

# Nachhaltigkeitsbericht 2023

04

Editorial /  
Grundlagen  
des Berichts



38

Ökologische  
Verantwortung



56

Der Mensch steht  
bei uns im  
Mittelpunkt

14

Nachhaltigkeit –  
unser Weg in die  
Zukunft



70

Compliance –  
der Grundpfeiler  
ethischen  
Wirtschafts-  
verhaltens

**dalli Nachhaltigkeitsbericht  
2023**

- 04 Editorial
- 05 Grundlagen des Berichts
- 06 Die Geschäftsführung der dalli group
- 08 Das ist dalli
- 10 Unsere Erfolge
- 12 Die dalli group auf einen Blick
- 14 Nachhaltigkeit: Unser Weg in die Zukunft
- 16 Nachhaltigkeits-Strategie 2030+
- 20 Nachhaltigkeitsmanagement und Organisation

- 22 Globale Ziele
- 23 Der Einfluss der Stakeholdergruppen
- 24 Wesentlichkeit
- 26 Unsere Produkte – Sortimentsübersicht und Leistungsangebote
- 28 Unsere Produkte – Dash – Vision Plasticfree
- 30 Unsere Produkte – Sun Med, YAWYU
- 32 Historie
- 34 Unsere Standorte
- 36 Vision & Mission
- 37 Unsere Werte

- 38 **Ökologische Verantwortung**
- 40 Umwelleistungsbewertung
- 42 Klimaschutz
- 44 Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen
- 46 Die Chemie muss stimmen
- 48 Nachhaltige Lieferketten: Der Schlüssel zum Erfolg
- 50 Ressourcen – Verpackungen
- 51 Verpackungsmengen
- 52 Recycling

- 54 **Gesellschaftliche Verantwortung**
- 56 Der Mensch steht bei uns im Mittelpunkt
- 62 Arbeitsschutz
- 64 Produktsicherheit und Qualität
- 66 **Unternehmerische Verantwortung**
- 68 Unabhängig bestätigt
- 70 Compliance – der Grundpfeiler ethischen Wirtschaftsverhaltens
- 74 Nachhaltigkeit im Einkauf
- 76 Konsumgüterproduktion – ein Balanceakt
- 78 DNK-Index
- 83 Impressum

# Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit großer Freude und Stolz präsentieren wir Ihnen unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht. Dieser Bericht spiegelt unser Engagement für eine nachhaltige Zukunft wider und stellt einen Meilenstein in unserem Bestreben dar, verantwortungsbewusstes Handeln zu fördern und einen positiven Wandel in der Gesellschaft und der Umwelt voranzutreiben.

Nicht erst in dieser Zeit, in der die Herausforderungen des Klimawandels, des Ressourcenverbrauchs und der sozialen Ungleichheit immer deutlicher werden, haben wir als Unternehmen die Notwendigkeit erkannt, eine führende Rolle einzunehmen und nachhaltige Praktiken in alle Aspekte unseres Geschäfts zu integrieren. Dieser Bericht ist eine transparente Darstellung unserer Fortschritte, Erfolge und auch unserer Herausforderungen auf dem Weg der nachhaltigen Entwicklung.

Unser Nachhaltigkeitsansatz basiert auf einem umfassenden Verständnis der Auswirkungen unserer Tätigkeiten. Wir haben uns verpflichtet, unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren, soziale Verantwortung zu übernehmen und einen langfristigen Mehrwert für unsere Stakeholder zu

schaffen. Dabei setzen wir auf Innovation, Zusammenarbeit und kontinuierliche Verbesserung, um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

In diesem Bericht finden Sie eine umfassende Darstellung unserer Nachhaltigkeitsstrategie, unserer Ziele und Leistungskennzahlen. Wir stellen Ihnen unsere Initiativen vor, mit denen wir die Umwelt schützen, die Arbeitsbedingungen verbessern und zur sozialen Entwicklung in den Gemeinschaften beitragen, in denen wir tätig sind. Darüber hinaus berichten wir über unsere Bemühungen zur Förderung von Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion sowie unser Engagement im Bereich Ethik und Transparenz.

Uns ist bewusst, dass Nachhaltigkeit eine kontinuierliche Reise ist, die ständige Anpassungen und Aufmerksamkeit erfordert. Wir sind fest entschlossen, uns weiterhin zu verbessern und neue innovative Lösungen zu finden, um unseren Beitrag zur Erreichung der globalen Nachhaltigkeitsziele zu leisten.

Wir möchten all unseren Mitarbeitenden, Partnern, Kunden und anderen Interessengruppen für ihre Unterstützung und ihr Engagement danken. Gemeinsam können wir eine nachhaltigere Zukunft gestalten.

*Achim Beck, Nachhaltigkeitsbeauftragter*

## REDAKTIONELLE ANMERKUNG

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Bericht teilweise auf die geschlechterspezifische Differenzierung wie z. B. Leserinnen und Leser, Kolleginnen und Kollegen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verzichtet. Sämtliche Rollenbezeichnungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung (AGG) grundsätzlich für alle Geschlechter.

# GRUNDLAGEN DES BERICHTS

## Berichtsgrenzen und Datenerfassung

Alle Angaben im vorliegenden Bericht beziehen sich auf die nachhaltigkeitsrelevante Geschäftstätigkeit der DALLI-WERKE GmbH & Co. KG (kurz: dalli group) inklusive zugehöriger Tochtergesellschaften mit Ausnahme der Mäurer & Wirtz GmbH & Co. KG. Dazu gehören die Standorte in Stolberg (Rheinland), Heerde (Niederlande), Hoenbroek (Niederlande), Westerborg und Flörsheim-Dalsheim.

