------|
| Energie(-verbrauch) (CO ₂ -)Emissionen Umweltschonender Transport | Die Emission von CO ₂ und anderen klimaschädlichen Gasen ist anerkannte Ursache des vom Menschen erzeugten Treibhauseffektes. Die Folgen der dadurch bewirkten globalen Klimaveränderung sind bereits zu spüren. Daher haben sich die meisten Länder auf der UN-Klimakonferenz Ende 2015 in Paris auf eine deutliche Reduktion des CO ₂ -Fußabdrucks verständigt. Große Auswirkung hat dabei insbesondere die Reduktion industrieller Emissionen. Dieser großen Verantwortung ist sich CEWE bewusst. Seit vielen Jahren werden bei CEWE Produktion und Logistik immer umweltgerechter gestaltet. | Wirtschaftliche Leistung Energie Emissionen Transport | EC2 EN3, EN4, EN5, EN7 EN15, EN16, EN17, EN18, EN19 EN30 | 30, 36, 38, 39 |
| Umweltschutz | Neben CO ₂ -Emissionsminderung ist es CEWE ebenso wichtig, Ressourcen zu schonen, das Wasser zu schützen und an den Standorten aktiv zum Arbeits- und Umweltschutz beizutragen. | Wirtschaftliche Leistung Materialien Energie Emissionen Produkte und Dienstleistungen Compliance (ökologisch) Transport Insgesamt (ökologisch) Beschwerdeverfahren (ökolog. Aspekte) | EC2 EN1, EN2 EN3, EN4, EN5, EN7 EN15, EN16, EN17, EN18, EN19 EN27 EN29 EN30 EN31 EN34 | 30, 36, 38–40, 42, 43 |
| Materialeinsatz | Das eingesetzte Material hat große Auswirkungen auf die Produktqualität. Hauptrohstoff ist Papier. Der Einsatz von Papier als nachwachsendem Rohstoff beeinflusst den Fortbestand der Wälder und das Klima. | Materialien Wasser Abwasser und Abfall | EN1, EN2 EN8 EN23 | 40, 42, 43 |
| Abfall/Abwasser Wasserverbrauch | Wasser ist ein hohes Umweltgut. CEWE benötigt es insbesondere für die Entwicklung fotografischer Materialien. Die Reinhaltung und Qualität des Abwassers ist somit wesentlich. Eine geringe Abfallquote zeugt von verantwortungsvollem Umgang mit Ressourcen und wird ebenfalls als wesentlich erachtet. | Materialien Wasser | EN1, EN2 EN8 | 40, 42, 43 |
| Nachhaltiger Einkauf Lieferkette (Rückverfolgbarkeit) | Lieferkettenbetrachtung und Regionalität in der Beschaffung sind zwei wichtige Themen für die Stakeholder von CEWE. Beide haben Auswirkungen auf die Produktsicherheit und die Transportemissionen von CEWE. Die Lieferanten sollen die Compliance-Richtlinien von CEWE mittragen. Arbeitspraktiken bei Zulieferern und Vorlieferanten werden außerhalb Europas durch CEWE geprüft. | Wirtschaftliche Leistung Beschaffung Bewertung der Lieferanten (ökolog. Aspekte) Bewertung der Lieferanten (Arbeitspraktiken) Beschwerdeverfahren (Arbeitspraktiken) Kinderarbeit Zwangs- oder Pflichtarbeit | EC2 EC9 EN32 LA14 LA16 HR5 HR6 | 30 |

Relevanz: Alle Aspekte sind für die Anspruchsgruppen innerhalb und außerhalb der Organisation relevant. Reichweite: Die Reichweite der Aspekte bezieht sich auf alle CEWE Betriebsstätten, Niederlassungen und das gesamte Liefergebiet. Die Aspekte Umweltschutz, Materialeinsatz und Wasserverbrauch sind insbesondere für die zwölf Betriebsstätten wichtig.

Überleitung der Wesentlichkeitsmatrix zu den GRI-G4-Aspekten – Teil 2

| Aspekte gemäß der Wesentlichkeitsmatrix | Warum ist der Aspekt wesentlich? | GRI-Aspekt | GRI-G4-Indikator | Seiten |
|---|---|--|---|------------------------------|
| Ökologische Produktoptimierung Kennzeichnung von Produkten | CEWE bietet heute bereits klimaneutral hergestellte CEWE Markenprodukte, für die den Kunden keine Mehrkosten entstehen. | Compliance (ökologisch) Kundengesundheit und -sicherheit Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen Compliance (Produktverantwortung) | EN29 PR2 PR5 PR9 | 18, 26, 29, 39 |
| Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | Gesunde und motivierte Mitarbeiter sind wesentlich für den Erfolg des Unternehmens. | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | LA6 | 52 |
| Faire Arbeitspraktiken | Intern ist dieses Thema wesentlich, weil verantwortungsvolle Personalpolitik Teil der Unternehmenskultur ist, um die Zukunft mit einem motivierten Team zu gestalten. Bei Dienstleistern und Zulieferern schaut CEWE genau hin, um auch entlang der Lieferkette Verantwortung für die Menschen zu übernehmen. | Wirtschaftliche Leistung Marktpräsenz Bewertung der Lieferanten (ökolog. Aspekte) Beschäftigung Bewertung der Lieferanten (Arbeitspraktiken) Beschwerdeverfahren (Arbeitspraktiken) Gleichbehandlung Kinderarbeit Zwangs- oder Pflichtarbeit Bewertung der Lieferanten (Menschenrechte) Lokale Gemeinschaften Korruptionsbekämpfung Compliance (Gesellschaft) Kundengesundheit und -sicherheit Schutz der Privatsphäre von Kunden Produktverantwortung (Compliance) | EC2 EC6 EN32 LA1 LA14 LA16 HR3 HR5 HR6 HR10 SO2 SO4, SO5 SO8 PR2 PR8 PR9 | 18, 19, 26, 30, 47–51, 56 |
| Vielfalt und Chancengleichheit Demografischer Wandel | Vor dem Hintergrund des Demografiewandels und der Vereinbarkeit von Familie und Beruf sind diese Aspekte für CEWE wichtig. Sie sichern die Attraktivität von CEWE als Arbeitgeber und helfen im Wettbewerb um die besten Talente. | Wirtschaftliche Leistung Beschäftigung Aus- und Weiterbildung Vielfalt und Chancengleichheit | EC3 LA1 LA9 LA12 | 18, 47–51 |
| Gesellschaftliches Engagement | Gesellschaftliches Engagement ist aus Sicht der Stakeholder keine zentrale Forderung. Für CEWE selbst gehört gesellschaftliche Verantwortung zur Unternehmenskultur und hat einen hohen Stellenwert. | Lokale Gemeinschaften | SO1 | 56 |

