Nachhaltigkeits-
Zwischenbericht

2019/20

renewable

CWS

CWS in Zahlen

	2019
Ökonomische Kennzahlen	
Umsatz (Mio. €)	**1.188**
Operatives Ergebnis vor Einmaleffekten (Mio. €)	**155**
Beteiligungshöhe von Haniel (%)	**100***
Standorte	**in 16 Ländern**
Ökologische Kennzahlen	
Direkter Energieverbrauch in Wäschereibetrieben (GJ)	**779.463**
Gesamtwasserverbrauch in Wäschereibetrieben (m3)	**1.860.042**
CO_2-Emissionen (Scope 1–3; t; marktbasiert)	**76.288**
Soziale Kennzahlen	
Mitarbeiter (Berichtsländer)	**10.745**
Weiterbildung (in Stunden)	**36.102**
Anteil der auditierten, relevanten Lieferanten	**93,8 %**

* Am 31.07.2019 hat die Franz Haniel & Cie. GmbH sämtliche von Rentokil Initial plc gehaltenen Minderheiten-Anteile an der CWS erworben.

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Nachhaltigkeit steht bei CWS bereits seit einigen Jahren im Zentrum des Handelns. Seither hat sich die Welt spürbar verändert. Und das nicht nur unter dem Eindruck der Coronakrise, die uns alle in Atem hält.

Die Auswirkungen des Klimawandels und der Ressourcenknappheit sind allgegenwärtig. Bereits vor der Pandemie wuchs der öffentliche Druck beim Thema Nachhaltigkeit immens; Politik und Wirtschaft reagierten mit entsprechenden Programmen. Auch während und nach der Coronakrise wird der Fokus weiterhin auf die Verantwortung für Mensch und Umwelt gerichtet bleiben.

Das Servicemodell von CWS basiert auf nachhaltigem Handeln. Wir betrachten Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit nicht als Gegensätze; Nachhaltigkeit ist für uns auch ein ökonomischer Treiber.

Mit diesem Zwischenbericht laden wir Sie ein, sich aktuelle Entwicklungen in unserem Unternehmen genauer anzusehen. Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

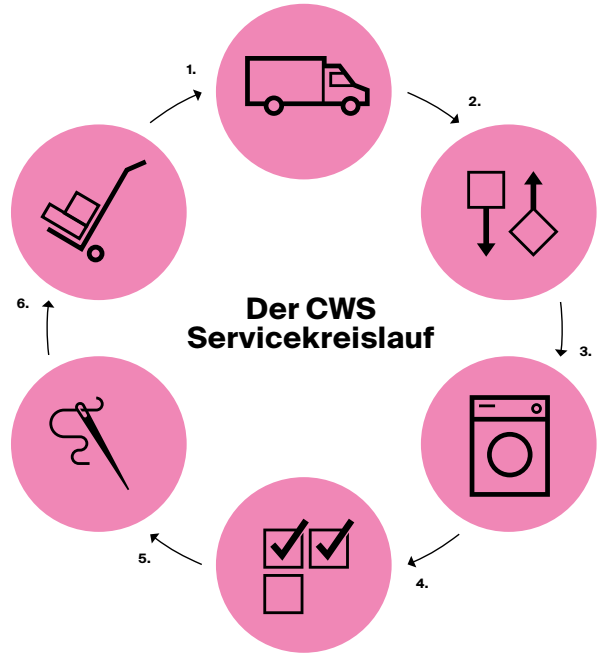
Ihr Jürgen Höfling

Inhalt

Unternehmen und Nachhaltigkeit

6 Nachhaltigkeit – der Erfolgsfaktor

CEO Jürgen Höfling erklärt, wie Nachhaltigkeit in der Strategie der CWS verankert ist und wie das Unternehmen mit dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft seinen Beitrag liefert für eine bessere und sichere Zukunft.



1. Abholen
2. Sortieren
3. Waschen + Trocknen
4. Qualitätskontrolle
5. Reparieren + Austauschen
6. Bringen

Hygiene

10 „Das Ganze sehen“

Das Thema Hygiene ist 2020 stark in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt. CWS arbeitet schon viele Jahre daran, nachhaltige Hygiene-Lösungen zu entwickeln. Frank Reisgies, General Manager Hygiene Core Business, gibt Einblicke in die Arbeit und die Lösungen für Mensch und Umwelt.

Workwear

14 Der komplette Kreislauf

Seit 2019 ist CWS Hauptmitglied des innovativen Industrieverbundes wear2wear™. Die Partnerunternehmen entwerfen und produzieren komplett kreislauffähige Funktionskleidung. Damit geht unsere Workwear Division beim Thema Nachhaltigkeit den nächsten logischen Schritt.

20 Optimise Cycles

Die Kraft unseres wirtschaftlichen Handelns erwächst aus unserem nachhaltigen Denken. Jeden Tag arbeiten wir daran, unsere Kreislaufprozesse noch besser zu machen.

22 Putting People First

An erster Stelle steht bei uns immer der Mensch. Darum gibt die Unversehrtheit unserer Mitarbeiter die Richtung für unser Handeln vor.

24 Sustain Business

Wir sind eine lernende Organisation. Wir versuchen, jeden Arbeitstag aufs Neue in unseren Kernkompetenzen noch leistungsfähiger zu werden.

26 Ziele bis 2025

28 Zahlen und Daten

32 Die Zukunft gestalten

Nachhaltigkeit – der Erfolgsfaktor

Jürgen Höfling, CEO von CWS

Bereits seit 2010 kommunizieren wir über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten. Und wenn diese Jahre eines deutlich gemacht haben, dann, dass Corporate Responsibility nicht im luftleeren Raum entstehen und wachsen kann. Jede Nachhaltigkeitsstrategie muss gesellschaftlichen und unternehmerischen Gegebenheiten Rechnung tragen. Und natürlich ist uns auch bewusst, dass wir uns stetig weiterentwickeln müssen, um glaubwürdig und angemessen auf sich verändernde Gegebenheiten reagieren zu können. Aber auch, um weiter in Sachen Nachhaltigkeit voranzugehen und Standards zu setzen. Und nicht zuletzt, um Nachhaltigkeit auch als wirtschaftlichen Hebel zu nutzen, denn wir tragen auch eine Umsatzverantwortung.

2019 haben wir also unsere Geschäftsentwicklung nochmal konkret unter Nachhaltigkeitsaspekten geprüft und auf Potenziale für nachhaltige Wertschöpfung untersucht. Hierfür haben wir unsere Nachhaltigkeitsaspekte und ihre Maßnahmen entlang der Wertschöpfungskette betrachtet.

Unser Ansatz, als Teil der Kreislaufwirtschaft unsere Produkte als Service anzubieten und auf lange Haltbarkeit, Reparaturfähigkeit und sinnvolle Verwertung am Lebenszyklusende zu setzen, ist für uns weiterhin zentral. Wir sehen Nachhaltigkeit als übergeordnetes Unternehmensziel: Wir wollen bis 2024 das nachhaltigste Unternehmen in unserer Branche werden. Dabei sind wir schon auf einem guten Weg; gerade bei der Mitarbeitersicherheit- und gesundheit, Lieferkettennachhaltigkeit sowie der Ressourcenschonung im Service-

modell haben wir bereits gute Grundlagen gelegt. Zusätzlich möchten wir nun auch die Bereiche Produktentwicklung und End-of-Life-Konzept konsequent auf Nachhaltigkeit ausrichten – hier sehen wir einen großen Hebel für unser Geschäft.

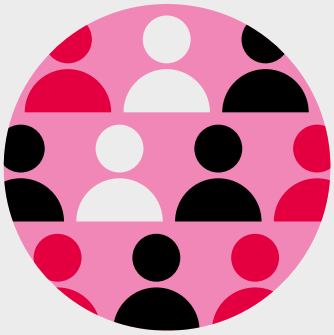
Nachhaltigkeit und CWS – das gehört zusammen. Es ist fester Teil der Unternehmensstrategie und daher auch explizit in den Divisionsstrategien verankert. Dort haben wir konkrete Prioritäten und Targets to Improve festgelegt, regelmäßig berichtet und geprüft und somit auch zur Grundlage der Erfolgsmessung gemacht. Für 2020 wurden beispielsweise Jahresziele für die Bereiche Nachhaltigkeit der Produkte, Langlebigkeit der Produkte, Plastikreduktion in den Wäschereien sowie CO_2-Einsparungen formuliert.