Gegenstand des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts der dalli group sind die

Entwicklungen im Zeitraum 2020 bis einschließlich 2023. Berücksichtigt wurden darüber hinaus wichtige Ereignisse und Leistungen bis zum Redaktionsschluss im September 2024, um die Aktualität der enthaltenen Informationen sicherzustellen. Ergänzend stehen weitere Inhalte online auf der Unternehmenswebsite [www.dalli-group.com](http://www.dalli-group.com) zur Verfügung. Der nächste Nachhaltigkeitsbericht wird voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte 2025 erscheinen und das Geschäftsjahr 2024 umfassen.

## Anwendung des Berichtstandards des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)

Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht orientieren wir uns an den Berichtsstandards des DNK als anerkannte Basis für Vergleichbarkeit und Transparenz.

# Die Geschäftsführung der dalli group



Joachim Rabe  
CEO

Als Familienunternehmen ist der Schutz der Schöpfung einer unserer grundlegenden Werte. dalli trägt darum aktiv dazu bei, dass auch die nachfolgenden Generationen in einer Welt leben können, die ihnen eine lebenswerte Zukunft bietet. All unsere Mitarbeitenden fühlen sich diesem Ziel über alle Geschäftsbereiche hinweg verbunden. Denn sie sind überzeugt: Nachhaltigkeit in sämtlichen Prozessen sichert nicht nur den wirtschaftlichen Erfolg unseres Unternehmens, sondern auch die Lebensqualität ihrer Familien.



Christoph  
Osegowitsch COO

Nachhaltigkeit ist ein wesentliches Element zeitgemäßer Unternehmensführung. Wir verfolgen darum konsequent die in unserer Nachhaltigkeitsstrategie 2030+ definierten Ziele. Dabei ist es uns wichtig, dass diese Ziele nicht nur im Unternehmen kommuniziert werden, sondern auch gegenüber unseren Stakeholdern. Darum legen wir nun unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht vor. Denn er dokumentiert eindrucksvoll, dass wir vieles bereits erreicht haben und wie wir unsere strategischen Ziele konsequent weiterverfolgen werden.

Nachhaltigkeit wird immer mehr ein elementarer Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Angesichts der steigenden Erwartungen unserer Kunden und Konsumenten, die immer mehr Wert auf nachhaltige Herstellung und ökologisch hochwertige Produkte legen, zahlen sich Investitionen in die Nachhaltigkeit aus. Die Testergebnisse unserer Produkte belegen das.



Dr. Richard Espenhahn  
CFO

Unsere Kunden erwarten zu Recht, dass unsere Produkte nach den zurzeit effektivsten Nachhaltigkeits-Standards hergestellt werden. Denn sie und wir wissen: Eigenmarken können ihren Erfolg in Zukunft nur sichern, wenn sie künftig neben ihrer herausragenden Qualität und ihres Preisvorteils auch die steigenden Erwartungen der Konsumenten an ökologische Nachhaltigkeit bei der Produktion und Verpackung erfüllen. Dies zu erreichen ist unser Leistungsversprechen.



Volker Hesse  
CCO

**Das ist dalli:**

1.300 Mitarbeiter  
aus 31 Nationen

**3.192 Rezepturen**

1.835 ROHSTOFFE

**173 LIEFERANTEN**

**38% Frauen in  
Führungspositionen**

**5 STANDORTE**

**860 Mio.  
UMSATZ**

(inkl. Mäurer & Wirtz)

**10.856 Produkte**

37 AUSZUBILDENDE

**MEHR ALS  
KUNDEN 130**

**50 dalli  
EIGENMARKENPRODUKTE**

# Unsere Erfolge

Im Jahr 2023 konnten wir in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit signifikante Fortschritte erzielen.

Die erheblichen Anstrengungen aller dallianer sind Garant für diese stetige Weiterentwicklung.



## Erfolgreiche Erstzertifizierung unseres Nachhaltigkeitsmanagementsystems

Die IQNET SR10 Zertifizierung bietet unabhängige Sicherheit und schafft so das Vertrauen, dass das Managementsystem für soziale Verantwortung bei dalli effektiv umgesetzt wurde.



## Meilensteinziele im Klimaschutz übertroffen

Wir haben unsere Meilensteinziele im Rahmen unserer strategischen Klimaschutzziele sowohl bei den direkten THG-Emissionen (Scope 1&2) als auch beim Materialeinsatz (Scope 3) deutlich übertroffen.



## Auszeichnung mit der ecovadis Silbermedaille

In der aktuellsten Bewertung durch ecovadis in 2023 wurden wir mit der Silbermedaille ausgezeichnet und zählen zu den 20 Prozent der am besten bewerteten Unternehmen der Branche.



## Sorgfalt in der Lieferkette

Die Anforderungen aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz wurden vorzeitig und vollständig im Rahmen unseres Risikomanagements umgesetzt.



CO<sub>2</sub>-Fußabdruck

## Vollständiger Corporate Carbon Footprint

In Zusammenarbeit mit ClimatePartner haben wir unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck über alle drei Scopes für die Jahre 2020 bis 2023 vervollständigt.



## Mitarbeiter-Benefits-Programm

Wir konnten das Mitarbeiter-Benefits-Programm weiter ausbauen.



## Top Rating beim RSPO Shared Responsibility

In der RSPO Shared Responsibility Scorecard erreichte dalli mit zehn Punkten die bestmögliche Bewertung, der Sektorendurchschnitt liegt unter drei Punkten.



## Zertifizierungen

Alle Re-Zertifizierungen und Wiederholungsbegutachtungen konnten sehr erfolgreich abgeschlossen werden.



**Familienunternehmen**



**ausgezeichnete  
Qualität**



**fachkundig &  
professionell**



**umweltbewusst**



**innovativ &  
lösungsorientiert**

**100%**

## **DIE DALLI GROUP AUF EINEN BLICK**

Die dalli group ist ein bedeutendes Unternehmen in der europäischen Konsumgüterindustrie. Sie präsentiert sich heute als internationaler Konzern mit einer 175-jährigen Geschichte.

Gegründet im Jahr 1845, begann das Unternehmen als eine Seifenmanufaktur in Stolberg, Rheinland. Die dalli group entwickelte sich stetig innovativ weiter und expandierte zu einem der heute führenden Hersteller in Europa.