Relevanz: Alle Aspekte sind für die Anspruchsgruppen innerhalb und außerhalb der Organisation relevant. Reichweite: Die Reichweite der Aspekte bezieht sich auf alle CEWE Betriebsstätten, Niederlassungen und das gesamte Liefergebiet. Die Aspekte Umweltschutz, Materialeinsatz und Wasserverbrauch sind insbesondere für die zwölf Betriebsstätten wichtig.

G4-31 GRI-Content-Index-Tabelle nach GRI G4 – Teil 1

| | Allgemeine Standardangaben | Status 2016 | Seiten | BDO ¹ |
|-------|--|--|--------------|------------------|
| G4-1 | Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation, Stellenwert der Nachhaltigkeit (Strategie der Organisation im Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit, Vision, Ziele 3-5 Jahre) | Bei CEWE ist Nachhaltigkeit Bestandteil der Unternehmensführung. Das Nachhaltigkeitsmanagement wird ausführlich erläutert und in den jeweiligen Kapiteln finden sich konkrete Nachhaltigkeitszielsetzungen. | 4, 6, 16, 17 | ✓ |
| G4-3 | Name der Organisation | Siehe Einleitung und Impressum. | 10-12, 71 | ✓ |
| G4-4 | Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen | CEWE ist in drei strategischen Geschäftsfeldern aktiv: 1. Fotofinishing mit den Marken CEWE FOTOBUCH, CEWE KALENDER, CEWE CARDS und CEWE WANDBILDER. 2. Kommerzieller Online-Druck (SAXOPRINT, CEWE-PRINT.de, viaprinto). 3. Eigener Einzelhandel mit Multi-Channel-Retailing in Form stationärer Läden und Online-Shops (Marken z.B. Fotojoker, Fotolabs, Japan Photo). | 12, 23 | ✓ |
| G4-5 | Hauptsitz der Organisation | Siehe Impressum und S. 181 im Geschäftsbericht. | 71 | ✓ |
| G4-6 | Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist, und Namen der Länder, in denen Hauptbetriebsstätten angesiedelt sind oder die für die im Bericht abgedeckten Nachhaltigkeitsthemen besonders relevant sind | Diese Angaben sind in der Europakarte zu finden. | 13 | ✓ |
| G4-7 | Eigentümerstruktur und Rechtsform | Hierüber geben Organisationsstruktur und Rechtsform Auskunft. | 10, 11 | ✓ |
| G4-8 | Märkte, die bedient werden (einschließlich geografischer Aufschlüsselung, belieferteter Branchen sowie der Art der Abnehmer und Empfänger) | CEWE liefert in 24 europäische Länder an 25.000 Handelspartner, 14.000 CEWE FOTOSTATIONEN, CEWE eigenen Einzelhandel in einigen Ländern und Online-Druckdienstleister. Abnehmer und Empfänger sind Handelsgeschäfte, Konsumenten und Gewerbetreibende. | 12, 13 | ✓ |
| G4-9 | Größe der berichtenden Organisation (Gesamtzahl Beschäftigte, Gesamtzahl der Geschäftsstandorte, Menge der gelieferten Produkte oder Dienstleistungen) | Rund 3.550 Mitarbeiter, 12 Betriebsstätten, 593,1 Mio. Euro Umsatz, 6,2 Mio. CEWE FOTOBUCH Exemplare, 2,2 Mrd. produzierte Fotos, über 35.000 t bedrucktes Papier. Die Marktkapitalisierung von CEWE betrug zum 31.12.2016 rund 625,8 Mio. Euro (7,4 Mio. Aktien zum Tageskurs von 84,57 Euro/Stück). | 12, 22 | ✓ |
| G4-10 | Gesamtzahl der Beschäftigten nach Arbeitsvertrag und Geschlecht | Im Jahresdurchschnitt 2016 waren bei CEWE europaweit 3.550 Mitarbeiter beschäftigt (2015: 3.420). Davon arbeiten 2.378 und damit rund 67 Prozent in den deutschen Betrieben (Vorjahr 2.298 bzw. 67 Prozent) und 1.172 Mitarbeiter und damit rund 33 Prozent (Vorjahr 1.122 bzw. 33 Prozent) in den ausländischen Betrieben der Gruppe. Von den Mitarbeitern waren 1.740 weiblich und 1.810 männlich. Es gab 47 weibliche und 208 männliche Führungskräfte. Bei den Frauen gab es 158 befristete und 1.558 unbefristete Arbeitsverträge und bei den Männern 252 unbefristete und 1.582 befristete Arbeitsverträge. In Vollzeit arbeiteten 1.696 Männer (108 in Teilzeit), bei den Frauen waren es 1.283 (463 in Teilzeit). Zur Abdeckung der Weihnachtssaison werden in den deutschen Betrieben jährlich rund 500 Saisonmitarbeiter im Zeitraum Oktober bis Dezember eingestellt. | 47, 48 | ✓ |
| G4-11 | Prozentsatz der Arbeitnehmer, die von Kollektivvereinbarungen erfasst sind | Deutschlandweit sind rund 86 Prozent der Belegschaft durch einen Tarifvertrag erfasst, europaweit 60,5 Prozent. | 48 | ✓ |

1: Externe Prüfung durch die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, deren Vermerk auf den Seiten 72 und 73 abgedruckt ist.