In der Zielerreichung setzen wir auf interdisziplinäre Exzellenz: Vertreter aller Fachbereiche arbeiten eng mit dem Nachhaltigkeitsteam zusammen, unser bereichsübergreifendes CR-Council analysiert die strategischen Fragestellungen. Im Extended Leadership Team werden diese Erkenntnisse besprochen und, wo nötig, Kursänderungen beschlossen. Darüber hinaus stehen wir im regelmäßigen Austausch mit dem Führungsteam unseres Shareholders Haniel, für welchen Nachhaltigkeit eine besondere strategische Priorität ist.

„Nachhaltigkeit und CWS – das gehört zusammen. Es ist fester Teil der Unternehmensstrategie.“

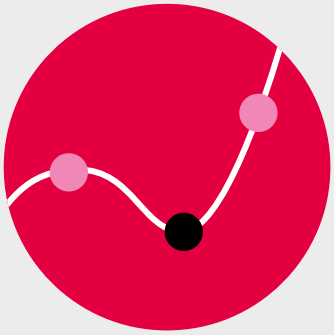
Bei all unseren Erfahrungen und Erkenntnissen wird uns gerade eindrücklich vor Augen geführt, dass es immer noch Faktoren und Ereignisse außerhalb unseres Einflussbereichs gibt, die sich unmittelbar auf unser Unternehmen auswirken. Wir stellen uns dieser Herausforderung und nehmen sie als weitere Gelegenheit, zu lernen und uns zu verbessern. Denn selbst wenn die Nachhaltigkeit von heute vielleicht nicht die Nachhaltigkeit von morgen ist – wir wissen, dass wir im Rahmen unserer Möglichkeiten die beste Grundlage schaffen müssen. So geben wir in jedem Heute unser Bestes für morgen.

Die drei Säulen unseres Handelns



Putting People First

Optimise Cycles



Sustain Business

Nachhaltige Lösungen anzubieten, die Mensch und Natur schützen – das treibt CWS täglich an.

Mit nachhaltigen Produkten und Services tragen wir zu einer sicheren und gesunden Zukunft bei. Wie gut das bereits gelingt, zeigen die Innovationen und Produkte der Divisionen Hygiene und Workwear.

„Das Ganze sehen“

Frank Reisgies leitet seit Anfang 2019 die Hygiene-Division von CWS. Das Kerngeschäft des Bereichs auf eine nachhaltige Zukunft auszurichten, liegt ihm besonders am Herzen. Im Interview spricht er über digitale Waschraumlösungen, ganzheitliche Hygienekonzepte und Mikroplastikeinsparungen.

Herr Reisgies, Handhygiene ist eines der großen Themen des Jahres 2020. Die Coronakrise hat uns allen vor Augen geführt, wie wichtig richtiges Händewaschen ist. Welche Lösungen bieten die Spezialisten der Hygiene-Division von CWS?

Frank Reisgies Schon vor Corona war klar, wie wichtig Handhygiene für die Gesundheit ist. Rund 80 Prozent aller Infektionskrankheiten werden über die Hände übertragen, doch die Ansteckungsraten lassen sich durch vernünftiges Händewaschen annähernd halbieren. Um dabei zu unterstützen, haben wir schon im Sommer 2019 die Sensorarmatur CWS SmartWash auf den Markt gebracht, die komplett kontaktlos funktioniert. Sie gibt ein vorgefertigtes Gemisch aus Wasser und Seife ab, stoppt

Wasser ist eine unserer wichtigsten Ressourcen. Bei CWS entwickeln wir nachhaltige Lösungen, die Gesundheit und Umwelt gleichermaßen schützen.

dann, bis die Hände ausreichend lange eingeseift wurden, und spült anschließend mit klarem Wasser nach. So kann niemand mehr fahrlässig auf Seife verzichten. Eine Animation im Spiegel des Waschraums zeigt das richtige Händewaschen. Offiziell vorstellen wollten wir das neue System im Mai 2020 auf der Interclean, die dann wegen Corona ausfallen musste. Eine bittere Ironie des Schicksals, könnte man sagen.

Als nachhaltige Waschlösung soll CWS SmartWash neben der Gesundheit auch die Umwelt schützen. Welche Faktoren spielen dabei eine Rolle?

Frank Reisgies SmartWash ist ein digitales Spendersystem, das der Verschwendung von Wasser und Seife vorbeugt. Da es beide Komponenten vorportioniert, lassen sich pro Waschvorgang bis zu 90 Prozent Wasser und rund 60 Prozent Seife sparen. So hält der Seifenvorrat eineinhalbmal länger als der eines klassischen Spenders mit Seifentank. Dank unserer Kooperation mit der niederländischen Stiftung Made Blue garantiert jede vermietete SmartWash-Armatur zehn afrikanischen Schulkindern ein Jahr lang Zugang zu 10.000 Litern Trinkwasser.

Frank Reisgies, Leiter der Hygiene-Division von CWS

Der Blick über den Tellerrand spielt bei CWS schon immer eine große Rolle. Sind Nachhaltigkeit und Ganzheitlichkeit zwei Konzepte, die Ihrer Meinung nach grundsätzlich zusammen gedacht werden sollten?

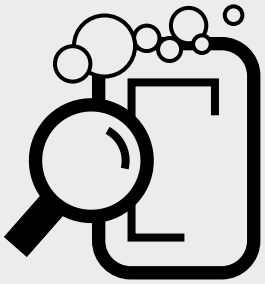
Frank Reisgies Ja, auf jeden Fall. Aus diesem Grund setzen wir auch gezielt auf umfassende und nachhaltige Hygienelösungen. Der Fokus liegt nicht mehr auf dem Verkauf einzelner Produkte, sondern auf der Komplettausstattung öffentlicher Waschräume. Von den Seifenspendern über die Stoffhandtuchrollen bis zur Toilettensitzdesinfektion designen wir Rundumlösungen, die auf die Anforderungen des jeweiligen Kundesegments zugeschnitten sind und alle Elemente optimal verzahnen. Für Kindertagesstätten ist ein solches Konzept bereits seit Februar 2020 auf dem Markt, vier weitere Konzepte für andere Einsatzgebiete werden im Laufe des Jahres folgen. Projekte für ein nachhaltigeres Produktportfolio gehören natürlich trotzdem dazu. Im Bereich Floor Care beispielsweise verlängern wir durch Reparaturprojekte jetzt schon die Lebensdauer unserer Schmutzfangmatten, um den Ausschuss deutlich zu senken. Aber viel mehr ist in Planung. Die Matten an sich sollen bei CWS in Zukunft durch steigende Recycling-Anteile noch „grüner“ werden.

SmartWash

1,5 x länger

hält der Seifenvorrat als bei einem klassischen Spender mit Seifentank.

Mikroplastik



45 **Kosmetikprodukte wurden einer kritischen Prüfung unterzogen und die chemischen Formeln falls nötig angepasst.**

31.000 kg **festes Mikroplastik** werden jährlich durch die Umstellung vermieden.

2019

Komplettausstattung öffentlicher Waschräume

Das CWS Complete Washroom Concept für Kindertagesstätten wurde 2019 entwickelt und ist seit 2020 auf dem Markt. Weitere Konzepte für Handel, Industrie und Büro werden folgen.

Schmutzfangmatten

soll die Reparaturquote von Matten mindestens steigen.

„Mit jeder Matte, die wir länger im Umlauf haben, reduzieren wir den ökologischen Fußabdruck.“

SmartWash

Die **maximale Einsparung** beim Waschvorgang beträgt:

90 % Wasser

60 % Seife

10.000 l

Trinkwasser erhalten zehn afrikanische Kinder ein Jahr lang für jede vermietete SmartWash-Armatur. Das garantiert eine Kooperation mit der niederländischen Stiftung Made Blue.

Das übergeordnete Ziel ist, dass die CWS Schmutzfangmatte in Zukunft vollständig zirkulär produziert werden kann. Aktuell beteiligen wir uns an einem europäischen Forschungsprojekt, das die Entwicklung eines geschlossenen Recyclingkreislaufes für Bodenbeläge verfolgt. Aus abgenutzten „grünen“ Matten könnten dann sogar neue Schmutzfangmatten entstehen, die unsere Kunden im Alltag in gewohnter CWS Qualität unterstützen.

Auf welche Nachhaltigkeitsinnovation sind Sie besonders stolz?