Zu den Hauptkategorien unserer Produktion gehören:

**Haushaltspflege:** Hierzu zählen Produkte wie Pulverwaschmittel, Maschinengeschirr-Reiniger-Tabletten, Flüssigwaschmittel und viele Haushaltsreinigungsprodukte.

**Schönheitspflege:** In diesem Bereich entwickelt die dalli group Produkte für Haarpflege und -styling, Gesichtspflege- und -reinigung, Körperpflege und -reinigung, Haut- und Sonnenpflege sowie Naturkosmetik.

Neben dem Markengeschäft der dalli group mit Dash, dalli Evidur, Sun Med, OMC oder Yawyu liegt der Hauptfokus auf dem europäischen Handelsmarkengeschäft.

In den vergangenen vier Jahren hat das Unternehmen mehrere Krisen erfolgreich bewältigt. Dazu gehörten die Herausforderungen der Covid-19-Pandemie, verbunden mit erheblichen Unterbrechungen in der Lieferkette, die Hochwasserkatastrophe im Juli 2021 und die Energiekrise. Insgesamt hat das Unternehmen gezeigt, dass es in der Lage ist, flexibel und resilient auf Krisen zu reagieren und gestärkt daraus hervorzugehen.

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen war Nachhaltigkeit stets ein zentraler Aspekt der Unternehmensphilosophie. Die Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie dalli 2030+ wurden immer konsequent verfolgt.



Die größte Gefahr für unseren Planeten ist der Glaube, dass schon jemand anderes ihn retten wird.



*Robert Swan, britischer Polarforscher  
und Umweltschützer*



# Nachhaltigkeit: Unser Weg in die Zukunft

Als Nachhaltigkeitsbeauftragter unseres Unternehmens sehe ich mich in der Pflicht, nicht nur als Vertreter unserer Organisation zu denken, sondern als Teil einer globalen Gemeinschaft, die am Scheideweg steht. Wir stehen vor einer Herausforderung, die nicht größer sein könnte: dem Überleben der Menschheit. Leider ist diese Brisanz noch nicht überall in der Gesellschaft angekommen.

## Strategische Ausrichtung

Unsere strategische Ausrichtung auf Nachhaltigkeit ist klar definiert und ambitioniert. Wir streben danach, unsere Geschäftsprozesse so zu gestalten, dass sie langfristigen Erfolg mit positiven Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft verbinden. Es ist ein Weg voller Herausforderungen, den wir nur mit konsequentem Handeln und stetiger Selbstreflexion beschreiten können.

## Fokussierung auf das Wesentliche

Im Zentrum unserer Bemühungen steht die Fokussierung auf das Wesentliche: die Gesundheit unseres Planeten und das

Wohlergehen der Menschen. Wir haben erkannt, dass wirtschaftlicher Erfolg nicht auf Kosten der Umwelt oder der Gesellschaft gehen darf. Deshalb arbeiten wir eng mit unseren Stakeholdern zusammen, um sicherzustellen, dass unsere Geschäftspraktiken ethisch, transparent und auf Langfristigkeit ausgelegt sind.

## Verantwortung und Handeln

Jedes Unternehmen und jeder Einzelne trägt Verantwortung. Es reicht nicht aus, auf Vorschriften zu warten oder die Verantwortung auf andere zu schieben. Wir müssen proaktiv handeln. Wir haben ein Nachhaltigkeitsmanagementsystem eingeführt, das sicherstellt, dass Nachhaltigkeit in jedem Aspekt unseres Handelns verankert ist. Wir fördern eine Kultur der Verantwortung und des Engagements, die weit über die Unternehmensgrenzen hinausgeht.

Die Zeit zu handeln ist jetzt. Wir haben die Möglichkeit, den Kurs zu ändern und einen Weg einzuschlagen, der nicht nur unseren Kindern und Enkelkindern ein Leben in Gesundheit und Wohlergehen ermöglicht, sondern auch die Vielfalt des Lebens auf unserem Planeten bewahrt. Lassen Sie uns gemeinsam diesen Weg beschreiten.

# Nachhaltigkeits-Strategie dalli 2030+

In einer Welt voller Unbeständigkeit, Unsicherheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit ist eine langfristige Orientierung essenziell, damit erfolgreiches Wirtschaften überhaupt möglich ist.

Unsere Nachhaltigkeits-Strategie dalli 2030+ gibt die grundlegende Richtung vor, in die sich unsere Organisation bewegen soll und mit welchen Ansätzen die langfristigen Ziele erreicht werden können.

Damit geben wir unserer Organisation und unseren Mitarbeitenden die notwendige Orientierung und die Möglichkeit, aus den allgemeinen Zielsetzungen der Strategie konkrete Handlungen für den eigenen Tätigkeitsbereich abzuleiten.

Auf Grundlage der Wesentlichkeitsanalyse haben wir in drei Handlungsdimensionen insgesamt neun wesentliche Handlungsfelder definiert.

## ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG

### Unser Anspruch:

Wir wollen unseren ökologischen Fußabdruck auf ein Minimum reduzieren.

## GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

### Unser Anspruch:

Wir wollen einen nachhaltigen Mehrwert für Menschen und die Gesellschaft schaffen.

## UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

### Unser Anspruch:

Wir sehen die Erfüllung der unternehmerischen Verantwortung als Basis, um unserer Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht werden zu können.



Klima



Natur



Ressourcen



Menschenrechte & Arbeit



Chancengerechtigkeit



Wohlergehen



Corporate Governance & Transparenz



Partnerschaften



Leistung



## KLIMA

### STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Bis 2030 wird dalli die produktionsbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen um mindestens 42% im Vergleich zu 2020 gesenkt haben.

Um unserer Verantwortung in Bezug auf die Scope 3-Emissionen gerecht zu werden, wollen wir die CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Million Euro Umsatz bei Verpackung und Rohstoff bis 2030 um mindestens 30% im Vergleich zu 2020 reduzieren.



