

1. WIR MACHEN NACHHALTIGKEIT ZUR CHEFSACHE.

Neumarkter Lammsbräu

Verantwortung steht kontinuierlich als zentraler Wert über dem unternehmerischen Handeln: Verantwortung für die Umwelt und für die Menschen, die mit dem Unternehmen in direkter Verbindung stehen (Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden).

Odenthal Design

Nachhaltigkeit bildet weiterhin das Kerngeschäft.

SPEICK Naturkosmetik

Nachhaltigkeit hat wie immer höchste Priorität und bildet seit über 85 Jahren den Mittelpunkt im Alltagsgeschehen.

naturblau+++

Nachhaltigkeit steht weiterhin ganz oben auf der Prioritätsliste.

SolarWorld

Konzeptionelle Erarbeitung, wie Nachhaltigkeit ins Recruiting, in die Führungskräfteentwicklung, in das Performancemanagement und in das Vergütungsmodell aufgenommen werden kann. Ausbau der Wesentlichkeitsanalyse und internationale Ausrichtung des Stakeholderdialogs wird weiter verfolgt.

Fraunhofer UMSICHT

Nachhaltigkeit steckt durch die Entwicklung von ressourcenschonenden und energieeffizienten Technologien im Unternehmenskern.

memo

Konsequente Beibehaltung der nachhaltigen Ausrichtung, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten.

2. WIR INTEGRIEREN NACHHALTIGKEIT IN UNSERE MANAGEMENTPROZESSE UND UNSERE GESAMTE WERTSCHÖPFUNGSKETTE.

Neumarkter Lammsbräu

Kontinuierliche Verbesserung der gesamtunternehmerischen Umweltleistung und Optimierung der nachhaltigen Beschaffung.

Odenthal Design

Konzeption von Kommunikationsstrategien, Corporate Design, Broschüren, Webseiten, Mailings etc. für Kunden, die den Grundgedanken der Nachhaltigkeit verfolgen.

SPEICK Naturkosmetik

Zertifizierung von 17 Produktneuheiten mit dem BDIH-Prüfzeichen für zertifizierte Naturkosmetik.

naturblau+++

Ausarbeitung und Umsetzung von Kommunikationsstrategien mit sozialen, ökologischen und ethischen Belangen.

SolarWorld

Entwicklung eines Vorschlags für Kriterienkatalog und -gewichtung, wie Umweltverträglichkeit in Produkt- und Prozessveränderungen systematisch berücksichtigt werden kann.

Fraunhofer UMSICHT

Ganzheitliche Umsetzung von Nachhaltigkeit im Unternehmen.

memo

- Ganzheitliche Umsetzung von Nachhaltigkeit im Unternehmen: Entscheidungen werden gleichrangig nach ökologischen, sozialen, ökonomischen und qualitativen Aspekten getroffen
- Halbjährlich stattfindende Audits mit Unternehmensbereichen

3. WIR BEZIEHEN UNSERE MITARBEITER AKTIV EIN UND WOLLEN SIE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT BEGEISTERN.

Neumarkter Lammsbräu

- Wissensvermittlung zu Nachhaltigkeitsthemen wurde im gesamten Unternehmen vorangetrieben
- Erhöhung der Wissensaufnahme bei den Auszubildenden, Förderung der Teambildung und des gemeinsamen Lernens
- Verbesserung des Betriebsklimas durch Mitarbeiterveranstaltungen

Odenthal Design

- Diskussion und Reflexion der Erkenntnisse aus dem Coachingprozess
- Gemeinsamer Besuch von Nachhaltigkeitsveranstaltungen

SPEICK Naturkosmetik

Schaffung eines erhöhten Bewusstseins für Nachhaltigkeit im Unternehmen bleibt langfristiges Ziel.

naturblau+++

- Vermittlung der Kampagne „5 am Tag“ bei Mitarbeitern
- Anlegen einer veganen Kochbuch- und Rezeptsammlung
- Teamveranstaltungen mit Nachhaltigkeitsfokus

SolarWorld

- Publikation der neuen Intranetseite zum Thema Nachhaltigkeit für Mitarbeiter
- Kontinuierliche Kommunikation von Neuigkeiten über das News Portal (z.B. Rezertifizierung als Green Brand)

Fraunhofer UMSICHT

- Über Hauszeitschrift for:um erhalten Mitarbeitenden regelmäßig Informationen und Tipps zur Nachhaltigkeit
- Monatlich stattfindende Treffen der Nachhaltigkeits-AG mit Organisation der „Fairtrade-Town Oberhausen“

memo

Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich der Nachhaltigkeit (z.B. Spritsparkurse oder Schulungen zu einer nachhaltigen Mobilität) wurden weiter verfolgt.