Frank Reisgies Einen großen Dienst haben wir der Umwelt erwiesen, indem wir festes Mikroplastik aus all unseren Seifen verbannt haben. Die winzigen Partikel gelangen über das Abwasser in Flüsse und Meere und richten in der Biosphäre nachweisbare Schäden an. Über die Nahrungskette landen sie irgendwann im menschlichen Körper. Filteranlagen können diese winzige Plastikfasern nicht vollständig aus dem Wasser entfernen. Deshalb gilt es, sie erst gar nicht in die Umwelt gelangen zu lassen. Darum haben wir alle unsere 45 Kosmetikprodukte einer kritischen Prüfung unterzogen. Wo immer es nötig war, haben wir die chemischen Formeln angepasst. Durch die Umstellung vermeiden wir jährlich 31 Tonnen Mikroplastik. Auch sogenanntes flüssiges Mikroplastik, das oft als chemischer Stabilisator eingesetzt wird, konnten wir aus annähernd allen Produkten eliminieren.

Schmälert der Verzicht auf festes Mikroplastik die Reinigungswirkung der Produkte?

Frank Reisgies Nein, denn wir haben die Plastikpartikel durch natürliche Stoffe ersetzt. Das funktioniert genauso gut, wie man an unserer Seife CWS Abrasiva sieht, die seit Januar 2020 mit neuer Formel auf dem Markt ist. Abrasiva wird gerne in Werkstätten genutzt, wenn Schmierfett, Öl und Ruß an den Händen kleben. Reibepartikel in der Seife helfen, diesen hartnäckigen Schmutz leichter von der Haut zu bekommen. Statt mit kleinen Kunststoffkügelchen erreichen wir diese Wirkung jetzt genauso effektiv mit Maiskolbenmehl. Es wird aus bereits gedroschenen Maiskolben gewonnen, um keine Nahrungsmittel zu verschwenden.

Plastik durch Mais zu ersetzen, wirkt recht pragmatisch. Nachhaltige Lösungen müssen offenbar nicht zwingend kompliziert sein...

Frank Reisgies Wir beobachten oft, dass gerade naheliegende Lösungen sehr positive Effekte haben. Man braucht nur den Mut, gezielt nach solchen Lösungen zu suchen und sie dann konsequent umzusetzen. Ein Beispiel ist die verlängerte Lebensdauer unserer Schmutzfangmatten. Mit jeder Matte, die wir länger im Umlauf halten, reduzieren wir unseren ökologischen Fußabdruck. Deshalb wollen wir die Reparaturquote um mindestens 20 Prozent steigern.

Welche Erkenntnis haben Sie persönlich aus der Beschäftigung mit nachhaltigen Themen gewonnen?

Frank Reisgies Dass viele Maßnahmen wirksam sein können, auch wenn man sie auf den ersten Blick kaum bemerkt. Zum Beispiel der Einsatz unbehandelter Kartons. Dass die jetzt viel besser zu recyceln sind als beschichtete Kartons, sieht man ihnen nicht an. Dennoch sind wir sicher, dass unsere Kunden den ökologischen Mehrwert zu schätzen wissen.

CWS liefert Hygiene im Gesamtpaket mit nachhaltigen Lösungen für alle Waschraum-Bedürfnisse.

Der komplette Kreislauf

Seit 2019 ist CWS Hauptmitglied des innovativen Industrieverbundes wear2wear™. Die Partnerunternehmen entwerfen und produzieren komplett kreislauffähige Funktionskleidung. Damit geht unsere Workwear Division beim Thema Nachhaltigkeit den nächsten logischen Schritt.

Die Outdoorjacke rEvolution Hybrid.

Ob Kleidungsstücke eine Seele haben, können wir nicht mit Sicherheit sagen. Fest steht aber, dass sie wiedergeboren werden können. Den Beweis liefert die Outdoorjacke rEvolution Hybrid. Weltweit ist sie eine der ersten ihrer Art, die den textilen Verwertungskreislauf vollständig durchläuft. Hergestellt aus Altkleidern und reyceltem PET, kann sie nach der Nutzung wieder vollständig recycelt werden. Aus einer Jacke wird eine Jacke wird eine Jacke.

Produziert wird die rEvolution Hybrid von der europäischen Industriepartnerschaft wear2wear™, deren Mitglieder sich der nachhaltigen Textilproduktion verschrieben haben. Seit 2019 sind wir einer der Hauptpartner in diesem Verbund. „Mit unserem Mietservice arbeiten wir längst im Sinne der Kreislaufwirtschaft“, erklärt Ricarda Hefke, Lead Buyer Textiles und wear2wear™-Projektleiterin bei CWS. „Aber wir wollen noch weiter gehen und im industriellen Maßstab aus alter Kleidung neue herstellen.“

Der Know-how-Kreislauf
Um Kleidung komplett im Kreislauf zu führen, bringt jedes wear2wear™-Unternehmen sein Know-how ein. Kommt die rEvolution Hybrid in unserem Sortiment als Workwear zum Einsatz, funktioniert das so: Per Mietmodell geben wir die Jacke an Kunden aus. Sie wird getragen, gewaschen und repariert, bis das Ende der Nutzungsphase erreicht ist.

Nun geben wir die Jacke ins Recycling, wo sie zerkleinert und aufbereitet wird. Unser Partnerunternehmen Carl Weiske verarbeitet die Polyesterfasern zu Granulat, aus dem die TWD Fibres GmbH ein Recyclinggarn spinnt. Die Schoeller Textil AG kombiniert das Garn mit einer recycelbaren Membran der Firma Sympatex zu einem Hightech-Gewebe. Der russische Konfektionär BTK vernäht das Ganze zu einer Jacke, die wir wieder an Kunden ausgeben. Der Kreislauf beginnt von vorne.

„Bei der rEvolution Hybrid haben wir die Designerfahrung aus unseren nachhaltigen Kollektionen eingebracht“, erzählt Ricarda Hefke. „Die Jacke wurde strikt nach Design2Recycle-Prinzipien entworfen. Zum Beispiel ist der Reißverschluss mit einem PVA-Garn vernäht, das sich bei hohen Waschtemperaturen auflöst.“

Nachhaltige Produktion
wear2wear™ ist für uns nur der nächste logische Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. Denn nachhaltige Materialien nutzen wir bei unseren Eigenkollektionen schon längst. „2019 haben wir fast 300.000 Kleidungsstücke aus Fairtrade-Baumwolle auf den Markt gebracht“, erklärt Frank Georgi, CEO der CWS-boco Supply Chain Management GmbH.

Bei Polyester und Baumwolle ist Nachhaltigkeit besonders wichtig. Vor allem Polyester wird oft ambivalent gesehen: Einerseits verbraucht es große Mengen Ressourcen und Energie. Andererseits macht es Textilien sehr lange haltbar. „Mit Recycling-Polyester reduzieren wir den Ressourcen- und Energieverbrauch und haben zugleich ein sehr langlebiges Produkt“, so Michael Stielow, Head of Product

Qualitätscheck - Abgemeldete Textilien werden auf Schäden, Flecken oder Verschleiß geprüft.

Mit dem Dreiklang aus nachhaltiger Produktion, Haltbarkeit und Recycling hat sich der Bereich Workwear für die Zukunft aufgestellt.

Management Workwear. „2020 haben wir unsere erste Kollektion mit recyceltem Polyester auf den Markt gebracht und setzen es bei unserer Fahrerkleidung ein."

Auch Baumwolle hat ihre Tücken in Sachen Nachhaltigkeit. Die Pflanze braucht viel Wasser, muss für die Ernte aber sehr trocken sein. Deshalb wird sie nur in wasserarmen Gebieten angebaut. Gewaltiger Süßwasserverbrauch und häufiger Pestizideinsatz machen die Plantagen oft zum Problem für Mensch und Natur.

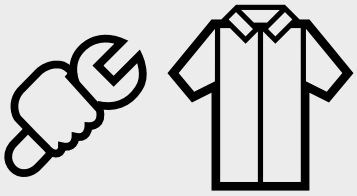
„Aus all diesen Gründen setzen wir bei unserer Eigenproduktion Fairtrade-Baumwolle ein. Seit 2019 haben wir insgesamt vier Kollektionen im Angebot", sagt Georgi. „Fairtrade sorgt für angemessene Bezahlung und verbietet Kinder- und Zwangsarbeit. Auch Pestizidverzicht und nachhaltiges Wassermanagement sind garantiert."