## NATUR

### STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Bis 2025 wird dalli 100% des eingesetzten Palm(kern)öls (bzw. daraus hergestellter Derivate) aus nachhaltigen Quellen beziehen (mind. RSPO SCC MB).

Bis 2030 wird dalli 90% der eingesetzten natürlichen Faserstoffe für Verpackungen aus nachhaltig bewirtschafteten Flächen beziehen.



## RESSOURCEN

### STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Bis 2030 wird dalli bei den eingesetzten Verpackungsmaterialien für alle Artikel einen Anteil von mindestens 80% Recyclingmaterialien umsetzen.

Bis 2030 wird dalli bei all seinen Produktverpackungen eine Recyclingfähigkeit von mindestens 80% erreichen.

Ab 2035 werden aus dem normalen Produktionsbetrieb bei dalli keinerlei Abfälle auf Deponien entsorgt.

**3** GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN  
**12** NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION

**MENSCHENRECHTE & ARBEIT**

### STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Wir wollen hinsichtlich der Unfallraten zu den besten Unternehmen unserer Branche gehören. Bis 2030 wird dalli die Arbeitssicherheit je geleisteter Arbeitsstunde um 50% im Vergleich zum Basisjahr 2020 erhöhen.

Wir erreichen jährlich all unsere Mitarbeitenden mit gezielten Sicherheitstrainings oder über Sicherheits- & Gesundheitsaktionen.

**16** FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN

**GOVERNANCE**

### STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Bis 2025 wird dalli ein Nachhaltigkeitsmanagementsystem implementiert haben, das durch eine unabhängige Zertifizierungsgesellschaft regelmäßig begutachtet wird.

**5** GESCHLECHTERGLEICHHEIT

**CHANCENGERECHTIGKEIT**

### STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Bis 2035 den Anteil von Frauen in Führungspositionen auf den Prozentsatz zu erhöhen, der dem Anteil der Frauen an der Belegschaft entspricht.

dalli wird in Zusammenarbeit mit seinen Tarifpartnern sicherstellen, dass die Vergütung im Einklang mit den branchenüblichen Standards und den individuellen Fähigkeiten und Verantwortlichkeiten unserer Mitarbeitenden steht. Wir werden geschlechterspezifische Gehaltsunterschiede aktiv identifizieren und beseitigen sowie Maßnahmen für die Förderung der Chancengerechtigkeit in der Entlohnungspolitik ergreifen.

**17** PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

**PARTNERSCHAFTEN**

### STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Lieferantenpartnerschaften für eine nachhaltigere Lieferkette aufbauen. Durch Multi-Stakeholder-Partnerschaften Wissen & Ressourcen wirksamer zur Förderung der Nachhaltigkeit einsetzen.

Bilaterale Partnerschaften zur Förderung von Innovationen aufbauen.

**3** GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN

**WOHLERGEHEN**

### STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Sichere Produkte entwickeln, produzieren und vertreiben, die ein gesundes Leben unterstützen.

Ein gesundes Arbeitsumfeld schaffen, das die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden bestmöglich fördert.

**8** MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM

**LEISTUNG**

### STRATEGISCHE ZIELSETZUNG

Um sicherzustellen, dass diese Nachhaltigkeitsstrategie erfolgreich umgesetzt wird, werden wir ein regelmäßiges Monitoring und Evaluierungen durchführen und die Ergebnisse transparent kommunizieren.

# Nachhaltigkeitsmanagement und Organisation

Wir als Familienunternehmen mit einer mehr als 175-jährigen Firmengeschichte sehen uns als Teil der Gesellschaft, die auf eine intakte Umwelt angewiesen ist. Bei unserem Handeln behalten wir stets die ökonomischen, ökologischen und sozialen Effekte im Blick.

Eine nachhaltige Entwicklung bedeutet, eine Balance zwischen den ökologischen, sozialen und ökonomischen Interessen langfristig herzustellen. Nur so kann die Gesellschaft ihr Fortbestehen sichern.

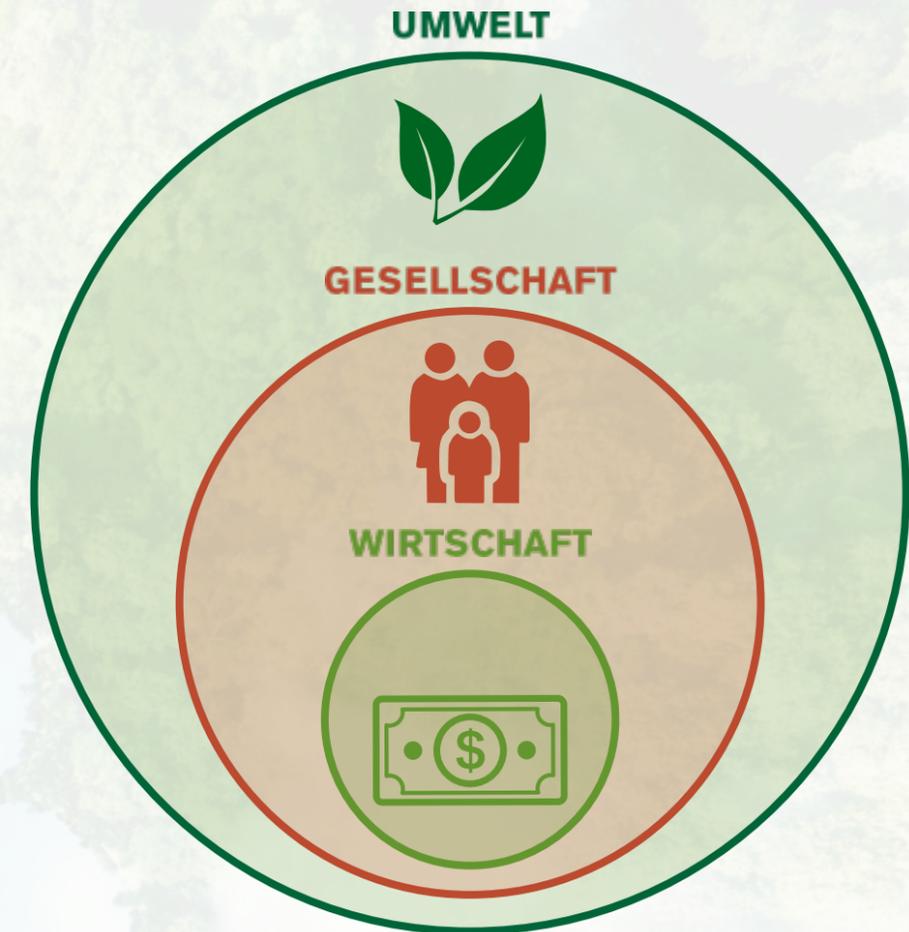
Wir sind überzeugt, dass wir mit unserem Nachhaltigkeitsengagement einen Beitrag dazu leisten können, viele globale Herausforderungen – wie etwa den Klimawandel, die wachsende Weltbevölkerung und die ökologische Degradierung – zu lösen.