GRI-Content-Index-Tabelle nach GRI G4 – Teil 2

| | Allgemeine Standardangaben | Status 2016 | Seiten | BDO ¹ |
|-------|---|---|---------------|------------------|
| G4-12 | Beschreibung der Lieferkette der Organisation | In der Lieferkette von CEWE werden die direkten Lieferanten für Produktionsmaterial betrachtet. Werden kritische Materialien durch einen Händler beschafft, so wird auch dessen Vorlieferant mitbetrachtet und geprüft. Als kritisches Material werden insbesondere Produkte mit hohen Anforderungen im Bereich Produktsicherheit und Produktqualität eingestuft. | 30, 31 | ✓ |
| G4-13 | Veränderungen während des Berichtszeitraums bezüglich Größe, Struktur und Eigentumsverhältnissen der Organisation oder der Lieferkette | Es gab im Berichtsjahr keine wesentlichen Veränderungen. | | ✓ |
| G4-14 | Vorsorgeansatz und Vorsorgeprinzip der Organisation | Umweltmanagementsystem gemäß DIN EN ISO 14001, Energiemanagementsystem gemäß DIN EN ISO 50001, Chancen- und Risikomanagement, internes Kontrollsystem (IKS), Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit, Carbon Disclosure Project und UN Global Compact. | 8, 27, 40, 52 | ✓ |
| G4-15 | Auflistung extern entwickelter wirtschaftlicher, ökologischer und gesellschaftlicher Chartas, Prinzipien oder anderer Initiativen, die von der Organisation befürwortet oder unterstützt werden | Deutscher Corporate Governance Kodex, die zehn Prinzipien des UN Global Compact, Deutscher Nachhaltigkeitskodex, Carbon Disclosure Project, Umweltmanagementsystem DIN EN ISO 14001, Energiemanagementsystem DIN EN ISO 50001, Auditierungen im Personalbereich im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie (Hertie-Stiftung, TÜV Rheinland), Demografiefest, Materialbeschaffung (eigene Audits zur Bewertung von Nachhaltigkeitsaspekten), FSC®. | 7, 27, 40 | ✓ |
| G4-16 | (Wesentliche) Mitgliedschaften in Verbänden und nationalen oder internationalen Interessenverbänden | Eine Übersicht über die Mitglied- und Partnerschaften bieten die Seiten 32 und 33. Darüber hinaus stellt CEWE ein Vorstandsmitglied im Photoindustrie-Verband sowie den stellvertretenden Vorsitzenden des Technik- und Umweltausschusses des PIV. CEWE stellt den Vorsitzenden des BGL (Bund der Großlaboratorien). CEWE ist durch ein Vorstandsmitglied im B.A.U.M. Leitungsausschuss vertreten und nimmt hier aktiv an unterschiedlichen Fachbeiräten (zum Beispiel Nachhaltigkeit in der Lieferkette) teil. | 32, 33, 56 | ✓ |
| G4-17 | Liste aller Unternehmen (aus konsolidiertem Jahresabschluss) | Diese Informationen stehen im CEWE Geschäftsbericht 2016 auf Seite 254. | 30 | ✓ |
| G4-18 | Beschreibung des Vorgehens zur Bestimmung wesentlicher Aspekte und Berichtsinhalte und deren Auflistung | Zur Festlegung der Inhalte wurde eine Stakeholderanalyse und -befragung durchgeführt. Die Ergebnisse der Befragung wurden in die Wesentlichkeitsmatrix eingesetzt. Die Wesentlichkeit der einzelnen Punkte ergibt sich dann, wenn sie sowohl aus Sicht der Stakeholder als auch aus Sicht des Unternehmens als wichtig erachtet werden. Zur Abgrenzung wurden nur die Aspekte aufgegriffen, die unmittelbar über die interne Wirkung hinausgehen. Die Aspekte stehen in der Wesentlichkeitsmatrix. | 9 | ✓ |
| G4-19 | Wesentliche Aspekte/Berichtsinhalte | Energie(-verbrauch), Umweltschutz, Materialeinsatz, nachhaltiger Einkauf, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, faire Arbeitspraktiken, ökologische Produktoptimierung, Abfall/Abwasser, (CO ₂ -)Emissionen, umweltschonender Transport, Kennzeichnung von Produkten, demografischer Wandel, Lieferkette (Rückverfolgbarkeit), Wasserverbrauch, Vielfalt und Chancengleichheit, gesellschaftliches Engagement. | 9 | ✓ |

1: Externe Prüfung durch die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, deren Vermerk auf den Seiten 72 und 73 abgedruckt ist.

