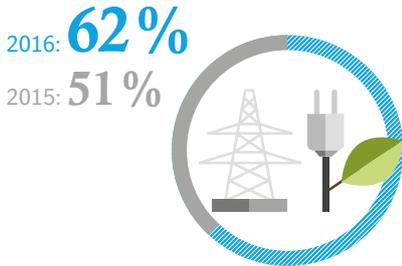


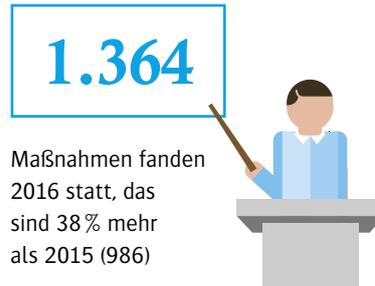


CWS-boco in Zahlen

Anteil Strom aus erneuerbaren Quellen*



Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen*



Anzahl gewaschener Teile*



CO₂-Emissionen*

(Gestiegenes Gesamtgewicht proportional zum deutlich höheren Auftragsvolumen durch rund 5.500 zusätzliche Kunden)



Servicefahrer*



Verwendete Baumwolle aus nachhaltigem Anbau*



Kennzahlen CWS-boco Gruppe	2016	2015
Ökonomische Kennzahlen**		
Umsatz (Mio.€)	800	779
Operatives Ergebnis vor Einmaleffekten (Mio. €)	79	77
Operatives Ergebnis (Mio. €)	77	75
Beteiligungshöhe von Haniel an der CWS-boco Gruppe (%)	100	100
Standorte	in 19 Ländern	in 19 Ländern
Ökologische Kennzahlen*		
Stromverbrauch (GJ)	1.002.017	996.109
Wasserverbrauch (m ³)	1.340.849	1.273.435
Waschmittelverbrauch (t)	3.425	3.419
CO ₂ -Emissionen (Scope 1-3; t)	56.389	55.501***
Soziale Kennzahlen*		
Mitarbeiter (Berichtsländer)	6.931	6.777
Weiterbildung (in Tagen)	6.114	5.690
Arbeitsunfälle	237	232

* Alle Angaben dieses Berichts beziehen sich, wenn nicht anders vermerkt, auf das Kalenderjahr 2016 und die neun umsatzstärksten Gesellschaften der CWS-boco Gruppe: CWS-boco Deutschland GmbH; CWS-boco Suisse SA; CWS-boco Italia S.p.A.; CWS Nederland B.V.; CWS-boco Sweden AB; CWS-boco Österreich GmbH; CWS-boco Ireland Ltd.; CWS-boco Polska Sp.z o.o.; CWS-boco BeLux N.V.

** Unsere Jahresfinanzkennzahlen und unsere Kapitalisierung veröffentlichen wir auf Ebene der CWS-boco International GmbH im Rahmen des Haniel-Geschäftsberichts.

*** Korrigierter Wert aus Zwischenbericht 2016.



Drei Dinge treiben uns bei CWS-boco an: Sicherheit, Sauberkeit und Hygiene. Diese Trias ist für uns ein gutes Mittel zum noch besseren Zweck: Wir wollen das Beste für unsere Kunden, für unsere Mitarbeiter und für die Umwelt. Diese drei Zielsetzungen erreichen wir am besten, wenn wir jeden Tag besser werden. Effizienter. Und innovativer. In diesen drei Schritten liegt unsere Zukunft.

Inhalt

2 Editorial

Unternehmen & Nachhaltigkeit

- 4 Nachhaltigkeit als Tagesgeschäft. Und in der unternehmerischen DNA.
- 5 Wachstum bedeutet immer Herausforderungen. Unsere Antwort: Nachhaltigkeit.
- 6 Nachhaltigkeit braucht Kontinuität. Und immer wieder innovative Ideen.
- 7 Partnerschaft bedeutet, gemeinsam Erfolge zu erringen. Und gemeinsam Verantwortung zu übernehmen.
- 8 Mehrwert: Mehrweg.
- 9 Werte und CR-Leitlinien bei CWS-boco.
- 10 Gesetzes- und Regelkonformität bei CWS-boco und seinen Partnern.
- 11 Nachhaltige Unternehmensführung in der CWS-boco Gruppe.
- 12 Das wichtigste Instrument für nachhaltigen Stakeholder-Dialog: Feedback.
- 14 Revalidierung wesentlicher Handlungsfelder und Berichtsgrenzen.
- 18 Nachhaltigkeitsstrategie und -programm

21 Berichtsfelder (Detailindex)

22 Kunden & Mitarbeiter

34 Produkte & Herkunft

46 Wäscherei & Logistik

Anhang

- 58 Initiativen & Mitgliedschaften.
- 59 Über diesen Bericht.
- 60 GRI Content Index.
- 70 Zahlen & Daten.
- 74 Impressum.

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

unser Unternehmenskurs ist einfach zu beschreiben: „CWS-boco wächst weiter.“ Das ist eine gute Nachricht, keine Frage. Es bedeutet aber auch neue Herausforderungen. Denn in unserer Branche sind Wachstum und Verantwortung ein und dasselbe. Tag für Tag machen sich unsere Mitarbeiter dafür stark, dass unsere Kunden sicherer, sauberer und hygienischer arbeiten. Dabei behalten wir natürlich stets auch die Umwelt im Auge.

Ein wesentlicher Grund hierfür ist, dass für uns als Anbieter textiler Mietservices die Verfügbarkeit natürlicher Rohstoffe essenziell ist. Wir wissen beispielsweise aus alltäglicher Erfahrung, wie kostbar die Ressource Wasser ist – auch ganz pragmatisch im wirtschaftlichen Sinne. Jeder eingesparte Liter Wasser ist nicht nur ein Erfolg für die Umwelt, sondern auch ein ökonomischer für unser Unternehmen. Gleiches gilt für jeden Kilometer, den unsere Logistikflotte einspart. Mithilfe modernster IT halten wir deswegen Fahrten so kurz wie möglich (vgl. diesen Report S. 55). Und sogar unseren Seifenspendern haben wir mittlerweile beigebracht, im Sinne des schonenden Ressourceneinsatzes mitzudenken (S. 40).

Bei unserer Unternehmensstrategie haben Effizienz und konsequentes Handeln höchste Priorität. Deshalb haben wir die letzten Monate dazu genutzt, die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen, die in den vergangenen Jahren zu Bestandteilen unserer Unternehmensstrategie geworden sind, auf den Prüfstand zu stellen. Wir haben die entsprechenden Handlungsfelder revalidiert, unsere Ziele streng unter die Lupe genommen und überall dort, wo es notwendig war, Anpassungen der Strategie vorgenommen.

In dem Report, den Sie gerade in der Hand halten, möchten wir Sie auf eine Reise mitnehmen. Das Ziel dieser Reise ist, eines der nachhaltigsten Unternehmen unserer Branche zu werden. Indem wir Ihnen die Wertschöpfung in den drei Berichtsfeldern „Kunden & Mitarbeiter“, „Produkte & Herkunft“ sowie „Wäscherei & Logistik“ durch lebendige Hintergrundberichte näherbringen, hoffen wir, Sie für dieses Thema, das uns so am Herzen liegt, begeistern zu können.

Denn das Thema Nachhaltigkeit erfüllt uns bei CWS-boco jeden Tag mit Enthusiasmus und Schaffensfreude. Diese Begeisterung möchten wir nach besten Kräften teilen – ob in Workshops für unsere Mitarbeiter (S. 31) oder bei Schulbesuchen, bei denen wir für Hygienefragen sensibilisieren (S. 27).

Selbstverständlich legen wir besonderen Wert darauf, dass auch unsere wirtschaftlichen Partner uns auf dieser Reise begleiten. Wir achten genau darauf, dass sie unsere Werte und Verhaltensregeln unterstützen und internationale Sozial- und Umweltstandards einhalten. Um dies sicherzustellen, fahren wir auch schon einmal zu unseren Partnern nach Indien (S. 37).

Wir hoffen, dass dieser Report dazu beiträgt, den Funken der Begeisterung auch auf Sie überspringen zu lassen.

Ihre

Carsten Bettermann und Detlef Kröpelin



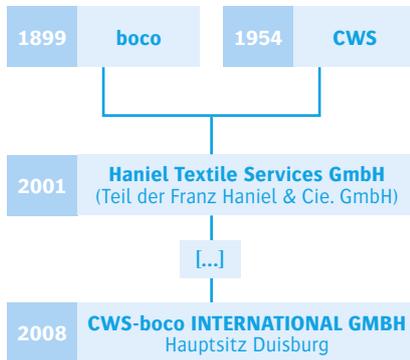
**Carsten
Bettermann**
Chief Divisional
Officer
Washroom Care



**Detlef
Kröpelin**
Chief Divisional
Officer
Textile Care

Nachhaltigkeit als Tagesgeschäft. Und in der unternehmerischen DNA.

ÜBERBLICK CWS-boco GROUP



Sauberkeit ist unser Beruf, Hygiene unsere Berufung: CWS-boco stellt seinen Kunden seit vielen Jahrzehnten Berufs-, Schutz- und Reinraumkleidung, Waschraumausstattung und Schmutzfangmatten sowie Flachwäsche im Mietservice zur Verfügung. Beachtlich sind die Herausforderungen, vor die wir uns bei unserem energieintensiven Geschäft gestellt sehen: Immerhin reinigen wir jährlich rund 176.147 Tonnen Textilien in unseren unternehmenseigenen Wäschereien und liefern über 130 Millionen Teile an unsere Kunden aus.

Natürlich versteht es sich für einen Serviceanbieter in Sachen Sauberkeit und Hygiene von selbst, dass er bestrebt ist, im Einklang mit der Umwelt zu agieren und als international aufgestelltes Wirtschaftsunternehmen die Interessen einer wachsenden Zahl von Stakeholdern zu berücksichtigen. Nachhaltiges Wirtschaften, ressourcenschonendes Arbeiten sowie ein respektvoller Umgang mit Mensch und Natur sind die selbstverständlichen Voraussetzungen, die wir in unserem Handeln miteinander versöhnen müssen. Über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg – von der Produktion bis zum Service. Eine komplizierte, aber wertvolle Aufgabe.

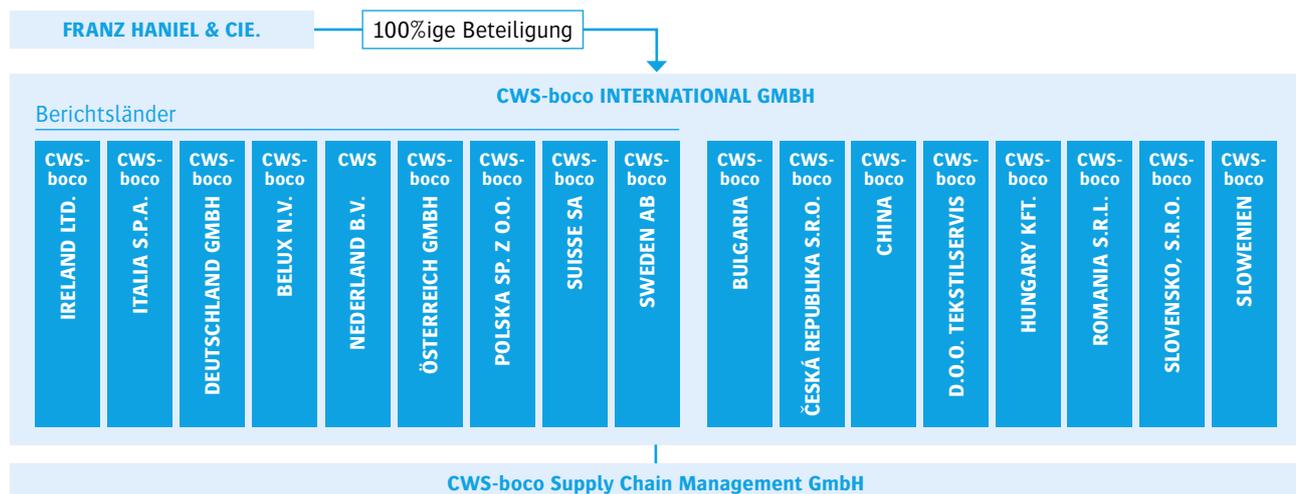
Da wir schon von Berufs wegen mit sämtlichen Fragen rund um Hygiene und Sicherheit befasst sind, hat sich bei uns im Laufe der Jahre das Selbstverständnis eines Botschafters für diese Themen herausgebildet. Wir möchten in dieser Hinsicht die höchsten Ansprüche durchsetzen. Aus diesem Grunde haben wir Sicherheit und Gesundheit zum Profithema gemacht. Unermüdlich arbeiten wir daran, auch unsere Lieferanten durch die Unterzeichnung unseres Verhaltenskodexes als Kooperationspartner zu gewinnen – und sie dadurch zu nachhaltigen Gliedern in einer nachhaltigen Lieferkette zu machen.

Wachstum bedeutet immer Herausforderungen. Unsere Antwort: Nachhaltigkeit.

Als mittelständisch geprägtes Unternehmen können wir stolz auf über 100 Jahre alte Wurzeln am Standort Deutschland verweisen. Von diesem starken Grund ausgehend, haben wir uns zu einem internationalen Player entwickelt. Wachstum und Internationalisierung bedeuten aber auch eine zunehmende Verantwortung und neue Herausforderungen für das Nachhaltigkeitsmanagement.

Eine grundlegende Herausforderung der Internationalisierung besteht für uns darin, unsere Haltung zum Thema Nachhaltigkeit klipp und klar zu kommunizieren. Das gilt extern wie intern. Denn bewältigen werden wir die gewaltigen Aufgaben nur, wenn wir alle Mitglieder unserer Gruppe ins Boot holen. Ein weitsichtiger Managementansatz, der die ökologischen und sozialen Auswirkungen wirtschaftlichen Handelns ganz automatisch berücksichtigt, muss intern gelebt werden. Von jedem einzelnen Mitarbeiter. Dann endet er auch nicht an den Werkstoren der Unternehmen oder an den Grenzen von Ländern.

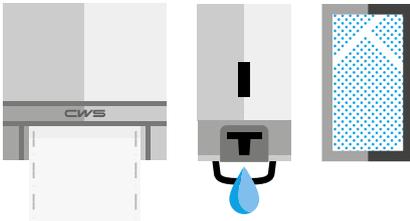
GESCHÄFTSBEREICHE DER CWS-boco GROUP



2017 wird die CWS-boco Gruppe durch den Zusammenschluss mit Initial noch einmal wachsen. Mit dem Joint Venture wollen wir uns noch stärker als Innovationsführer positionieren. Unser Gesellschafter Haniel wird nach der Integration des zentraleuropäischen Geschäfts von Rentokil Initial in den Bereichen Hygiene, Berufskleidung und Reinraum rund 82 Prozent der Anteile halten. Bei Rentokil Initial verbleiben rund 18 Prozent. Das neue Unternehmen unter der Führung von CWS-boco wird etwa 10.800 Mitarbeiter beschäftigen und einen Umsatz von ca. 1,1 Milliarden Euro erwirtschaften.

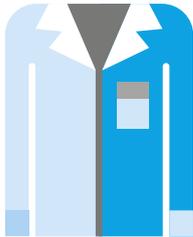
Nachhaltigkeit braucht Kontinuität. Und immer wieder innovative Ideen.

CWS-boco PRODUKTE



ca. 250

CWS Produkte



ca. 2.400

boco Produkte

Die Fülle unseres Angebots verblüfft uns manchmal selbst: Allein im Bereich der hygienischen Waschräumeausstattung bietet CWS-boco rund 250 CWS Produkte wie Handtuch-, Seifen- und Duftspender sowie Verbrauchsartikel wie Waschschaum. Alle Spendersysteme sind im Mietservice inklusive Montage, Instandhaltung und Reparatur erhältlich. Darüber hinaus umfasst unser Sortiment an Schmutzfangmatten für mehr Sicherheit und Sauberkeit in Eingangsbereichen und an Arbeitsplätzen mehr als 30 Artikel.

Ferner bietet CWS-boco unter der Marke boco rund 2.400 Berufskleidungs-Produkte an, die Alltag und Arbeit sicherer, sauberer und hygienischer machen. Hinzu kommt eine umfassende Auswahl an branchenspezifischer Berufskleidung, hochfunktionaler Schutz- und Sicherheitskleidung sowie repräsentative Business Fashion – fachgerechte Wiederaufbereitung inklusive. Eigene Zertifizierungen haben wir wegen der hohen Anforderungen bei der Persönlichen Schutzausrüstung (PSA) sowie im Bereich Reinraum. Ergänzende Artikel wie Arbeitsschutzzubehör, Hemden, Shirts, Tücher und Krawatten zählen ebenso zu unserem Portfolio.

Einen weiteren Angebotszweig bilden Textilien am Arbeitsplatz, etwa Putztücher für den industriellen Gebrauch oder Flachwäsche für Hotels, Gastronomie oder Gesundheitseinrichtungen. Darüber hinaus reinigen wir im Bereich Gesundheit und Pflege auch die Privatkleidung der Bewohner von Pflegeheimen. Dieses ganze gewaltige Produkt-Portfolio unserer Landesgesellschaften wird zentral über das CWS-boco Supply Chain Management gesteuert.

Dabei ist es vor allem das kontinuierliche Streben nach Innovation und Qualität, das CWS-boco zu einem führenden Anbieter der textilen Servicebranche gemacht hat – und immer noch macht. Dass wir beim Betrieb unserer Wäschereien und in der Servicelogistik möglichst schonend mit Ressourcen umgehen, liegt natürlich auch in unserem wirtschaftlichen Eigeninteresse. Vielleicht ist unser Erfolgsgeheimnis also ganz einfach: Was wir tun, ergibt Sinn.

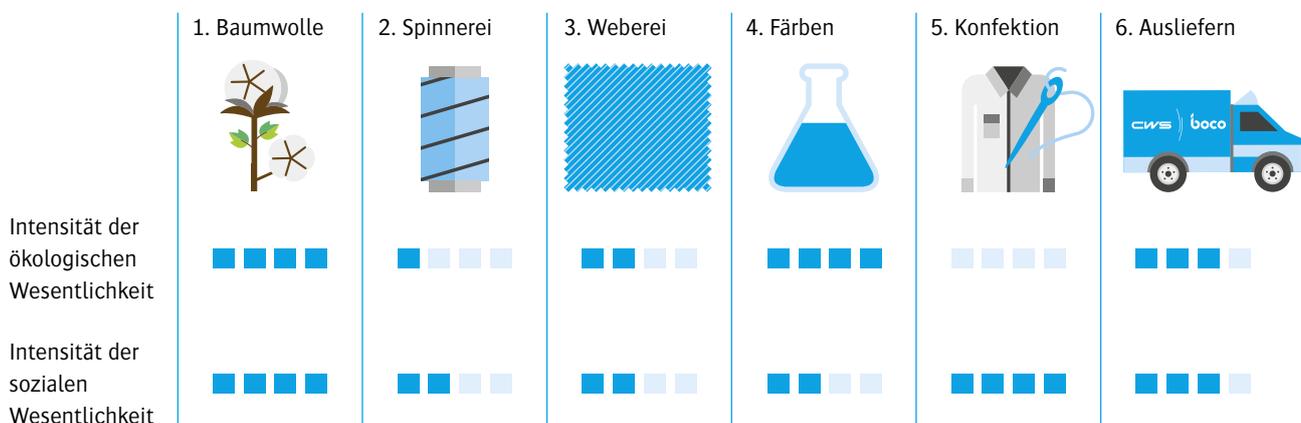
Partnerschaft bedeutet, gemeinsam Erfolge zu erringen. Und gemeinsam Verantwortung zu übernehmen.

Unsere Unternehmensstrategie ist anspruchsvoll: Wir wollen wirtschaftlich beständig wachsen, national wie international – und dabei auch Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft übernehmen. Die spezifische Herausforderung liegt für uns darin, dass unser Wachstumserfolg und die steigende Zahl unserer Partner zugleich die Lieferkette kontinuierlich verlängert. Nur wenn wir der daraus erwachsenden Verpflichtung gerecht werden, können wir unsere Wertschöpfungskette mit Fug und Recht als nachhaltig bezeichnen.

Aktuelle Zahl der strategischen Lieferanten	2016	2015
Gesamtzahl Lieferanten (Endprodukte, Handelswaren und Rohstoffe)	312	315
davon „Lohnkonfektionäre“	10	9

Wir arbeiten hart daran, den Gedanken der Nachhaltigkeit im Tagesgeschäft umzusetzen. So managen wir entlang der Lieferkette Risiken, heben Potenziale und behalten die Auswirkungen im Auge, die unser Handeln und das unserer Geschäftspartner auf Umwelt und Gesellschaft haben. Dabei gilt es, für uns zahlreiche Kriterien zu berücksichtigen, von der geografischen Entfernung der Zulieferer über sprachliche und kulturelle Barrieren bis zu den jeweiligen branchenspezifischen Faktoren. Beispielsweise haben wir im Rahmen der Herstellung unserer Arbeitskleidung ein strenges Risikomonitoring eingeführt, um den Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft kontinuierlich messen zu können.

ÖKOLOGISCHE & SOZIALE WESENTLICHKEIT IN DER TIEFEREN LIEFERKETTE



Weitere Informationen zu den Themen Nachhaltigkeit in der Wertschöpfung und entlang der Lieferkette finden Sie auf den Seiten 42–44.

Mehrwert: Mehrweg.

UNSER SERVICEKREISLAUF

1 Abholen

Unsere Servicefahrer holen bei unseren Kunden regelmäßig die Miettextilien zur Aufbereitung in der Wäscherei ab.

2 Sortieren

Die Textilien werden in der Wäscherei sortiert, um sie verschiedenen Waschprogrammen zuzuführen. So bekommt jedes Teil exakt die Reinigung, die es benötigt.

3 Waschen + Trocknen

Rund 29 Millionen Handtuchrollen, 9 Millionen Matten und 92 Millionen Kleidungsstücke waschen wir pro Jahr in unseren Wäschereien in Europa – und zwar so ressourcenschonend wie möglich.

4 Qualitätskontrolle

Die Qualität unserer Produkte wird ständig unter die Lupe genommen – in allen Etappen unseres Servicekreislaufs: beim Abholen und Ausliefern ebenso wie von den Mitarbeitern an allen Stationen der Wäscherei.

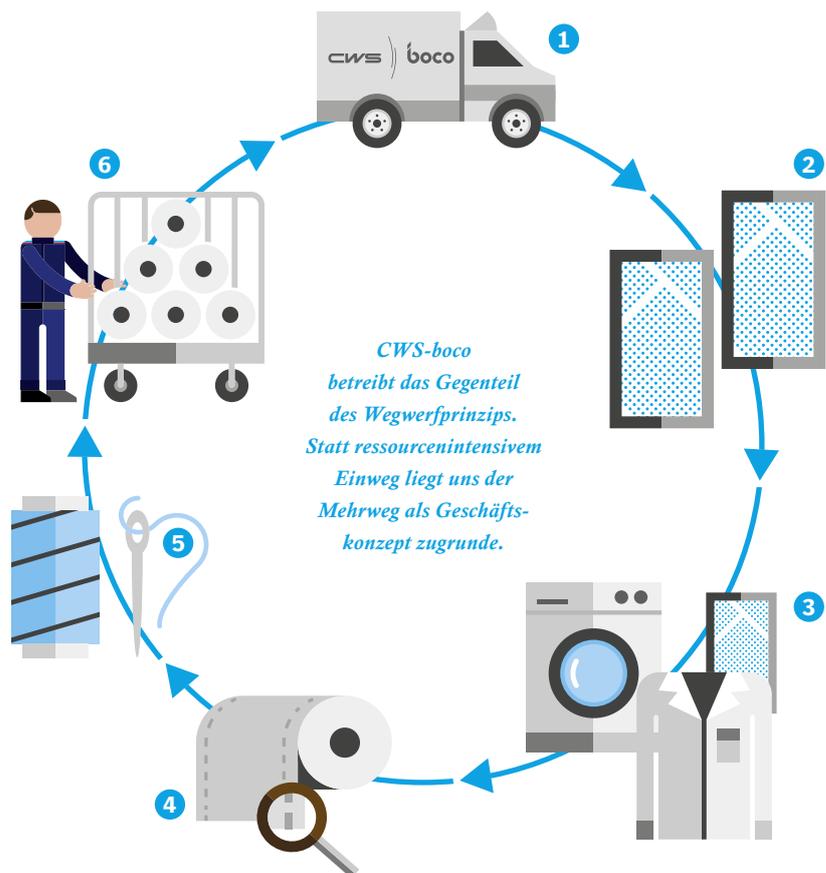
5 Reparieren + Austauschen

Verschlissene Stellen werden direkt in der Wäscherei repariert. Ist dies nicht möglich, wird der Artikel ausgetauscht.