Härtetest für die Haltbarkeit
Auch langlebige Produkte sind Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Bevor wir ein neues Kleidungsstück ins Sortiment nehmen, muss es seine Haltbarkeit beweisen. In einem Testlabor in der Bielefelder Workwear-Wäscherei werden die Neutextilien dafür in den laufenden Waschbetrieb eingebracht. Dreißigmal werden sie mit Bekleidung aus genau der Branche gewaschen, in der sie später zum Einsatz kommen sollen. Auf den Markt dürfen sie erst, wenn sie nach dem letzten Waschgang noch immer unseren Qualitätsansprüchen genügen.

Zudem setzen wir auf Shared-Use und Wiederverwendung. „Abgemeldete Textilien entsorgen wir nicht einfach", erklärt Eva Liedtke, Head of Quality Assurance. „Stattdessen prüfen wir, ob wir sie bei anderen Kunden einsetzen können." Das geschieht unter anderem im polnischen Międzyrzecz, wo pro Tag bis zu 7.000 Kleidungsstücke auf Schäden, Flecken oder Verschleiß durchgesehen werden. Rund die Hälfte besteht den Qualitätscheck und kann weiter genutzt werden. Der Rest wird anderweitig weiterverwendet, häufig als Putzlappen.

Mit dem Dreiklang aus nachhaltiger Produktion, Haltbarkeit und Recycling hat sich der Bereich Workwear von CWS für die Zukunft der Circular Economy aufgestellt. In der Outdoorjacke rEvolution Hybrid greifen alle drei Komponenten bereits perfekt ineinander, wie der mit Bravour bestandene Haltbarkeitstest in der Bielefelder Wäscherei beweist. „Recycelt, langlebig und dann wieder recycelbar", fast Ricarda Hefke zusammen. „Mehr kann man sich für die Nachhaltigkeit eines Produktes kaum wünschen."

Nachhaltige Produktion



2,3 Millionen

Workwear-Artikel wurden 2019 in Deutschland repariert.

Selbst produzierte Kleidung aus Fairtrade-Baumwolle:

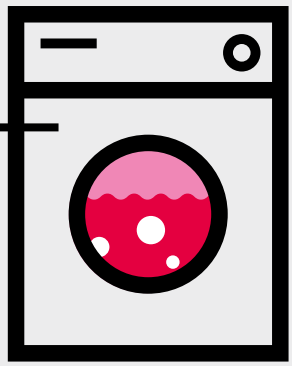
300.000

im Jahr 2019

Workwear-Testlabor

Haltbarkeit der Kleidung

30x



Prototypen werden dreißigmal mit Kleidern aus genau der Branche gewaschen, in der sie später zum Einsatz kommen. Beim ersten, fünfzehnten und dreißigsten Waschgang werden Stoffqualität, Verschmutzung und Verformung geprüft.

Nachhaltige Lieferketten

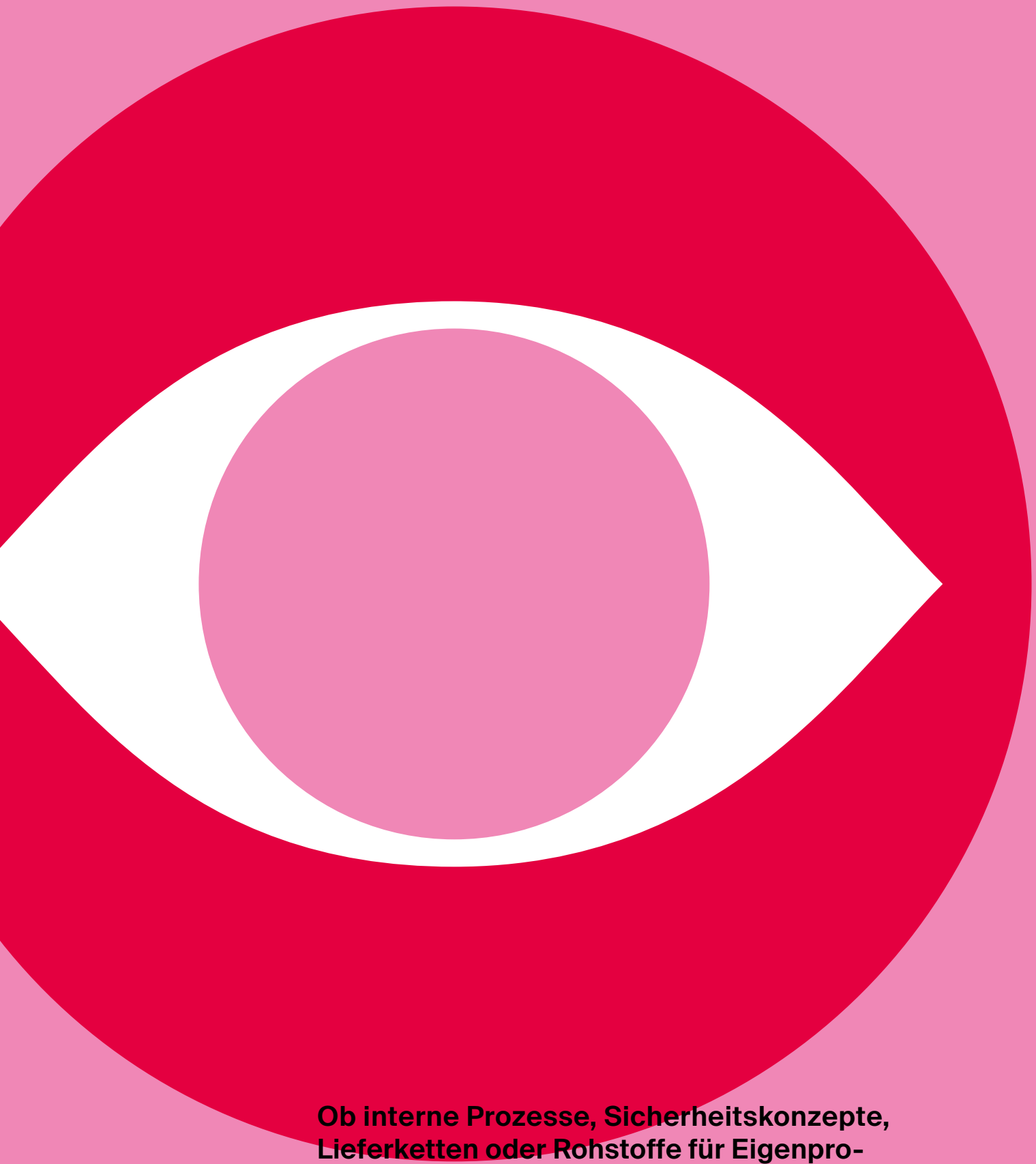
der relevanten Lieferanten haben den Code of Conduct unterzeichnet.

7.000

Gebrauchtwaren werden täglich im Customer Fulfillment Center in Polen geprüft.

Outdoorjacke rEvolution Hybrid

Weltweit eine der ersten Jacken, die den textilen Verwertungskreislauf vollständig durchläuft.



Ob interne Prozesse, Sicherheitskonzepte, Lieferketten oder Rohstoffe für Eigenproduktionen: Tag für Tag arbeitet CWS an einer gesünderen und sicheren Zukunft.

Nachhaltigkeit ist bei CWS ein Bestandteil der DNA. Sie bestimmt Denken, Handeln und die Vision des Unternehmens.

Optimise Cycles

Ohne sauberes Wasser ist kein Leben denkbar. CWS setzt sich für den Schutz dieser wertvollen Ressource ein.

Ressourcenschonung

Recycling-Wasser: 80 Prozent

Sauberes Trinkwasser ist eine wertvolle Ressource. CWS hat sich früh mit dem Thema Ressourcenschonung in den Wäschereien beschäftigt. Wir investieren in Technik und Lösungen, die dort den Wasserverbrauch minimieren. Neben Innovationen wie dem Flat Mat Washer, der mit halb so viel Wasser gegenüber dem regulären Matten-Waschprozess auskommt, gehören dazu Niedrigverbrauchs-Waschstraßen sowie die Wiederverwendung und Aufbereitung von Waschwasser. So lassen sich möglichst viele Produkte mit möglichst wenig Wasser waschen. Bis zu 80 Prozent des eingesetzten Wassers verwenden wir aktuell wieder.

Dafür sind die meisten CWS-Wäschereien als Kombi-Betriebe organisiert: An einem Standort werden mehrere Produktarten, wie zum Beispiel Stoffhandtuchrollen, Berufskleidung und Schmutzfangmatten gewaschen. Sind beispielsweise die Handtuchrollen gesäubert, lässt sich das Wasser problemlos für die Reinigung der Matten einsetzen. Das nutzt der Umwelt gleich mehrfach: Das Brauchwasser ist bereits erwärmt und mit Waschsubstanzen versetzt, das spart im zweiten Durchgang Energie und Waschmittel. Anschließend wird das Wasser für die erneute Verwendung wiederaufbereitet.