4. WIR MINIMIEREN DEN EINSATZ NATÜRLICHER RESSOURCEN, VERBESSERN KONTINUIERLICH UNSERE ENERGIEEFFIZIENZ UND LOGISTIK UND SETZEN UNS DAFÜR EIN, DASS DER STROMBEDARF AUS ERNEUERBAREN ENERGIEN GEDECKT.

Neumarkter Lammsbräu

- Erfassung von Hot Spots bei den Rohstofflieferanten
- Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs um 12,7% ggü. 2013
- Senkung des spezifischen Stromverbrauchs um 11,8% ggü. 2013
- Senkung des spezifischen Wärmeverbrauchs um 5,2% ggü. 2013

Odenthal Design

- Reduktion des Gesamtenergieverbrauchs um 18% ggü. 2013
- Bezug von Ökostrom von Naturstrom
- Reduktion des Heizbedarfs um 2,2% ggü. 2013

SPEICK Naturkosmetik

- Energieeffiziente Sanierung des Altbaus wurde abgeschlossen
- Reduzierung der Motoren bei der Paletten-Übergabestation
- Umstellung auf 100% LED in der SPEICK-

naturblau+++

- Weiterhin Bezug von Ökostrom der regionalen, Stadtwerke Konstanz
- Neuer Einsatz von T5 Leuchtstoffröhren
- Wärmedämmung der Heizkörper zu den Außenwänden mit Reflexionsfolie

SolarWorld

- Reduktion des kumulierten Energieverbrauchs um 18% ggü. 2013
- Reduktion des konzernweiten Energieverbrauchs um 6% ggü. 2013

Fraunhofer UMSICHT

- Konstanter Wasserverbrauch trotz steigender Mitarbeiterzahl
- Reduktion des Papierverbrauchs durch Umstellung auf digitale Abstimmungsverfahren
- Senkung des Stromverbrauchs pro Mitarbeiter um 19,6% ggü. 2013
- Reduktion des Primärenergieaufwands um 8,2% ggü. 2013

memo

- Senkung des Stromverbrauchs um 10% ggü. Vorjahr
- Reduzierung von Werbemitteln um 17% ggü. Vorjahr und Umstellung auf digitales Abstimmungsverfahren
- Durchführung von 3 Produkt-Lebenszyklus-Analysen zur Ermittlung relevanter Energie- und Stoffströme
- Reduktion der Paketanzahl pro Kundenauftrag um 10,9% und somit Verringerung der Verpackungskartons
- Einführung der memo Box und der memo Werstoff-Box zur Reduzierung der Verpackungskartons

5. WIR REDUZIEREN UNSERE SCHADSTOFFEMISSIONEN UND UNSEREN AUSSTOSS VON TREIBHAUSGASEN DEUTLICH.

Neumarkter Lammsbräu

Reduktion der CO₂e-Emissionen um 4,9% ggü. 2013.

SPEICK Naturkosmetik

Kontinuierliche Reduktion der CO₂e-Emissionen.

SolarWorld

- Reduktion der konzernweiten Treibhausgas-Emissionen um 31% ggü. 2013
- Reduktion des Global Warming Potentials der Produkte um 15% ggü. 2013
- Reduktion des durchschnittlichen CO₂-Ausstoßes der PKW um 14% ggü. 2013

memo

- Senkung der CO₂e-Emissionen pro versendetem Paket um 9% (ggü. 2008)
- Senkung der CO₂-Emissionen je Katalog / Mailing um 21% (ggü. 2008)

Odenthal Design

- Kompensation der CO₂e-Emissionen
- Reduktion der Autofahrten um 50% ggü. 2013

naturblau+++

- Verwendung von klimaneutralen Versandeanbietern
- Kompensation der PKW-Fahrten (10.000 km) mit dem myclimate Gold Standard

Fraunhofer UMSICHT

Senkung der CO₂e-Emissionen um 7,4% ggü. 2013.

6. WIR OPTIMIEREN UNSERE STOFFKREISLÄUFE UND VERMEIDEN ABFALL.

Neumarkter Lammsbräu

- Neue Umstellung auf regionalen Entsorger für nachhaltige Optimierung des Abfallkonzepts
- Neue Umweltschulungen zur Verbesserung des Umgangs mit Abfall innerhalb der Brauerei

SPEICK Naturkosmetik

Neueinführung einer Laminat-Tube aus reinem PE mit Materialersparnis von bis zu 50% ggü. marktüblichen Tuben.