6 Bringen

Was unsere Servicefahrer zurück an unsere Kunden liefern, ist frisch gewaschen, getrocknet und qualitätskontrolliert. Tag für Tag. Weltweit.

Der Mietservice von Textilien ist unser wichtigstes Geschäftsfeld. Die hygienische Wiederaufbereitung ist dabei ebenso wichtig wie die lange Lebensdauer der Produkte. Hierfür haben wir einen ressourcenschonenden Servicekreislauf geschaffen, der von Handtuchrollen, Berufskleidung und Matten mehrfach durchlaufen wird. Eine Handtuchrolle beispielsweise kann bis zu 100-mal gewaschen und wiederverwendet werden, sodass sie im Laufe ihres Lebens bis zu 15.000-mal zum Händetrocknen dient – und dabei keinen Abfall produziert. Und auch bei der Entwicklung neuer Produkte mit kürzerer Lebensdauer wie beispielsweise Hygienepapier suchen wir unter anderem mit dem Cradle-to-Cradle-Prinzip, wonach Produkte am Ende ihres Lebenszyklus' als Nährstoffe in biologische Kreisläufe zurückgeführt werden, nach neuen Wegen (S.38).



Werte und CR-Leitlinien bei CWS-boco.

Werte und Leitlinien sind dann wirklich wertvoll, wenn alle Mitarbeiter sie auch verfolgen, berücksichtigen und leben. Für ein international agierendes und wachsendes Unternehmen wie CWS-boco ist es dennoch wichtig, die gemeinsamen Werte auch klar und deutlich zu formulieren und auf dieser Basis unsere CR-Leitlinien zu entwickeln, in denen die Belange aktueller Stakeholder ebenso wie die der nachfolgenden Generationen berücksichtigt werden:

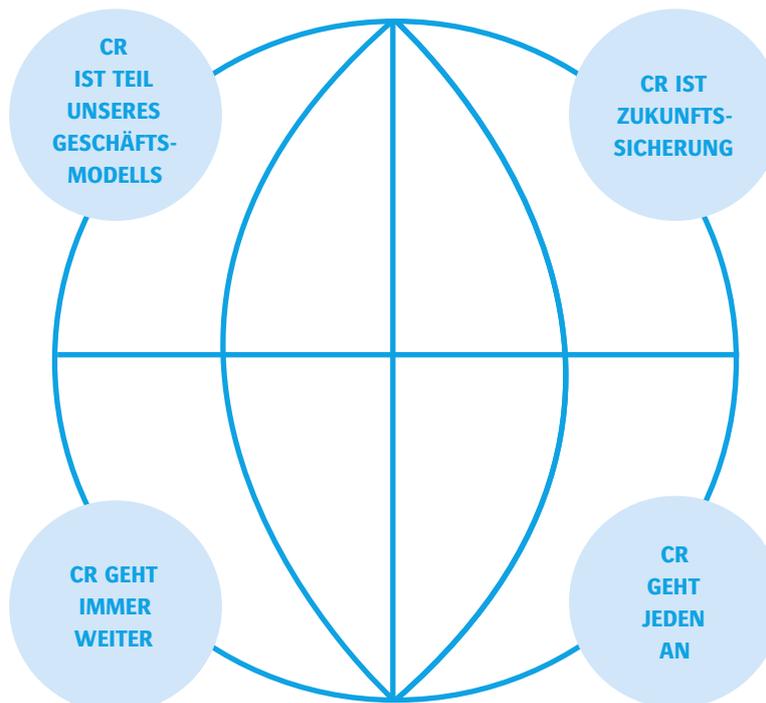
ONLINE-INFOS ZUM CWS-boco WERTEKANON



www.cws-boco.com/de-DE/unternehmen/werte

Der Mehrweggedanke ist zentraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells. Wir vermieten unsere Textilien und bereiten sie immer wieder auf, sodass sie erneut genutzt werden können. Dabei ist der sorgfältige Umgang mit Ressourcen für uns grundlegend. Wir bauen unser nachhaltiges Engagement aus und minimieren unseren ökologischen Fußabdruck – für die Welt, in der wir leben, aber auch für unser eigenes Geschäft.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen können sich ebenso ändern wie die Herausforderungen unseres Unternehmens beim sozialen und ökologischen Engagement. Daher überprüfen und optimieren wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten permanent. CR ist für uns eine unternehmerische Aufgabe, die niemals abgeschlossen ist, sondern immer weitergeht.



Mit unseren Investitionen in moderne Technologien und in die Fort- und Ausbildung unserer Mitarbeiter sichern wir die Leistungs- und Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens. Und auch unser Engagement für Gesellschaft und Umwelt zahlt sich für künftige Generationen aus.

Für eine erfolgreich gelebte Nachhaltigkeit geht bei CWS-boco die Unterstützung des Managements Hand in Hand mit dem Engagement jedes Bereichs und seiner Mitarbeiter. Gemeinsam bringen wir Nachhaltigkeit bei CWS-boco zum Erfolg.

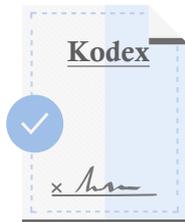
Gesetzes- und Regelkonformität bei CWS-boco und seinen Partnern.

FESTGELEGTER UMGANG MIT NON-COMPLIANCE-FÄLLEN

Regel- und Gesetzesverletzungen wurden in der Berichtsperiode in 21 Fällen gemeldet bzw. entdeckt; 17 davon wurden als Compliance-Fälle eingestuft. Non-Compliance-Fälle werden gegebenenfalls in einem speziellen Gremium erörtert und je nach Sachlage und objektiver Einschätzung kommt es zu individuellen Anhörungen und Konsequenzen.

93 %

unseres Einkaufsvolumens wird mit Lieferanten abgewickelt, die den **Code of Conduct** von CWS-boco unterzeichnet haben (S.43).



Die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen ist für CWS-boco ebenso selbstverständlich wie die tägliche Berücksichtigung unternehmensinterner Vorgaben. Um unsere Gesetzes- und Regelkonformität im täglichen Arbeitsleben sicherzustellen, entwickeln wir unser Compliance-Programm alljährlich weiter. Hierfür wurde bei CWS-boco International ein Compliance-Committee eingerichtet, das compliance-relevante Themen unter Einbindung der Fachabteilungen diskutiert und die spätere Umsetzung von Maßnahmen vorbereitet, um so den Compliance-Gedanken noch tiefer in unserer Unternehmenskultur zu verankern. Zum Compliance-Programm zählen folgende Aspekte und Mechanismen:

INTERNES MELDESYSTEM

Bei Verstößen gegen den Code of Conduct oder unsere Compliance-Regeln wurde bei der CWS-boco Gruppe ein Meldesystem in Form einer telefonischen Helpline eingeführt. Ausgerollt wurde dieses Meldesystem bisher in Deutschland, Irland, Österreich, Schweden und der Schweiz.

PRÄVENTIVMASSNAHMEN

Um Compliance-Risiken vorzubeugen, werden an den unterschiedlichen Standorten länderspezifische Präventivmaßnahmen durchgeführt. Darüber hinaus ist es unser Ziel, gruppenweit Schulungen zum Thema Antikorruption anzubieten.

COMPLIANCE-MANAGEMENTSYSTEM

Unsere Gruppe wendet intern ein rechnungs- und ein leistungsbezogenes Kontrollsystem an. Risikopotenziale werden über das Managementsystem regelmäßig ermittelt. Eine Revision erfolgt in regelmäßigen Abständen und in Zusammenarbeit mit unserer 100%igen Eignerin Haniel.

Weitreichender Wirkungskreis unseres Code of Conduct.

Über die Grenzen gesetzlicher Regulierungen hinaus haben wir unser Verständnis von wertekonformem Handeln klar und deutlich in unserem Verhaltenskodex festgelegt – und fordern dieses Verhalten im täglichen Miteinander von unseren Mitarbeitern ebenso wie von unseren Geschäftspartnern. Der Lieferantenkodex soll für sämtliche Zulieferer unserer Einkaufsgesellschaft CWS-boco Supply Chain Management GmbH und deren Unterauftragnehmer sowie für sonstige Geschäftspartner gelten und weltweit für sichere Arbeitsbedingungen, respekt- und würdevolle Umgangsformen und ökologisch nachhaltige Prozesse innerhalb der gesamten Lieferkette sorgen.

Nachhaltige Unternehmensführung in der CWS-boco Gruppe.

Corporate Governance bedeutet für uns die Leitung und Überwachung eines nachhaltigen Unternehmens. Wir sind in unterschiedlichen Wirtschafts- und Gesellschaftssystemen tätig und müssen somit auch verschiedene kulturelle und nationale Standards sowie rechtliche Vorschriften berücksichtigen. Umso wichtiger ist es daher, dass die Unternehmensführung für ein gemeinsames Werteverständnis von Offenheit und Integrität in der gesamten Gruppe sorgt.

CWS-boco setzt dabei auf klare Kommunikation und auf Managementstrukturen mit flachen Hierarchien, die auf nationaler und internationaler Ebene effiziente Entscheidungsfindungen ermöglichen. So werden auch auf Fachbereichsebene internationale Synergien geschaffen und nachhaltige Lösungen innerhalb der Gruppe gefunden.

Zu unserem Corporate-Governance-System zählen neben der Implementierung und Kontrolle von Leitlinien, Gesetzen und Verhaltensregeln auch transparente Entscheidungsfindungsprozesse auf Gruppenebene.

INTERNATIONALES MANAGEMENT-RECRUITING

Führungspositionen besetzen wir einerseits gern aus eigenen Reihen, um das umfangreiche Wissen unserer Fachabteilungen auch in die Managementebenen zu überführen. Zugleich ist es unser Bestreben, den Anteil an international erfahrenen Führungskräften sowie den Frauenanteil im oberen Management in den kommenden Jahren gruppenweit zu erhöhen.

KULTUR DER GEMEINSAMEN ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

GESCHÄFTSFÜHRUNG INTERNATIONAL



- Vier Mitglieder
- Legen die Ziele der Unternehmensgruppe fest sowie deren strategische Ausrichtung
- Treten vierteljährlich mit den Country Executive Committees zusammen, um markt- und landesspezifische Themen zu besprechen

ENTSCHEIDUNGSFINDUNG INTERNATIONAL



Internationale Geschäftsführung + Managing Directors aller Landesgesellschaften + Leiter Zentralabteilungen der internationalen Holding

Mehrmals im Jahr besprechen die Entscheidungsträger gruppenübergreifende Themen wie zum Beispiel Innovationsgestaltung oder Corporate Culture.

MITARBEITER ALLER LANDESGESELLSCHAFTEN

GESCHÄFTSFÜHRUNG NATIONAL



- Ein Managing Director
- Geschäftsführungsgremium mit einem oder mehreren Mitgliedern
- Ein Managing Director als zentraler Ansprechpartner für Geschäftsführung international

ENTSCHEIDUNGSFINDUNG NATIONAL



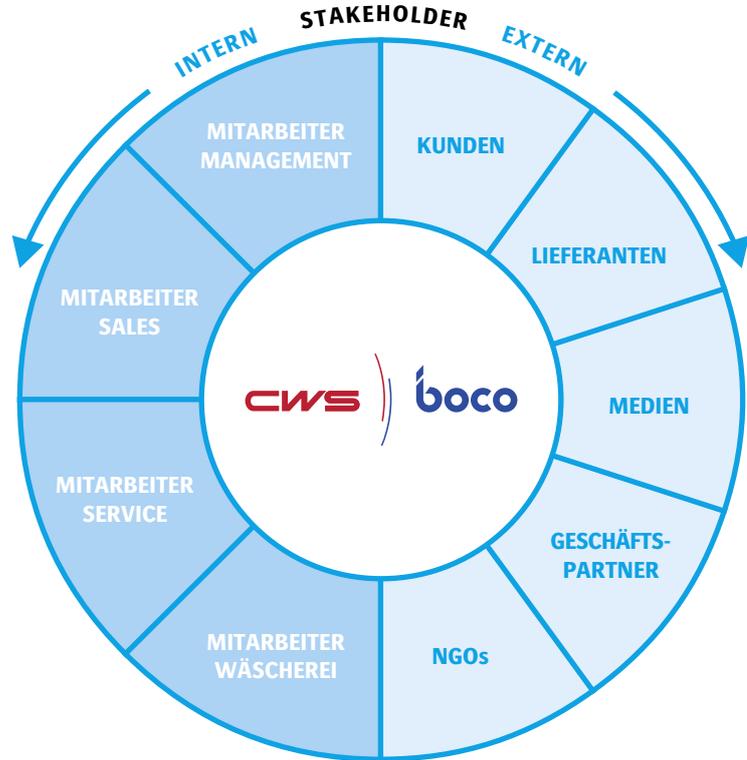
Managing Director + Leiter der nationalen Kernfunktionen (Vertreter aller Bereiche)

Treffen regelmäßig in allen Ländern zusammen, um wesentliche Themen innerhalb der Landesgesellschaft abzustimmen.

MITARBEITER DER LANDESGESELLSCHAFT

Das wichtigste Instrument für nachhaltigen Stakeholder-Dialog: Feedback.

Als Wirtschaftsunternehmen berührt CWS-boco die Interessen zahlreicher Menschen in unterschiedlichen Bereichen und Ländern. Daher suchen wir den kontinuierlichen, offenen und respektvollen Austausch mit unseren internen und externen Interessen- und Anspruchsgruppen.



Zur Ermittlung der wesentlichen und für unser Unternehmen strategisch relevanten Nachhaltigkeitsthemen haben wir im Jahr 2014 ein systematisches Stakeholder-Management initiiert. Nach der Identifizierung und Priorisierung der Stakeholder wurde eine Unterteilung in interne und externe Stakeholder vorgenommen. Wir haben die wesentlichen Themenfelder in verschiedenen Dialogformaten systematisch ermittelt und daraufhin unter strategischen Gesichtspunkten bewertet.

Die Ergebnisse unserer Stakeholder- und Umfeldanalyse sowie die interne strategische Auswertung haben bis heute Gültigkeit. Eine Validierung der Aspekte und Handlungsfelder erfolgt jedes Jahr, wohingegen unsere Nachhaltigkeitsstrategie auf mehrere Jahre ausgerichtet ist. Bei den wesentlichen Handlungsfeldern ist das Jahr 2020 die Marke, die wir zur Erreichung unserer Ziele gesetzt haben. Gleichwohl wird auch diese Marke nur einen Zwischenschritt darstellen. Denn die Heraus-

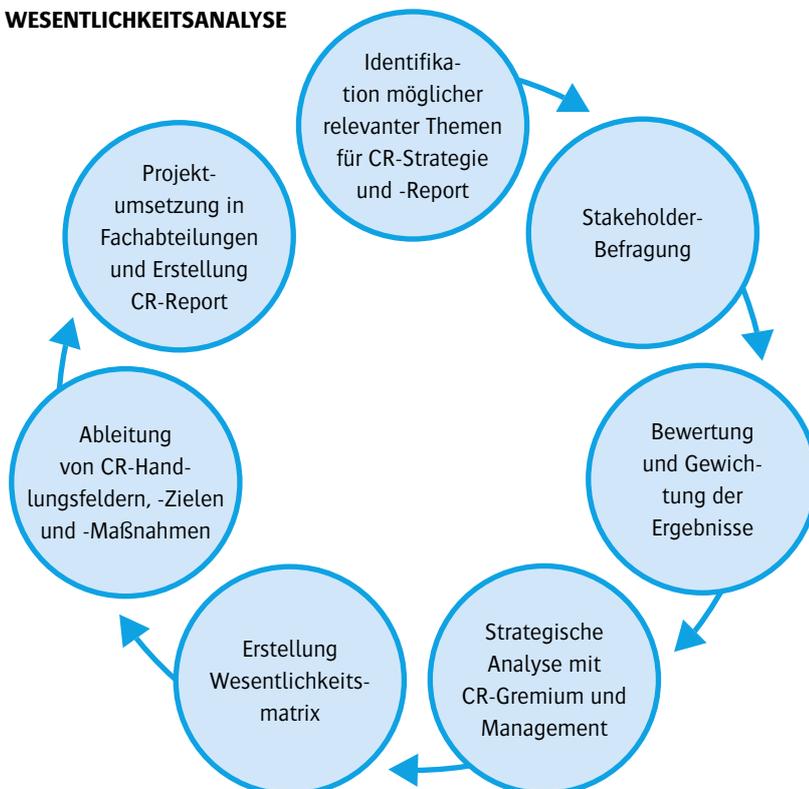
forderungen nachhaltiger Geschäftsmodelle enden nie. Selbiges gilt für den kontinuierlichen Austausch mit den Anspruchsgruppen unseres Unternehmens – also allen Personen und Organisationen, die rechtliche, finanzielle, betriebliche oder ethische Interessen an CWS-boco richten.

Neben der Unterscheidung zwischen internen und externen Stakeholdern differenzieren wir klassisch die Primary und Secondary Stakeholder. Unsere Kunden und Mitarbeiter gehören eindeutig zur ersten Gruppe. Bei unseren Mitarbeitern haben wir eine weitere Unterteilung nach Geschäftsfeldern (Marketing, Sales, Service und Wäscherei) vorgenommen. Der Dialog mit unseren Kunden zu Nachhaltigkeitsthemen wird unter anderem von unseren Mitarbeitern aus Vertrieb und Kundenbetreuung regelmäßig vor Ort initiiert – ergänzt und vertieft wird er durch unsere Innendienstleistungen.

Darüber hinaus pflegen wir einen regelmäßigen Dialog mit unseren Lieferanten und mit anderen Partnern, beispielsweise Banken. Mit der Haniel-Holding, die als 100%ige Anteilseignerin der CWS-boco Gruppe zu unseren wichtigsten Stakeholdern gehört, findet ebenfalls ein regelmäßiger Austausch über Nachhaltigkeitsthemen auf verschiedenen Ebenen statt.

Grundsätzlich wollen wir durch die unterschiedlichen Dialogformate und -ebenen die wesentlichen Aspekte unserer Nachhaltigkeitsstrategie validieren, gegebenenfalls unsere Ziele und Maßnahmen justieren und eventuell auch unsere wesentlichen Themen neu definieren. Letzteres war in den vergangenen zwei Berichtsjahren nicht notwendig. Auch dank der konstruktiven Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern konnten wir unsere wesentlichen Themen und Handlungsfelder trennscharf ermitteln und auf dieser sicheren Basis unsere strategischen Ziele verfolgen.

PROZESS WESENTLICHKEITSANALYSE



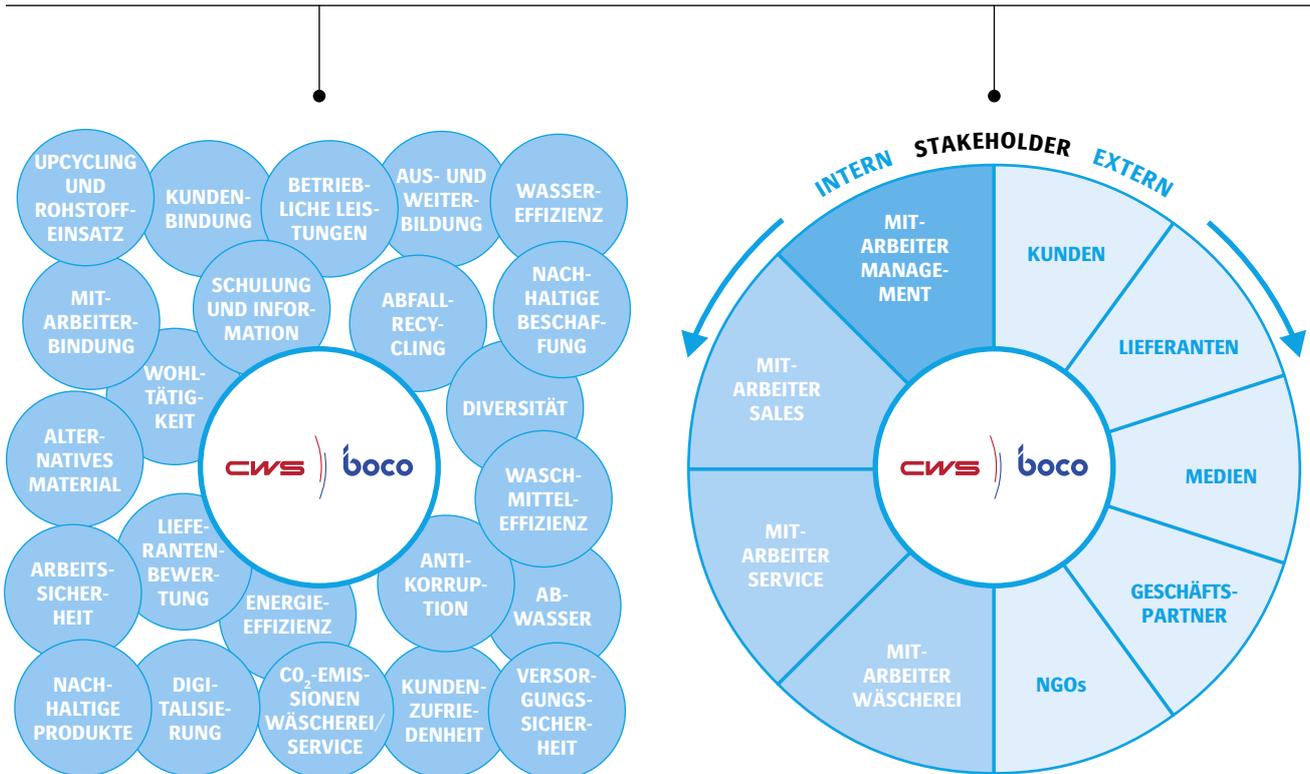
Revalidierung wesentlicher Handlungsfelder und Berichtsgrenzen.

Die Ermittlung und Definition der wesentlichen Aspekte und Grenzen unseres Nachhaltigkeitsmanagements und unserer entsprechenden Dokumentation begann im Jahr 2014 im Rahmen eines klassischen Materialitätsprozesses. Bei der Ermittlung wurden sowohl die internen als auch die externen Anspruchsgruppen einbezogen.

Die Validierung der relevanten Themen und Handlungsfelder wurde im abgelaufenen Berichtsjahr erneut vorgenommen. Unser Anspruch ist es, in unserer externen Kommunikation die strategisch relevanten Themen transparent abzubilden. Bei der Eingrenzung der relevanten und auch berichtsfähigen Aspekte und Themen wurde dieser Anspruch berücksichtigt.

Die im Stakeholder-Dialog ermittelten wesentlichen Themen wurden vom Management revalidiert. Der Fokus unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten liegt weiterhin in den bereits definierten elf strategischen Handlungsfeldern.