Darüber hinaus unterstützen wir auch unsere Kunden mit innovativen Produkten wie der Armatur SmartWash dabei, Wasser zu sparen.

CO_2-Emissionen

Optimieren für das Klima

Klimaschutz ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die umfassende Transformation verlangt. Auch CWS setzt alles daran, den eigenen CO_2-Fußabdruck zu reduzieren. 2019 konnte das Unternehmen den Gesamt-CO_2-Ausstoß um 7 Prozent senken. In den Wäschereien konnte er pro Kilogramm gewaschener Wäsche durch Prozessoptimierungen um 15 Prozent verringert werden.

Beim Waschen nutzt CWS die meiste Energie; 50 Prozent des gesamten CO_2-Ausstoßes im Unternehmen entstehen dort. Um den Ausstoß von Treibhausgasen zu senken, ersetzt CWS Öl systematisch durch Erdgas. So konnte der Gas-Anteil in den Wäschereien auf 77 Prozent gesteigert, der Öl-Anteil auf 1,8 Prozent verringert werden.

Innovative Waschverfahren bei besonders niedrigen Temperaturen bringen zusätzliche Einsparungen. Optimierte Waschmittel garantieren die gleiche Effektivität bei deutlich geringerem Energieaufwand. Aktuell wäscht CWS bereits 90 Prozent aller Stoffhandtuchrollen mit dem neuen Niedrigtemperaturverfahren sowie europaweit ca. 20 Prozent der Arbeitskleidung.

Einen großen Teil des CO_2-Fußabdrucks macht zudem die Servicelogistik aus. Deshalb optimiert das Unternehmen permanent die Routenplanung und setzt auf eine moderne Leasingflotte. Ein 2019 gestartetes Projekt soll darüber hinaus den Einsatz von modernen Elektrofahrzeugen erproben.

Gute Aussichten für reine Luft – unser CO_2-Ausstoß konnte 2019 weiter reduziert werden.

EcoVadis

Gold ist nicht genug: Platin für die Nachhaltigkeit

Zu Beginn des Jahres 2020 verlieh die international renommierte und unabhängige Prüfgesellschaft EcoVadis dem Unternehmen die Platin-Auszeichnung für besonders nachhaltiges Wirtschaften. Mit diesem großartigen Ergebnis gehört CWS zu dem einen Prozent aller geprüften Firmen, die von EcoVadis mit der absoluten Bestnote bewertet wurden. Das Nachhaltigkeits-Audit EcoVadis wird von Großkunden zunehmend als Entscheidungshilfe bei der Wahl ihrer Partner herangezogen. Die deutsche Landesgesellschaft der CWS Gruppe trägt bereits seit fünf Jahren den Goldstatus des Audits und hat sich nun noch weiter verbessert.

Putting People First

Kunden- und Mitarbeiterfeedback

Systematisch besser werden

CWS hat ein Ziel: eine gesündere und sichere Zukunft. Dafür wollen wir jeden Tag ein wenig besser werden und nutzen systematisch das Feedback unserer Mitarbeiter (employees) und Kunden (customers). Denn ihre Zufriedenheit ist unser Erfolg. Dazu erheben wir regelmäßig den Net Promoter Score (NPS). Dieser ist eine Kennzahl für die Bereitschaft unserer Kunden (cNPS) und Mitarbeiter (eNPS), CWS als Unternehmen weiterzuempfehlen. Er berechnet sich aus der Differenz der Promoters (Kunden, die mindestens 9 von 10 Punkten vergeben) und Detractors (Kunden, die maximal 6 von 10 Punkten vergeben).

Zufriedene Mitarbeiter machen Kunden zufrieden. Darum haben wir 2019 in allen Leistungsbereichen das Feedback unserer Belegschaft systematisch erfasst. Über das gesamte Jahr hinweg werden die Mitarbeiter befragt, jeder kann zweimal im Jahr seine Einschätzung teilen. 2019 wurde im eNPS ein Gesamtwert von +1 ermittelt. Das bedeutet, dass die Mehrheit der CWS-Mitarbeiter ihren Arbeitgeber weiterempfehlen würden. Mit einer dialogbasierten Kommunikation sowie einem strukturierten Prozess stellt CWS sicher, dass das Feedback genutzt und Verbesserungen umgesetzt werden.

Bei der Kundenbefragung, dem cNPS, konnten wir uns im Verlauf des Jahres 2019 um 15 Prozentpunkte verbessern. Mit diesem Ergebnis geben wir uns noch nicht zufrieden, sondern arbeiten mithilfe von differenzierten Ursachenanalysen und zielgerichteten Verbesserungsmaßnahmen weiter daran, den cNPS-Wert kontinuierlich zu steigern. Dafür nutzen wir die wertvollen Erkenntnisse aus den Befragungen. Sie sind für uns Ansporn und Möglichkeit, Kundenwünsche noch genauer zu erkennen und uns stetig weiterzuentwickeln.

Wir bringen unsere Lösungen direkt zu unseren Kunden – und achten dabei immer auch auf die Sicherheit unserer Kolleginnen und Kollegen.

Arbeitsschutz

Sicherheit geht vor

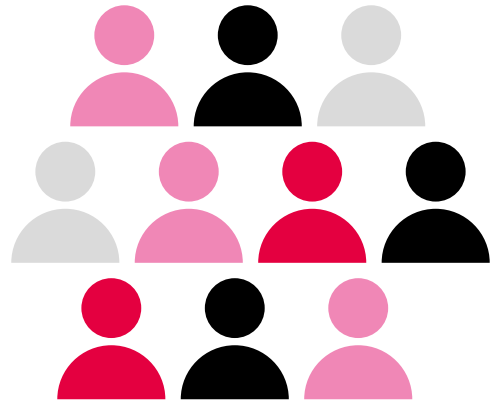
Der Schutz unserer Mitarbeiter steht für CWS an erster Stelle. Die zuständige Organisationseinheit Quality, Environment, Safety & Health (QESH) hat im Jahr 2019 wichtige Maßnahmen eingeführt. Auf dem Weg zu einer Unfallquote von null, konnte sie so erste Erfolge feiern.

- Über alle Standorte hinweg konnten wir die Unfallquote um 8 Punkte senken.
- Die Kommunikation zum Thema Arbeitssicherheit wurde intensiviert. Detaillierte Leitlinien für alle Leistungsbereiche ebenso wie häufige kurze Schulungen helfen, Unfälle am Arbeitsplatz zu reduzieren.
- Ein regelmäßiger Austausch der QESH-Verantwortlichen der Länder sowie eine standardisierte Betrachtung der vorgefallenen Unfälle ermöglichen eine konzentrierte und schnelle Reaktion auf mögliche Sicherheitsrisiken in den Arbeitsabläufen.
- In allen Ländern waren die durchgeführten Audits erfolgreich und die bestehenden Zertifizierungen bleiben erhalten.

Mitarbeiter gezielt fördern

420 Führungskräfte aus allen Ländern und Leistungsbereichen haben 2019 zum ersten Mal das Strategy, Execution und Talent Training (SET-Training) absolviert. Ein wichtiger Fokus des Programms liegt darauf, allen Führungskräften ein gemeinsames Verständnis der Unternehmensstrategie und ihrer Werkzeuge zu vermitteln. Zudem geht es um Methoden, wie Mitarbeiter konsequent gefördert werden können. Denn die gezielte Weiterbildung der Mitarbeiter beginnt mit den Führungskräften. Darüber hinaus wurden 2019 vier neue eLearning-Programme zu den Themen Compliance, Datenschutz, IT-Sicherheit und Occupational Health and Safety entwickelt.

Vor allem bei CWS Fire Safety fördern wir gezielt Quereinsteiger und qualifizieren sie in Trainings und Weiterbildungen für den Brandschutz.