Nachhaltiges und verantwortungsbewusstes Wirtschaften hat für uns seit Langem einen hohen Stellenwert und ist die Basis, auf der wir wettbewerbsfähig und zukunftsfähig arbeiten.

Im Jahr 2019 wurde das Thema Nachhaltigkeit als Handlungsfeld in der Unternehmensstrategie verankert. Das Nachhaltigkeits-Board wurde als zentrale Plattform für das Nachhaltigkeitsmanagement in der

dalli group installiert. Es setzt sich aus Entscheidungsträgern aller relevanten Unternehmenseinheiten zusammen und umfasst derzeit 20 Mitglieder. Als gesamtverantwortliche Instanz berichtet das Nachhaltigkeits-Board an die Geschäftsführung über die Ergebnisse der Arbeit.

Die Aufgabenstellungen im Rahmen eines Nachhaltigkeitsmanagements sind nicht durch einzelne Personen oder Abteilungen zu bewältigen, sondern müssen vielmehr als integraler Bestandteil aller operativen Tätigkeiten implementiert werden. Vertrauen basiert auf Glaubwürdigkeit und Transparenz, daher haben wir uns frühzeitig für die Installierung eines auf international anerkannten Normen beruhenden Managementsystems entschieden, welches durch unabhängige Dritte regelmäßig überprüft wird. Wir sind seit August 2023 nach der Norm IQNet SR10 „Social Responsibility Management System“ zertifiziert.



# Globale Ziele



Die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (UN SDGs) sind ein globaler Plan zur Förderung nachhaltiger Entwicklung bis 2030. Für Unternehmen bieten sie eine klare Vorgabe, um deren Geschäftsstrategien auf ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit auszurichten. Die dalli group berücksichtigt diese Ziele unter anderem im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse. In diesem Zusammenhang hat das Unternehmen einen signifikanten Einfluss auf einzelne relevante SDGs.

Mit unseren Maßnahmen leisten wir innerhalb unserer Geschäftsaktivitäten einen Beitrag für die Zielerreichung der relevanten SDGs und tragen so zu einer nachhaltigen Entwicklung bei. Im Nachhaltigkeitsbericht sind die Zuordnungen der relevanten SDGs visuell dargestellt.

# Der Einfluss der Stakeholdergruppen

Um die Nachhaltigkeitsthemen langfristig erfolgreich in alle unsere Unternehmensprozesse einbinden zu können, ist die Berücksichtigung der unterschiedlichen Erwartungen und Interessen unserer relevantesten internen und externen Stakeholder essenziell.

Deshalb stehen wir im regelmäßigen Austausch mit den einzelnen Anspruchsgruppen und nutzen die gewonnenen Rückmeldungen über unsere systematische Stakeholder-Analyse dazu, das Nachhaltigkeitsmanagement, die Nachhaltigkeitsstrategie und die daraus abzuleitenden Maßnahmen fortlaufend weiterzuentwickeln. Die wesentlichen Stakeholder sind in der Stakeholder-Landkarte dargestellt.

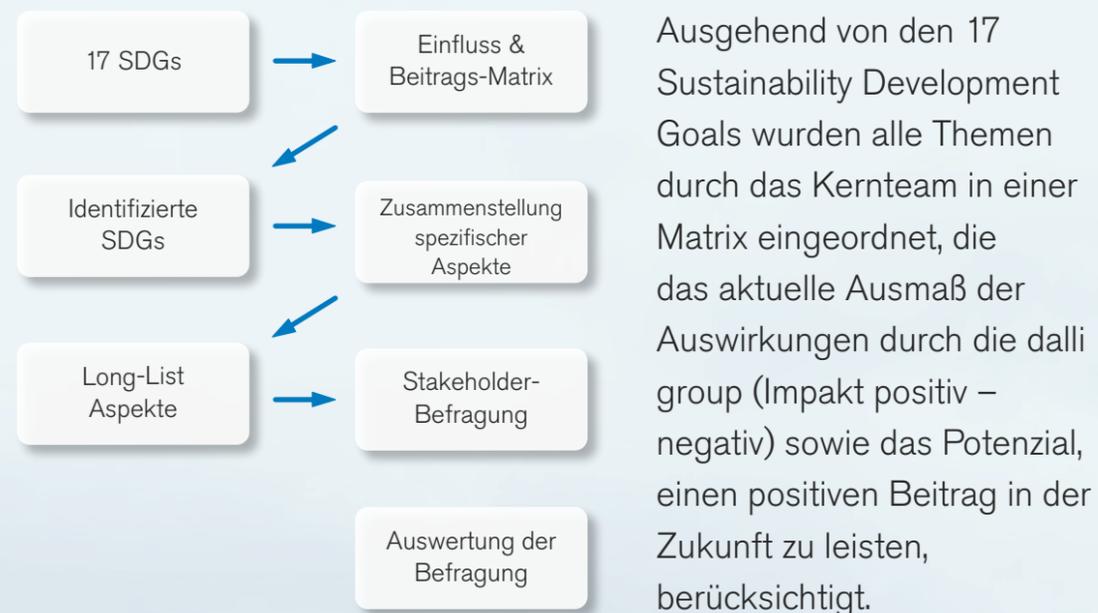


# WESENTLICHKEIT

Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein zentrales Instrument im Nachhaltigkeitsmanagement, um die wichtigsten Themen für unser Unternehmen und unsere Stakeholder zu identifizieren. Dieser Prozess hilft uns, die Bereiche zu bestimmen, die den größten Einfluss auf unsere nachhaltige Entwicklung haben und wo wir die größten positiven Veränderungen bewirken können.