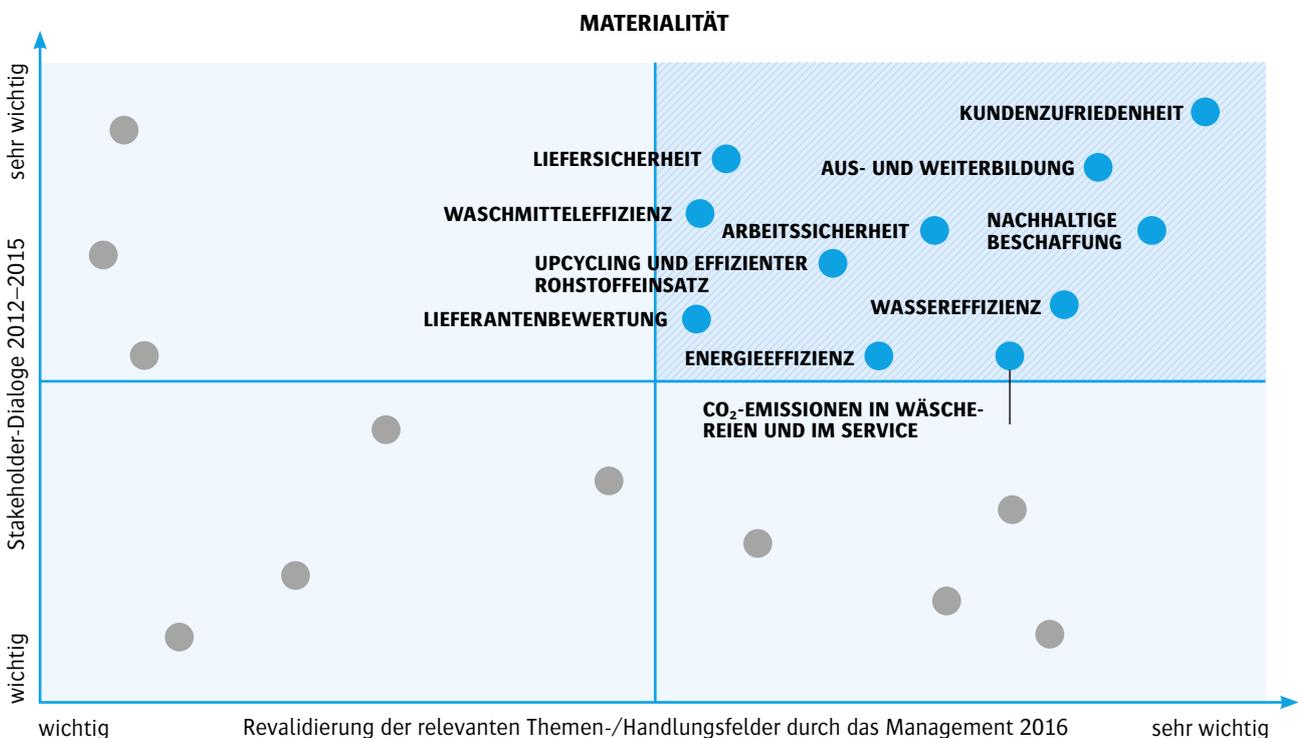
REVALIDIERUNGSPROZESS WESENTLICHER HANDLUNGSFELDER



Die Berichtsfelder im vorliegenden Report bilden die aus der Wesentlichkeitsanalyse abgeleiteten Handlungsfelder ab. Dabei haben wir die Berichtsfelder Wäscherei & Technik sowie Logistik & Service aufgrund diverser Querschnittsthemen ab dem Berichtsjahr 2016 zusammengefasst.

Somit haben wir jetzt drei Berichtsfelder, die unser Kerngeschäft abbilden und es uns nach wie vor ermöglichen, entlang der gesamten Wertschöpfung zu berichten:

- 1. Kunden & Mitarbeiter** (wie bisher)
- 2. Produkte & Herkunft** (wie bisher)
- 3. Wäscherei & Logistik** (neu)



Elf Handlungsfelder.

Die folgenden elf Handlungsfelder sind unserer geschäftsmodell-spezifischen Berichtsfeldstruktur untergeordnet:

ARBEITSSICHERHEIT

Neben unseren administrativen Mitarbeitern beschäftigen wir viele Kollegen in unseren Wäschereien, im Service und im Außendienst. Um die Arbeitssicherheit kontinuierlich zu steigern, nehmen unsere Mitarbeiter regelmäßig an Sicherheits-schulungen teil. Servicefahrer durchlaufen Fahrsicherheitstrainings. Für die Zukunft haben wir uns den Ausbau des Risikomonitorsystems vorgenommen.

AUS- UND WEITERBILDUNG

Unser Qualitätsversprechen beruht auf dem Know-how und den Kompetenzen unserer Mitarbeiter. Darum wollen wir länderübergreifend unsere Weiterbildungs- und Trainingsaktivitäten noch strukturierter und enger auf die jeweiligen Märkte ausrichten. Wir haben dazu ein internationales Trainingsmonitorsystem eingeführt und arbeiten an einer internationalen Trainings-Guideline.

ENERGIEEFFIZIENZ

CWS-boco betreibt weltweit 43 Wäschereistandorte. Um möglichst energieeffizient zu arbeiten, investieren wir jedes Jahr in die Modernisierung unseres Wäscherei-netzwerkes. Dabei nutzen wir effiziente Anlagentechnik, setzen Wärmetauscher ein und verbauen Mangeln und Trockner, die mit Gas anstelle von Dampf betrieben werden.

WASSEREFFIZIENZ

Wir reinigen täglich große Volumina, weshalb der verantwortungsvolle Umgang mit der Ressource Wasser für uns selbstverständlich ist. Darum nutzen wir Wasser mehrfach, beispielsweise erst für Handtuchrollen und danach für Schmutzfang-matten. Außerdem bereiten wir unser Wasser wieder auf und testen alternative Waschtechniken, bei denen weniger Wasser benötigt wird.

UPCYCLING UND EFFIZIENTER ROHSTOFFEINSATZ

Mehr als 2,6 Millionen vermietete CWS Spender hängen in den Waschräumen unserer Kunden. In Spendern stecken wertvolle Rohstoffe, die wir wieder- und weiterverwen-den – beispielsweise für die Produktion neuer Spender. Und wir arbeiten an der Ent-wicklung eines Upcycling-Konzepts für die CWS-boco Gruppe, das auch Textilien er-fasst: So werden etwa ausgediente Stoffhandtuchrollen zu Wischmöppen verarbeitet.

KUNDENZUFRIEDENHEIT

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg unseres Geschäfts. Um sie dauerhaft zu garantieren, verfolgen unsere Landesgesellschaften individuelle Ansätze. So werden beispielsweise in Deutschland Mitarbeiter mit regelmäßigem Kundenkontakt aus Vertrieb und Kundenbetreuung mit speziellen Evaluierungsmethoden der Kundenzufriedenheit geschult.

WASCHMITTELEFFIZIENZ

Unsere Waschmittel setzen wir sinnvoll und mit Bedacht ein. Das gelingt uns unter anderem durch die mehrfache Nutzung von Waschwasser, in dem die Waschsubstanzen noch wirksam sind. Darüber hinaus arbeiten wir stetig an der optimalen Zusammenwirkung von Waschmittel, Waschkdauer, Temperatur usw. Weitere Hilfsmittel sind Vergleiche zwischen unseren Wäschereien sowie die Harmonisierung der Waschmittellieferanten.

CO₂-EMISSIONEN IN WÄSCHEREIEN UND IM SERVICE

Um bei der Abholung und Auslieferung der Textilien mit unserer Serviceflotte möglichst wenig Fahrkilometer auf die Straße zu bringen und den CO₂-Ausstoß unserer Fahrzeuge zu minimieren, greifen wir auf Systeme zur Routenoptimierung zurück. Außerdem erneuern wir regelmäßig unsere Flotte. Daher besitzen wir einen modernen Fuhrpark von Fahrzeugen, ausgestattet mit sparsamen Antrieben.

LIEFERZUVERLÄSSIGKEIT

Lieferzuverlässigkeit steht für uns ganz oben auf der Agenda. Die errechnete Rate von 97 Prozent beweist dies – und bestärkt uns zugleich, durch weitere gezielte Maßnahmen noch besser zu werden. Hierzu gehören länderspezifische Monitoringsysteme sowie eine stärkere Berücksichtigung des Handlungsfeldes im Rahmen der Umstrukturierung unserer ERP-Landschaft.

LIEFERANTENBEWERTUNG

CWS-boco steht für eine verantwortungsvolle und nachhaltige Lieferkette. Unser Ziel ist es, dass sich strategische Partner zur Einhaltung unseres Verhaltenskodexes für Lieferanten hinsichtlich Sozial- und Umweltstandards verpflichten. Dies überprüfen wir durch externe Audits. Besteht bei einem Partner Nachholbedarf, arbeiten wir eng mit ihm zusammen und unterstützen ihn dabei, die Anforderungen des Kodexes zu erreichen.

NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

Soziale und ökologische Nachhaltigkeit sowie die Einhaltung entsprechender Standards erwarten wir auch von unseren Lieferanten. Gerade im Textilbereich arbeiten wir mit unseren Partnern über viele Jahre. So kontrollieren wir, welche Materialien für unsere Produkte verarbeitet werden. Wir verwenden nur hochwertige Ware, damit unsere Produkte die hohen Anforderungen des Mietgeschäfts erfüllen.

**HERAUSFORDERUNG
DIGITALISIERUNG**

Auch in der Welt aus Einsen und Nullen wollen wir die Eins sein: Mit Intelligenz und Umsicht gemanagt, bietet uns die Digitalisierung gewaltige Chancen. Extern bedeutet das: verbesserte Kommunikation mit den Kunden, tieferes Verständnis ihrer Bedürfnisse und flexiblere, schnellere Lösungen. Die Digitalisierung wird unser Unternehmensprofil in Richtung Dynamik und Agilität schärfen. Auch intern verhilft uns digitale Technologie zu mehr Harmonie und Effizienz in Abläufen und Prozessen. Deshalb wird das Thema Digitalisierung in Zukunft ohne Zweifel das zwölfte Handlungsfeld unserer Nachhaltigkeitsstrategie bilden.

Nachhaltigkeitsstrategie und -programm.

Die Nachhaltigkeitsarbeit von CWS-boco orientiert sich an den jeweiligen Ansprüchen unserer Stakeholder. Im Jahr 2014, das für uns im Zeichen der strategischen Weiterentwicklung unserer Corporate-Responsibility-Aktivitäten stand, haben wir unsere CR-Strategie präzisiert und umfassend weiterentwickelt. Zu diesem Zweck haben wir in einem ersten Schritt in Expertenworkshops betrachtet, welche Auswirkungen unser Handeln innerhalb und außerhalb unserer Organisation hat und für welche Anspruchsgruppen sich hieraus Folgerungen ergeben. Diese Auswirkungen haben wir dann durch eine Chancen- und Risiken-Analyse sowie durch die Durchführung von Dialogen mit den Stakeholdern priorisiert.

Dabei haben wir für unser Nachhaltigkeitsmanagement wesentliche Aspekte definiert. Zu den strategisch wichtigsten Themen gehören die Kundenzufriedenheit und die Arbeitssicherheit. Letzterer Aspekt wurde in unserer Materialitätsanalyse durch die internen Anspruchsgruppen als eines der wichtigsten Themen für unser Nachhaltigkeitsengagement bewertet. Gleiches gilt für die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter, die ihrerseits entscheidenden Einfluss auf die Kundenzufriedenheit hat. Auch die Liefersicherheit trägt maßgeblich zu Kundenzufriedenheit und Kundenbindung bei.

Weitere strategisch relevante Themen sind, sowohl in Hinblick auf den Umweltschutz als auch auf erfolgreiches Wirtschaften: Energieeffizienz, Wassereffizienz und Waschmitteleffizienz. Mit der Strategie des Upcyclings, das wir in Zukunft noch systematischer betreiben wollen, finden wir kreative Antworten auf die Fragen von Materialverwertung.

In strategischer Hinsicht besonders herausfordernd sind die Lieferantenbewertung und die nachhaltige Beschaffung. Denn hier versuchen wir den Kodex nachhaltigen Handelns, zu dem wir uns selbst verpflichtet haben, auch für andere Unternehmen zur Grundlage ihres wirtschaftlichen Tuns zu machen. Ein für uns ausgesprochen relevantes Thema ist dabei die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards, die wir mittels externer Audits regelmäßig überprüfen.

Was sich heute schon abzeichnet: In unserer zukünftigen Nachhaltigkeitsstrategie werden wir auch dem Themenfeld Digitalisierung entsprechenden Raum geben – einerseits, um im wirtschaftlichen Wettbewerb besser aufgestellt zu sein, andererseits aber auch vor dem Hintergrund unserer wachsenden Verantwortung als einer der größten europäischen Anbieter der Branche.

Handlungsfeld	Status	Ziel 2020	Maßnahme
---------------	--------	-----------	----------

BERICHTSFELD KUNDEN & MITARBEITER

Kundenzufriedenheit	Durchschnittliche Dauer der Kundenbeziehung: 13,3 Jahre.	Durchschnittliche Dauer der Kundenbeziehungen von 20 Jahren erreichen.	Individuelle Ansätze in den verschiedenen Landesgesellschaften; regelmäßige Befragung der Mitarbeiter zur Qualität der Kundenbeziehung; Bewertung der Kundenzufriedenheit durch Dialoge mit externen und internen Stakeholdern.
Lieferzuverlässigkeit	2016 lag die Lieferzuverlässigkeit rechnerisch bei einer Rate von 97 %.	Aufsetzen landesspezifischer Monitoringsysteme.	Verknüpfung mit der Umstrukturierung unserer ERP-Landschaft.
Arbeits-sicherheit	2016 gab es 237 Arbeitsunfälle, eine Rate von 4,52. In 7 von 9 Berichtsländern wurde eine Risikoanalyse im Bereich gewerbliche Arbeit durchgeführt.	Komplette Vermeidung von Unfällen.	Umfassende Health & Safety-Kampagnen sowie systematische Risikoanalyse.
Aus- und Weiterbildung	Die Anzahl der H&S-Trainings betrug 203.	Erfassung von 100 % unserer Mitarbeiter durch Trainings-Guidelines; regelmäßige Weiterbildung im Bereich Gesundheit und Sicherheit für alle Mitarbeiter.	Neudefinition des Ziels: nationale Trainings-Guidelines inklusive durchschnittlicher Trainingsstunden pro Mitarbeiterkategorie.

BERICHTSFELD PRODUKTE & HERKUNFT

Upcycling und effizienter Rohstoffeinsatz	Demontierte Spender, die noch in einem guten Zustand sind, werden in unserem Upcycling-Center in der Schweiz wiederaufbereitet.	Ganzheitliches Upcycling-Konzept.	Wir arbeiten an der Entwicklung eines Upcycling-Konzepts für die CWS-boco Gruppe, in dem neben Waschräumspendern auch Textilien erfasst sein werden.
Lieferantenbewertung	Strategische Partner müssen sich zur Einhaltung unseres Verhaltenskodexes für Lieferanten hinsichtlich Sozial- und Umweltstandards verpflichten.	Einführung unserer Standards für alle Materiallieferanten (basierend auf festgelegten Kategorien).	Verstärkte und systematische Audits; Weiterentwicklung unserer Lieferanten.
Nachhaltige Beschaffung	Für soziale und ökologische Nachhaltigkeit sowie die Einhaltung entsprechender Standards arbeiten wir nicht nur innerhalb unseres Unternehmens, sondern auch bei unseren Lieferanten.	Unterzeichnung unseres Lieferantenkodex durch alle Lieferanten (basierend auf vordefinierten Kategorien).	Zusammenarbeit mit Initiativen wie dem Bündnis für nachhaltige Textilien, Fairtrade und BSCI für eine Definition von internationalen Sozial- und Umweltstandards entlang der Lieferkette.

BERICHTSFELD WÄSCHEREI & LOGISTIK

Energieeffizienz Energieeinsatz beim Waschen und Trocknen in unseren Wäschereien.	43 Wäschereien; Verbrauch 2016: 1,09 kWh/kg Wäsche (Handtuchrollen, Matten, Berufskleidung).	Verringerung des Verbrauchs um 30 %.	Modernisierung des Wäschereinetzwerkes. Effizienzsteigerung bei den Anlagen durch Wärmetauscher; Mangeln und Trockner mit Gas anstelle von Dampftrieb.
Wassereffizienz Wasserverbrauch beim Waschen und Trocknen in unseren Wäschereien.	Wasserverbrauch 2016: 7,55 l/kg Wäsche (Handtuchrollen, Matten, Berufskleidung).	Verringerung des Verbrauchs um 10 %.	Große Waschvolumina und verantwortungsvoller Umgang mit der Ressource Wasser.
Waschmittel-effizienz	Gesamtverbrauch Waschmittel in Wäschereien 2016: 3.425 Tonnen.	Entwicklung eines Konzepts zur Harmonisierung des Waschmittelverbrauchs.	Mehrfachnutzung von Waschwasser, in dem die Waschsubstanzen noch aktiv sind und weiterwirken.
CO₂-Emissionen (direkt und indirekt)	Gefahrene Kilometer unserer Flotte 2016: 51.137.000 km, CO ₂ -Emissionen: 20.027 Tonnen. CO ₂ -Emissionen aus dem Wäschereibetrieb: 35.856 Tonnen.	Reduktion des direkten und indirekten CO ₂ -Ausstoßes um insgesamt 20 %.	Routenoptimierung durch OMD, Erneuerung der Flotte, junger Fuhrpark, sparsame Antriebe. Für Maßnahmen in den Wäschereien vgl. Handlungsfeld Energieeffizienz.

Die Berichtsfelder.

Kunden & Mitarbeiter

- 23 Für die Menschen. Mit den Menschen.**
- 24** Marijn Opsomer:
„**Chefdirigent der Kundenbeziehungen.**“
- 26 Kundenbeziehungsmanagement.**
Case: Sherlock Holmes auf der Schultoilette.
Case: Keimfreier Handschlag.
- 28 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz.**
Case: Damit eine Hand die andere wäscht.
Case: Für Gefahren sensibilisieren.
- 31 Aus- und Weiterbildung bei CWS-boco.**
Case: 100% Nachwuchsförderung.
Case: Sieger tragen boco.
- 33 Status, Ziele, Maßnahmen.**

Produkte & Herkunft

- 35 Der Erfolg gibt uns Recht. Genau wie die Wissenschaft.**
- 36** Dirk Baykal:
„**In Deutschland sind wir Vorreiter. In Indien Wegbereiter.**“
- 38 Produktverantwortung und Lebenszyklus.**
Case: Neustart in der Schweiz.
Case: Der mitdenkende Seifenspender.
Case: Die Zukunft ist aus Baumwolle.
- 42 Lieferkettenmanagement.**
Case: Textilbündnis – Stoff für die Zukunft.
Case: Ausgezeichnete Qualität für die besten Kunden.
- 45 Status, Ziele, Maßnahmen.**

Wäscherei & Logistik

- 47 Saubere Arbeit für eine saubere Umwelt.**
- 48** Paul O’Riordan:
„**Wir verwandeln Wegwerf-Ideen in Mehrwegbegeisterung!**“
- 50 Die CWS-boco Wäscherei: Grünes Waschen statt Greenwashing.**
Case: Upgrade in Bad Oldesloe.
Case: Wenn Kleidungsstücke online gehen.
Case: Stromaufwärts mit grüner Welle.
- 54 Verantwortung, in Kilometern gemessen.**
Case: Unnötiger Verbrauch ist geliefert.
Case: Einfache Wege für vielfache Effizienz.
- 57 Status, Ziele, Maßnahmen.**

Kunden & Mitarbeiter

Für die Menschen. Mit den Menschen.

Unser Ziel ist es, den Alltag der Menschen bequemer, gesünder und sicherer zu machen. Das gilt für unsere Kunden im gleichen Maße wie für unsere Mitarbeiter. Wie erfolgreich wir auf unserem Weg sind, zeigt eine eindrucksvolle Zahl: 13,3 Jahre dauerten unsere Kundenbeziehungen im Jahr 2016 im Durchschnitt. Diese Zahl erfüllt uns mit Stolz. Gleichwohl wollen wir uns auf unseren Lorbeeren nicht ausruhen, sondern versuchen, unsere Kundenbeziehungen durch gute Arbeit und makellosen Service noch dauerhafter zu gestalten.

Auch das Wohlergehen der Menschen, die an unseren Standorten Tag für Tag mit vollem Einsatz den Grundstein für diese erfolgreichen Kundenbeziehungen legen, ist uns natürlich ein wichtiges Anliegen. Deshalb schulen wir unsere Mitarbeiter kontinuierlich für immer effektivere Hygiene am Arbeitsplatz. Dies trägt nicht nur zum Schutz unserer Mitarbeiter bei, sondern macht sie zugleich kompetenter darin, auf der Basis ihres spezifischen Know-hows maßgeschneiderte Lösungen für unsere Kunden zu entwickeln.

Ebenso gehen wir das Thema Arbeitssicherheit aus verschiedenen Richtungen an. So haben unsere Kollegen in der Tochtergesellschaft CWS-boco Polen in Kooperation mit anderen polnischen Unternehmen die „Safe at Work Coalition“ ins Leben gerufen, deren Ziel es ist, Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz nachhaltig zu optimieren. Die über Events und Kampagnen gesteuerten Initiativen finden bei anderen Unternehmen ebenso Anklang wie in der Öffentlichkeit und bei den Medien. Auf diese Weise werden unsere Investitionen in Sicherheit in vielerlei Hinsicht honoriert.

Zielführende Weiterbildung und langfristig angelegte Nachwuchsförderung tragen darüber hinaus zu einem gesunden Betriebsklima und einer hohen Mitarbeiterzufriedenheit bei. Das Spektrum der von uns ins Leben gerufenen Initiativen und Aktivitäten erstreckt sich dabei vom Nichtraucher-Workshop über „Safety Challenges“, die das allgemeine Bewusstsein für Risiken während der Arbeit erhöhen helfen, bis zu Maßnahmen zur Synchronisierung unserer CRM-Maßnahmen und ausführlichen Hygieneschulungen.

„Man kann nicht alles können. Aber alles lernen.“ **Marijn Opsomer**

*Sein Ziel hat Marijn Opsomer
fest im Blick: langfristige,
stabile Beziehungen zwischen
Kunden und Unternehmen.*



„Chefdirigent der Kundenbeziehungen.“

Kundenzufriedenheit ist bei CWS-boco das A und O. Dafür, dass aus dieser Philosophie in der täglichen Praxis viele „Ahs und „Ohs werden, ist Marijn Opsomer zuständig. Er sorgt seit Februar 2016 als Customer Delight Manager bei CWS-boco BeLux dafür, dass Kundenzufriedenheit nicht nur in schönen Worten beschworen, sondern auch im Berufsalltag gelebt wird.

Über die Jahre wurde eine Fülle an laufenden Initiativen in diesem sensiblen Bereich angestoßen. Die nachhaltige Wirkung der Maßnahmen und Aktionen durch Bündelung und Koordinierung zu verstärken und dabei wertvolle Synergien zu generieren, ist Opsomers Job. Eine seiner wichtigsten Qualifikationen: Er kennt unser Unternehmen von innen und zugleich die Sichtweise unserer Kunden.