Diversity

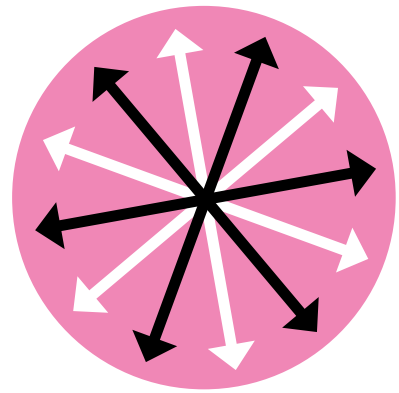
Vielfältig in die Zukunft

Niemand soll aufgrund seines Geschlechts, seiner Nationalität, ethnischen Zugehörigkeit, Religion und Weltanschauung, Behinderung, seines Alters oder seiner sexuellen Orientierung und Identität benachteiligt werden. Das ist für CWS eine Grundanforderung. Diversität bedeutet für uns darüber hinaus aber auch eine Vielfalt an Ideen und Perspektiven. Wir glauben, dass erst durch das Zusammenspiel unterschiedlicher Herangehensweisen neue Ideen für eine gesündere, sichere Zukunft entstehen können. Diversity ist für CWS ein relevanter Einflussfaktor des unternehmerischen Erfolgs. Darum enstand 2020 die Idee, einen Diversity & Inclusion Council zu gründen, um die Vielfalt im Unternehmen systematisch zu fördern. Dieser hat nun seine Arbeit aufgenommen. 2019 lag die Diversitätsrate in Schlüsselpositionen bei 19 Prozent. Zukünftig möchten wir Diversität weiter fördern und ein gemeinsames Verständnis von Vielfalt im Unternehmen etablieren. Dazu gehört auch, unsere Ambitionen in einem Zielbild zu definieren und es in Kennzahlen messbar zu machen. So können wir unseren Fortschritt gezielt steuern und Vielfalt leben.

Sustain Business

Compliance

Ethik leben



Eigenes Handeln an ethischen Grundsätzen zu orientieren, gehört zum unternehmerischen Grundverständnis der CWS Gruppe. Deshalb übernehmen wir auch jenseits von gesetzlichen Vorgaben Verantwortung. Mit fortlaufenden Maßnahmen stellen wir sicher, dass Mitarbeiter und Geschäftspartner über unsere Compliance-Richtlinien informiert sind.

Im Jahr 2019 hat CWS sein Compliance-Trainingsprogramm ausgebaut und die Online-Schulungen weiterentwickelt. E-Learning-Trainings zu Kartellrecht und Korruptionsprävention fanden in Deutschland, Österreich, Polen, Irland, den Niederlanden, Schweden, der Schweiz, Belgien und Rumänien statt. An Beispielen lernten die Mitarbeiter, wie sie sich in zweifelhaften Situationen verhalten sollten. 70 Prozent der Mitarbeiter, für die Compliance-Themen relevant sind, wurden in diesem Rahmen 2019 geschult. Trainings zu weiteren Themen, insbesondere zum Datenschutz, werden folgen.

Social Compliance: Die Lieferkette im Blick
Parallel arbeiten wir daran, in unseren Zulieferer-betrieben Arbeits- und Sozialrechtsverletzungen zu minimieren. Eine gute Kontrolle über die eigene Lieferkette hat die CWS Gruppe dank ihrer Supply Chain Organisation, in der die Produktion der Eigenkollektionen größtenteils selbst koordiniert wird.

Ein wichtiges Instrument für Social Compliance ist der firmeneigene Code of Conduct (CoC) der CWS Supply Chain Management GmbH. In ihm sind BSCI-Prinzipien festgelegt, die sich an den Menschenrechten und den ILO-Normen orientieren. Zu ihrer Einhaltung haben sich 2019 rund 80 Prozent unserer relevanten Zulieferer verpflichtet. Stammt Material aus Risikoländern mit schwachen Governance-Indikatoren, werden die Lieferanten alle zwei Jahre vor Ort auf die Einhaltung der BSCI-Prinzipien überprüft.

All unsere direkten Produktionspartner verfügen über ein gültiges BSCI-Audit. 90 Prozent unseres Materials beziehen wir aus Ländern mit einem niedrigen Risiko für Arbeits- und Sozialrechtsverstöße. Für dauerhaft gute Arbeitsbedingungen in unseren Lieferketten setzen wir auch auf starke Partnerschaften: Mit der Hälfte unserer direkten Produktionspartner arbeiten wir seit mehr als zehn Jahren zusammen, mit 72 Prozent unserer Handelspartner seit mindestens fünf Jahren.

Der gemeinsame Blick auf wichtige Kennzahlen hilft, die Ziele schneller zu erreichen.

Daily Performance Management

Tag für Tag ein Stückchen besser

Kontinuierliche Verbesserung ist ein Weg der kleinen Schritte. Deshalb haben wir bereits 2018 begonnen, ein Daily Performance Management (DPM) in unseren Arbeitsalltag zu integrieren. Die DPM-Methode standardisiert die täglichen Arbeitsabläufe der lokalen Teams und macht die Kennzahlen der jeweiligen Tagesziele für alle sichtbar. Das ermöglicht uns, gezielt Abweichungen von unseren Standards zu erkennen und Probleme strukturiert zu lösen.

Diese Arbeitsweise fördert einen fortlaufenden Lernprozess, der die Notwendigkeit für Ad-hoc-Aktionen minimiert. Indem er die operativen Kennzahlen für alle transparent macht, bindet der DPM-Ansatz die Mitarbeiter aktiv in Verbesserungsprozesse ein. Die Aussicht, auf diese Weise schnell messbare Erfolge zu erzielen, verbessert spürbar die Motivation der Mitarbeiter. Einige Beispiele zu den Verbesserungen:

Unserer Großwäscherei in Bad Oldesloe ist es durch das DPM gelungen, die Zahl der Reklamationen um ganze 31 Prozent zu verringern. Der Kundendienst unserer niederländischen Customer-Care-Abteilung hat es dank DPM geschafft, die durchschnittliche Bearbeitungszeit von Anfragen und Beschwerden auf unter zehn Tage zu senken.

Im Rahmen des DPM-Prozesses dokumentieren die Teammitglieder ihre Arbeitsfortschritte in stündlichen Berichten. Tag für Tag werden die wesentlichen Leistungskennzahlen ausgewertet und die Vorgaben für das Tagesziel aktualisiert. Tägliche Runden zur Problemlösung identifizieren potenzielle Abweichungen von den Zielen. Wiederkehrende Probleme lassen sich so leichter kategorisieren und über längere Zeit beobachten. Dringliche Themen können sofort angegangen werden. Gruppenweit setzen bislang 62 Standorte bzw. Funktionen den DPM-Prozess für die tägliche Arbeit ein, weitere sind in Vorbereitung.

Ziele 2018–2025

Sustain Business!

Compliance

100 %

der Mitarbeiter, für die Compliance-Themen relevant sind, haben entsprechende Trainings absolviert.

Mitarbeiter-Diversität

55 % (aktueller Fokus: Geschlechterdiversität in Schlüsselpositionen)

Diversity-Kandidaten

Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit

+70*

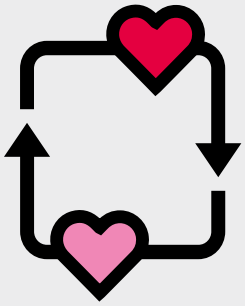
*NPS/eNPS = supporter in % – detractor in %, (Promoter value = > 9; detractor value = < 6)

Net Promoter Score bei Kunden und Mitarbeitern

Putting People First!

Sozialstandards entlang der Lieferkette

Audits bei Lieferanten mit Risikopotenzial: 100 % Implementierung von Beschwerdemechanismen für Non-Compliance-Fälle speziell bei CMT-Partnern in Risikoländern.



Prüfung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten

Aus- und Weiterbildung

Top-Talent-Rate: 20 %

der Mitarbeiter sollen als Top-Talente identifiziert und entsprechend gefördert werden

Beförderungsrate: 20 %

der Schlüsselpositionen sollen mit internen Kandidaten besetzt werden

Nachfolgeplanung: 1 kurzfristige, 1 mittelfristige Besetzung

für jede Schlüsselposition sollen (Nachwuchs-) Talente identifiziert und entsprechend gefördert werden

Arbeitssicherheit und Gesundheit

Unfallquote 0*

Krankenstand 3,5 %**

*Anzahl der registrierten Unfälle x 200.000/Anzahl effektiv geleisteter Arbeitsstunden, **Fehlzeitenquote (in %): Abwesenheit/Sollarbeitszeit x 100

Optimise Cycles!