Durch die Einbeziehung der Perspektive interner und externer Stakeholder bewerten wir ökologische, soziale und wirtschaftliche Themen. Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse fließen direkt in unsere Nachhaltigkeitsstrategie ein und ermöglichen eine zielgerichtete Ressourcennutzung.

Dadurch stellen wir sicher, dass unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen relevant und wirkungsvoll sind, was zu einer höheren Transparenz und Glaubwürdigkeit unseres Unternehmens beiträgt.



Für die SDGs mit großem Verbesserungspotenzial bzw. spürbaren Auswirkungen wurden spezifische Aspekte unter Berücksichtigung entsprechender Informationsquellen erarbeitet. Daraus unsere Long-List erstellt.

In einer breit angelegten, dreiteiligen Befragung wurden Experten zum gesamte Unternehmen befragt. Diese brachten auch die Perspektive der jeweiligen Stakeholder mit ein.

Teil A: Bedeutung der Aspekte für den langfristigen Geschäftserfolg (Outside – In)

Teil B: Aktueller Beitrag der dalli group (Inside – Out)

Teil C: Verbesserungspotenziale für die einzelnen Aspekte

Die Auswertung der Befragung wurde für jede der drei Dimensionen (Environment – Social – Economy) separat durchgeführt, um zu gewährleisten, dass alle Bereiche gleichermaßen berücksichtigt werden.

## Die wesentlichen Themen und deren Berücksichtigung in Handlungsfeldern



# UNSERE PRODUKTE

Sortimentsübersicht und Leistungsangebote



Wäschepflege

Maschinengeschirrereinigung



Haushaltspflege



## Alles aus einer Hand!

Mit viel Liebe zum Detail, Engagement und großer Expertise bieten wir unseren Geschäftskunden und den Konsumenten ein Komplettpaket unserer Produktsortimente. Die Spezialisten aus unterschiedlichen Bereichen arbeiten Hand in Hand, um innovative, hochwertige, gut verträgliche und umweltfreundliche Produkte zu entwickeln. und herzustellen.



Sonnenpflege

Gesichtspflege



Naturkosmetik



Haarpflege & Styling



Körperpflege



# UNSERE PRODUKTE

VISION  
PLASTICFREE

## Vermeiden statt recyceln

Mit #VISIONPLASTICFREE greifen wir da an, wo wir uns auskennen: beim Waschmittel. Plastikbestandteile einfach nur zu recyceln reicht uns nicht. Wir streben nach innovativen Lösungen, um langfristig komplett auf Plastik zu verzichten.

1

Dash will plastikfrei werden. Das heißt: Verpackungen und Waschmittel ohne Plastik. Dafür stellen wir nach und nach unsere gesamte Produktion um und sparen schon jetzt rund 80 Tonnen Plastik pro Jahr. Unsere #VISIONPLASTICFREE soll zum Weckruf für die gesamte Industrie werden – und ein Ansporn für jeden Einzelnen von uns.

2

Warum Symptome bekämpfen, wenn man das Problem bei der Wurzel packen kann? Viele Unternehmen setzen auf optimierte Recyclingprozesse für Kunststoffe, denken aber nicht an einen kompletten Verzicht. Wir gehen den entscheidenden Schritt weiter, um langfristig überhaupt kein Plastik mehr zu produzieren. Unsere Lösung: Vermeiden, wo es geht. Recyceln nur als Zwischenlösung.

3

Wir denken langfristig und nachhaltig. Nicht in aktionistischen Schnellschüssen. Denn um Plastik bei gleichbleibender Waschqualität dauerhaft aus Produkt und Verpackung zu entfernen, braucht es Innovation und Investition. Nur so können wir Schritt für Schritt Lösungen wie einen plastikfreien Tragegriff oder die erste kindersichere Pappverpackung für Capsules entwickeln und etablieren.

## Dash – Vision Plasticfree

Mit unserer Marke Dash setzen wir Maßstäbe – damit alles rein wird, auch das Meer!



## Erste kindersichere Pappschachtel



Mit der ersten kindersicheren Capsverpackung aus Pappe setzen wir Maßstäbe für unsere Branche und sparen weitere Tonnen Plastik pro Jahr.

## Kofferpackung im neuen schlanken Gewand

Doppelt kompakt: Durch die konzentriertere Rezeptur kann die Waschmittelmenge bei gleichbleibender Leistung reduziert werden. Dadurch wird die Packung schlanker und spart zusätzlich Papier.



# UNSERE PRODUKTE

## SunMed – für besonders empfindliche Haut

SunMed bietet Sonnenpflege-Produkte für besonders empfindliche Haut. Leistungsstarke Rezepturen, hohe Hautverträglichkeit mehrfach nachweislich bestätigt und das alles nur mit Inhaltsstoffen, die wirklich benötigt werden. Einfach besonders.



All unsere Produkte im Kernsortiment haben eine Bestätigung der Hautverträglichkeit durch den Deutschen Allergie- und Asthmabund e. V.