2014 fing er als Trainee in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Kundendienst an, heute trainiert er selbst die Kollegen. Wie ein Dirigent, der ein Orchester auf seine musikalischen Ideen einstimmt, hat Opsomer den Ehrgeiz, das Zusammenspiel seiner Kollegen jeden Tag ein bisschen besser zu machen. In seinem Fall allerdings nicht in Sachen Crescendo und Tempi-Wechsel, sondern beim Thema Kundenzufriedenheit. Diese sei der Schlüsselfaktor, um Geschäftsbeziehungen über die lange Distanz von 10, 15 oder sogar 20 Jahren stabil halten zu können: „Es ist eine herausfordernde Aufgabe, bei der sich erst mittelfristig Ergebnisse zeigen“, so Opsomers erstes Resümee. „Nach einer Weile aber beginnen die Kunden, die Anstrengungen zu honorieren, und geben ein positives Feedback.“

Notwendige Voraussetzung für gedeihliche Kundenbeziehungen seien Vereinbarungen und Richtlinien, die von der gesamten Organisation einzuhalten sind. Sie sorgen für Durchblick in der Frage, was die Kunden von CWS-boco erwarten – und erwarten können. Um die Gesamtwirkung der angestoßenen Projekte zu verstärken, werden sie bestmöglich aufeinander abgestimmt. Die Ergebnisse werden dann in jährlichen Kundenbefragungen ausgewertet, die Rückmeldungen der Kunden gehen als direktes Feedback an die Kollegen.



Begeisterung steckt an – das lernen die Kollegen des Customer Delight Managers als Erstes in jeder Schulung.



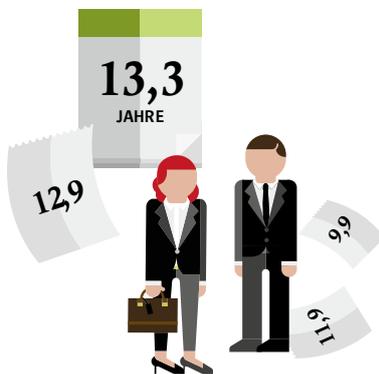
Kundenzufriedenheit als Hero-Produkt: Ein weiteres Highlight am CWS-boco Standort Puurs ist die innovative Wasserrückgewinnung.



Den Dialog suchen: Darüber redet jeder gern, aber Marijn Opsomer praktiziert es auch.

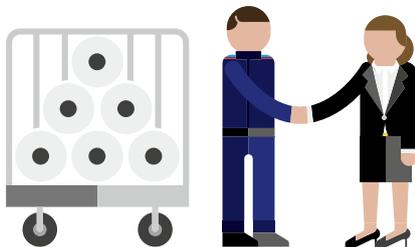
Kundenbeziehungsmanagement.

HIGHLIGHTS 2016 – KUNDEN



13,3 Jahre

ist die durchschnittliche Dauer unserer **Kundenbeziehungen**. 2015 lag dieser Wert noch bei 12,9 Jahren.



28.247

Kundenkontakte haben unsere Servicefahrer pro Tag.

Die drei Buchstaben CRM stehen für „Customer Relationship Management“, also für die Kunst der Kundenbindung. Diese Kunst ist ein wichtiger Faktor für unseren Erfolg. Denn jede wirtschaftliche Erfolgsmeldung beginnt für CWS-boco mit einem zufriedenen Kunden. Auch für unsere Stakeholder nimmt die Kundenzufriedenheit eine Spitzenposition im Anforderungsranking ein.

Dem tragen wir Rechnung, indem wir die Kundenzufriedenheit kontinuierlich messen und bewerten. Neben subjektiv angelegten Verfahren wie der Befragung der Kunden gibt es natürlich auch streng objektive Kriterien, anhand derer wir ermes- sen können, ob wir auf einem guten Weg sind. Beispiel Lieferzuverlässigkeit: Unser Team dokumentiert kontinuierlich, dass die Lieferbedingungen eingehalten wurden. In Zukunft möchten wir die Kundenbedürfnisse noch genauer verstehen, noch flexi- bler auf sie reagieren können. Mittelfristig streben wir eine durchschnittliche Länge unserer Kundenbeziehungen von 20 Jahren an – ein ambitioniertes Ziel.

Ein wichtiges Element starker Kundenbeziehungen ist für uns Kooperation. Darum entwickeln wir in enger Abstimmung mit den Kunden unsere Produkte stetig weiter. Und um die dabei entstehenden Zielsetzungen bestmöglich umsetzen zu können, passen wir die internen Strukturen diesen Vorgaben kontinuierlich an.

Der Dreiklang zu verbessertem CRM klingt bei CWS-boco so:

1. Passgenauere Antizipation von Kundenwünschen.
2. Verstärkter Einsatz modernster Technologien in Prozessen und bei Produkten.
3. Optimiertes Zusammenspiel innerhalb des Unternehmens, um Synergien und Best Practices zu nutzen.

Zu diesem Zweck wurde das Unternehmen von einer funktionalen auf eine divisio- nale Struktur umgestellt. Über alle Länder hinweg wurden die Divisionen Washroom Care und Textile Care gebildet, um reaktionsschneller und innovativer zu werden und somit für Kunden, aber auch für Arbeitnehmer Zukunftsfähigkeit in Bestform garantieren zu können.

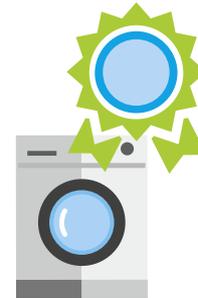
Sicherheit, die unseren Kunden passt wie angegossen.

Bei der Bereitstellung von Persönlicher Schutzausrüstung für unsere Kunden gehen Gesundheit und Sicherheit gewissermaßen Hand in Hand. Denn hierbei handelt es sich um eine ausgesprochen vertrauensvolle Serviceleistung! Bei jedem Waschgang überprüfen wir deshalb gewissenhaft die Funktionstüchtigkeit der Ausrüstung und nehmen gegebenenfalls die notwendigen Reparaturen vor.

Damit Kleidung auch bei anspruchsvollen und risikoreichen Einsätzen ihre Schutzfunktion behält, kümmern wir uns um fachgerechte Pflege und Wiederaufbereitung unter Beachtung der erforderlichen Normvorgaben. Diese Vorsorgemaßnahmen sorgen für die Gesundheit und Sicherheit unserer Kunden. Ein zertifiziertes Hygienemanagementsystem, mit dem inzwischen schon 72% unserer Wäschereien ausgerüstet sind, sorgt überdies für größtmögliche Umweltverträglichkeit unserer Waschprozesse.

Unsere Expertise im Bereich der Hygiene, der Gesundheit und der Sicherheit schlägt sich in unserer Tätigkeit in doppelter Weise nieder. Zum einen ist sie Treiber bei der Entwicklung unserer Produkte und sorgt auf diese Weise dafür, dass wir den Kunden das bieten, was sie wirklich brauchen. Zum anderen leistet sie einen wesentlichen Beitrag zur Beratungsqualität, die wir beim Kunden vor Ort leisten.

HIGHLIGHTS 2016 – KUNDEN



72%

unserer Wäschereien haben ein zertifiziertes **Hygienemanagementsystem**.

CASE

Sherlock Holmes auf der Schultoilette.

Hygiene liegt in unser aller Hand – auch in der der Kleinsten. Um darauf aufmerksam zu machen, dass gesundheitsbewusstes Verhalten schon in der Grundschultoilette beginnt, startete CWS-boco eine spannende Aktion: Grundschulen in ganz Deutschland konnten sich für einen Besuch des unbestechlichen Hygienedetektivs „Inspektor Clean“ bewerben.

Mithilfe seiner Arbeitswerkzeuge Lupe, Hygienequiz und Bakterientest zeigte der Meisterdetektiv im Rahmen einer Tatortbegehung den anwesenden Schülern und Lehrern, wie Handhygiene richtig geht! Beispielsweise, dass sauber aussehende Finger nicht immer auch tiefenrein sind.

Der Sherlock Holmes der Waschräume öffnete den Kindern die Augen für versteckte Gesundheitsrisiken und Erreger im Toilettenbereich. Die unterhaltsame Aktion trug dazu bei, das Bewusstsein für die Bedeutung von Händewaschen und Hygiene an den Schulen deutlich zu steigern. Besiegelt wurde der Lernerfolg mit einem „Händewaschdiplom“.



„Inspektor Clean“ zeigt den Schülern der Klasse 4b der Kastanienbaum-Schule in Berlin, wie Handhygiene richtig geht.

CASE

Keimfreier Handschlag.

Ein Verkaufsgespräch beginnt mit einem Handschlag – womit wir auch schon voll im Thema sind. Denn bis zu 80% aller Infektionskrankheiten werden von Hand zu Hand übertragen.* Ein extrem wirksames Gegenmittel ist demnach: Seife. Arbeitgeber, die das Thema Handhygiene in ihrem Betrieb ernst nehmen, leisten einen beträchtlichen Beitrag zu wirkungsvoller Vorsorge gegen Krankheitsausfälle.

Auf diese Tatsache hat CWS-boco in der Schweiz mit einer neuen Kampagne hingewiesen – und zugleich unserer Kompetenz im Bereich der Hände- und Waschräumehygiene Nachdruck verliehen. Als flankierende Maßnahme neben Anzeigen, einem Prospekt und Ausstellungs-Roll-ups entwickelte das Marketing von CWS-boco ein Web-Tool, mit dem sich schnell und unterhaltsam die wichtigsten Fakten zur richtigen Händehygiene am Arbeitsplatz vermitteln lassen – auch im Kundengespräch. Sehr anschaulich wird hier erklärt, worauf bei der Wahl von Waschräumehygiene-Produkten unbedingt zu achten ist.

* Quelle: WHO

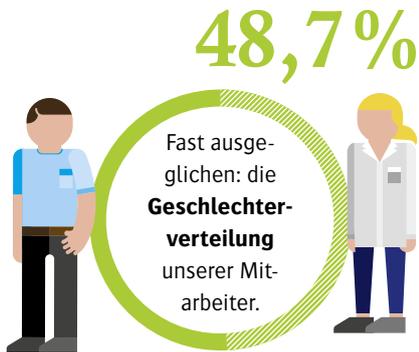


Das Web-Tool:
www.cws-boco.ch/de-CH/haende-hygiene-am-arbeitsplatz



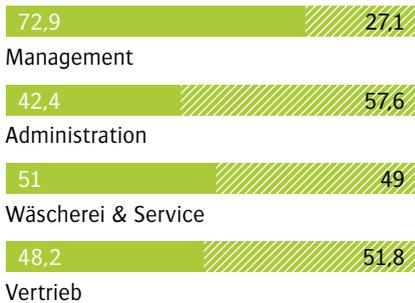
Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz.

HIGHLIGHTS 2016 – MITARBEITER



51,3%

Verteilung pro Bereich (in %)



Health & Safety-Trainingseinheiten erhielten unsere Mitarbeiter 2016 (2015: 191).

Gesundheit umfasst bei CWS-boco das äußere und das innere Wohlbefinden. Und da die Leidenschaft und das Know-how unserer Mitarbeiter der Motor unserer positiven Unternehmensentwicklung sind, erkundigen wir uns in regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen nach ihrer Zufriedenheit. Laut Umfrageergebnissen hat für unsere Mitarbeiter das Thema „Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz“ oberste Priorität.

Auch wenn Unfälle sich vermutlich nie zu 100 % vermeiden lassen, streben wir danach, mittels eines umfassenden und lückenlosen Risikomanagements diesem Idealwert so nahe wie möglich zu kommen. Im Jahr 2020 möchten wir mit einem gruppenweiten Risikoanalyse- und Risikomanagementsystem noch mehr Sicherheit und Gesundheit realisieren können. Ein ganz zentraler Ansatz ist hierbei, Unfälle durch vorausschauende Vorsorge zu vermeiden. Wir wollen Gefahrenquellen möglichst weit vom Arbeitsplatz entfernt trockenlegen.

Die Verantwortung für die Durchführung von Maßnahmen zur Vermeidung von Unfällen und zur Verbesserung der Gesundheit liegt auf Länderebene. In gemeinsamen Workshops haben die Länder, organisiert durch CR auf Gruppenebene, eine Strategie hierfür entwickelt und gemeinsame Ziele verabschiedet. Die messbaren Zwischenziele auf dem Weg zur Erreichung des 2020er-Ziels der Vermeidung von Unfällen sind zum einen die Durchführung von Risk Assessments und zum anderen die Zertifizierung nach OHSAS 18001.

Die gemeinsamen Workshops ließen auch viel Raum für gegenseitigen Austausch: Was sind Best-Practice-Beispiele aus den Ländern, wie wurden diese Maßnahmen implementiert, welche Herausforderungen mussten bewältigt werden. Zu Dokumentationszwecken haben wir ein Health & Safety-Manual erstellt, in welchem die Herangehensweisen der jeweiligen Landesgesellschaften festgehalten wurden.

Gesunder Leib, gesunde Seele.

Für unsere Mitarbeiter wollen wir nur das Beste – und ist das Allerbeste nicht Gesundheit? Darum haben wir genau hingeschaut, wie wir zum einen die klassischen Verursacher von Krankheiten ausschalten und zum anderen einen positiven Einfluss auf die Gesundheit der Mitarbeiter nehmen können. Neben den alljährlichen Grippezeiten führt immer stärker auch Stress zu Fehlzeiten in Unternehmen – Stress, der beispielsweise durch den Balanceakt zwischen Beruf und Familie entsteht. Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist die richtige Körperhaltung bei der Arbeit.

Unsere Landesgesellschaften haben deshalb die Initiative ergriffen. Mit einem ganzen Portfolio von Maßnahmen rücken wir den „Krankmachern“ zu Leibe und fördern einen gesunden Lebenswandel. Das Spektrum der gesundheitsfreundlichen Angebote reicht von der Förderung sportlicher Aktivitäten über die Einführung von besonders

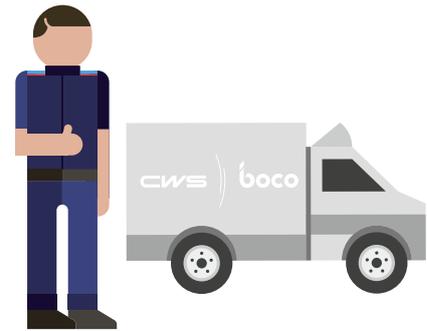
gesunden Alternativen zum Kantinenessen bis zu Non-Smoking-Workshops. Ergänzend kommen Workshops zum Thema Ergonomie hinzu und, da die einschlägige Expertise ja ohnehin vor Ort sitzt, Schulungen im richtigen Händewaschen.

Service ohne Risiken.

Gegen Unfallgefahren gehen wir so pragmatisch wie effektiv vor: dazu gehört in erster Linie die Ermittlung der häufigsten Ursachen und der Orte mit hohem Unfallpotenzial. Da das Unfallrisiko in den Wäschereien und im Service anteilmäßig am höchsten ist, haben wir hier spezielle Risk Assessments durchgeführt und die einzelnen Arbeitsschritte auf mögliche Gefahrenquellen sowie auf die Schwere der potenziellen Gefahren untersucht. Darüber hinaus haben wir die Eintrittswahrscheinlichkeit der Gefahren ermittelt und schließlich passende Maßnahmen abgeleitet.

Risk Assessments haben wir im zurückliegenden Berichtszeitraum für unsere Gruppe in folgenden Ländern durchgeführt: Belgien, Deutschland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Polen und Schweden. Das umfasst die Arbeitsplätze von 90 % unserer Mitarbeiter im Service und in den Wäschereien. In Belgien, Deutschland, Italien, Luxemburg, den Niederlanden und in Schweden ist das Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem darüber hinaus nach OHSAS 18001 zertifiziert.

HIGHLIGHTS 2016 – MITARBEITER



1.601

Servicefahrer sind 2016 für die Kunden der CWS-boco Gruppe im Einsatz gewesen!
(2015: 1.596)

CASE

Damit eine Hand die andere wäscht.

CWS-boco führt bereits seit 2015 mit seinen Vertriebsmitarbeitern regelmäßig Weiterbildungsmaßnahmen in Form von Lehrgängen durch, die den Teilnehmern ein größeres Bewusstsein für die Wichtigkeit von Hygiene vermitteln. Dieses Hygienebewusstsein soll anschließend auch in die Breite transportiert werden.

Darum entschloss sich die Unternehmensleitung im vergangenen Jahr, mit einer eigens ins Leben gerufenen Roadshow 200 Kollegen die wichtigsten „Hygiene-Basics für den Vertrieb“ zu vermitteln. Branchenspezifische und auch grundlegende Fragen wie etwa „Was sind Viren und was sind Bakterien? Wie so sind Händewaschen und richtiges Abtrocknen so wichtig? Wann müssen Hände desinfiziert werden?“ wurden dabei eingehend und praxisnah erörtert.

Ein schöner Nebeneffekt der sauberen Hände: Der Vertrieb bekam weitere überzeugende Argumente für Kundengespräche an die Hand. Und kann so auch bei den Kunden wertvolle Beratung leisten.



Gesundheitsvorsorge als Handarbeit.

Aus- und Weiterbildung bei CWS-boco.

Die kontinuierliche und konsequente Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter ist kein Selbstzweck. Vielmehr dient sie – genau wie unsere innovativen und präzise auf den jeweiligen Kundenbedarf abgestimmten Produkte – dem Ziel, die Qualität unserer Services immer weiter zu verbessern.

Darum haben wir effektive Instrumente zur Weiterbildung entwickelt. Beispielsweise wurde für unsere Vertriebsmitarbeiter in Kooperation mit der European School of Management and Technology in Berlin ein Weiterbildungsprogramm aufgesetzt.

Ebenso ist es fester Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie, unsere Mitarbeiter immer wieder gezielt an neue Aufgabenbereiche heranzuführen. Diese Strategie geht voll auf, das Fördern durch Fordern wird hervorragend angenommen. Die Mitarbeiter empfinden es als Motivation und als Bereicherung, kontinuierlich ihr Spektrum an Einsichten und Kompetenzen erweitern zu können.

Bis zum Jahre 2020 möchte CWS-boco über ein Aus- und Weiterbildungs-Managementsystem 100% seiner Mitarbeiter fördern. Organisation und Durchführung der Trainings werden aus Effizienzgründen dezentral gesteuert, die Trainings- und Weiterbildungsdaten auf Gruppenebene erhoben. Für CWS-boco Deutschland, CWS-boco International und die CWS-boco Supply Chain Management GmbH werden die Daten durch das Tool „Talent Management“ erfasst, während die übrigen Regionen derzeit noch manuelle Datenerhebung praktizieren.

Um auch für die Zukunft optimal aufgestellt zu sein, betreiben wir auch die Nachwuchsförderung mit hohem Engagement. Das Bewerbermanagement läuft ebenfalls über die Onlineplattform „Talent Management“. Dadurch erreichen wir größere Transparenz und bessere Vergleichbarkeit und sind in der Lage, sämtliche Trainings sowie zahlreiche personaltechnische Prozesse wie Qualifizierungsmaßnahmen und Zielvereinbarungen über eine einzige Plattform zu steuern.

HIGHLIGHTS 2016 – MITARBEITER



Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen

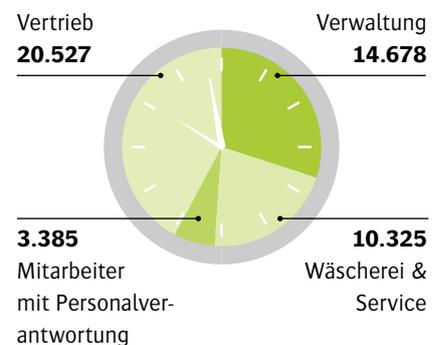
fanden 2016 statt, im Jahresvergleich ein Plus von

38%

(2015: 986).

48.915

Trainingsstunden gab es 2016 mit folgender Verteilung:



CASE

100 % Nachwuchsförderung.

Wer die besten Leute haben will, muss sie selbst ausbilden. Getreu dieser Devise bietet CWS-boco schon seit einigen Jahren jungen Menschen die Chance, sich zu Industriekaufleuten, Modenäherinnen und -nähern sowie Fachkräften für Lagerlogistik ausbilden zu lassen.

Eine Ausbildung mit so spannenden wie vielseitigen Ausichten, gehören zu den Kunden doch namhafte Autobauer, Krankenhäuser, Hotels und Fluggesellschaften, aber auch kleine Handwerksbetriebe. Aus der hessischen Kreisstadt Lauterbach agiert CWS-boco global für die gesamte Unternehmensgruppe, denn von hier aus werden die textile Produktentwicklung, der Einkauf sowie das Supply Chain Management für die CWS-boco Gesellschaften auf der ganzen Welt gesteuert.

Neben einem deutlichen Akzent auf Team- und eigenverantwortlicher Projektarbeit, die für spätere abteilungsübergreifende Projekte fit machen sollen, stehen viele weitere Aspekte im Mittelpunkt.

Insbesondere der strukturierte Ausbildungsplan, eine intensive persönliche Betreuung in Kombination mit ausgewählten Zusatzqualifizierungen wie zum Beispiel Englischkursen mit IHK-Zertifikat oder Telefontrainings sind von zentraler Bedeutung. Perspektiven bietet vor allem das Angebot an weiterführenden Dualen Studiengängen, auf die der CWS-boco Nachwuchs sich freuen kann. Das Konzept geht auf: Die Übernahmequote beträgt stolze 100 %.



100 % Zufriedenheit: Unsere Azubis freuen sich auf eine erfolgreiche Zukunft.

CASE

Sieger tragen boco.

Manche machen erst ihren Europameister – und hängen dann den Handwerksmeister dran. Die Rede ist von den talentiertesten Nachwuchskräften aus Handwerk, Industrie und dem Dienstleistungssektor. Bei den EuroSkills 2016 traten diese gegeneinander an. Insgesamt rund 500 Teilnehmer aus 30 europäischen Nationen und Regionen maßen in 35 unterschiedlichen Berufen ihre Kräfte.

Allein das Team Germany schickte 22 junge Fachkräfte in 16 Einzel- und drei Teamwettbewerben ins Medaillenrennen. Was sie alle vereinte, war ihr Outfit. Denn CWS-boco trat als Sponsor der deutschen Nationalmannschaft in Erscheinung. Mit bequemer und sicherer Branchenkleidung ermöglichten wir Bestleistungen und sorgten auch abseits der Wettbewerbsmomente für stilsicheres Auftreten.

Auch das Ziel der WorldSkills – der „Weltmeisterschaft der Berufe“ – ist es, junge Menschen an die hier präsentierten Berufe heranzuführen. Wir von CWS-boco verstehen den Wettbewerb als Jugend- und Ausbildungsförderung gleichermaßen. Das ist der Grund, warum wir die WM bereits seit mehr als 15 Jahren als Sponsor unterstützen: Als Unternehmen möchten wir Verantwortung für den Nachwuchs übernehmen. Mit unserer Kleidung leisten wir einen kleinen Teil zum Erfolg dieser fantastischen Veranstaltung.



Ingeborg Mell, die Handwerksexpertin bei CWS-boco, unterstützte die deutsche Nationalmannschaft bei den EuroSkills 2016.

Status, Ziele, Maßnahmen.

Handlungsfeld	Status	Ziel 2020	Maßnahme
Kunden-zufriedenheit	Durchschnittliche Dauer der Kundenbeziehungen: 13,3 Jahre.	Durchschnittliche Dauer der Kundenbeziehungen von 20 Jahren erreichen.	Individuelle Ansätze in den verschiedenen Landesgesellschaften; regelmäßige Befragung der Mitarbeiter zur Qualität der Kundenbeziehungen; Bewertung der Kundenzufriedenheit durch Dialoge mit externen und internen Stakeholdern.
Lieferzuverlässigkeit	2016 lag die Lieferzuverlässigkeit rechnerisch bei einer Rate von 97%.	Aufsetzen landesspezifischer Monitoringsysteme.	Verknüpfung mit der Umstrukturierung unserer ERP-Landschaft.
Arbeits-sicherheit	2016 gab es 237 Arbeitsunfälle, eine Rate von 4,52. In 7 von 9 Berichtsländern wurde eine Risikoanalyse im Bereich gewerbliche Arbeit durchgeführt.	Komplette Vermeidung von Unfällen.	Umfassende Health & Safety-Kampagnen sowie systematische Risikoanalyse.
Aus- und Weiterbildung	Die Anzahl der H&S-Trainings betrug 203.	Erfassung von 100% unserer Mitarbeiter durch Trainings-Guidelines; regelmäßige Weiterbildung im Bereich Gesundheit und Sicherheit für alle Mitarbeiter.	Neudefinition des Ziels: nationale Trainings-Guidelines inklusive durchschnittlicher Trainingsstunden pro Mitarbeiterkategorie.