CO_2-Emissionen

- 15 %

Reduzierung von CO_2

in Wäschereien und Logistik (kg CO_2 pro kg gewaschene Wäsche)

Kreislaufwirtschaft

Konzeptentwicklung für die Umsetzung effektiver Kreislaufprozesse in unserem operativen Geschäft. Reduzierung von Abfall und schonender Einsatz von Ressourcen

Wasser & Waschverfahren

Reduzierung des Einsatzes umweltschädlicher Chemikalien

Nachhaltige Produkte

55 Prozent

unserer eigenproduzierten Kleidungsstücke werden aus nachhaltigen Stoffen (nachhaltige Baumwolle, recyceltes Polyester) hergestellt

Zahlen und Daten

Basierend auf dem GRI Reporting-Standard

Kennzahlen aus dem Nachhaltigkeits-Management

Die nachfolgende Tabelle dokumentiert die konsolidierten Kennzahlen der 35 umsatzstärksten Gesellschaften in 15 europäischen Ländern der Gruppe in den jeweiligen Themen- und Handlungsfeldern.

Zentrale Mitarbeiterdaten	2018	2019
Mitarbeiterdaten nach Geschäftsebene		
Gesamtzahl der Mitarbeiter	10.800	10.745
... im Management	711	692
... in der Verwaltung	1.009	1.099
... im Wäschereibetrieb	4.798	3.912
... im Service	2.567	3.143
... im Vertrieb	1.715	1.899
Mitarbeiterdaten nach Geschlecht und Führungsebene		
Anteil der männlichen Mitarbeiter (in Prozent)	52	52
Anteil der weiblichen Mitarbeiter (in Prozent)	48	48
Anteil der männlichen Mitarbeiter in Führungspositionen (in Prozent)	70	72
Anteil der weiblichen Mitarbeiter in Führungspositionen (in Prozent)	30	28
Anteil der Mitarbeiter in Führungspositionen (Alter < 30 Jahre; in Prozent)	3	1
Anteil der Mitarbeiter in Führungspositionen (Alter 30-50 Jahre; in Prozent)	60	63
Anteil der Mitarbeiter in Führungspositionen (Alter > 50 Jahre; in Prozent)	37	36
Anteil der männlichen Mitarbeiter, die im Berichtsjahr aus dem Unternehmen ausgeschieden sind (in Prozent)	53	56
Anteil der weiblichen Mitarbeiter, die im Berichtsjahr aus dem Unternehmen ausgeschieden sind (in Prozent)	47	44
Mitarbeiterdiversität		
Anteil von Diversity Kandidaten auf Schlüsselpositionen (Geschlechterdiversität)		18
Mitarbeiterdaten nach Art des Vertrags		
Mitarbeiter mit befristetem Arbeitsvertrag (in Prozent)	21	15
Mitarbeiter mit unbefristetem Arbeitsvertrag (in Prozent)	79	85
Gesamtzahl der Mitarbeiter am Jahresende nach Art des Vertrags		
Vollzeit (in Prozent)	80	82
Teilzeit (in Prozent)	16	17
Ruhender Vertrag/inaktiv (in Prozent)	4	1
Vollzeit		
Männliche Mitarbeiter in Vollzeit (in Prozent)	48	48
Weibliche Mitarbeiter in Vollzeit (in Prozent)	32	34
Teilzeit		
Männliche Mitarbeiter in Teilzeit (in Prozent)	4	4
Weibliche Mitarbeiter in Teilzeit (in Prozent)	12	13
Ruhender Vertrag/inaktiv		
Anteil männlicher Mitarbeiter (in Prozent)	1	0
Anteil weiblicher Mitarbeiter (in Prozent)	3	1

Zentrale Mitarbeiterdaten	2018	2019
Mitarbeiterdaten nach Training und Entwicklung		
erhaltene Weiterbildungsstunden		
Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung im Management	1.315	4.818
Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung in der Verwaltung	6.868	5.995
Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung in Wäscherei und Service	19.083	12.437
Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung im Vertrieb	19.791	12.853
Beförderungsrate auf Schlüsselpositionen (in Prozent)		50
Nachfolgerrate auf Schlüsselpositionen		0,05
Top-Talent-Rate (in Prozent)		12
Kennzahlen zu Compliance und Antikorruptionsmaßnahmen		
Anteil der Compliance-relevanten Mitarbeiter, die im Hinblick auf Korruptionsbekämpfung geschult wurden (in Prozent)	88	71
Anzahl der Anrufe bei der Compliance-Hotline	5	4
Mitarbeiterdaten nach Fehltagen aufgrund von Unfällen oder Krankheit		
Gesamtzahl der unfallbedingten Ausfalltage	4.863	5.105
... in Management und Verwaltung	214	164
... im Wäschereibetrieb	1.832	1.444
... im Service	2.563	3.010
... im Vertrieb	254	459
Verletzungsrate gesamt (Anzahl der registrierten Unfälle × 200.000/Anzahl effektiv geleisteter Arbeitsstunden)	2,6	2,4
... in Management und Verwaltung	0,8	0,1
... im Wäschereibetrieb	2,8	2,8
... im Service	5,1	4,1
... im Vertrieb	0,4	0,5
Fehlzeiten aufgrund von Krankheit (in Prozent)	8,1	8,0
Mitarbeiterzufriedenheit		
Net-Promoter-Score bei Mitarbeiter		1
Kundenzufriedenheit		
Net-Promoter-Score bei Kunden		-4

Zentrale Umweltdaten	2018	2019
Energiedaten		
Erdgasverbrauch (Wäschereibetrieb; GJ)	812.487,60	730.176,92
Energieverbrauch durch Öl (Wäschereibetrieb; GJ)	19.148,40	17.721,74
Energieverbrauch durch Holzpellets (Wäschereibetrieb; GJ)	30.128,40	31.564,80
Direkter Energieverbrauch gesamt (Wäschereibetrieb, GJ)	861.764,40	779.463,46
Indirekter Energieverbrauch gesamt (Wäschereibetrieb, GJ)	175.896,00	161.937,70
Bezogener Grünstrom (Wäschereibetrieb; GJ)	121.000	130.993
Bezogener herkömmlicher Strom (Wäschereibetrieb; GJ)	42.980	22.839
Bezogener Dampf (Wäschereibetrieb; GJ)	11.916	12.146
Emissionsdaten		
Gesamt-CO2-Emissionen (Tonnen) (marktbasiert)	81.612	76.288
Scope 1 (Erdgas, Öl, eigene und geleaste interne Flotte, Firmenwagen; Tonnen)	73.687	71.352
Scope 2 (herkömmlicher Strom und Grünstrom, Dampf; marktbasiert; Tonnen)	7.698	4.676
Scope 2 (herkömmlicher Strom, Dampf; ortsbasiert; Tonnen)	24.143	30.159
Scope 3 (Geschäftsreisen, externe Serviceflotte; Tonnen)	101	124
Biomasse	126	137

Zentrale Umweltdaten	2018	2019
Emissionsdaten		
CO2 (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Handtuchrollen (kg)	0,189	0,170
CO2 (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Matten (kg)	0,123	0,088
CO2 (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Berufskleidung (kg)	0,319	0,308
CO2 (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Wischbezüge (kg)	0,033	0,087
CO2 (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Reinraum-Produkte (kg)	0,529	0,366
CO2 (Wärme & Strom) pro kg gewaschener Wäsche (kg)	0,233	0,195
Wasserverbrauchsdaten		
Wasser pro kg gewaschene Handtuchrollen (Liter)	5,3	5,4
Wasser pro kg gewaschene Matten (Liter)	4,0	3,8
Wasser pro kg gewaschene Berufskleidung (Liter)	13,2	13
Wasser pro kg gewaschene Wischbezüge (Liter)	7,8	7,5
Wasser pro kg gewaschene Reinraum-Produkte (Liter)	29,6	29,6
Gesamtwasserverbrauch in Wäschereien (Kubikmeter)	1.909.734	1.860.042

Kennzahlen Logistik und Transport	2018	2019
Logistik		
Gesamtzahl von Serviceflotte gefahrener km (1.000 km)	68.892	63.892
Gesamtzahl Servicefahrer	2.292	2.294
Flottenverbrauchs- und -emissionsdaten		
CO2-Emissionen eigene und geleaste Flotte (Serviceflotte & Dienstwägen)	31.086	34.019
CO2-Emissionen der Serviceflotte pro kg gewaschener Wäsche (kg)	0,167	0,179

Kennzahlen nachhaltige Produktwelt	2018	2019
Up-/Recycling von Handtuchspendern		
Anzahl der im Upcycling-Center reparierten Spender	41.574	42.059
Anzahl der im Upcycling-Center recycelten Spender	16.090	16.841
Bearbeitete Spender pro Monat	4.905	4.908