GRI-Content-Index-Tabelle nach GRI G4 – Teil 3

| | Allgemeine Standardangaben | Status 2016 | Seiten | BDO ¹ |
|--------------|--|--|--------|------------------|
| G4-20, G4-21 | Beschreibung für jeden wesentlichen Aspekt: Abgrenzung innerhalb und außerhalb der Organisation | Kennzeichnung von Produkten: interne und externe Bedeutung (Kunden). Ökologische Produktoptimierung: interne und externe Bedeutung (Handelspartner und Lieferkette). Lieferkette: interne und externe Bedeutung (Konsequenzen Auswahl Handelspartner und für Kundeninformation). Faire Arbeitspraktiken: interne und externe Bedeutung (z. B. keine Kinderarbeit und Ausbeutung). Umweltschonender Transport: interne und externe Bedeutung (z. B. Auswahl der Lieferanten und logistische Grundsatzentscheidungen an den jeweiligen Standorten). Tendenziell haben alle internen Wesentlichkeitsaspekte mittelbar auch externe Bedeutung, z. B. Umweltschutz. Zur Abgrenzung wurden deshalb nur die Aspekte aufgegriffen, die unmittelbar über die interne Wirkung hinausgehen. Weitere Informationen hierzu in der Tabelle Überleitung der Wesentlichkeitsmatrix zu den GRI-Aspekten auf den Seiten 60 und 61. | 60, 61 | ✓ |
| G4-22 | Auswirkung jeder Neudarstellung einer Information aus früheren Berichten und die Gründe für solche Neudarstellungen | Die Stakeholderbefragung wurde 2014 erstmals strukturiert durchgeführt; Grund hierfür war die Umstellung auf GRI G4. | | ✓ |
| G4-23 | Wichtige Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen | Keine Veränderungen zum Bericht 2015. | 9 | ✓ |
| G4-24 | Liste der von der Organisation einbezogenen Stakeholdergruppen | Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner aus den Bereichen Vertrieb und Handelspartner, Einkauf und Lieferanten, IT und Technik, Logistik, Produktion, Umwelt, Personal, Marketing, Finanzen, Presse und Öffentlichkeitsarbeit sowie eine nicht zugeordnete Gruppe (Medien, Nachbarn, Politik, Nicht-regierungsorganisationen). | 8 | ✓ |
| G4-25 | Grundlage für die Auswahl der Stakeholder, die einbezogen werden sollen | Ausgewählt wurden die wesentlichen Interessen- und Anspruchsgruppen von CEWE, da so die Erfassung möglichst vieler verschiedener Perspektiven gewährleistet wurde. | 8 | ✓ |
| G4-26 | Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern, einschließlich der Häufigkeit der Einbeziehung, unterschieden nach Art und Stakeholdergruppe | Die Einbeziehung der Stakeholder erfolgt kontinuierlich. Die konkreten Maßnahmen, unterteilt in die jeweiligen Gruppen, sind in der Einleitung unter dem Punkt „Kontinuierliche Einbeziehung der Stakeholder“ nachzulesen. | 8, 10 | ✓ |
| G4-27 | Wichtigste Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder aufgekommen sind, wie die Organisation auf jene wichtigen Themen und Anliegen reagiert hat, einschließlich durch ihre Berichterstattung. Nennung der Stakeholdergruppen, die die wichtigen Themen und Anliegen jeweils angesprochen haben | Die wichtigsten Themen sind in der Wesentlichkeitsmatrix zusammengefasst. Die Tabelle zur Überleitung der Wesentlichkeitsmatrix auf die GRI-Aspekte ab Seite 60 gibt Aufschluss darüber, warum die Aspekte als wesentlich erachtet werden, unter welche GRI-Aspekte sie fallen und mit welchen Maßnahmen und Fortschritten CEWE daran arbeitet. Die Stakeholderbefragung hat mithilfe eines strukturierten Fragebogens stattgefunden, d. h., die Stakeholdergruppen haben identische Aspekte zur Bewertung bekommen und diese aus ihrer Sicht priorisiert. | 8, 9 | ✓ |
| G4-28 | Berichtszeitraum für die im Bericht enthaltenen Informationen | Geschäftsjahr 2016 vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2016. | 70 | ✓ |
| G4-29 | Veröffentlichung des letzten Berichts, falls vorhanden | 31. Mai 2017. | 70 | ✓ |
| G4-30 | Berichtszyklus | Jährlich. | 70 | ✓ |

1: Externe Prüfung durch die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, deren Vermerk auf den Seiten 72 und 73 abgedruckt ist.

GRI-Content-Index-Tabelle nach GRI G4 – Teil 4

| | Allgemeine Standardangaben | Status 2016 | Seiten | BDO ¹ |
|--------|--|--|------------------------------|------------------|
| G4-31 | Ansprechpartner für Fragen zum Bericht und zu dessen Inhalt | Die Kontaktadressen des Vorstandsvorsitzenden und des Nachhaltigkeitsverantwortlichen auf Vorstandsebene stehen im Impressum. | 71 | ✓ |
| G4-32 | GRI-Content-Index nach GRI G4 inkl. Assurance | | 62 ff. | ✓ |
| G4-33 | Richtlinien und zurzeit angewendete Praxis im Hinblick auf die Bestätigung des Berichts durch externe Dritte. Falls externe Überprüfung stattfindet, Angabe, wie diese erfolgte und wie Prüfer ausgewählt wurden | Die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist Abschlussprüfer der CEWE Stiftung & Co. KGaA und führt ebenso die unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung ihres Nachhaltigkeitsberichtes durch. | 72, 73 | ✓ |
| G4-34 | Führungsstruktur - berichten Sie über die Führungsstruktur der Organisation | Das Führungsleitbild von CEWE ist ausführlich im Bericht beschrieben. Die Organisationsstruktur und Erläuterungen dazu finden sich im Bericht. | 10, 11, 16 | ✓ |
| G4-56 | Beschreiben Sie die Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen (Verhaltens- und Ethikkodizes) der Organisation | Ethikgrundsätze, interner Verhaltenskodex, Führungsleitbild werden allen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt. Sie sind im Internet und Intranet abrufbar. Neuen Mitarbeitern werden sie im Willkommensordner zur Verfügung gestellt. Regelmäßig erfolgen Schulungen. | 16 | ✓ |
| | Spezifische Standardangaben | Status 2016 | Seiten | BDO ¹ |
| G4-DMA | Angaben zu den Managementansätzen | Eine Übersicht gibt die Seite 8. Zusätzlich ist in der Tabelle auf den Seiten 60 und 61 aufgeführt, auf welchen Seiten im Bericht der jeweilige Managementansatz bezogen auf die wesentlichen Aspekte zu finden ist. | 8, 16, 25–30, 39, 40, 46, 56 | ✓ |
| | Wirtschaftlich | | | ✓ |
| G4-EC2 | Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen für die Aktivitäten der Organisation | Hierüber gibt das Risikomanagement von CEWE Auskunft. Für die sichere, nachhaltige und qualitativ hochwertige Versorgung mit Rohstoffen hat CEWE außerdem das Lieferantenmanagement erweitert. | 30 ff. | ✓ |
| G4-EC3 | Deckung der Verpflichtungen der Organisation aus dem leistungsorientierten Pensionsplan. Wie viele Aktien wurden im Belegschaftsaktienprogramm im Geschäftsjahr von den Mitarbeitern gekauft (nach Art Eigenanteil vs. Gratisaktien), Aktienkauf im Belegschaftsaktienprogramm (Prozent) | 1.638 Mitarbeiter haben im Berichtsjahr betriebliche Altersvorsorge bezogen, detaillierte Pensionsplaninformationen stehen im CEWE Geschäftsbericht 2016 im Konzernabschluss, Anhang D, Erläuterungen zur Bilanz, Seite 200 ff. | 30, 50 | ✓ |
| G4-EC6 | Beschreibung des Ansatzes zum Einsatz lokaler Führungskräfte an Hauptgeschäftsstandorten unter Angabe, was unter Führungskraft, lokal und Hauptgeschäftsstandort zu verstehen ist | Über 50 Prozent der Führungskräfte stammen aus dem Junior Management Programm von CEWE. Als Führungskräfte bezeichnet CEWE folgende Ebenen: Vorstand, Abteilungsleiter, Teamleiter, Bereichsleiter und Geschäftsführer. | 51 | ✓ |
| G4-EC9 | Prozentsatz der lokal eingekauften Waren und Dienstleistungen | Die gesamte CEWE Gruppe hat zu 22 Prozent im europäischen Wirtschaftsraum (Vorjahr 29 Prozent) und zu 20 Prozent im außereuropäischen Ausland (Vorjahr 24 Prozent) eingekauft. Der Anteil lokal beschaffter Materialien erhöhte sich auf 58 Prozent. | 30 | ✓ |