Produkte & Herkunft

Der Erfolg gibt uns Recht. Genau wie die Wissenschaft.

Wir machen vieles richtig. Das hat sogar eine wissenschaftliche Studie belegt. Diese kam zu dem Fazit, dass unsere Stoffhandtuchrollen Papierhandtüchern in fast allen Bereichen überlegen sind. Weniger Abfall, weniger Treibhausgase – definitiv sollten wir auf diesem Kurs bleiben.

Aber wir wären nicht CWS-boco, wenn wir nicht auch im Papierhandtuch-Segment versuchten, die Umweltbilanz zu verbessern. Mit einem zu 100% aus Recyclingpapier bestehenden und überdies CO₂-neutralen und ökoeffektiven Papier hat unsere niederländische Tochterfirma allenthalben für Aufsehen gesorgt. Zudem tragen die meisten Papiere aus unserem internationalen Sortiment Umweltlabels wie FSC, EU Ecolabel oder PEFC.

Und neben Recycling setzen wir auch erfolgreich auf Upcycling: Reparaturbedürftige Handtuchspender beispielsweise, die unsere ausgefuchsten Reparaturspezialisten in der Schweiz wieder flottbekommen, stellen wir unseren Kunden im Bedarfsfall als voll funktionsfähige Austauschware zur Verfügung. Erst wenn die Spender definitiv am Ende ihres Lebenszyklus angelangt sind, werden sie in ihre Einzelteile zerlegt und die Materialien für die Produktion neuer Geräte verwendet.

Sogar auf dem Gebiet der Arbeitskleidung machen wir mit dem Nachhaltigkeitsgedanken 100%ig ernst, beispielsweise durch den Einsatz von Baumwolle aus Fairtrade zertifiziertem Anbau. Unser CR-Koordinator der CWS-boco Supply Chain Management GmbH ist dafür extra nach Indien gereist, um sich vor Ort ein Bild von der Lage zu machen. Die Frage, die mit ihm in den Flieger stieg: Ist Fairtrade in der Wirklichkeit so gut wie auf dem Papier?

Die Antwort: Und wie! Gesundheit, Bildung, Teilhabe – auch in sozialer Hinsicht geht unsere Rechnung im vollen Umfang auf. Für uns ist dies ein zusätzlicher Ansporn, die Verpflichtung unserer Zulieferer auf unseren strengen Code of Conduct mit Elan und Leidenschaft zu betreiben. Denn nicht nur unsere Kunden brauchen uns. Sondern auch unsere Umwelt und die Menschen, die an der Herstellung unserer Produkte beteiligt sind.

„Auch eine Lieferkette ist immer nur so stark wie ihr schwächstes Glied.“ Dirk Baykal



Das freundlichste Gesicht der Globalisierung: Dirk Baykal macht die Lieferkette von CWS-boco stärker – und nachhaltiger.

„In Deutschland sind wir Vorreiter. In Indien Wegbereiter.“

Ein echter Profi denkt an alles, auch an die ökologische und soziale Nachhaltigkeit: Darum hat CWS-boco Anfang 2016 die erste Workwear-Kollektion mit Fairtrade-zertifizierter Baumwolle präsentiert. Mit der „Profi Line“ ist CWS-boco Vorreiter bei nachhaltiger Berufskleidung im Mietservice. Ein spezieller Fairtrade-Code erlaubt eine genaue Zurückverfolgung der Herkunft der Baumwolle.

Die Fairtrade-Prinzipien, die gewissermaßen in die Arbeitskleidung eingewebt sind, umfassen – neben den strengen Umweltstandards – ein ganzes Bündel von sozialen Anforderungen, nämlich: Fairtrade-Mindestpreise, die Fairtrade-Prämie, außerdem ein striktes Verbot von Zwangsarbeit und ausbeuterischer Kinderarbeit sowie Diskriminierung.

Um die Umsetzung der Standards bei unseren Partnern nachzuvollziehen, machte sich Dirk Baykal, CR-Koordinator bei der CWS-boco Supply Chain Management GmbH, im November 2016 vor Ort in Indien ein Bild von der Lage. Dabei nahm er Produktion und Verarbeitung der Baumwolle in der Kooperative Pratima Agro & Paper Pvt. Ltd./Pratima Organic Grower Group in Titlagarh, Odisha, ebenso unter die Lupe, wie er einen kritischen Blick auf diverse mit der Fairtrade-Prämie finanzierte Projekte warf.

Sein Befund: „Die Entwicklung ist rundum positiv!“ Mit den Geldern aus der Fairtrade-Prämie wurden in der seit 2010 Fairtrade-zertifizierten Kooperative zahlreiche sinnvolle Initiativen angestoßen. In 172 Dörfern und Gemeinden, die insgesamt 3.800 Bauern umfassen, arbeiten inzwischen an die 2.000 Menschen unter dem Schutz des Fairtrade-Siegels. „Es gibt Stipendien für die Kinder der Bauern und Arbeiter“, zählt Baykal die Benefits auf. „Für Anbauer, die keine eigenen Räume haben, wurden Lagermöglichkeiten geschaffen.“ Und da rund 30% der Kosten beim Anbau auf das Saatgut entfallen, werde dessen Kauf finanziert.

„Auch Kleinbauern können jetzt auf die Hilfe von Traktoren zurückgreifen, da diese zum Teil aus den Prämiegeldern finanziert werden“, erklärt Baykal. Teiche und Staudämme wurden angelegt, die der Trinkwasserversorgung, der Fischzucht und dem Schutz vor Monsunüberschwemmungen dienen und längere Bewässerungen und somit zweite Ernten im Jahr ermöglichen. Zudem wurden eigene Toiletten für Frauen geschaffen und Schulen mit Computern ausgerüstet.

Darüber hinaus kommen die Farmer regelmäßig zusammen, um über die Verwendung der Fairtrade-Prämien zu entscheiden. Beratungsgruppen sind entstanden, die den Mitgliedern dabei helfen, Bankkonten einzurichten und nur wirklich sinnvolle Kredite zu beantragen. Neben sozialen und ökologischen Aspekten wird im Rahmen unseres Lieferkettenmanagements also auch die ökonomische Entwicklung der Partner sehr ernst genommen.



Zugkraft für den Fortschritt: Durch Fairtrade-Prämien finanzierte Traktoren bringen die Kooperativen voran.



Dirk Baykal nimmt die Lage vor Ort in Indien genau unter die Lupe – und zwischen die Finger.



Prüfung auf Herz und Nieren: Dirk Baykal überzeugt sich von der Qualität der Prozesse und Produkte.

Produktverantwortung und Lebenszyklus.

HIGHLIGHTS 2016 – PRODUKTE



Ein Code im Etikett

(Beispiel Deutschland) unserer boco Profi Line Produkte gibt Auskunft über die Herkunft der Fairtrade-Baumwolle.

Geprüfte Qualität

Nur für gut befundene Kleidungsstücke schaffen den Sprung in den boco Waschkreislauf.



Internationale Initiativen

Den C2C-Ansatz unterstützen wir gruppenweit ebenso wie die Prinzipien des UN Global Compact, der weltweit wichtigsten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung.



Unser leitendes Interesse bei der Vermietung ist es, den Produkten einen langen Lebenszyklus zu verschaffen. Deshalb setzt CWS-boco bei der Herstellung seiner Produkte ausschließlich auf hochwertige Materialien, um zu gewährleisten, dass auch intensive Nutzung über einen langen Zeitraum ihre Funktion nur wenig beeinträchtigt. Aus dem gleichen Grunde nehmen im Prozess der Produktentwicklungen ausführliche Produkttestreihen – Wasch-, Sicherheits- und Belastungstests – großen Raum ein. Darüber hinaus werden in unseren Testzentren alle Textilien, die neu in den Waschprozess eingeführt werden, auf Herz und Nieren geprüft. Kunden profitieren somit von einwandfreier und sicherer Kleidung. Denn nur für gut befundene Kleidungsstücke schaffen den Sprung in den boco Waschkreislauf und letztendlich auch zum Kunden. Überprüft werden neben Reflexionseigenschaften bei Warnschutzkleidungsstücken auch Form- und Farbstabilität sowie schützende Eigenschaften von Produkten wie Chemikalienschutz, Wetterschutz oder der ESD-Produktschutz.

Aber CWS-boco denkt noch weiter. Um unseren Mietservice mit maximaler nachhaltiger Effizienz zu betreiben, streben wir eine hohe Kontrolle über den Lebenszyklus unserer Produkte hinaus an. Das bedeutet, dass eine Stoffhandtuchrolle nach ihrer aktiven Laufbahn beispielsweise die Grundlage für einen Wischmopp abgeben kann. Wir arbeiten daran, diesen Upcycling-Gedanken in einem unternehmensübergreifenden Konzept und im Sinne einer gesünderen Umwelt umfassend umzusetzen.

Lebenszyklus made in Holland: von der Wiege bis zur Wiege.

Zu unseren nachhaltigen Leistungen gehört auch die interne Entwicklung von Produkten nach dem „Cradle to Cradle“-Ansatz. Das bedeutet, dass wir, anstatt nur Belastungen zu minimieren, aktiv in Richtung Umweltschutz gehen – ganz im Sinne unserer Unternehmensphilosophie.

Ein Meilenstein in dieser Hinsicht kommt aus den Niederlanden: 2017 bringt CWS Niederlande Cradle to Cradle (C2C) Hygienepapier als eigene Marke auf den Markt. Dieses CO₂-neutrale Hygienepapier wird zu 100% aus recyceltem Papier hergestellt. Veredelt wird es durch die Labels „FSC-recycelt“ und das Europäische Umweltzeichen. Sogar die Verpackung des C2C-Toilettenpapiers setzt, dank neuartiger Produktionsverfahren, Nachhaltigkeitsstandards.

Mit den CWS C2C-Produkten Toilettenpapier und Papierhandtücher wird die Produktpalette von CWS ebenso nachhaltig wie strategisch ergänzt. Darüber hinaus unterstreichen diese innovativen Produkte noch einmal den Anspruch von CWS-boco, in unserer Branche voranzugehen.

CASE

Neustart in der Schweiz.

Der Mehrweggedanke ist bei CWS-boco genau genommen ein Nachmehrweggedanke. Weshalb der Spezialist für Waschräumhygiene und Berufskleidung aus Dreieich nicht nur Textilien wieder- und wieder verwendet, sondern auch Handtuchspender. Musste ein Gerät aufgrund von funktionalen Problemen aus dem Spiel genommen werden, bedeutet das nicht automatisch sein Karriereende. Im schweizerischen Diepoldsau brennt eine ganze topmoderne Reha-Abteilung darauf, den Patienten ins Arbeitsleben zurückzuführen.

Das Upcycling-Center hat wachsende Bedeutung und ein großes Einzugsgebiet. Ausrangierte Handtuchspender aus Deutschland, den Niederlanden, der Schweiz und Italien werden hier versorgt. Natürlich können auch die Experten aus St. Gallen keine Wunder bewirken! Immerhin konnten von den 60.623 Spendern, die 2016 in der eidgenössischen Gemeinde einliefen, 73 Prozent in die Waschräume der CWS-boco Welt zurückkehren. Aber auch für die Ausgemusterten ist mit der aktiven Karriere die Reise noch nicht zu Ende!

Oliver Hirschberg, Managing Director der CWS-boco Supply Chain Management GmbH, erklärt das Prinzip: „Die Spender müssen sich einem Fitness-Check unterziehen“, führt Hirschberg aus. Hat ein Gerät diese Prüfung auf Herz und Nieren bestanden, wird es zu dem Wiederaufbauprogramm „Upcycling“ zugelassen.

Für wen aber die Zeit in den Waschräumen ein für alle Mal vorbei ist, der wird nicht upgecycelt, sondern recycelt. Sein Kunststoffanteil fließt in die Produktion seiner Nachfolger ein, seine Metallteile werden aufwendig entsorgt. Oliver Hirschberg ist spürbar stolz auf so viel Umweltbewusstsein: „Wir machen nicht nur aus Alt Neu, sondern aus Abfall deutlich weniger Abfall“, wertet der Qualitätsliebhaber die Ergebnisse seiner Tüftelei an den Veteranen der Handtuchspenderzunft. Und es gibt sogar noch einen Zusatznutzen. Denn Kinderkrankheiten aus der Produktion, die den Reparateuren im Upcycling-Center auffallen, werden direkt an die Qualitätssicherung gemeldet und von der CWS Entwicklungsabteilung weiterverarbeitet – zu besseren neuen Modellen.



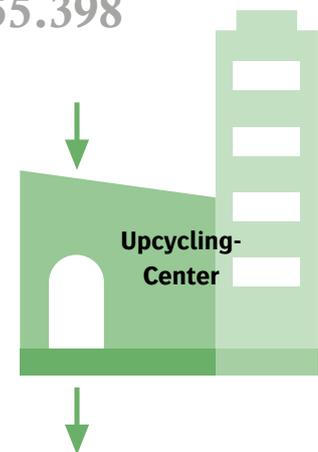
Die „Spenderorgane“ werden minutios geprüft.

HIGHLIGHTS 2016 – PRODUKTE

Anzahl eingegangener, reparierter und recycelter Spender
in unserem Upcycling-Center
in der Schweiz.

Eingeliefert

2016: **60.623**
2015: **55.398**



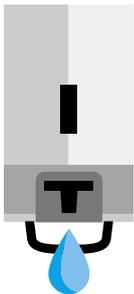
Repariert

2016: **44.506**
2015: **30.812**

Recycelt

2016: **16.117**
2015: **24.586**

HIGHLIGHTS 2016 – PRODUKTE



ecoilet

Waschräume mit dem Umwelt-Label „ecoilet“

2016 **2.581**
2015 **2.098**

Ausgezeichnete Waschräume

Unser Umweltlabel „ecoilet“ wird an Waschräumbetreiber verliehen, deren Einrichtungen sich durch eine besonders nachhaltige Ausstattung in Form von Stoffhandtuchrollen, Seifenschaum und Recycling-Toilettenpapier auszeichnen. Mit wachsendem Erfolg: Noch vor zwei Jahren durften nur 439 Waschräume das Umweltzeichen tragen, 2016 waren es bereits 2.581.



Unser Goldstandard

Zum zweiten Mal in Folge wurden wir für unsere ökologische und soziale Nachhaltigkeit im Rating von EcoVadis mit Gold ausgezeichnet.

CASE

Der mitdenkende Seifenspender.

Was einen guten Waschraum ausmacht? Ganz klar: Er ist smart, vernetzt und effizient. Das klingt nach Science-Fiction, ist aber Science ohne Fiktion und ein Paradebeispiel für das Internet der Dinge. In Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen (IIS), mit dem seit 2014 eine Kooperation besteht, hat CWS-boco einen großen Schritt in Richtung Zukunft gemacht. Eine drahtlose Intelligenz sorgt dafür, dass Handtuch-, Seifen- und Toilettenpapierspender bedarfsorientiert nachgefüllt, Beschaffung und Lagerhaltung sinnvoll geplant werden. Das neu entwickelte Informationssystem trägt den treffenden Namen „CWS smartMate“. Via App und Web-Portal sind die Betreiber immer auf dem Laufenden hinsichtlich Füllstand, Nutzerfrequenz und Verbrauchswerte der Spender im Waschraum – und können gegebenenfalls nachfüllen.

Je nach Einstellung erfolgt die Information über Füllstand und technischen Status automatisch per E-Mail oder Push-Nachricht. „Durch genaue Messsensoren in den Spendern und individuell einstellbare Füllstandswerte für die Benachrichtigungen arbeitet smartMate genauer als reine Ampelsysteme“, unterstreicht Jens Einsiedler, Head of Business Digitalisation bei CWS-boco International, einen wesentlichen Vorteil der CWS Lösung. Sanitäre Anlagen werden so zum Waschraum 4.0, der für Anwender die bedarfsgerechte Auffüllung sicherstellt und eine effizientere Planung von Beschaffung und Service ermöglicht.

Die Reinigungsteams müssen damit zur Kontrolle der Füllstände nicht mehr den Weg in die Waschräume auf sich nehmen, überdies behalten sie auch in Zeiten stark schwankender Besucherfrequenzen stets den Überblick über die Ressourcen. Bedarfsgerechte Planung der Utensilien für die Touren spart Zeit und reduziert die körperliche Belastung der Reinigungskräfte. Was hingegen drastisch steigt: die Wahrscheinlichkeit, dass der Nutzer einen ausreichend befüllten Seifenspender vorfindet! So hebt der digitale Assistent den Hygienelevel und macht alle Beteiligten ein gutes Stück glücklicher.



Vorsprung durch Technik: Den Waschräumbetreibern wird die Arbeit auf dem Tablet präsentiert.

CASE

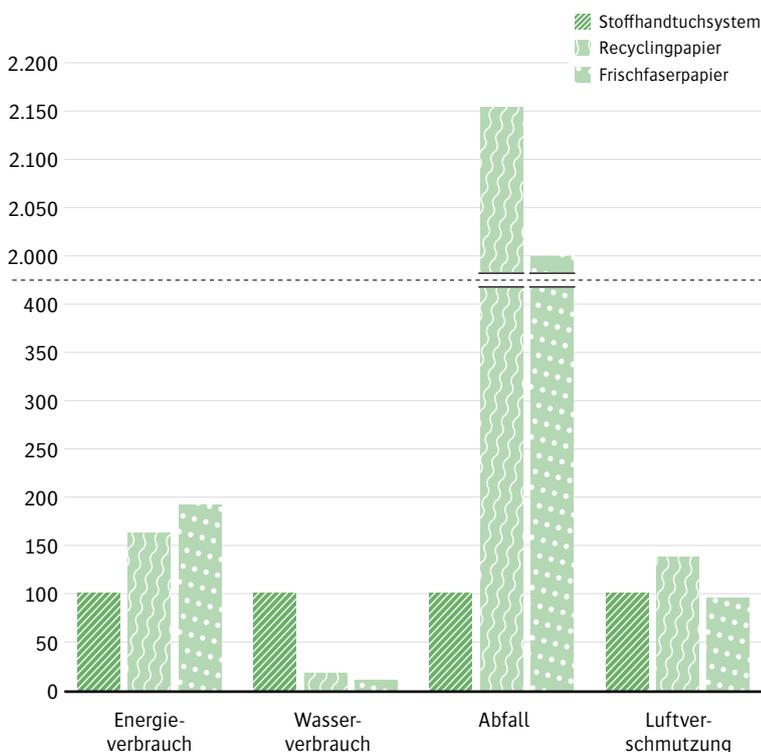
Die Zukunft ist aus Baumwolle.

Kaum einer unserer Endkunden, der sich die Hände abtrocknet, denkt vermutlich darüber nach, welchen Beitrag die Stoffhandtuchrolle, die da gerade durch seine Finger läuft, für die Umwelt leistet. Aber eine wissenschaftliche Studie im Auftrag des Wirtschaftsverband Textil Service e.V. (WIRTEX) und des Europäischen Verbandes der Textilservice Betriebe (ETSA) hat ergeben, dass Stoffhandtuchrollen, wie CWS-boco sie einsetzt, im Vergleich mit Papierhandtüchern in Sachen Umweltfreundlichkeit deutlich besser abschneiden. Untersucht wurde der gesamte Lebenszyklus, von der Herstellung bis zur Entsorgung der Materialien. Die Unternehmensberatung thinkstep führte die Studie durch, die Dekra führte die Aufsicht.

In fast allen Vergleichskategorien liegt die Baumwolle vorn, besonders deutlich dort, wo es um die Abfallproduktion geht: Zu 95% ist das Stoffhandtuch hier im Vorteil. Aber auch ca. 48% weniger Energieverbrauch sind ein stattlicher Wert, und etwa 29% weniger Treibhausgase bedeuten ebenfalls eine spürbare Entlastung für die Umwelt. Was sich hier auswirkt, ist ein im Grunde sehr einfaches Erfolgsprinzip: Denn bis zu 100 Mal kann eine Stoffrolle gewaschen werden. Darüber hinaus vermeiden die Waschaumbetreiber Abfälle. Das nicht mehr einsetzbare Material kann schließlich in Form von Reinigungstüchern, Möppen oder Isolationsmaterial weiterverwendet werden.

Ausgewählte Untersuchungskategorien

in Prozent, bezogen auf die Werte des Stoffhandtuchsystems



HIGHLIGHTS 2016 – PRODUKTE



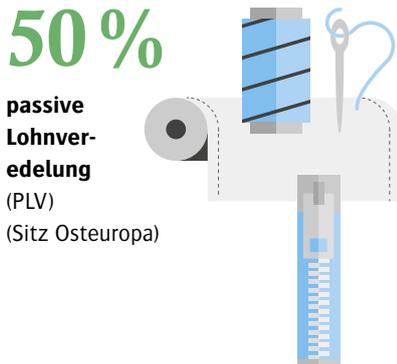
323 t

Verwendete Baumwolle aus nachhaltigem Anbau.

Davon 227 t Rohbaumwolle nach Fairtrade-Standard und 96 t Bio-Rohbaumwolle.

Lieferkettenmanagement.

HIGHLIGHTS 2016 – HERKUNFT



Ein Schlüsselement eines möglichst schmalen ökologischen und sozialen Fußabdrucks unserer Wertschöpfungskette ist die Produktion der eingekauften Güter. Zu denken ist dabei zum einen an die Umweltwirkung beispielsweise der Papierherstellung. Zum anderen dürfen wir aber auch die Sozialrisiken nicht aus dem Blick verlieren, die mit dem Textileinkauf verbunden sind – und die sich überdies schnell zu Reputationsrisiken auswachsen können.

Um die Qualität unserer Wertschöpfungskette aufrechterhalten zu können, analysieren wir daher stetig unsere Zuliefererstruktur. Gerade in der textilen Lieferkette gibt es einen größeren Anteil von Produzenten in Risikoländern, bei denen die Einhaltung von Sozial- oder Umweltstandards konsequent überprüft werden muss.

Deshalb legt CWS-boco Wert darauf, mit allen Lieferanten eine Vereinbarung zu schließen, die auf den Grundlagen der ILO-Kernarbeitsnorm basiert. Dieser Code of Conduct umfasst neben dem Verbot von Zwangs- und ausbeuterischer Kinderarbeit sowie Vorgaben zum Umweltschutz auch eine Verpflichtung zur Durchsetzung seiner Zielvorgaben in tieferen Wertschöpfungsketten: Auf diese Weise kann CWS-boco auch aktiv zu einem sozialen Wandel beitragen.

Die Umsetzung dieser Maßnahmen entlang der Lieferkette liegt in den Händen unserer Einkaufsgesellschaft CWS-boco Supply Chain Management, die von der Produktentwicklung über den Materialeinkauf bis hin zur Produktion auf größtmögliche Nachhaltigkeit in der Lieferkette achtet. So findet beispielsweise ein Großteil unserer Fertigung in Osteuropa statt, wo unsere Mitarbeiter in den Betrieben der Produzenten neben der Einhaltung von Qualitäts- auch auf die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards achten. Die Bündelung dieser Kompetenzen mit dem Ziel, einen möglichst großen Einfluss auf die Lieferkette zu nehmen, wurde beim CSR-Preis 2016 mit dem 2. Platz in der Kategorie „CSR in der Lieferkette“ ausgezeichnet.