Kennzahlen zum Lieferanten-/Lieferkettenmanagement	2018	2019
Klassifizierung nach Lieferantenart		
Gesamtzahl der Lieferanten (Fertig- und Handelswaren, Rohstoffe)	308	383
Davon Lohnkonfektionäre (Fertigwaren)	10	8
Davon Handelspartner (Handelswaren und Rohstoffe)	298	375
Audits		
Anzahl der Full Audits bei Lieferanten	22	12
Anzahl der Re-Audits bei Lieferanten	4	2
Anteil der auditierten Lieferanten mit Risikopotenzial (in Prozent)		93,8

Kennzahlen zum Lieferanten-/Lieferkettenmanagement	2018	2019
Risikobewertung nach Region und Art der Lieferanten		
Lohnkonfektionäre: Anzahl der Lieferanten, die in Nicht-Risikoländern produzieren	1	1
Lohnkonfektionäre: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Nicht-Risikoländern produzieren (in Prozent)	9,6	8,7
Lohnkonfektionäre: Anzahl der Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren	3	2
Lohnkonfektionäre: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren (in Prozent)	16	16,8
Lohnkonfektionäre: Anteil der Lieferanten, die in Risikoländern produzieren	6	5
Lohnkonfektionäre: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Risikoländern produzieren (in Prozent)	74,4	74,5
Handelspartner: Anzahl der Lieferanten, die in Nicht-Risikoländern produzieren	282	357
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Nicht-Risikoländern produzieren (in Prozent)	92,6	94,9
Handelspartner: Anzahl der Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren	8	9
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren (in Prozent)	1,1	0,8
Handelspartner: Anzahl der Lieferanten, die in Risikoländern produzieren	8	9
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Risikoländern produzieren (in Prozent)	6,3	4,3
Weitere Informationen zu Lieferanten		
Anzahl der “Cut Make Trim-Partner”-Lieferanten mit einer Zusammenarbeitsdauer...		
... von < 2 Jahren	2	0
... von 2-5 Jahren	2	3
... von 5-10 Jahren	2	1
... von > 10 Jahren	4	4
Anzahl der Handelspartner-Lieferanten mit einer Zusammenarbeitsdauer...		
... von < 2 Jahren	38	54
... von 2-5 Jahren	70	48
... von 5-10 Jahren	93	143
... von > 10 Jahren	97	130

Nachhaltige Beschaffung	2018	2019
Nachhaltige Produkte & Services		
Anteil zertifiziertes FSC-Papier/Papier aus nachhaltigen Quellen (in Prozent)	92,7	93,1
Anteil Baumwolle nach Fairtrade-Standard (Workwear; in Prozent)	12,4	22,9
Anteil Bio-Baumwolle (Stoffhandtuchrolle; in Prozent)	3,6	7,8
Anteil eigenproduzierter Kleidungsstücke aus nachhaltiger Baumwolle (Workwear; in Prozent)		17

Die Zukunft gestalten

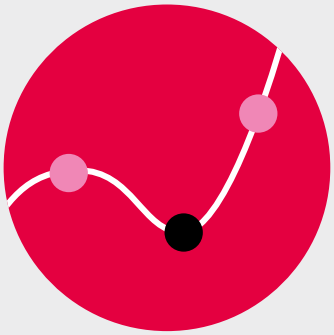
Mit unseren Produkten und Services denken wir schon immer in nachhaltigen Kreisläufen. Doch wir wollen mehr. Denn umfassende Nachhaltigkeit besteht nicht nur aus Produkten und Prozessen, sondern auch aus gesunden Mitarbeitern, fruchtbarer Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern und zufriedenen Kunden. Deshalb haben wir drei Säulen der Nachhaltigkeit definiert, in denen wir bis 2025 ambitionierte Ziele erreichen wollen.

Putting People First!

Unsere Mitarbeiter sind unser wertvollstes Kapital. Ihre Gesundheit und Sicherheit liegen uns besonders am Herzen. Deshalb arbeiten wir daran, in unseren Betrieben die Zahl der jährlichen Unfälle bis 2025 auf null zu senken. Gleichzeitig sorgen wir für das Wohl der Menschen in unseren Zulieferbetrieben, indem wir die Sicherheit unserer Lieferkette mit anspruchsvollsten Methoden überprüfen.

Optimise Cycles!

Dass wir vielerorts bereits konsequent in Kreisläufen denken, hat dieser Bericht an unterschiedlichen Beispielen gezeigt. Aber damit geben wir uns nicht zufrieden. In den kommenden Jahren wollen wir unsere Kreislaufprozesse noch effizienter machen und Re- und Upcycling als zentrale Bestandteile in allen Elementen unseres wirtschaftlichen Handelns verankern. So schonen wir Ressourcen und schaffen für unsere Kunden einen nachhaltigen Servicekreislauf.



Sustain Business!

Als Serviceunternehmen suchen wir stets nach Partnern, die unsere Angebote verbessern. Auch Kunden und Mitarbeiter befragen wir regelmäßig nach ihren Meinungen und Ideen. Die Diversität unserer Belegschaft verstehen wir dabei als reichhaltige Wissensquelle, die wir bewahren und zukünftig noch stärker ausbauen wollen. Zudem kooperieren wir mit Start-ups, technischen Entwicklungspartnern und Advisory Boards um nah am Markt zu sein und Innovationen zu stärken. Diesen Weg verfolgen wir konsequent weiter.

Impressum

Herausgeber

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

Verantwortlich
Dr. Maren Otte
Group Director Corporate Communications & Responsibility
Dreieich Plaza 1A,
63303 Dreieich

Kontakt
Bei Fragen bezüglich unseres Berichts oder seiner Inhalte wenden Sie sich bitte an Annika Jestädt, Corporate Responsibility Manager, CWS-boco International GmbH, annika.jestaedt@cws.com

Koordination
International: Dr. Maren Otte, Sabine Habermann, Annika Jestädt, Jakob Tobias Steffen

CR-Council & Leads (in alphabetischer Reihenfolge)

Hans-Jörg Ahrens, Claus Bamm, Imke Bründer, Suzanne de Ruiter, Jürgen Dornbusch, Ramona Dummeier, Arbent Esati, Peter Gebura, Dominik Gerlach, Clement Higgins, Martin Hofrichter, Mehmet Irmak, Britta Klinkner, Judith Knuffke, Steffen Langner, Michael Peter Löffler, Mark Meier, Waldemar Merker, Laszlo Orban, Karolin Rohmer, Julia Rothbart, Andreas Schätzer, Frank Spenke, Marian Sviba, Magdalena Szargut, Samira Tamburini, Mico Tesanovic, Jan Ulrich, Thalia van Mensvoort, Marcel Veelmann, Philip von LeSuire, Thomas Wessels, Haidi Widen Kullmann, Matěj Zitka

Inhaltskonzept, strategische Beratung, Text

SCRIPT CORPORATE+PUBLIC COMMUNICATION GmbH
Frankfurt/Main
www.script-com.de

Gestaltungskonzept, grafische Umsetzung und Produktion
Büro Schramm für Gestaltung GmbH
Offenbach/Main
www.bueroschramm.de

Bildnachweise
Alle Bildrechte, wenn nicht gesondert aufgeführt:
CWS-boco International GmbH
S. 8, 9, 10, 11: Getty Images; S. 29, Büro Schramm für Gestaltung
S. 14, 15, 16

Lektorat
Textgärtnerei Bargstedt, Degener, Kreitz, Radke GbR
Bremen
www.textgaertnerei.de

Druck
Uscha printmedia Unterleider Medien GmbH, Rödermark

Online-Version
www.cws.com/de-DE/nachhaltigkeit

Dieser Zwischenbericht bildet die Datenlage der CWS Gruppe für das Jahr 2019 ab.

Er bezieht sich, wo relevant, auf die Standards der Global Reporting Initiative (GRI).

Aufgrund der geringeren Informationstiefe gegenüber dem vollumfänglichen Bericht, wurde auf eine zusätzliche externe Prüfung verzichtet.

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

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 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. Die CWS übernimmt keine Verpflichtung, die in diesem Bericht gemachten zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren.

Zertifizierungen

RECYCLED
Papier aus Recyclingmaterial
FSC® C019557
FSC
www.fsc.org

Klimaneutral
Druckprodukt
ClimatePartner.com/11429-1908-1005

CWS.COM