SolarWorld

Reduktion des konzernweiten Abfallaufkommens um 5% ggü. 2013.

memo

Optimierung des Waren-Bestellvorgangs zur Reduzierung des Verpackungsabfalls.

Odenthal Design

Konstant geringer Anfall von Abfall.

naturblau+++

- Ausweitung kreativer Re- und Upcycling-Ideen (z.B. Wiederverwendung von Milchtüten zu Vogelfutterhäuschen, Sitzsessel, Teeaufgussisolierer als Kundengeschenk etc.)
- Vermeidung von Datenmüll

Fraunhofer UMSICHT

- Erfassung der Abfallmengen im Rahmen einer Abfallbilanz
- Sammlung von optischen Medien (CD / DVD) zur Weitergabe an ein Oberhausener Gymnasium

7. WIR LEGEN WERT AUF UNSERE SOZIALSTANDARDS UND ÜBERTREFFEN DESHALB DIE BRANCHENÜBLICHEN ODER GESETZLICH VORGESCHRIEBENEN STANDARDS KLAR.

Neumarkter Lammsbräu

Verbesserung des Gesundheitsmanagements für Mitarbeiter durch Einführung eines ganzheitlichen Gesundheitskonzeptes.

SPEICK Naturkosmetik

Kontinuierliche Sicherung der fairen Handelsbeziehung mit den Almbauern-Familien in Nockberge.

Odenthal Design

Weiterhin starke Einbindung in Nachhaltigkeitsinitiativen.

naturblau+++

Konstant starke Einbindung in soziale Projekte der Region, z.B. GiveBox Konstanz.

SolarWorld

Planung der konzernweiten Einführung eines sog. „Cafeteria-System“ Vergütungsmodell, dessen Ausgestaltung sich an dem lokalen Bedarf der Mitarbeiter orientiert.

Fraunhofer UMSICHT

- Kooperation mit pme Familienservice, um Mitarbeitenden kostenlose Beratung hinsichtlich Kinderbetreuung und Elder-care zu gewährleisten
- Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen auf 40,5% ggü. 2013
- Recruiting-Programme zur Nachwuchsförderung von Frauen (Umwelt-School-Day, Girls' Day und TALENTA)

memo

- Arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge
- Freiwilliger Kinderzuschlag
- Geringe Spreizung zwischen den Gehaltsstufen der Mitarbeiter
- Unternehmensbeteiligung über memo-Mitarbeiter-Beteiligungsgesellschaft
- Betriebliches Gesundheitsmanagement mit jährlichem Gesundheitstag
- Ferienbetreuung der Mitarbeiter-Kinder
- Angebote für Work-Life-Balance
- Regelmäßige Personalversammlungen
- Betriebliches Vorschlagswesen über memo „Komm-Box“

8. WIR VERPFLICHTEN UNSERE LIEFERANTEN UND PARTNER AUF NACHHALTIGE PRINZIPIEN.

Neumarkter Lammsbräu

- Förderung und Verbreitung der Themen des Ökolandbaus in der Region Neumarkt
- Neumarkt als Öko-Modellregion Bayern mit Leben füllen
- Teilnahme an Ausschreibungen zu Nachhaltigkeitspreisen
- Förderung von Biodiversität (Umsetzung von zwei Kulturlandplänen und zehn Blühstreifen; Wiederansiedlung von Ackerwildkräutern)

SPEICK Naturkosmetik

Intensivierter Dialogprozess und persönlicher Kontakt mit Lieferanten.

Odenthal Design

Zusammenarbeit mit nachhaltig orientierten Partnern.

naturblau+++

Zusammenarbeit mit nachhaltig orientierten Partnern.

SolarWorld

Planung einer umfassenden Risikobewertung der Lieferanten.

Fraunhofer UMSICHT

Bei Bestellungen von Papier und Büromaterialien werden kontinuierlich nachhaltige Prinzipien verfolgt.

memo

- Bevorzugung lokaler und umweltverträglicher Lieferanten innerhalb Deutschlands und Europas
- Assessment der Lieferanten durch umfangreichen Fragenkatalog („memo Beschaffungskriterien“)
- Motivierung der Lieferanten zur Durchführung von Produkt-Ökobilanzen

9. WIR FORDERN UND FÖRDERN AKTIV NACHHALTIGES VERHALTEN BEI UNSEREN KUNDEN UND GESELLSCHAFTLICHEN ANSPRECHPARTNERN. WIR STREBEN EINE ZUNEHMEND NACHHALTIGE AUSRICHTUNG UNSERES PRODUKTPORTFOLIOS BZW. HANDELSORTIMENT AN.