1: Externe Prüfung durch die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, deren Vermerk auf den Seiten 72 und 73 abgedruckt ist.

GRI-Content-Index-Tabelle nach GRI G4 – Teil 5

| | Spezifische Standardangaben | Status 2016 | Seiten | BDO ¹ |
|---------|--|--|------------|------------------|
| | Ökologisch | | | |
| G4-EN1 | Eingesetzte Materialien nach Gewicht und Volumen | Die Angaben hierüber sind der Mengenbilanz aufgeführt. | 42, 43 | ✓ |
| G4-EN2 | Sekundärrohstoffe (Papier, Karton, Graupappe, Verpackung ohne Plastik) | Der Anteil der Sekundärrohstoffe beträgt 9 Prozent. Die Sekundärrohstoffe umfassen Verpackungsmaterialien sowie die Graupappen für die Buchdecken und Kopierpapiere. | 42 | ✓ |
| G4-EN3 | Energieverbrauch innerhalb der Organisation | Der Energieverbrauch betrug 148,8 TJ, davon 32,7 TJ Gas für Heizzwecke, 21,9 TJ Treibstoffe (überwiegend Diesel) und 94,2 TJ (26,2 GWh) Strom. | 38 | ✓ |
| G4-EN4 | Energieverbrauch außerhalb der Organisation | Der Energieverbrauch außerhalb der Organisation betrug 265 TJ (Betrachtung der Logistikprozesse in Scope 3). | 38 | ✓ |
| G4-EN5 | Energieintensitätsquotient pro Tonne eingesetztes Rohmaterial | Der Energieintensitätsquotient pro Tonne eingesetztes Rohmaterial wurde auf 3,28 GJ/t gesenkt. | 38 | ✓ |
| | Energieintensitätsquotient pro Mio. Euro Umsatz | Der Energieintensitätsquotient pro Mio. Euro Umsatz beträgt 250 GJ/Mio. Euro. | | ✓ |
| | Welche Energiearten wurden einbezogen und ist der Verbrauch innerhalb und/oder auch außerhalb der Organisation einbezogen? | Die Energiearten Gas, Treibstoff (Diesel) und Strom innerhalb der Organisation (Scope 1 und 2). | | ✓ |
| G4-EN7 | Senkung des Energiebedarfs pro Produkten und Dienstleistungen | 3,28 GJ/t (pro Tonne eingesetztes Material); entspricht 7 Prozent weniger als 2015. | 38 | ✓ |
| G4-EN8 | Gesamtvolumen der Wasserentnahme aus den folgenden Quellen | CEWE verwendet überwiegend Leitungswasser; der Gesamtanteil an Brunnenwasser liegt erneut bei etwa 7 Prozent. Der absolute Wasserverbrauch ist 2016 gegenüber dem Vorjahr gleich geblieben. | 40 f. | ✓ |
| G4-EN15 | Direkte THG-Emissionen (Scope 1) in Tonnen von CO ₂ -Äquivalenten | Die Ergebnisse sind im Vergleich zu 2015 leicht gestiegen: von 3.017 auf 3.219 t CO ₂ . | 38 | ✓ |
| G4-EN16 | Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2) in Tonnen von CO ₂ -Äquivalenten | Der gesamte Stromverbrauch im Jahr 2016 betrug 26,2 GWh/a gegenüber 25,8 GWh/a im Jahr 2015. Das entspricht einer Scope-2-CO ₂ -Emission von 7.202 t (Vorjahr 10.384 t). | 38 | ✓ |
| G4-EN17 | Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3) in Tonnen von CO ₂ -Äquivalenten | Insgesamt betragen die ermittelten CO ₂ -Emissionen im Bereich Scope 3, die bei CEWE insbesondere die Logistik umfassen, 18.423 t im Jahr 2016. | 38 | ✓ |
| G4-EN18 | Intensität der Treibhausgasemissionen | Die Scope-1- und -2-THG-Emissionen lagen im Jahr 2016 bei 230 kg/t (kg CO ₂ pro Tonne eingesetztes Material), 2015 bei 329 kg/t. | 38 | ✓ |
| G4-EN19 | Umfang der THG-Emissionsreduzierungen als direkte Folge von Initiativen zur Reduzierung von Emissionen | Durch ein 2012 erbautes, energieeffizientes Rechenzentrum werden jährlich weitere 150 t CO ₂ und somit fast 2 Prozent der gesamten Scope-2-Emissionen eingespart. Zwei Fotovoltaikanlagen an den Standorten Freiburg und Germering sorgen dafür, dass 260 MWh/a Sonnenenergie genutzt werden können. Das entspricht einer CO ₂ -Einsparung von 105 t/a. Durch Effizienzsteigerung (LED-Lichtinstallationen) werden weitere 250 t/a eingespart). Verbrauchersarme Firmenwagen sparen 808 t pro Jahr, hinzu kommt eine umweltfreundlichere Vertriebslogistik, die jährlich 1.615 t einspart. | 36, 38, 39 | ✓ |

1: Externe Prüfung durch die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, deren Vermerk auf den Seiten 72 und 73 abgedruckt ist.