CWS-boco legt Wert darauf, seinen Produzenten zu helfen, sich weiterzuentwickeln und ihre Standards kontinuierlich zu steigern. Alle zwei Jahre werden unsere Fertigungsbetriebe in Risikoländern durch externe Prüfer zertifiziert. Deckt ein Audit zu viele oder eklatante Mängel auf, werden die entsprechenden Betriebe nicht allein gelassen, sondern bei der Umsetzung eines Maßnahmenplans zur Beseitigung der Missstände von uns unterstützt.

Dieser vertrauensvolle und partnerschaftliche Umgang mit unseren Produktionsbetrieben zahlt sich aus. Am eindrucksvollsten in der Länge unserer Lieferantenbeziehungen. Mit über 30% unserer Textillieferanten stehen wir schon länger als zehn Jahre in festen Beziehungen, mit über 50% arbeiten wir länger als fünf Jahre zusammen.

Auditierungen 2016: Gemeinsam immer besser werden.

Bei einem Audit überprüfen wir, ob der entsprechende Produzent die hohen Anforderungen unseres Code of Conduct erfüllt. Ist das nicht der Fall, wird ein Maßnahmenplan aufgestellt, dessen Umsetzung in einem Re-Audit überprüft wird. Von den 15 im Jahre 2016 durchgeführten Audits waren vier so erfolgreich, dass eine Nachbesserung nicht notwendig war. Für elf Unternehmen hingegen steht jetzt die Re-Auditierung an.

Die Gründe für die Beanstandungen bei unseren Zulieferern waren ganz unterschiedlich. Zu den Mängeln zählten ein unzureichender Überblick über die Vorlieferanten ebenso wie lückenhafte Managementsysteme, Beanstandungen im Bereich Arbeitssicherheit (zum Beispiel fehlende Fluchtwege) oder auch nicht gezahlte Überstundenzuschläge.

Alles das sind Ansatzpunkte für eine kontinuierliche Entwicklung der Produzenten, die wir sehr energisch vorantreiben. Die Fortschritte, die wir dabei machen, kommen nicht nur den Betrieben, sondern auch uns und unseren Kunden zugute.

HIGHLIGHTS 2016 – HERKUNFT

93%

unseres Einkaufsvolumens wird mit Lieferanten abgewickelt, die den **Code of Conduct** von CWS-boco unterzeichnet haben.

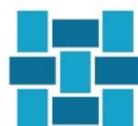


CASE

Textilbündnis: Stoff für die Zukunft.

Wir engagieren uns auf vielen Ebenen, darunter auch im Bündnis für nachhaltige Textilien. Dieses sogenannte Textilbündnis ist eine Multistakeholder-Initiative von Vertretern aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft, aus Standortorganisationen und Gewerkschaften. Die beteiligten Unternehmen repräsentieren ca. 50% des Textilumsatzes in Deutschland. Das macht das Textilbündnis zu einem wichtigen Forum für den Austausch, aber auch zu einer bedeutsamen Plattform für Arbeitsgruppen.

CWS-boco ist in den Arbeitsgruppen „Sozialstandards & Löhne“ sowie „Review-Prozess“ aktiv. Als Mitglied setzen wir uns ambitionierte Ziele in den Bereichen „Chemikalien- und Umweltmanagement“, „Sozialstandards und Löhne“ und „Einsatz von Naturfasern“, deren Erfüllung jährlich durch unabhängige Dritte überprüft wird.



Mitglied im Bündnis
für nachhaltige Textilien

Sozial und ökologisch – wir sind auf dem Weg

CASE

Ausgezeichnete Qualität für die besten Kunden.

Besser war nur ein niederländischer Käseproduzent: Unsere Tochtergesellschaft CWS-boco Supply Chain Management hat im Jahr 2016 den 2. Platz beim Deutschen CSR-Preis in der Kategorie „CSR in der Lieferkette“ erhalten. Ein Grund für uns alle, stolz zu sein – nicht nur, weil sogar eine Größe wie Nestlé das Nachsehen hatte.

„Wir freuen uns über die gute Platzierung und nehmen sie als Ansporn, uns noch weiter zu verbessern“, strahlt Frank Georgi, Geschäftsführer der CWS-boco Supply Chain Management GmbH. „Mit unserer neuen boco Workwear Kollektion mit Fairtrade-Baumwolle zeigen wir unseren Kunden noch stärker unser Engagement in nachhaltiger Beschaffung.“



Carolin Wiegand, Managerin Corporate Responsibility der CWS-boco Gruppe, Frank Georgi, Geschäftsführer CWS-boco SCM, Dirk Baykal, CSR Coordinator CWS-boco SCM, und Jens Nagel, Juryvorsitzender und Geschäftsführer von AVE.

Nachhaltiger Einkauf bei CWS-boco.

Der Einkauf ist ein maßgeblicher Treiber bei der nachhaltigen Entwicklung unseres Geschäftsmodells. Unterstützt wird er durch unser systematisches Lieferkettenmanagement und durch strikte Prüfmethode entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

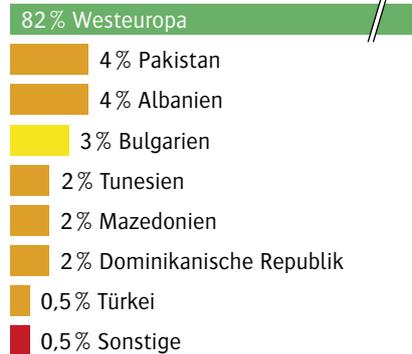
Bei der regionalen Bewertung von Sozialstandards und entsprechender Risikopotenziale wird die CWS-boco Supply Chain Management GmbH – unser interner Dienstleister für Beschaffung, Produktentwicklung und Supply Chain Management – wiederum von einem unabhängigen externen Partner, der Business Social Compliance Initiative (BSCI), unterstützt.

Risk Classification

- No Risk
- Low Risk
- High Risk

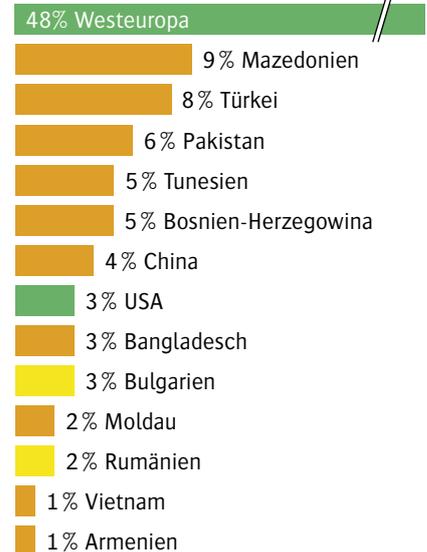
Textile Care

Tier 1



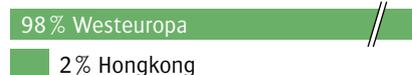
Textile Care

Tier 2



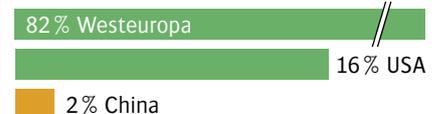
Washroom Care

Tier 1



Washroom Care

Tier 2



Ziele, Maßnahmen, Status.

Handlungsfeld	Status	Ziel 2020	Maßnahme
Upcycling und effizienter Rohstoffeinsatz	Demontierte Spender, die noch in einem guten Zustand sind, werden in unserem Upcycling-Center in der Schweiz wiederaufbereitet.	Ganzheitliches Upcycling-Konzept.	Wir arbeiten an der Entwicklung eines Upcycling-Konzepts für die CWS-boco Gruppe, in dem neben Waschräumspendern auch Textilien erfasst sein werden.
Lieferantenbewertung	Strategische Partner müssen sich zur Einhaltung unseres Verhaltenskodexes für Lieferanten hinsichtlich Sozial- und Umweltstandards verpflichten.	Einführung unserer Standards für alle Materiallieferanten (basierend auf festgelegten Kategorien).	Verstärkte und systematische Audits; Weiterentwicklung unserer Lieferanten.
Nachhaltige Beschaffung	Für soziale und ökologische Nachhaltigkeit sowie die Einhaltung entsprechender Standards arbeiten wir nicht nur innerhalb unseres Unternehmens, sondern auch bei unseren Lieferanten.	Unterzeichnung unseres Lieferantenkodexes durch alle Lieferanten (basierend auf vordefinierten Kategorien).	Zusammenarbeit mit Initiativen wie dem Bündnis für nachhaltige Textilien, Fairtrade und BSCI für eine Definition von internationalen Sozial- und Umweltstandards entlang der Lieferkette.

Wäscherei & Logistik

Saubere Arbeit für eine saubere Umwelt.

Wir waschen immer effizienter – trotz größerer Mengen. Über die größeren Mengen freuen wir uns selbst. Über die stetig optimierten Waschprozesse freuen sich die Kunden. Und über unsere Effizienz freut sich die Umwelt.

Natürlich ist auch diese Erfolgsstory eine mit vielen Herausforderungen. Angesichts von insgesamt 43 Wäschereien ist das keine Nachricht, die besonders überraschen dürfte. Hinzu kommen immer wieder temporäre Verschärfungen: So stellt die Standortverlagerung einer Wäscherei, wie im Fall von Bad Oldesloe, das Personal auch vor neue Aufgaben – die gleichzeitige Umsetzung technologischer Innovationen bedeutet dann einen zusätzlichen Kraftakt.

Mit der Einführung innovativer Verfahren verfolgen wir natürlich klare Ziele. Eines unserer ehrgeizigsten: Bis zum Jahr 2020 wollen wir die Energieeffizienz in unseren Wäschereien um 30 % gegenüber 2012 verbessern. Und damit nicht genug: Wir möchten auch den Ausstoß von Treibhausgas-Emissionen gegenüber 2012 um 20 % verringern. Denn wir fühlen uns nicht nur in der Verantwortung gegenüber den Kunden, sondern auch gegenüber der Umwelt.

Beim Erreichen unserer hochgesteckten Ziele unterstützt uns neben dem starken Antrieb, der aus unternehmerischem Verantwortungsbewusstsein erwächst, modernste Technik: So erlaubt uns innovative RFID-Technologie, Kleidungsstücke noch zielgenauer nachzuverfolgen und dadurch Schwund zu reduzieren.

Darüber hinaus stehen wir in Deutschland vor der 100-Prozent-Marke bei der Umstellung auf Grünstrom. Die letzte noch mit herkömmlichem Strom versorgte Wäscherei wird ab 2017 auch an ein grünes Netz angeschlossen. Und unsere Software „Optimize My Day“ berechnet im Zuge unserer strategischen und taktischen Tourenplanung für unsere Fahrer tagtäglich die kürzeste Strecke und trägt somit zur Treibstoffeinsparung bei. Dieses Optimierungstool möchten wir baldmöglichst für alle Tochtergesellschaften in Europa implementieren.

„Die besten Serviceideen entstehen beim Nachdenken über Nachhaltigkeit.“ Paul O’Riordan

*Den Kunden im Blick,
die Umwelt im Herzen:
Paul O’Riordan,
Sales und Marketing
Director Irland.*



„Wir verwandeln Wegwerfideen in Mehrwegbegeisterung!“

Frage: Was heißt „Frische ohne Kompromisse“ auf Irisch? Antwort: „Keelings“. Der Familienbetrieb mit über 90 Jahren Erfahrung und Stammsitz nahe Dublin ist auf der grünen Insel insbesondere für seine leckeren Erdbeeren, aber auch als Lieferant für anderes Beerenobst sowie für Äpfel, Birnen und Kirschen bekannt. Als Mitglied der Nachhaltigkeitsinitiative „Origin Green“ setzt das Unternehmen voll auf Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility.

Allerdings hatte die Erfolgsstory bislang einen leichten Beigeschmack. Denn täglich müssen in den Produktionsstätten bei Dublin an die 800 Mitarbeiter mit Schutzanzügen für ihre Arbeit ausgerüstet werden. Und hier lag das Problem: Denn bislang setzte Keelings dabei auf Einweganzüge. Weil jedoch Einweganzüge mit der Philosophie nachhaltigen Wirtschaftens nur schwer in Einklang zu bringen sind, wandte die Geschäftsleitung von Keelings sich an CWS-boco mit der Frage, ob es nicht eine umweltverträglichere Lösung gebe.

Auftritt Paul O’Riordan. Der Sales und Marketing Director Irland setzte sich mit den zuständigen Managern von Keelings zusammen, um mit ihnen alle Optionen zu prüfen. „Ich ließ mir die Arbeitsabläufe und die konkreten Anforderungen an die Berufskleidung genau schildern“, erklärt O’Riordan sein Vorgehen. „Und ich inspizierte auch die Umkleiden, um mir ein Bild von den räumlichen Gegebenheiten zu machen.“ Nach der Ortsbegehung setzte er sich mit den Operations- und Serviceexperten von CWS-boco zusammen. Im Team entwickelten sie eine Lösung, die kosteneffizient, leicht umsetzbar und absolut nachhaltig war.

Anstelle von sperrigen Spinden voller Einwegmäntel in individualisierten Größen schlug CWS-boco ein flexibles System von Transportwagen vor. In diesen liegen grüne Arbeitsmäntel für die Keelings-Mitarbeiter in drei unterschiedlichen Größen ordentlich verstaut auf Regalen bereit. Statt Unmengen an Verpackungsplastik gibt es an den Wagen einen Einwurf, durch den die Keelings-Mitarbeiter ihre benutzte Kleidung wieder im Behälter verschwinden lassen können – für die Abholung. „Neben Einsparungen bei Abfall und Platz spart unser Modell auch Zeit“, erklärt O’Riordan begeistert. Denn ein Fahrer kann die Transportwagen schnell und einfach auf- und abladen, dabei im Handumdrehen die benutzten Kleidungsstücke gegen einen Satz frischer Arbeitskleidung austauschen.

O’Riordans Begeisterung wirkte ansteckend. Keelings zögerte keine Sekunde, CWS-boco den Zuschlag zu geben. „Es hat sich gelohnt, dass wir dem Kunden genau zugehört und seine Bedürfnisse verstanden haben“, freut sich der einflussreiche Manager. Man sieht ihm die Genugtuung an, die es ihm bereitet, mit einem „wirklich gut durchdachten, kreativen System“ wieder einmal einen wichtigen und interessanten Kunden von der CWS-boco Kompetenz überzeugt und eine beeindruckende Referenz für das Sales & Service Team gewonnen zu haben.



Transportwagen für frische Kleidung, schmutzige Wäsche und eine saubere Zukunft.



Grüne Ideen verbinden: Desmond Ferris, Technical Director bei Keelings, und Glen Taaffe, National Sales Manager bei CWS-boco Irland.



Irland war schon immer die grüne Insel – CWS-boco macht sie sogar noch ein bisschen grüner.

Die CWS-boco Wäscherei: Grünes Waschen statt Greenwashing.

HIGHLIGHTS 2016 – WÄSCHEREI

Waschmittelverbrauch (g pro kg Wäsche) In drei von fünf Bereichen haben wir 2016 gruppenweit die Waschmitteleffizienz optimiert. Aber das reicht uns nicht, wir wollen den Verbrauch zukünftig weiter senken.



Handtuchrolle



2016: **19,92**
2015: 21,72

Matten



2016: **0,66**
2015: 0,65

Berufskleidung



2016: **41,41**
2015: 39,94

Flachwäsche



2016: **18,45**
2015: 18,86

Reinraum



2016: **14,29**
2015: 14,94

Wir bei CWS-boco wissen um die Verantwortung, die das Wirtschaften mit natürlichen Ressourcen mit sich bringt. Auch unsere Kunden nehmen uns mehr und mehr in die Pflicht, in puncto Nachhaltigkeit eine makellose Leistungsbilanz zu zeigen. Es liegt daher in unser aller Interesse, ressourcen- und kosteneffizient zu arbeiten und zugleich einen Beitrag zur Eindämmung klimaschädlicher Auswirkungen unserer Aktivitäten zu leisten.

An unseren Standorten haben daher neben Themen wie Mitarbeitergesundheit und -sicherheit auch die Umweltauswirkungen unseres Handelns eine zentrale Bedeutung: Wir sind uns darüber im Klaren, dass Klimaveränderungen und Umweltthemen uns alle betreffen. Nicht zuletzt die Weltwirtschaft, denn wenn extreme Wetterphänomene zunehmen, hat dies natürlich auch Auswirkungen auf die Verfügbarkeit und den Preis von Rohstoffen. Dieses Thema berührt CWS-boco beispielsweise beim Baumwolleneinkauf unmittelbar. Zudem ist es unsere Pflicht als Arbeitgeber, für unsere Angestellten zu sorgen; nachhaltiges und weitsichtiges Wirtschaften sind wichtige Voraussetzungen für den Erhalt von Arbeitsplätzen.

Neben der höheren Energieeffizienz setzen wir uns in unseren Wäschereien auch für die Verringerung von Treibhausgasen ein. Bis 2020 wollen wir diese gegenüber 2012 um 20% reduzieren. Unsere Wäschereien, die mit ihren Treibhausgasemissionen den größten Teil unseres ökologischen Fußabdrucks ausmachen, überprüfen wir daher kontinuierlich hinsichtlich möglicher Einsparungen. Zu unserem Wasser- und Waschmittelverbrauch sammeln wir Daten und werten sie monatlich aus, um auch in diesen Bereichen Verbesserungspotenziale frühzeitig zu erkennen und zu nutzen.

Wir handeln aus der selbstverständlichen gesellschaftlichen Verantwortung unseres Unternehmens heraus. Darum messen wir stetig unseren Einfluss auf die Umwelt und implementieren Maßnahmen, mit denen wir Umweltbelastungen minimieren können. Damit der Fußabdruck, den CWS-boco im Ökosystem hinterlässt, so klein wie möglich bleibt. Eindruck machen wir lieber mit unserer sauberen Performance.

CASE

Upgrade in Bad Oldesloe.

Der Wäschereistandort Bremen erlebte einen Neuanfang in Bad Oldesloe – und das auf völlig neuem technischem Niveau. Denn es wurden nicht nur die bestehenden Anlagen samt Waschmengen in die schleswig-holsteinische Kreisstadt verlagert, sondern es wurden auch neue technologische Lösungen installiert.

So gibt es jetzt eine neue Waschstraße, in der die Mitarbeiter bei ihrer Arbeit durch einen vollautomatisierten Prozess unterstützt werden, der ihre tägliche Arbeit erleichtert. Ein eingebauter Schnelldampferzeuger wird in Zukunft für reduzierten Gasverbrauch sorgen. Und schließlich trägt die Abwasserverwertung zu einem noch harmonischeren Gesamtprozessverlauf bei.

Diese technischen Veränderungen sind zweifelsohne innovativ – für die Mitarbeiter in Bad Oldesloe bedeuteten sie zunächst jedoch eine gewaltige Herausforderung: Innerhalb kürzester Zeit größere Waschmengen bewältigen, sich mit den neuen Maschinen vertraut machen und daneben noch neue Mitarbeiter einarbeiten – wenn das Wort „Höchstleistung“ je angemessen war, dann hier.

Jan Wäsche, Project Manager Maintenance, macht allen Beteiligten ein großes Kompliment: „Ein tolles Beispiel dafür, was CWS-boco zu leisten imstande ist, wenn alle die Ärmel hochkrepeln und mit anpacken!“

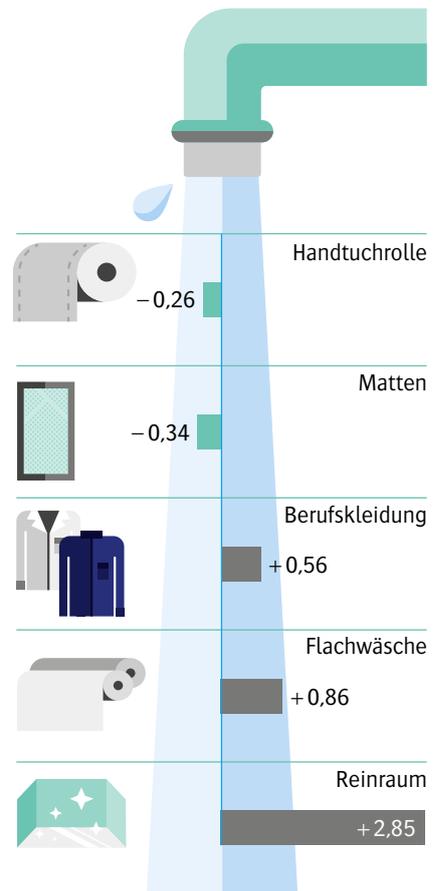


Hightech trifft Handarbeit: Nur im perfekten Zusammenspiel zwischen Mensch und Maschine funktioniert das Upgrade auf neue Technologien.

HIGHLIGHTS 2016 – WÄSCHEREI

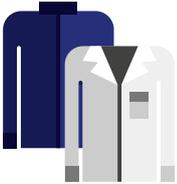
Wasserverbrauch
(l pro kg Wäsche)

Gestiegener bzw. gefallener Verbrauch 2016 gegenüber 2015.



HIGHLIGHTS 2016 – WÄSCHEREI

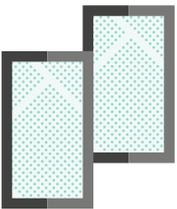
Anzahl gewaschener Teile in Europa



92 Mio.
Berufskleidung



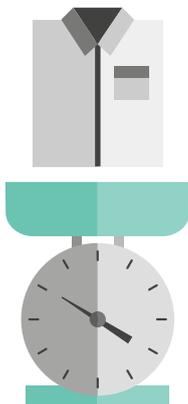
29 Mio.
Handtuchrollen



9 Mio.
Matten

Saubere Leistung

Das Gesamtvolumen der von uns gewaschenen Wäsche stieg 2016 um 3.627 Tonnen.



2016: **176.147 t**
2015: **172.520 t**

CASE

Wenn Kleidungsstücke online gehen.

An den Wäscherei-Standorten Wiesbaden, Puurs und Międzyrzecz hat CWS-boco einen großen Schritt in Richtung Industrie 4.0 vollzogen. Im Rahmen eines Pilotprojekts wurde die sogenannte RFID-Technologie eingesetzt. Die englische Abkürzung RFID bezeichnet eine Identifikation von Objekten über moderne Funktechnologie. In unserem Fall sollte ein Sender-Empfänger-System automatisch Kleidungsstücke lokalisieren.

Wurden Artikel bis dato nur vereinzelt in der Wäscherei gelesen, erfasst das RFID die Artikel umfassend. Im Rahmen des Pilotprojekts definierten wir drei Lesepunkte: 1. während der Sortierung, 2. im Ausgangscontainer und 3. bei der Abgabe beim Kunden. Mit UHF-RFID (Ultra-High Frequency) Tagging, das das bestehende ULF-RFID (Ultra-Low Frequency) System ersetzen soll, können sogar mehrere Teile gleichzeitig erfasst werden.

Mit der innovativen Technologie wollen wir einerseits unsere Verlustquote an Kleidungsstücken und damit den Ressourcenverbrauch reduzieren und andererseits für die Kunden mehr Planungssicherheit schaffen. Denn dank RFID kann auch ein Servicefahrer mit einem Lesegerät direkt vor Ort schnell die Daten checken und entsprechend reagieren. Auch für die Customer Care zählt RFID sich aus: Noch während eines Kundentelefonats können per Track and Trace Kleidungsstücke aufgerufen werden.

Der nächste Innovationsschritt wird darin bestehen, von der Prozesskontrolle zur Prozesssteuerung überzugehen. Denn wenn eines Tages über die RFID-Tags die Auswahl des korrekten Waschprogramms gesteuert wird, dann sind wir schon fast in der Industrie 5.0 angekommen.



Die Hose im Auge: Mit der RFID-Technologie sind Wäschestücke leichter nachzuverfolgen.