Neumarkter Lammsbräu

- Förderung des Trinkwasserschutzes durch Projekte wie Wasserschutzgebietsausweisung und wasser on ... s'cooltour
- Optimierung der Brauereibesichtigungen mit verstärkter Ausrichtung auf Nachhaltigkeitsphilosophie
- Durchführung von einem Stammtisch zur Sensibilisierung regionaler und branchenübergreifender Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit

SPEICK Naturkosmetik

Unterstützung der Organisation NatureLife-International für Umwelt, Bildung und Nachhaltigkeit.

Odenthal Design

- Pflege des Nachhaltigkeits-Netzwerks (25 Netzwerktreffen und Workshops)
- Förderung der Allianz Deutscher Designer AGD mit Projekt Thinktank Design 2030
- Förderung von klimaneutralem Druck
- Unterstützung von Kundenprojekten mit Nachhaltigkeitskompetenz
- Beratungsleistung für nachhaltige Events

naturblau+++

- Vorstandschafft in der Unternehmergruppe Netzwerk:Zukunft:Wirtschaft e.V. und in der Gemeinwohlökonomie Regionalgruppe Konstanz
- Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz
- Ausbau der Bibliothek zu den Themen Nachhaltigkeit, Materialien, Upcycling
- Initiator der ersten GiveBox in Konstanz
- Mitveranstalter der 1. Konstanzer Klimaschutzkonferenz
- Veranstaltung von Netzwerktreffen nachhaltigkeitsaffiner Unternehmen

SolarWorld

Einführung des Suntrol eManagers zur Sensibilisierung für Energieeinsparung, Energiespeicherung und Netzentlastung.

Fraunhofer UMSICHT

- Zusammenarbeit mit dem Sophie-Scholl-Gymnasium in Oberhausen wurde fortgesetzt
- Aktive Teilnahme an der Fairen Woche
- Durchführung von Institutionsbesichtigungen zur Präsentation nachhaltiger Technologien und Produkte
- Unterstützer der Lokalen Agenda Oberhausen und des NRW-Wettbewerbs „Schule der Zukunft“
- Durchführung von Stakeholderdialogen mit Mitarbeitende sowie externen Stakeholdern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft

memo

- Aufbau eines Auszubildenden-Netzwerks mit nachhaltigen Partnerunternehmen
- Unterstützung der Bildung für nachhaltige Entwicklung
- Neue Kooperationsschließung mit HORIZONT e.V. und Opportunity International Deutschland

10. WIR KOMMUNIZIEREN FORTSCHRITTE UND HERAUSFORDERUNGEN TRANSPARENT, EHRlich UND REGELMÄSSIG.

Neumarkter Lammsbräu

- Jährlicher Nachhaltigkeitsbericht mit Evaluation durch unabhängigen Gutachter
- Jährlicher Changemaker Fortschrittsbericht

SPEICK Naturkosmetik

- Bewerbungsunterlagen für Nachhaltigkeitspreise (u.a. CSR-Preis der Bundesregierung)
- Jährlicher Changemaker Fortschrittsbericht
- Stakeholderbefragung (intern u. extern)

Odenthal Design

Jährlicher Changemaker Fortschrittsbericht.

naturblau+++

Jährlicher Changemaker Fortschrittsbericht.

SolarWorld

Jährliche Nachhaltigkeitsberichterstattung nach GRI G4.

Fraunhofer UMSICHT

- Jährliche Nachhaltigkeitsberichterstattung nach GRI
- Jährlicher Changemaker Fortschrittsbericht
- Aktive Kommunikation der nachhaltigen Forschungstätigkeit über soziale Netzwerke und Pressemitteilungen

memo

- 2-jährige Nachhaltigkeitsberichterstattung nach GRI
- Launch der neuen Nachhaltigkeits-Dialogplattform „memoworld“
- Neu konzipierte Broschüre zur Nachhaltigkeitsleistung „Unser Denken und Handeln“ für intern und extern Interessierte
- Jährliche Umweltbilanz, Systemberichtsbericht und Changemaker Fortschrittsbericht