GRI-Content-Index-Tabelle nach GRI G4 – Teil 6

| | Spezifische Standardangaben | Status 2016 | Seiten | BDO ¹ |
|---------|---|---|--------|------------------|
| G4-EN23 | Gesamtgewicht gefährlicher und ungefährlicher Abfälle nach Entsorgungsmethode | Die Abfallmenge der CEWE Gruppe betrug 2016 13.799 t, was etwas mehr als 30 Prozent der eingesetzten Materialmenge (Abfallquote) entspricht, die Verwertungsquote betrug erneut über 98 Prozent. | 43 | ✓ |
| G4-EN27 | Maßnahmen, mit denen die ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen während des Berichtszeitraums verringert wurden | Seit September 2016 werden alle CEWE Markenprodukte klimaneutral produziert. Die hierdurch kompensierte Menge an CO ₂ beläuft sich für die zurückliegenden Monate auf ca. 10.000 t. In Kooperation mit ClimatePartner investiert CEWE den kompletten Betrag in ein zertifiziertes Klimaschutzprojekt in Kenia. Hinzu kommen 808 t/a CO ₂ -Emissionseinsparungen durch den Einsatz der DKV Froschkarte und die finanzielle Zuschussung von Elektro- und Hybridfahrzeugen. Durch den Bezug von Grünstrom an den Standorten Oldenburg und Prag konnten weitere 3.235 t CO ₂ im Vergleich zum Vorjahr eingespart werden. | 38, 39 | ✓ |
| G4-EN29 | Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften | Im Berichtszeitraum wurden keinerlei Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen gegen CEWE verhängt. | 39, 40 | ✓ |
| G4-EN30 | Kriterien und Methoden, die zur Bestimmung der Erheblichkeit von ökologischen Auswirkungen verwendet wurden | Im Rahmen des Carbon Disclosure Projects berichtet CEWE auch umfangreich über Scope-3-Emissionen, die unter anderem alle Herstellungsprozesse der Materialien und Logistikprozesse umfassen. Im Rahmen des Nachhaltigkeitsberichts konzentriert sich die Berichterstattung auf die Logistikprozesse, die in der Emissionsbetrachtung für den Klimaschutz einen sehr wichtigen Bereich darstellen und von CEWE auch beeinflusst werden. Daher stehen sie auch im Umweltmanagement von CEWE an wichtiger Stelle. | 38 | ✓ |
| G4-EN31 | Aufwendungen für Umweltschutz | Die Summe der Aufwendungen lag bei ca. 0,4 Mio. Euro. | 40 | ✓ |
| G4-EN32 | Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden | 80 Prozent der neuen relevanten Lieferanten wurden überprüft, im Vorjahr waren es 70 Prozent. | 30, 31 | ✓ |
| G4-EN34 | Gesamtzahl der Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen, die im Berichtszeitraum über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden | Im Berichtszeitraum lagen keine Beschwerden vor. | 39, 40 | ✓ |
| | Gesellschaftlich (Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung) | | | |
| G4-LA1 | Anzahl und Anteile an neuer Belegschaft sowie Mitarbeiter, die das Unternehmen verlassen haben | 2016 wurden in den deutschen Betrieben 337 neue Mitarbeiter eingestellt, die Fluktuation lag bei 9,5 Prozent (2015: 8,6 Prozent). | 47, 48 | ✓ |
| G4-LA6 | Anzahl Arbeitsunfälle gesamt | Insgesamt hat es 171 Arbeitsunfälle gegeben (Vorjahr 136). | 52, 53 | ✓ |
| | Anzahl meldepflichtige Unfälle | Die Zahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle lag im Jahr 2016 bei 63. | | ✓ |
| | Davon Wegeunfälle | 24. | | ✓ |
| | Arbeitsbedingte Todesfälle | 0. | | ✓ |
| | Krankenstand | In den deutschen Produktionsstätten 5,3 Prozent (Vorjahr 5,2). In den ausländischen Betrieben betrug die Rate 4 Prozent. | | ✓ |

1: Externe Prüfung durch die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, deren Vermerk auf den Seiten 72 und 73 abgedruckt ist.