CASE

Stromaufwärts mit grüner Welle.

Was unterscheidet Bielefeld vom Rest der Republik? Die CWS-boco Wäscherei in der ostwestfälischen Stadt steht kurz vor der 100-Prozent-Grünstrom-Versorgung, während alle unsere anderen Wäschereien in Deutschland und zahlreiche Servicedepots bereits ausnahmslos mit umweltfreundlich produziertem Strom betrieben werden.

Zudem fließt grüner Strom durch die BSC (Brandschutz Service Center GmbH & Co. KG) in Dreieich und die vier Waschräume der CWS Complete Washroom Concepts GmbH (das sind Toiletten in den Hauptbahnhöfen von Nürnberg, Bamberg, Würzburg und Regensburg).

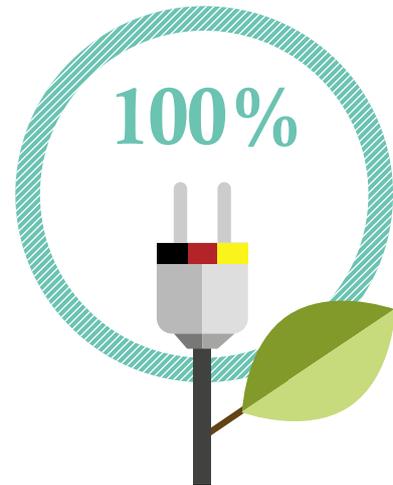
Auch europaweit laufen unsere Denkströme in Richtung Grün: Die niederländischen Tochtergesellschaften von CWS-boco setzen voll auf Grünstrom, und auch die Schweizer Betriebe wurden bereits auf Grünstrom umgestellt. Aufgrund der Laufzeiten der alten Verträge wird Widnau ab Anfang des Jahres 2017 folgen; Glattbrugg und Kriens ab dem 1. Januar 2019.



*Wir drehen
das Rad der
Geschichte
nach vorn.
Zusammen
mit dem Wind.*

HIGHLIGHTS 2016 – WÄSCHEREI

Grünstromversorgung (in Deutschland ab 2017)



Strommix in den Berichtsländern

Herkömmlicher Strom

2016:

38%

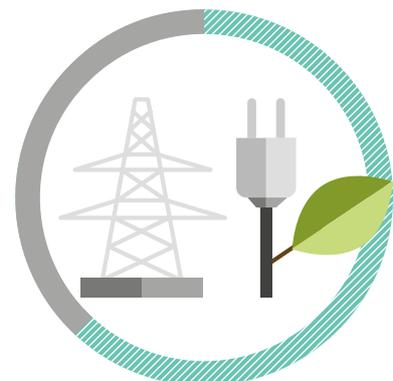
2015: **49%**

Grünstrom

2016:

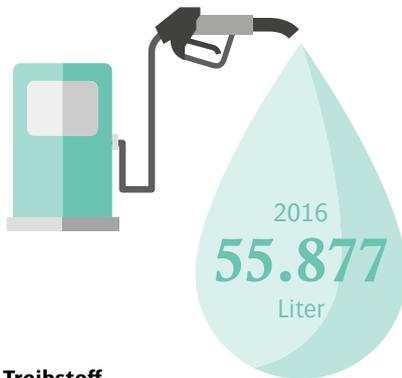
62%

2015: **51%**



Verantwortung, in Kilometern gemessen.

HIGHLIGHTS 2016 – LOGISTIK



Treibstoff- einsparung durch modernes Flottenmanagement

(Kalkulationsbasis: eingesparte Kilometer und durchschnittlicher Verbrauch von 12 l/100 km)



CO₂-Emissionen

(gestiegenes Gesamtgewicht bei proportional deutlich höherem Auftragsvolumen durch rund 5.500 zusätzliche Kunden)

2016: **56.389 t**
2015: **55.501 t***

Im Prinzip ist es ja ganz einfach: Unsere Fahrer sammeln schmutzige Wäsche bei unseren Kunden ein, liefern sie in den Wäschereien ab und bringen anschließend die saubere Wäsche wieder zu den Kunden. Nur: Hohe Kilometerstände bedeuten zugleich eine große ökologische Herausforderung. Insgesamt betreibt CWS-boco 43 Wäschereien. In Kilometern ausgedrückt bedeutete das für das Jahr 2016: 51.137.000 km, die unsere Servicefahrer zurücklegten. Um der Verantwortung gerecht zu werden, die der damit verbundene Ausstoß an Treibhausgasen mit sich bringt, haben wir ein umfassendes Maßnahmenpaket geschnürt.

Was vielfach vergessen wird: Umweltschutz ist sehr häufig auch ein Gebot wirtschaftlichen Denkens! CWS-boco hat das längst erkannt. Da zu erwarten steht, dass unsere Fahrzeugflotte in nächster Zukunft mit verschärften Vorschriften hinsichtlich des Ausstoßes von Treibhausgas konfrontiert wird, kommen wir den politischen Entscheidungen einfach zuvor. Denn in absehbarer Zeit dürfen die Umweltzonen in Städten nur noch bei Erfüllung bestimmter Abgasgrenzen befahren werden. Unsere Serviceflotte muss trotzdem immer zuverlässig vor Ort sein. Aus vielerlei Gründen führt also langfristig an neuen Antriebssystemen kein Weg vorbei.

Zu erwartende Treibstoffpreissteigerungen motivieren uns zusätzlich, den gesellschaftspolitischen Ereignissen vorzugreifen. Damit wir der Entwicklung schon jetzt voraus und auch zukünftig gut aufgestellt sind, optimieren wir kontinuierlich sowohl die Routen unserer Servicefahrer als auch die Beladung der Servicefahrzeuge.

Für die Zukunft verfolgt CWS-boco daher eine zweigleisige Strategie: Langfristig arbeiten wir an einem Wechsel der Antriebssysteme, während wir kurz- und mittelfristig den Kraftstoffverbrauch dadurch reduzieren, dass wir durch Streckenoptimierung weniger Kilometer fahren und durch verbesserte Beladung sowie strategisch geschickte Platzierung der Lager und Wäschereien den Verbrauch zusätzlich senken.

*korrigierter Wert aus Zwischenbericht 2016

CASE

Unnötiger Verbrauch ist geliefert.

Taktik der kurzen Wege: Dank unserer strategischen und taktischen Tourenoptimierung sind wir in der Lage, Einsparpotenziale bei Kilometer- und Treibstoffverbrauch zu erkennen und effizient zu nutzen. Ein wichtiger Helfer dabei ist die Software „Optimize My Day“ (OMD), die die Touren der CWS-boco Fahrer schnell und flexibel optimiert: Das Programm berechnet auf Basis der vorliegenden Tagesaufgaben die kürzeste und damit umweltschonendste Auslieferungsstrecke.

Alle vier Wochen erhält der Depot-/Teamleiter über einen separaten OMD-Server die Daten der von ihm verantworteten Servicetouren zur Übersicht. Auf diese Weise können die Touren am Depotstandort zeitnah auch zwischen den jeweiligen strategischen Planungen angepasst werden.

Die Tochtergesellschaft in Irland ist Vorreiter mit dieser Technologie, die bereits seit Ende 2012 im Einsatz ist. Für Schweden steht der Roll-out des OMD-Programms unmittelbar bevor. 2017 folgen Österreich und Länder der Eurasischen Wirtschaftsunion (EEU). Mit diesem Roll-out von über 80 % ist das strategische Ziel zum Greifen nahe: die OMD-Anbindung sämtlicher CWS-boco Länder.



Weniger ist mehr: Das ist Programm beim Routenplanungstool OMD.

HIGHLIGHTS 2016 – LOGISTIK



unserer Fahrer waren 2016 mit OMD ausgestattet

(BeLux, CH, DE, IE, IT, NL)

Bei der Gesamtzahl von 1.609 Fahrern sind das rund 75 %.



905.627 km

Eingesparte Kilometer

Die seit 2014 stark gestiegene Zahl der eingesparten Fahrkilometer unserer Flotte ist auf die flächendeckende Einführung von OMD-Technik und ein optimiertes Reporting an unseren internationalen Standorten zurückzuführen.

CASE

Einfache Wege für vielfache Effizienz.

Unser Zentrallager für Berufskleidung, das Customer Fulfillment Center im polnischen Międzyrzecz, ist ein Paradebeispiel für Schnelligkeit. Hier werden in besonders eiligen Fällen Kleidungsstücke innerhalb von vier Stunden an den Träger angepasst und auf die Reise gebracht. Eine durchdachte Logistik- und Warensteuerung ist Voraussetzung für diese Flexibilität.

Um dabei unser Ziel, unnötige Kilometer einzusparen, nicht aus den Augen zu verlieren, planen wir unsere Touren entsprechend: verschiedene Lieferungen an unsere Landesge-

sellschaften – auch für unterschiedliche Länder – werden gesammelt und in einem Fahrzeug ausgeliefert; Rücksendungen nach Polen werden so geplant, dass wir auf dem Rückweg neue Bestellungen mitnehmen und somit Leerfahrten vermeiden können.

Auch die Nähe zu unseren Zulieferbetrieben in Osteuropa hilft uns, Routen optimal zu nutzen, da das CFC das geografische Bindeglied zwischen unseren Kooperationspartnern und unseren Kunden darstellt. So legt unsere Kleidung keine doppelten Wege zurück.



Effiziente Logistik- und Warensteuerung spart Ressourcen und sorgt für reibungslose Lieferwege sowie zufriedene Kunden.

Status, Ziele, Maßnahmen.

Handlungsfeld	Status	Ziel 2020	Maßnahme
Energieeffizienz Energieeinsatz beim Waschen und Trocknen in unseren Wäschereien.	43 Wäschereien; Verbrauch 2016: 1,09 kWh/kg Wäsche (Handtuchrollen, Matten, Berufskleidung).	Verringerung des Verbrauchs um 30 %.	Modernisierung des Wäschereinetzwerkes. Effizienzsteigerung bei den Anlagen durch Wärmetauscher; Mangeln und Trockner mit Gas- anstelle von Dampfbetrieb.
Wassereffizienz Wasserverbrauch beim Waschen und Trocknen in unseren Wäschereien.	Wasserverbrauch 2016: 7,55 l/kg Wäsche (Handtuchrollen, Matten, Berufskleidung).	Verringerung des Verbrauchs um 10 %.	Große Waschvolumina und verantwortungsvoller Umgang mit der Ressource Wasser.
Waschmittelfizienz	Gesamtverbrauch Waschmittel in Wäschereien 2016: 3.425 Tonnen.	Entwicklung eines Konzepts zur Harmonisierung des Waschmittelverbrauchs.	Mehrfachnutzung von Waschwasser, in dem die Waschsubstanzen noch aktiv sind und weiterwirken.
CO₂-Emissionen (direkt und indirekt)	Gefahrene Kilometer unserer Flotte 2016: 51.137.000 km, CO ₂ -Emissionen: 20.027 Tonnen. CO ₂ -Emissionen aus dem Wäschereibetrieb: 35.856 Tonnen.	Reduktion des direkten und indirekten CO ₂ -Ausstoßes um insgesamt 20 %.	Routenoptimierung durch OMD, Erneuerung der Flotte, junger Fuhrpark, sparsame Antriebe. Für Maßnahmen in den Wäschereien vgl. Handlungsfeld Energieeffizienz.

Initiativen & Mitgliedschaften.

VON CWS-boco UNTERSTÜTZTE INITIATIVEN UND ORGANISATIONEN (AUSWAHL):



Die CWS-boco Gruppe bekennt sich mit ihren Corporate-Responsibility-Leitlinien zu einem verantwortungsvollen und nachhaltigen Umgang mit Menschen und Umwelt. Als einer der Qualitäts- und Innovationsführer in unseren Geschäftsfeldern sehen wir uns in der Verpflichtung, ein langfristig angelegtes Nachhaltigkeitskonzept zur Sicherung einer lebenswerten Zukunft zu verfolgen. Teil dieser Verpflichtung ist es, unserem Engagement auch über Werkstore und Ländergrenzen hinaus Geltung zu verschaffen.

Aus diesem Grunde ist es für uns ein besonderes Anliegen, uns in nationalen und internationalen Verbänden, Initiativen und Partnerschaften für unsere Nachhaltigkeitsideale starkzumachen, beispielsweise in Verbänden für nachhaltige Textilwirtschaft wie dem Verband Textilpflege Schweiz (VTS), der niederländischen Federatie Textielbeheer Nederland (Federation Textiles Netherlands), der European Textile Services Association (ETSA), dem Wirtschaftsverband Textil Service e. V. (WIRTEX) und dem Industrieverband Textil Service e. V.

Außerdem sind die Ländergesellschaften der CWS-boco Gruppe in diversen Vereinigungen zu spezifischen Verantwortungsbereichen wie Arbeitssicherheit oder nachhaltige Beschaffung organisiert (beispielsweise in Polen die Safe at Work Coalition (Koalicja Bezpieczni w Pracy) in Italien die Vereinigung Acquisti & Sostenibilità oder in Österreich die zahlreichen Kooperationen mit Einkaufsgenossenschaften wie BBG, Hogast, P.E.G. und andere.

Besondere Relevanz und Sensibilität haben in unserem Geschäftsmodell alle Tätigkeiten der CWS-boco Supply Chain Management GmbH, die ebenfalls in diversen Initiativen und Organisationen aktiv ist – beispielsweise im Deutschen Textilvereinigungs-Verband e.V. (DTV), im Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME), bei German Fashion/BESPO, Fairtrade und Dialog Textil-Bekleidung e. V. (DTB), in der Business Social Compliance Initiative (BSCI) sowie dem Bündnis für nachhaltige Textilien.

Daneben unterstützen wir zahlreiche gemeinnützige Organisationen und Initiativen finanziell. Auf eine Auflistung aller von uns unterstützten Organisationen und Initiativen müssen wir an dieser Stelle verzichten – allein aus Platzgründen. Grundsätzlich gilt aber, dass wir bei unseren Entscheidungen für Förderprojekte und Initiativen mindestens so kritisch vorgehen wie bei der täglichen Arbeit in unserem Kerngeschäft.

Über diesen Bericht.

Der Berichtszeitraum der vorliegenden Publikation umfasst das Kalenderjahr 2016. Zusätzliche Informationen aus dem Geschäftsjahr 2017 haben die Berichtsinhalte bis zum Redaktionsschluss im zweiten Quartal 2017 teilweise ergänzt.

Der Bericht gibt Auskunft über die bestehenden und geplanten Nachhaltigkeitsleistungen sowie die entsprechende strategische Ausrichtung der Gruppe. Die Zielgruppe des Berichts bildet eine Schnittmenge mit den relevanten internationalen Stakeholdern.

Der jährliche Publikationszyklus unserer Nachhaltigkeitsberichte im Wechsel Zwischenbericht und vollumfänglicher Bericht nach GRI-Rahmenwerk ist bis auf Weiteres auch zukünftig geplant.

Einen Geschäftsbericht veröffentlicht CWS-boco neben dem Nachhaltigkeitsbericht nicht; die Geschäftszahlen werden in der jährlichen konsolidierten Finanzberichterstattung unserer 100%igen Anteilseignerin Haniel veröffentlicht.

Der vorliegende Bericht wurde in Übereinstimmung mit der Kernoption der von der Global Reporting Initiative (GRI) erarbeiteten G4-Leitlinie erstellt. Neben der Prüfung des Content Index durch GRI hat der Bericht keine externe Prüfung durchlaufen. Er erscheint in deutscher und in englischer Sprache und wird neben der gedruckten Ausgabe als PDF-Version online veröffentlicht.

Sofern sich Inhalte auf Personengruppen beziehen und nur die männliche Form gewählt wurde, ist dies nicht geschlechtsspezifisch gemeint, sondern dient ausschließlich der besseren Lesbarkeit.

ANSPRECHPARTNER FÜR FRAGEN

Talar Arzuyan-Kadoglou,
Head of Corporate Communications & Responsibility,
Dreieich Plaza 1B, 63303 Dreieich, Deutschland
Telefon +49 6103 309-1032
talar.arzuyan-kadoglou@cws-boco.com

Zukunftsgerichtete Aussagen

Dieser Nachhaltigkeitsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Diese Aussagen basieren auf Annahmen und Erwartungen auf Grundlage der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Berichts verfügbaren Informationen. Sie sind daher mit Risiken verbunden und nicht als Garantien der prognostizierten Entwicklungen und Ergebnisse zu verstehen.

Eine Vielzahl dieser Risiken und Ungewissheiten wird von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss der CWS-boco International unterliegen und heute nicht sicher abgeschätzt werden können. Zu diesen Risikofaktoren gehören zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Rahmendaten, das Erreichen erwarteter Synergieeffekte sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. CWS-boco International übernimmt keine Verpflichtung, die in diesem Bericht gemachten zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren.

ONLINE-INFORMATIONEN

Nachhaltigkeit bei CWS-boco



www.cws-boco.com/nachhaltigkeit

Der Haniel Geschäftsbericht



<http://haniel.corporate-report.com/>

GRI Content Index.



Der Nachhaltigkeitsbericht 2017 der CWS-boco Gruppe orientiert sich an den Vorgaben der G4-Leitlinie der Global Reporting Initiative (GRI). Der international anerkannte GRI-Leitlinie definiert Aspekte und Indikatoren, die das Unternehmen nutzt, um seine wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Leistungen sowie die Auswirkungen seines unternehmerischen Handelns zu messen. Das Rahmenwerk bietet Transparenz und Vergleichbarkeit bei den Leistungen des Unternehmens in den entsprechenden Handlungsfeldern.

ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

Allgemeine Standardangaben	Seite(n)	Auslassungen	Kommentare
STRATEGIE UND ANALYSE			
G4-1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	2/3		
ORGANISATIONSPROFIL			
G4-3 Name des Unternehmens	Cover, U2		
G4-4 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	6		
G4-5 Hauptsitz des Unternehmens	60		Franz-Haniel-Platz 6-8, 47119 Duisburg.
G4-6 Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt	5		
G4-7 Rechtsform und Eigentümerstruktur	U2, 60		CWS-boco International GmbH.
G4-8 Wesentliche Märkte	5		
G4-9 Größe des Unternehmens	U2		
G4-10 Mitarbeiterstruktur	U2		
G4-11 Mitarbeiter mit Tarifverträgen	60		Die berichtenden Gesellschaften sind an individuelle und/oder länderspezifische Tarifverträge gebunden, die für den Berichtszeitraum nicht einheitlich abgebildet werden konnten.
G4-12 Lieferkette des Unternehmens	7, 42-45		
G4-13 Wesentliche Veränderungen der Eigentumsverhältnisse sowie der Größe und Struktur des Unternehmens im Berichtszeitraum	5		2017: Joint Venture mit Initial.
G4-14 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	16, 28, 33, 44		
G4-15 Unterstützung externer Initiativen	58		Einzelne internationale Tochterunternehmen der Gruppe unterstützen weitere regionale Initiativen, die in diesem Bericht nicht genannt werden.
G4-16 Mitgliedschaften in strategisch relevanten Verbänden und Interessensgruppen	58		Einzelne internationale Tochterunternehmen der Gruppe unterstützen weitere regionale Verbände und Interessensgruppen, die in diesem Bericht nicht genannt werden.

Allgemeine Standardangaben	Seite(n)	Auslassungen	Kommentare
ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN			
G4-17 Liste der konsolidierten Unternehmen	7		
G4-18 Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte	U2, 14, 15, 59		
G4-19 Wesentliche Aspekte	14, 15		
G4-20 Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens	14, 15, 16, 17		
G4-21 Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens	14, 15, 16, 17		
G4-22 Neudarstellungen von Informationen im Vergleich zu vorherigen Berichten	15		
G4-23 Änderungen im Umfang und Grenzen der Aspekte im Vergleich zu vorherigen Berichten	15		
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN			
G4-24 Einbezogene Stakeholdergruppen	12, 13		
G4-25 Auswahl der Stakeholder	12, 13		
G4-26 Ansätze für den Stakeholderdialog (Art/Häufigkeit)	12, 13		
G4-27 Berücksichtigung zentraler Anliegen von Stakeholdern	12, 13, 14		
BERICHTSPROFIL			
G4-28 Berichtszeitraum	59		
G4-29 Datum des vorherigen Berichts	61		2016 (September).
G4-30 Berichtszyklus	59		
G4-31 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	59		
G4-32 Option der Übereinstimmung und GRI-Inhaltsindex	59		
G4-33 Externe Prüfung des Berichts	59		
UNTERNEHMENSFÜHRUNG			
G4-34 Führungsstruktur des Unternehmens	11		
ETHIK UND INTEGRITÄT			
G4-56 Grundsätze, Unternehmenswerte und Verhaltenskodizes	9, 10, 11		
G4-58 Mechanismen zur Meldung von unethischem und gesetzeswidrigem Verhalten	10		

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

DMA und Indikatoren	Kurzbeschreibung des Indikators	Seite(n)	Auslassungen	Kommentare
---------------------	---------------------------------	----------	--------------	------------

KATEGORIE: WIRTSCHAFTLICH**ASPEKT: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG**

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	3, 5, 14-16		
G4-EC1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	U2		Vgl. Haniel-Geschäftsbericht 2016 (S.86 ff.).

ASPEKT: MARKTPRÄSENZ

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	2, 3, 5		
G4-EC6	Anteil der lokal angeworbenen Führungskräfte an Hauptgeschäftsstandorten	11		

ASPEKT: INDIRECTE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	2, 3, 5		
G4-EC8	Art und Umfang erheblicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	7, 37, 42-44		

ASPEKT: BESCHAFFUNG

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	42		
G4-EC9	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten	62	Quantitative Daten zu den Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten lagen zum Berichtszeitraum 2016 nicht vor. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	Vgl. S. 42-45 zum Lieferkettenmanagement.

KATEGORIE: ÖKOLOGISCH**ASPEKT: MATERIALIEN**

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	15, 18, 35		
G4-EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	U2, 50, 51, 72, 73		
G4-EN2	Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz	38, 39		

ASPEKT: ENERGIE

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	18, 47, 54		
G4-EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	U2, 53, 71		
G4-EN6	Verringerung des Energieverbrauchs	47, 71		
G4-EN7	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	41, 71		

ASPEKT: WASSER

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	18, 50, 51		
G4-EN10	Prozentsatz und Gesamtvolumen des wieder zugeführten und wiederverwendeten Wassers	62	Quantitative Daten zu wiederverwendetem Wasser standen bis Redaktionsschluss für den Berichtszeitraum 2016 nicht zur Verfügung. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	Informationen zur Wasserrückgewinnung vgl. S. 16, 25, 51.