GRI-Content-Index-Tabelle nach GRI G4 – Teil 7

| | Spezifische Standardangaben | Status 2016 | Seiten | BDO ¹ |
|----------------|--|---|----------------|------------------|
| | Geben Sie das zur Aufnahme und Angabe von Unfallstatistiken verwendete Regelwerk an | Jeder Unfall wird in die HR-Software IFS aufgenommen und die Ursache wird 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 über 100 ausgebildete Ersthelfer. | | ✓ |
| G4-LA9 | Aus- und Weiterbildung | 2016 haben an den deutschen Standorten 545 Seminare stattgefunden (Vorjahr 286), an denen 2.489 Mitarbeiter (Vorjahr 1.471) teilgenommen haben. | 51, 52 | ✓ |
| | Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie | Diese Zahlen wurden für den aktuellen Bericht nicht erhoben. | | ✓ |
| G4-LA12 | Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren | Der Aufsichtsrat ist mit sieben Männern und fünf Frauen besetzt. Alle weiteren Angaben stehen im Kapitel Verantwortung für Mitarbeiter. | 18, 47, 49 | ✓ |
| G4-LA14 | Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden | 80 Prozent der neuen relevanten Lieferanten wurden überprüft, im Vorjahr waren es 70 Prozent. | 30, 31 | ✓ |
| G4-LA16 | Gesamtzahl der Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken, die im Berichtszeitraum über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden (Sicht HR, Lieferkette und Umwelt) | Es gab im Berichtszeitraum keine Beschwerden. | 19, 30, 31, 49 | ✓ |
| | Gesellschaftlich (Menschenrechte) | | | |
| G4-HR3 | Gab es im Berichtsjahr Diskriminierungsvorfälle? | Weder dem Ombudsmann noch dem Betriebsrat sind im Berichtsjahr Diskriminierungsvorfälle gemeldet worden. | 49 | ✓ |
| G4-HR5, G4-HR6 | Besteht bei Geschäftsstandorten und Lieferanten ein erhebliches Risiko für Zwangs-/Pflichtarbeit, Kinderarbeit und Jungarbeiter, die unter gefährlichen Bedingungen arbeiten? | Bei Lieferanten, die gemäß der BSCI-Richtlinien in als kritisch eingestuften Regionen ansässig sind, werden regelmäßig Lieferantenaudits durchgeführt. Im Jahr 2016 sind keine neuen Lieferanten aus kritisch eingestuften Regionen hinzugekommen. | 30, 31 | ✓ |
| | Nennen Sie die Maßnahmen, die die Organisation im Berichtszeitraum ergriffen hat, um zur Abschaffung von Zwangs- oder Pflichtarbeit und Kinderarbeit beizutragen | Inhaltliche Kommunikation in den CEWE eigenen Einkaufsbedingungen und Lieferantenaudits, insbesondere in als kritisch eingestuften Regionen. | | ✓ |
| G4-HR10 | Gesamtzahl neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden | 80 Prozent der neuen relevanten Lieferanten wurden überprüft, im Vorjahr waren es 70 Prozent. | 30, 31 | ✓ |
| | Gesellschaftlich (Gesellschaft) | | | |
| G4-SO1 | Zusammenfassung der Projekte und Statements zum gesellschaftlichen Engagement | CEWE hat im Jahr 2016 erneut zahlreiche Projekte europaweit unterstützt. | 56, 57 | ✓ |

1: Externe Prüfung durch die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, deren Vermerk auf den Seiten 72 und 73 abgedruckt ist.

GRI-Content-Index-Tabelle nach GRI G4 – Teil 8

| | Spezifische Standardangaben | Status 2016 | Seiten | BDO ¹ |
|--------|--|--|------------|------------------|
| | Gesamtbetrag der für gesellschaftliche Zwecke verwendeten Spenden | Der Gesamtbetrag der für gesellschaftliche Zwecke verwendeten Spenden und des Sponsorings belief sich im Jahr 2016 auf 1 Mio. Euro. | | ✓ |
| G4-SO2 | Nennung der erheblichen tatsächlichen und potenziellen negativen Auswirkungen der Geschäftstätigkeiten auf lokale Gemeinschaften | Es sind keine negativen Auswirkungen bekannt. | 56 | ✓ |
| G4-SO4 | Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftspartner, denen die Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung der Organisation mitgeteilt wurden, aufgeschlüsselt nach Geschäftspartnertyp und Region | Die CEWE Mitarbeiter sind zu 100 Prozent über Betriebsversammlung und hausinterne Mitteilungen informiert. Die Lieferanten sind zu 100 Prozent über einen Verweis auf den Einkaufsbedingungen über ein Bestellformular informiert. Alle anderen: 100 Prozent über Website cewe.de und über den Nachhaltigkeitsbericht. | 19, 30, 31 | ✓ |
| | Gesamtzahl und Prozentsatz der Mitglieder des Kontrollorgans, die im Hinblick auf Korruptionsbekämpfung geschult wurden, aufgeschlüsselt nach Region | Sämtliche Mitglieder sind geschult. | | ✓ |
| | Gesamtzahl und Prozentsatz der Mitarbeiter, die Informationen über die Maßnahmen und Verfahren der Organisation zur Korruptionsbekämpfung erhalten haben | Sämtliche Mitarbeiter wurden im Rahmen von Vortragsveranstaltungen geschult. | | ✓ |
| | Gesamtzahl und Prozentsatz der Mitarbeiter, die im Hinblick auf Korruptionsbekämpfung geschult wurden | Sämtliche Mitarbeiter wurden im Rahmen von Vortragsveranstaltungen geschult. | | ✓ |
| G4-SO5 | Gab es Vorfälle, Anschuldigungen oder Klagen in Bezug auf Korruption? | Im Berichtszeitraum gab es keine Vorfälle, Anschuldigungen oder Klagen in Bezug auf Korruption. | 19 | ✓ |
| G4-SO8 | Gab es Verstöße gegen Gesetze oder Vorschriften? | Im Berichtszeitraum gab es keine Verstöße. | 19 | ✓ |
| | Gesellschaftlich (Produktverantwortung) | | | |
| G4-PR2 | Gab es Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit nicht eingehalten wurden? | Im Berichtszeitraum gab es keine Vorfälle. | 29 | ✓ |
| G4-PR5 | Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit | Mehr als 250.000 Konsumenten gaben seit 2012 in kurzen Befragungen ihr Feedback zu Produkten, Software und Services und sorgen so dafür, dass Prozesse stetig überprüft und weiterentwickelt werden. Der Net Promotor Score hat sich im Jahr 2016 nochmals auf 58 Prozent verbessert. Auch im Jahr 2016 hat CEWE viele unabhängige Testsiege gewonnen. | 26, 27 | ✓ |
| G4-PR8 | Gab es im Berichtsjahr Datenlecks, Datendiebstahl oder -verluste und/oder begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden und den Verlust von Kundendaten? | Im Berichtszeitraum gab es keine Vorfälle und/oder Beschwerden. | 18, 19 | ✓ |
| G4-PR9 | Nennen Sie den Gesamtgeldwert der erheblichen Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen | Es gab im Berichtszeitraum keine Bußgelder wegen der Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen. | 18, 19 | ✓ |
| | Gesamtzahl der Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken, die vor dem Berichtszeitraum eingereicht und im Berichtszeitraum gelöst wurden (Sicht Compliance) | Im Berichtszeitraum lagen keine Beschwerden vor. | | ✓ |

1: Externe Prüfung durch die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, deren Vermerk auf den Seiten 72 und 73 abgedruckt ist.