DMA und Indikatoren	Kurzbeschreibung des Indikators	Seite(n)	Auslassungen	Kommentare
ASPEKT: EMISSIONEN				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	17, 47, 50, 54		
G4-EN15	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	U2, 57, 71, 72		
G4-EN16	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	U2, 53, 57, 71, 72		
G4-EN17	Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	U2, 57, 71, 72		
G4-EN19	Reduzierung der THG-Emissionen	54		
ASPEKT: ABWASSER UND ABFALL				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	2		
G4-EN22	Gesamtvolumen der Abwasser-einleitung nach Qualität und Einleitungsort	63	Quantitative Daten zum Volumen geplanter und ungeplanter Abwassereinleitungen standen bis Redaktionsschluss für den Berichtszeitraum 2016 nicht zur Verfügung. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	Vgl. Informationen zur Wasserrückgewinnung auf S. 16, 25, 51. Sonderabwasser entsteht in den CWS-boco Wäschereien i. d. R. nicht, da keine chemischen Reinigungsprozesse stattfinden. Die Erhebung von Kennzahlen und die Definition von Zielen gestaltet sich auf Gruppenebene bisher schwierig. Erschwert wird die Implementierung entsprechender Prozesse u. a. dadurch, dass in Deutschland und andernorts die Kommunen eigenständig entscheiden, ab welchem Verschmutzungsgrad Abwasser zur Aufbereitung in Kläranlagen geleitet werden muss. Zudem sind die Industrie-/Gewerbegebiete, in denen die CWS-boco Wäschereien i. d. R. angesiedelt sind, mit sehr unterschiedlicher Infrastruktur (Hebeanlagen etc.) für die Entsorgung aufgestellt.
G4-EN23	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	63	Quantitative Daten zum Volumen des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode standen bis Redaktionsschluss für den Berichtszeitraum 2016 nicht zur Verfügung. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	Je nach Reinigungsart entsteht in den CWS-boco Wäschereien Sondermüll aus Schlacke, Textilfasern und/oder Schmutzstoffen. Diese Stoffe werden gebunden, abgeschöpft oder abgepumpt und als Sondermüll von Entsorgungsunternehmen abtransportiert.
ASPEKT: PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	4, 8, 16, 35		
G4-EN27	Umfang der Maßnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	38, 39, 40, 72		
G4-EN28	Prozentsatz der zurückgenommenen verkauften Produkte und deren Verpackungsmaterialien nach Kategorie	39		

DMA und Indikatoren	Kurzbeschreibung des Indikators	Seite(n)	Auslassungen	Kommentare
ASPEKT: COMPLIANCE				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10		
G4-EN29	Geldwert erheblicher Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften	64		Strafen mit erheblichem Geldwert für die Nichteinhaltung von Umweltgesetzen oder -vorschriften sind im Berichtszeitraum 2016 nicht angefallen bzw. wurden innerhalb der Gruppe nicht gemeldet.
ASPEKT: TRANSPORT				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	6, 47, 54, 55		
G4-EN30	Erhebliche ökologische Auswirkungen durch den Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien, die für die Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden, sowie durch den Transport von Mitgliedern der Belegschaft	54, 55, 56		
ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	7, 17, 37, 42, 43		
G4-EN32	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	64	Ein exakter Prozentsatz wurde auf Gruppenebene für den Berichtszeitraum 2016 nicht ermittelt. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	Zum systematischen Lieferkettenmanagement und der Auditierung und Risikobewertung durch externe Partner vgl. S. 7, 42, 43, 44, 73.
G4-EN33	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	19, 37, 42, 43		
ASPEKT: BESCHWERDEMECHANISMEN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	7, 10, 43		
G4-EN34	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden	64, 71		Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen über ein formelles Verfahren wurden im Berichtszeitraum 2016 nicht eingereicht. Kritische Fälle werden ggf. von externen Auditierungspartnern ermittelt und bearbeitet.

DMA und Indikatoren	Kurzbeschreibung des Indikators	Seite(n)	Auslassungen	Kommentare
---------------------	---------------------------------	----------	--------------	------------

KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH, UNTERKATEGORIE: ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG
ASPEKT: BESCHÄFTIGUNG

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	16, 18, 23		
G4-LA1	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region	70		

ASPEKT: ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	18, 23, 28, 29, 30, 33		
G4-LA5	Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, die in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten ist, die die Überwachung von Programmen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unterstützen und entsprechende Beratung anbieten	65	Ein exakter Prozentsatz wurde auf Gruppenebene für den Berichtszeitraum 2016 nicht ermittelt. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	In allen neun Berichtsländern gibt es Verantwortliche für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, insbesondere an den Wäschereistandorten.
G4-LA6	Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht	28, 33, 65	Eine exakte Unterscheidung nach Art der Verletzung liegt für die berichtenden Landesgesellschaften für den Berichtszeitraum nicht vor. Arbeitsbedingte Todesfälle wurden nicht gesondert erfasst. Ein einheitliches Regelwerk für die Erfassung von Unfallstatistiken wird auf Gruppenebene nicht angewendet. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	
G4-LA7	Arbeiter mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung	28, 29		

ASPEKT: AUS- UND WEITERBILDUNG

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	16, 18, 23, 31		
G4-LA9	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	28, 31, 70		
G4-LA10	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, die zur fortdauernden Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter beitragen und diese im Umgang mit dem Ausstieg aus dem Berufsleben unterstützen	28, 29, 31	Daten zu Übergangshilfsprogrammen zur Erleichterung fortdauernder Beschäftigungsfähigkeit oder zum Umgang mit dem Ausstieg aus dem Berufsleben infolge von Ruhestand oder Beendigung der Beschäftigung liegen auf Gruppenebene für den Berichtszeitraum nicht vor. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	

DMA und Indikatoren	Kurzbeschreibung des Indikators	Seite(n)	Auslassungen	Kommentare
G4-LA11	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten, nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	65	Ein exakter Prozentsatz wurde auf Gruppenebene im Berichtszeitraum nicht ermittelt. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	In allen Landesgesellschaften finden regelmäßige Bewertungs- und Feedbackgespräche mit den Mitarbeitern statt. Bei diesen Treffen werden Maßnahmen zur Aus- und Weiterbildung sowie zur Karriereentwicklung besprochen.

ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	7, 17, 18, 37, 42, 43		
G4-LA14	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden	66	Ein exakter Prozentsatz wurde auf Gruppenebene im Berichtszeitraum nicht ermittelt. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	Zum systematischen Lieferkettenmanagement und der Auditierung und Risikobewertung durch externe Partner vgl. S. 7, 42, 43, 44, 73.
G4-LA15	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	19, 37, 42, 43, 44		

ASPEKT: BESCHWERDEMECHANISMEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	7, 10, 42, 43, 44		
G4-LA16	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden	66, 71		Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken über ein formelles Verfahren wurden im Berichtszeitraum 2016 nicht eingereicht. Kritische Fälle werden ggf. von externen Auditierungspartnern ermittelt und bearbeitet.

KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH, UNTERKATEGORIE: MENSCHENRECHTE**ASPEKT: INVESTITIONEN**

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	35, 37		
G4-HR1	Prozentsatz und die Gesamtzahl der signifikanten Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden	66	Ein exakter Prozentsatz wurde auf Gruppenebene im Berichtszeitraum nicht ermittelt. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	

ASPEKT: GLEICHBEHANDLUNG

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10		
G4-HR3	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	71		

ASPEKT: KINDERARBEIT

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10		
G4-HR5	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	71		

DMA und Indikatoren	Kurzbeschreibung des Indikators	Seite(n)	Auslassungen	Kommentare
ASPEKT: ZWANGSARBEIT ODER PFLICHTARBEIT				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	37		
G4-HR6	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen ein erhebliches Risiko von Zwangs- oder Pflichtarbeit besteht, und ergriffene Maßnahmen als Beitrag zur Beseitigung aller Formen von Zwangs- oder Pflichtarbeit	44		
ASPEKT: RECHTE DER INDIGENEN BEVÖLKERUNG				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	37		
G4-HR8	Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Rechte der indigenen Bevölkerung verletzt wurden, und ergriffene Maßnahmen	67		Konkrete Vorfälle, bei denen Rechte der indigenen Bevölkerung verletzt wurden und entsprechende Maßnahmen erfolgten, wurden von der CWS-boco Supply Chain Management GmbH im Berichtszeitraum nicht erfasst.
ASPEKT: PRÜFUNG				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10, 37		
G4-HR9	Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen geprüft wurden	42, 43, 44, 73		
ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTE				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10, 37, 42, 43, 44		
G4-HR10	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	43, 44, 73	Die quantitative Ermittlung bezieht sich auf die Einhaltung der Menschenrechte aller strategischen Partner und Lieferanten. Eine gesonderte Betrachtung der neuen Lieferanten kann nicht abgebildet werden. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	
ASPEKT: BESCHWERDEMECHANISMEN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTSVERLETZUNGEN				
G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10		
G4-HR12	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf menschenrechtliche Auswirkungen, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden	71		

DMA und Indikatoren	Kurzbeschreibung des Indikators	Seite(n)	Auslassungen	Kommentare
---------------------	---------------------------------	----------	--------------	------------

KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH, UNTERKATEGORIE: GESELLSCHAFT**ASPEKT: LOKALE GEMEINSCHAFTEN**

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	37		
G4-S01	Prozentsatz der Geschäftsstandorte, bei denen Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme umgesetzt wurden	68	Konsolidierte Daten und genaue Prozentangaben zu den Geschäftsstandorten, bei denen Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme umgesetzt wurden, liegen auf Gruppenebene nicht vor. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	Die CWS-boco Supply Chain Management GmbH prüft an strategisch relevanten Standorten (beispielsweise in Indien, vgl. S. 37) die Notwendigkeit und die Potenziale von Maßnahmen und setzt sie vor Ort um.

ASPEKT: KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10		
G4-S04	Informationen und Schulungen über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	71		

ASPEKT: COMPLIANCE

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10		
G4-S08	Geldwert erheblicher Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	10		Quantitative Daten können nicht berichtet werden, da im Berichtszeitraum keine Non-Compliance-Fälle mit erheblichem Geldwert bzw. monetären Strafen ermittelt wurden.

ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH GESELLSCHAFTLICHER AUSWIRKUNGEN

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10, 37, 42, 43, 44		
G4-S09	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft überprüft wurden	44, 73	Die quantitative Ermittlung bezieht sich auf die Einhaltung der Menschenrechte aller strategischen Partner und Lieferanten. Eine gesonderte Betrachtung der neuen Lieferanten kann nicht abgebildet werden. Wir arbeiten daran, für den kommenden Berichtszyklus Daten zu erfassen.	

ASPEKT: BESCHWERDEMECHANISMEN HINSICHTLICH GESELLSCHAFTLICHER AUSWIRKUNGEN

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10		
G4-S011	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden	71		

DMA und Indikatoren	Kurzbeschreibung des Indikators	Seite(n)	Auslassungen	Kommentare
---------------------	---------------------------------	----------	--------------	------------

KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH, UNTERKATEGORIE: PRODUKTVERANTWORTUNG
ASPEKT: KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	6, 35		
G4-PR1	Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln	69	Eine Prüfung erfolgt nicht nach Produkt- und Dienstleistungskategorien sowie ihren potenziellen Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit. Der Indikator kann demzufolge nicht abgebildet werden.	Verbesserungspotenziale werden u. a. von der CWS-boco Supply Chain Management GmbH entlang des gesamten Produktportfolios von CWS-boco kontinuierlich ermittelt.

ASPEKT: KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	6, 35, 38		
G4-PR3	Art der Produkt- und Dienstleistungsinformationen, die durch die Verfahren der Organisation für Informationen über und Kennzeichnung von Produkte(n) erforderlich sind, sowie Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, die solchen Informationspflichten unterliegen	38		
G4-PR4	Gesamtzahl der Verstöße gegen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf die Informationen über und die Kennzeichnung von Produkte(n) und Dienstleistungen, dargestellt nach Art der Folgen	63		
G4-PR5	Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	25, 26, 27		

ASPEKT: COMPLIANCE

G4-DMA	Angaben zum Managementansatz	10		
G4-PR9	Geldwert der erheblichen Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	69		Strafen mit erheblichem Geldwert für die Nichteinhaltung von Umweltgesetzen oder -vorschriften sind im Berichtszeitraum 2016 nicht angefallen bzw. wurden innerhalb der Gruppe nicht gemeldet.

Zahlen & Daten.

KENNZAHLEN AUS DEM NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT*

Zentrale Mitarbeiterdaten	2016	2015
Mitarbeiterdaten nach Geschäftsebenen		
Gesamtzahl der Mitarbeiter zum Jahresende (Kopfzahl)	6.931	6.777
Gesamtzahl der Mitarbeiter im Management	554	499
Gesamtzahl der Mitarbeiter in der Verwaltung	663	621
Gesamtzahl der Mitarbeiter in Wäscherei und Service	4.191	4.176
Gesamtzahl der Mitarbeiter im Vertrieb	1.523	1.481
Mitarbeiterdaten nach Geschlecht und Führungsebene		
Anteil der männlichen Mitarbeiter (in Prozent)	51	51
Anteil der weiblichen Mitarbeiter (in Prozent)	49	49
Anteil der männlichen Mitarbeiter in Führungspositionen (in Prozent)	72,9	73,1
Anteil der weiblichen Mitarbeiter in Führungspositionen (in Prozent)	27,1	26,9
Anteil der Mitarbeiter in Führungspositionen (Alter < 30, in Prozent)	3,4	3,0
Anteil der Mitarbeiter in Führungspositionen (Alter 30-50, in Prozent)	66,8	67,7
Anteil der Mitarbeiter in Führungspositionen (Alter > 50, in Prozent)	29,8	29,3
Mitarbeiterdaten nach Geschlecht und Fluktuation		
Gesamtzahl der neuen männlichen Mitarbeiter	847	589
Gesamtzahl der neuen weiblichen Mitarbeiter	631	431
Anteil der neuen männlichen Mitarbeiter (in Prozent)	57,3	57,7
Anteil der neuen weiblichen Mitarbeiter (in Prozent)	42,7	42,3
Anteil der männlichen Mitarbeiter, die im Berichtsjahr aus dem Unternehmen ausgeschieden sind (in Prozent)	54	59
Anteil der weiblichen Mitarbeiter, die im Berichtsjahr aus dem Unternehmen ausgeschieden sind (in Prozent)	46	41
Mitarbeiterdaten nach Alter und Fluktuation		
Anteil der Neueinstellungen im Berichtsjahr (Alter < 30, in Prozent)	38,5	39,3
Anteil der Neueinstellungen im Berichtsjahr (Alter 30-50, in Prozent)	49,1	48,4
Anteil der Neueinstellungen im Berichtsjahr (Alter > 50, in Prozent)	12,4	12,3
Mitarbeiterdaten nach Art des Vertrags		
Mitarbeiter mit befristetem Arbeitsvertrag (in Prozent)	14,4	13,0
Mitarbeiter mit unbefristetem Arbeitsvertrag (in Prozent)	85,6	87,0
Mitarbeiterdaten nach erhaltenen Weiterbildungsstunden		
Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung im Management	6,1	9,4
Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung in der Verwaltung	22,1	9,2
Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung in Wäscherei und Service	2,5	2,3
Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung im Vertrieb	13,5	17,1

*Die folgenden Zahlen beziehen sich auf die neun umsatzstärksten Gesellschaften der CWS-boco Gruppe

Zentrale Mitarbeiterdaten	2016	2015
---------------------------	------	------

Kennzahlen zu Compliance und Antikorruptionsmaßnahmen

Anzahl der Mitarbeiter, die im Hinblick auf Korruptionsbekämpfung geschult wurden	0	132
Anzahl der Anrufe bei der Compliance-Hotline	4	0

Mitarbeiterdaten nach Fehltagen aufgrund von Unfällen oder Krankheit

Gesamtzahl der unfallbedingten Ausfalltage	4.362	3.059
Anzahl der unfallbedingten Ausfalltage im Management	46	47
Anzahl der unfallbedingten Ausfalltage in der Verwaltung	368	159
Anzahl der unfallbedingten Ausfalltage in Wäscherei und Service	3.647	2.656
Anzahl der unfallbedingten Ausfalltage im Vertrieb	301	197
Verletzungsrate gesamt	4,52	4,62
Verletzungsrate im Management	1,07	0,28
Verletzungsrate in der Verwaltung	3,07	1,91
Verletzungsrate in Wäscherei und Service	5,89	6,82
Verletzungsrate im Vertrieb	1,79	0,79
Fehlzeiten aufgrund von Krankheit (in Prozent)	8	8

Zentrale Umweltdaten	2016	2015
----------------------	------	------

Energiedaten

Gesamtenergieverbrauch (GJ)	1.002.017	996.109
Erdgasverbrauch (Wäschereibetrieb; GJ)	574.001	563.985
Energieverbrauch eigene Servicefahrzeuge (Vans & Trucks; GJ)	1.407	6.035
Energieverbrauch geleaste Servicefahrzeuge (Vans & Trucks; GJ)	179.819	182.842
Energieverbrauch geleaste Firmenwagen (GJ)	98.189	95.338
Energieverbrauch durch Öl (Wäschereibetrieb; GJ)	39.607	35.169
Direkter Energieverbrauch gesamt (GJ)	794.834	788.031
Indirekter Energieverbrauch gesamt (GJ)	207.183	208.078
Bezogener Grünstrom (Wäschereibetrieb; GJ)	59.218	49.227
Bezogener herkömmlicher Strom (Wäschereibetrieb; GJ)	36.297	47.580
Bezogener Dampf (Wäschereibetrieb; GJ)	13.479	15.933
Energie (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Handtuchrollen (kWh)	1,18	1,20
Energie (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Matten (kWh)	0,42	0,44
Energie (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Berufskleidung (kWh)	1,67	1,66
Energie (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Flachwäsche (kWh)	1,37	1,29
Energie (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Reinraum-Produkte (kWh)	3,28	3,02

Emissionsdaten

Gesamt-CO ₂ -Emissionen (Tonnen)	56.389	55.501**
Scope 1 (Wäschereien, Serviceflotte; Tonnen)	52.385	50.950
Scope 2 (Wäschereien; Tonnen)	3.498	4.330
Scope 3 (Geschäftsreisen, Firmenwagen; Tonnen)	506	221

Wasserverbrauchsdaten

Wasser pro kg gewaschene Handtuchrollen (Liter)	5,41	5,67
Wasser pro kg gewaschene Matten (Liter)	3,16	3,5
Wasser pro kg gewaschene Berufskleidung (Liter)	14,1	13,54
Wasser pro kg gewaschene Flachwäsche (Liter)	8,24	7,39
Wasser pro kg gewaschene Reinraum-Produkte (Liter)	27,09	24,24
Gesamtwasserverbrauch in Wäschereien (Kubikmetern)	1.340.849	1.273.435

**korrigierter Wert aus Zwischenbericht 2016

Zentrale Umweltdaten	2016	2015
Waschmittelverbrauchsdaten		
Waschmittel pro kg gewaschene Handtuchrollen (Gramm)	19,92	22
Waschmittel pro kg gewaschene Matten (Gramm)	0,66	0,65
Waschmittel pro kg gewaschene Berufskleidung (Gramm)	41,41	39,94
Waschmittel pro kg gewaschene Flachwäsche (Gramm)	18,45	18,86
Waschmittel pro kg gewaschene Reinraum-Artikel (Gramm)	14,29	14,94
Gesamtwaschmittelverbrauch (Tonnen)	3.425	3.419
Kennzahlen Logistik und Transport		
Gefahrene Kilometer		
Gesamtzahl gefahrener km im Berichtsjahr (1.000 Kilometer)	51.137	50.638
Geschäftsreisen per Flugzeug (Kilometer)	2.171.772	985.274
Geschäftsreisen per Zug (Kilometer)	526.868	52.995
Flottenverbrauchs- und -emissionsdaten		
Energieverbrauch eigene Serviceflotte (Vans & Trucks; GJ)	1.407	3.419
Energieverbrauch geleaste Serviceflotte (Vans & Trucks; GJ)	179.819	177.358
Energieverbrauch geleaste Firmenwagen (GJ)	98.189	95.338
CO ₂ -Emissionen eigene Serviceflotte (Trucks & Vans; Tonnen)	101	245
CO ₂ -Emissionen geleaste Serviceflotte (Trucks & Vans; Tonnen)	12.881	12.349
CO ₂ -Emissionen geleaste Firmenwagen (Tonnen)	7.045	6.841
Kennzahlen nachhaltige Produktwelt		
Up-/Recycling von Handtuchspendern		
Anzahl der im Upcycling-Center reparierten Spender	44.506	30.812
Anzahl der im Upcycling-Center recycleten Spender	16.117	24.586
Bearbeitete Spender pro Monat	5.052	4.616
Waschräume mit „ecoilet“-Auszeichnung		
Anzahl „ecoilet“-Plaketten	2.581	2.098

Kennzahlen zum Lieferanten-/Lieferkettenmanagement	2016	2015
Klassifizierung nach Lieferantenart (Textile Care und Washroom Care)		
Gesamtzahl der Lieferanten	312	315
Gesamtzahl der Lieferanten Textile Care (Fertig- und Handelswaren, Rohstoffe)	283	272
Davon Lohnkonfektionäre (Fertigwaren)	10	9
Davon Handelspartner (Handelswaren und Rohstoffe)	273	263
Gesamtzahl der Lieferanten Washroom Care (Handelsware und Rohstoffe)	29	43
Audits		
Anzahl der Full Audits bei Lieferanten	15	5
Anzahl der Re-Audits bei Lieferanten	1	8
Anzahl der Audits/Re-Audits ohne Beanstandungen	4	0
Anzahl der auditierten Lieferanten, für die Maßnahmenpläne entwickelt wurden	11	0
Anzahl der Anrufe von Lieferanten bei der Beschwerdehotline	0	1
Risikobewertung nach Region und Art der Lieferanten (Textile Care)		
Lohnkonfektionäre: Anzahl der Lieferanten, die in Nicht-Risikoländern produzieren	1	1
Lohnkonfektionäre: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Nicht-Risikoländern produzieren (in Prozent)	1,1	1,4
Lohnkonfektionäre: Anzahl der Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren	3	3
Lohnkonfektionäre: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren (in Prozent)	2,4	2,9
Lohnkonfektionäre: Anteil der Lieferanten, die in Risikoländern produzieren	6	5
Lohnkonfektionäre: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Risikoländern produzieren (in Prozent)	7	9,3
Handelspartner: Anzahl der Lieferanten, die in Nicht-Risikoländern produzieren	261	266
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Nicht-Risikoländern produzieren (in Prozent)	81,7	78,5
Handelspartner: Anzahl der Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren	6	7
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren (in Prozent)	0,77	1
Handelspartner: Anzahl der Lieferanten, die in Risikoländern produzieren	6	5
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Risikoländern produzieren (in Prozent)	6,9	8,6
Risikobewertung nach Region und Art der Lieferanten (Washroom Care)		
Handelspartner: Anzahl der Lieferanten, die in Nicht-Risikoländern produzieren	28	keine Daten
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Nicht-Risikoländern produzieren (in Prozent)	99,97	keine Daten
Handelspartner: Anzahl der Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren	0	keine Daten
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren (in Prozent)	0	keine Daten
Handelspartner: Anteil der Lieferanten, die in Risikoländern produzieren	1	keine Daten
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Risikoländern produzieren (in Prozent)	0,03	keine Daten

Impressum.

ZERTIFIZIERUNGEN



HERAUSGEBER

CWS-boco International GmbH
Franz-Haniel-Platz 6–8
47119 Duisburg

VERANTWORTLICH

Talar Arzuyan-Kadoglou,
Head of Corporate Communications & Responsibility,
Dreieich Plaza 1B, 63303 Dreieich, Deutschland

KONTAKT

Bei Fragen bezüglich unseres Berichts oder seiner Inhalte wenden Sie sich bitte an Sabine Habermann, Corporate Publishing Manager,
CWS-boco International GmbH,
sabine.habermann@cws-boco.com

KOORDINATION

International: Talar Arzuyan-Kadoglou, Sabine Habermann, Michael Brandin
Nationale und Fachbereichskoordination: Dirk Baykal, Arjan Bolink,
Beat Büchi, Christoph Göschl, Oliver Hirschberg, Ewa Nowak, Paul O’Riordan, Anna Perolfi, Gino Verbelen, Sandra Weih, Haidi Widén-Kullman, Roman Wolf

KONZEPTION, BERATUNG UND REALISIERUNG

HOFFMANN UND CAMPE X, Hamburg, www.hoca-x.de

BILDNACHWEISE

Alle Bildrechte, wenn nicht gesondert aufgeführt:
CWS-boco International GmbH
S. 24,25,36,37,48,49,51,52: Stephan Brendgen

DRUCK

Uscha printmedia Unterleider Medien GmbH, Rödermark, Deutschland

ONLINEVERSION

www.cws-boco.com/nachhaltigkeit