BERICHTSSYSTEMATIK

G4-28, G4-29,
G4-30

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 siebte Nachhaltigkeitsbericht von CEWE. Der Bericht wurde gemeinsam mit dem Koordinierungskreis Nachhaltigkeit erarbeitet und vom Vorstand freigegeben.

Veröffentlichung

Der Bericht wurde am 31. Mai 2017 auf www.company.cewe.de veröffentlicht und steht in Deutsch und Englisch zum Download zur Verfügung.

Grundlagen

Die Erhebung der Daten wurde in Übereinstimmung mit den Leitlinien nach GRI G4 „Kern“ erstellt. Die „Kern“-Option enthält die wesentlichen Aspekte des Nachhaltigkeitsberichts. Sie schafft einen Hintergrund, vor dem CEWE Angaben zu den Auswirkungen seiner wirtschaftlichen, ökologischen, gesellschaftlichen und führungsbezogenen Leistung macht.

Daten

Zeitraum der Datenerhebung ist das Geschäftsjahr 2016. 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

Redaktionsschluss war der 4. Mai 2017. Um die Lesbarkeit zu vereinfachen, wurde auf die zusätzliche Nennung 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

G4-3, G4-5, G4-31 **Verantwortlich**
CEWE Stiftung & Co. KGaA
Meerweg 30-32
26133 Oldenburg

Dr. Rolf Hollander
Telefon: +49 441 404-202

Thomas Mehls
Telefon: +49 441 404-4738

Dr. Christine Hawighorst
Telefon: +49 441 404-5301

nachhaltigkeit@cewe.de
www.cewe.de

Konzept, Redaktion und Gestaltung
UMPR GmbH, Hamburg

Fotos

© CEWE Stiftung & Co. KGaA: Titel, 2, 4, 7, 18, 21, 23, 24,
27, 29, 35, 41, 42, 47, 48, 51, 52, 53, 56, 57, 58, 59
© ClimatePartner (3): 36, 37
© Thomas Deutschmann (1): 23
© Ulf Duda (4): 2, 45, 55, 58
© Jelca Kollatsch (1): 46
© Stephen Petrat (2): 15, 31
© Johan Vanbecelaere (1): 59

Druck

Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist ein Produkt von viaprinto,
der Online-Druckerei von CEWE.

INDEPENDENT ASSURANCE REPORT

G4-33 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit über Nachhaltigkeitsinformationen

An die CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg

Wir haben die mit einem „√“ gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg, für den Zeitraum vom 1. Januar 2016 bis 31. Dezember 2016 einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen. Unser Auftrag bezieht sich dabei ausschließlich auf die mit dem Symbol „√“ gekennzeichneten Angaben.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg, sind verantwortlich für die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts in Übereinstimmung mit den in den G4 Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative genannten Grundsätzen (im Folgenden: „GRI-Kriterien“) sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Angaben.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Nachhaltigkeitsberichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Erklärungen des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualität

Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Wir wenden die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie den Entwurf des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW EQS 1), die in Einklang mit dem vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) herausgegebenen International Standard on Quality Control 1 (ISQC 1) stehen.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die mit dem „√“ gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit aussagen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit einem „√“ gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar 2016 bis 31. Dezember 2016 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder gekennzeichneten Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragungen von Mitarbeitern, die in die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über ausgewählte Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Analytische Beurteilungen ausgewählter Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Konzernabschluss und Konzernlagebericht
- Beurteilung der Darstellung der ausgewählten Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit einem „√“ gekennzeichneten Angaben im Nachhaltigkeitsbericht der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg, für den Zeitraum vom 1. Januar 2016 bis 31. Dezember 2016 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

Verwendungszweck des Vermerks

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg, geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg, durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg, über das Ergebnis der Prüfung bestimmt.

Begrenzung der Haftung

Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-) Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der CEWE Stiftung & Co. KGaA, Oldenburg, gegenüber und ist auch nach Maßgabe der mit der Gesellschaft vereinbarten „Besonderen Auftragsbedingungen der BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft“ vom 1. Januar 2017 sowie der „Allgemeinen Auftragsbedingungen des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V. für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften“ vom 1. Januar 2017 (www.bdo.de) beschränkt. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

Hamburg, 18. Mai 2017

BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Ellen Simon-Heckroth

Wirtschaftsprüfer

Nils Borcharding

Wirtschaftsprüfer

Europas
beliebtestes
Fotobuch

ab 7,95 €*



* Unverbindliche Preisempfehlung. Das abgebildete Produkt hat einen höheren Preis. Alle Preise verstehen sich inkl. MwSt. und zzgl. Versandkosten (ggf. auch bei Füllabholung anfallend) gemäß Preisliste. Weitere Informationen unter www.cewe.de/preise
Anbieter: CEWE Stiftung & Co. KGaA, Meerweg 30-32, 26133 Oldenburg

Mein cewe fotobuch Mein Leben

www.cewe.de

 **cewe**
BEST IN PRINT

CEWE FOTOBUCH

Aktueller Testsieger
der Stiftung Warentest

| | |
|--|---|
| TESTSIEGER | |
| Stiftung Warentest | GUT (2,1) |
| test | CEWE FOTOBUCH Baugleich mit CEWE FOTOBUCH bei Fotoservice.saturn.de |
|  | Im Test: 12 Fotobuch-Anbieter |
| | Ausgabe 11/2015 |
| | www.test.de |

15JH06