### Besonders durchdacht

- ✓ Ohne Octocrylene
- ✓ Ohne Mikroplastik
- ✓ Ohne Parfüm und Duftstoffe

### Richtige Wirkung

- ✓ Hoher Lichtschutzfaktor UVA und UVB
- ✓ Besonders hautverträglich
- ✓ Feuchtigkeitsspendend und wasserfest

# YAWYU

## CONSCIOUS SKINCARE



YAWYU steht für **You Are What You Use**. Mit genau dieser Botschaft sprechen wir unsere Zielgruppe an:

Du bist, was du benutzt – und mit jeder deiner Konsumentenscheidungen gibst du eine Stimme ab für die Welt, die du dir wünschst.

Mit dieser Message wollen wir ein Zeichen setzen, **Produkte** zu verwenden, die nicht nur **dir**, sondern auch der **Gesellschaft** und der **Umwelt einen Mehrwert bringen**. Mit jedem Kauf eines Produkts leistest du einen positiven Beitrag für Mensch, Tier, Umwelt und für dich selbst.

Naturkosmetik, die sich mit hochwertigen Inhaltsstoffen wirklich um die Gesundheit und Pflege deiner Haut kümmert. Frei von schädlichen Zusatzstoffen – versprochen.

# HISTORIE

Nachhaltigkeit – unsere Wurzeln – unsere Zukunft

**1845**

Gründung des Unternehmens  
in Stolberg/Rheinland

**1899**

dalli wird zur Marke

**1960er-Jahre**

Einstieg in das Handels-  
markengeschäft

**1992 bis 2011**

Starke Expansion durch Eröffnung  
mehrerer Standorte in den  
Niederlanden und Deutschland

**2007**

Einstieg in die Naturkosmetik

.....  
Beteiligung an der  
Nachhaltigkeitsinitiative Charter  
for Sustainable Cleaning

**2009**

Zertifizierung des Umwelt-  
managements nach ISO 14001

**2021**

Jahrhundertflutkatastrophe  
in Stolberg

**2022|23**

Beteiligung an der Cosmetics  
Europe Nachhaltigkeits-Initiative  
Commit for Our Planet

.....  
Zertifizierung des Nachhaltigkeits-  
Managements nach dem IQNet  
SR10 Standard

**2016|17**

Zertifizierung nach dem RSPO SCC  
Standard für nachhaltiges Palmöl

.....  
Ausbau des Markengeschäfts durch  
Dash und Bonux

# UNSERE STANDORTE

HEERDE



An unserem niederländischen Standort in Heerde mit einer Jahreskapazität von knapp 45.000 Tonnen fertigen wir Spülmaschinen- und Waschmaschinen-Tabs. Ergänzt wird das Portfolio um Anti-Kalk-Tabs zur Anwendung in der Waschmaschine.

HOENSBROEK



An unserem zweiten niederländischen Standort in Hoensbroek mit einer Jahreskapazität von rund 100.000 Tonnen fertigen wir Flüssigprodukte zur Wäschepflege. Die Produkte werden in den unterschiedlichsten Flaschengrößen von groß bis klein abgefüllt.



STOLBERG

In unserem Stammsitz Stolberg produzieren wir seit mehr als 100 Jahren Waschpulver. Es werden alle Verpackungsgrößen mit einer Jahreskapazität von ca. 100.000 Tonnen gefertigt. Der Standort ist gleichzeitig Hauptverwaltungssitz. Zentrale Abteilungen wie etwa Vertrieb, Einkauf, Logistik, IT und die Geschäftsführung sind hier ansässig.



WESTERBURG

Unser Werk am Standort Westerburg ist ein auf die Aerosol-Technik spezialisiertes Werk mit einer Jahreskapazität von 10.000 Tonnen. Hier werden hochautomatisiert Produkte zur Schönheitspflege unterschiedlichster Gebindegrößen produziert.



FLÖRSHEIM-DALSHEIM

Am Standort Flörsheim-Dalsheim werden überwiegend Produkte zur Schönheitspflege in Flaschen, Tuben und Tiegeln unterschiedlichster Gebindegrößen hergestellt und konfektioniert. Die gesamte Jahreskapazität beträgt ca. 100.000 Tonnen.

# Vision & Mission

*We make life easy*

**We offer our customers high quality, affordable products and solutions for cleaning and caring needs worldwide, innovative and sustainable.**

„We make life easy“ – unsere Vision ist es, das Leben unserer Kunden leichter zu machen. Unsere Produkte und Dienstleistungen helfen, die Herausforderungen des Alltags besser zu meistern. Wir bieten praktische Lösungen an, die den täglichen Aufwand minimieren und somit mehr Zeit für die wichtigen Dinge im Leben schaffen.

Unsere Mission ist es, unseren Kunden weltweit hochwertige Produkte und Lösungen für ihre Reinigungs- und Pflegebedürfnisse zur Verfügung zu stellen. Wir legen großen Wert auf Innovation und Nachhaltigkeit, um sicherzustellen, dass unsere Produkte nicht nur effektiv, sondern auch umweltfreundlich sind. Durch kontinuierliche Forschung und Weiterentwicklung kreieren wir Produkte, die sowohl die Bedürfnisse unserer Kunden erfüllen als auch zum Schutz unseres Planeten beitragen.

# Unsere Werte



## Leidenschaft

Wir handeln aus Überzeugung und übernehmen Verantwortung für unser Tun.



## Partnerschaftliche Zusammenarbeit

Wir begegnen einander auf Augenhöhe, hören einander zu, unterstützen uns gegenseitig und geben wertschätzendes Feedback, unabhängig von Funktion und Hierarchie.



## Pioniergeist

Wir gehen bewusst neue Wege, lernen aus unseren Erfahrungen und entwickeln Chancen für die Zukunft.



## Zielorientierung

Wir fokussieren uns auf unsere gemeinsamen Ziele und arbeiten ergebnisorientiert.

# ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG

**Wir wollen unseren  
ökologischen  
Fußabdruck auf ein  
absolutes Minimum  
reduzieren.**



Zertifizierte Management-Systeme für:

- Umweltmanagement
- Energiemanagement
- Nachhaltiges Palmöl
- Naturkosmetik

Förderung einer geschlossenen  
Kreislaufwirtschaft



Fokus auf umweltfreundliche,  
biologisch abbaubare Materialien  
und Materialeffizienz

Aktives Engagement gegen den  
Klimawandel



Förderung einer nachhaltigen,  
pflanzenbasierten  
Rohstoffversorgung

# Umwelleistungsbewertung

Die fortlaufende Verbesserung der Ressourceneffizienz und die Reduktion spezifischer Emissionen sind die Kernziele, um unseren ökologischen Fußabdruck im Rahmen unseres Umweltmanagements zu minimieren. Mit unserem System der Umwelleistungsbewertung verdichten wir seit dem Jahr 2012 für alle wesentlichen Umweltaspekte die einzelnen Leistungsindikatoren zu einem Umwelleistungsindex

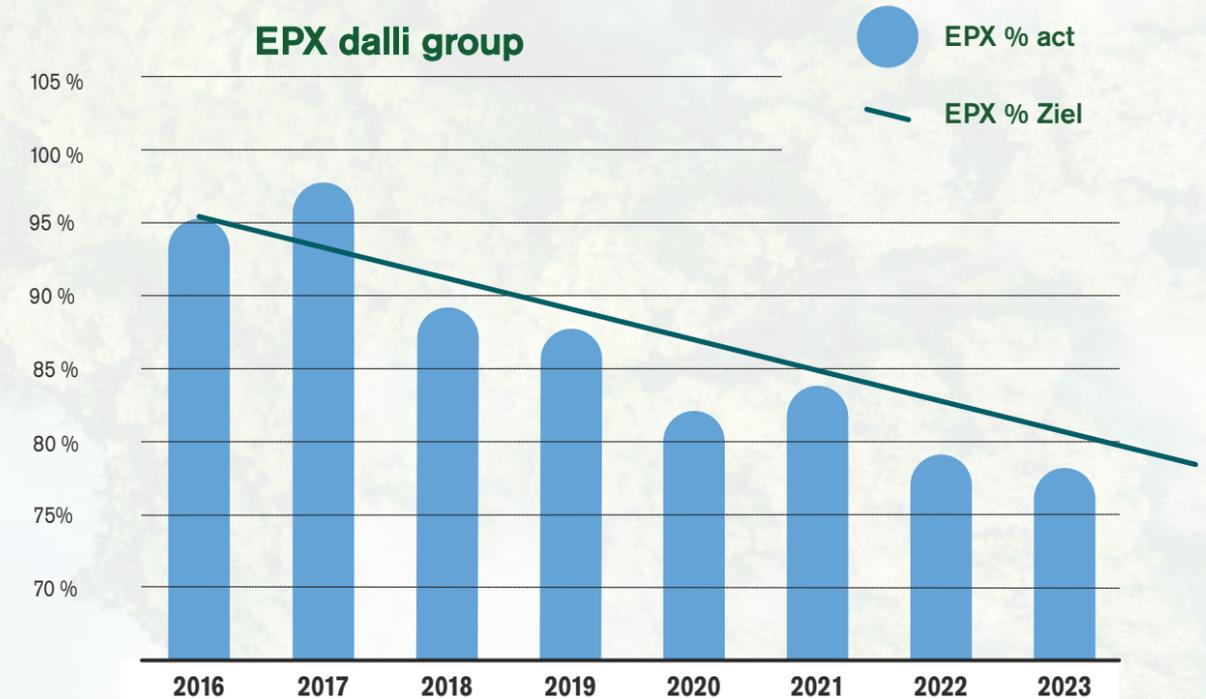
(EPX), welchen wir als Monitoring-Instrument nutzen. Dabei werden die erhobenen Betriebsdaten auf die Referenzwerte der Wertschöpfung bezogen. Die Reduktion dieses Index zeigt somit eine gesamtheitliche Verbesserung unserer Umweltbilanz an. Als strategische Zielsetzung haben wir eine jährliche Reduktion um mindestens zwei Prozentpunkte definiert.



Anhand der Ergebnisse der regelmäßig durchgeführten Bewertungen werden operative Zielsetzungen ausgearbeitet und konkrete Umsetzungsmaßnahmen definiert und in das

Umwelt- und Energieprogramm aufgenommen. Die Bewertungen erfolgen auf Konzern-Ebene und werden zusätzlich auf Standort-Ebene heruntergebrochen.

# Entwicklung der Umwelleistung und ausgewählter Indikatoren



Typ	Parameter	2020	2021	2022	2023
Output	Wertschöpfungsindex	1.000	830	923	914
Input	Rohstoffe [t]	255.338	213.642	206.430	199.414
Input	Verpackungsmaterial [t]	49.902	38.757	43.258	38.932
Input	Wasserverbrauch [m³]	423.723	361.516	384.133	295.487
Output	Betriebsabfall [t]	8.961	6.775	5.773	5.020
Input	Energieeinsatz [GJ]	389.657	364.568	340.379	311.692
KPI	Rohstoffeinsatzquote	255	257	224	✓ 218
KPI	Verpackungseinsatzquote	50	47	47	✓ 43
KPI	Wasserverbrauchsquote	424	436	416	✓ 323
KPI	Abfallquote	9	8	6	✓ 5
KPI	Energieeinsatzquote	390	439	369	✓ 341

# Klimaschutz

Eine der wesentlichen Aufgaben und zugleich eine der größten Herausforderungen unserer Zeit ist der Klimaschutz. Entsprechend anspruchsvoll ist unsere Zielsetzung, wir verpflichten uns dem 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens.

Konsequenterweise ist der Klimaschutz ein zentrales Handlungsfeld in unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir sind uns der dringenden Notwendigkeit bewusst, den Klimawandel zu bekämpfen, und setzen daher gezielte Maßnahmen zur Reduzierung unserer Treibhausgasemissionen um.

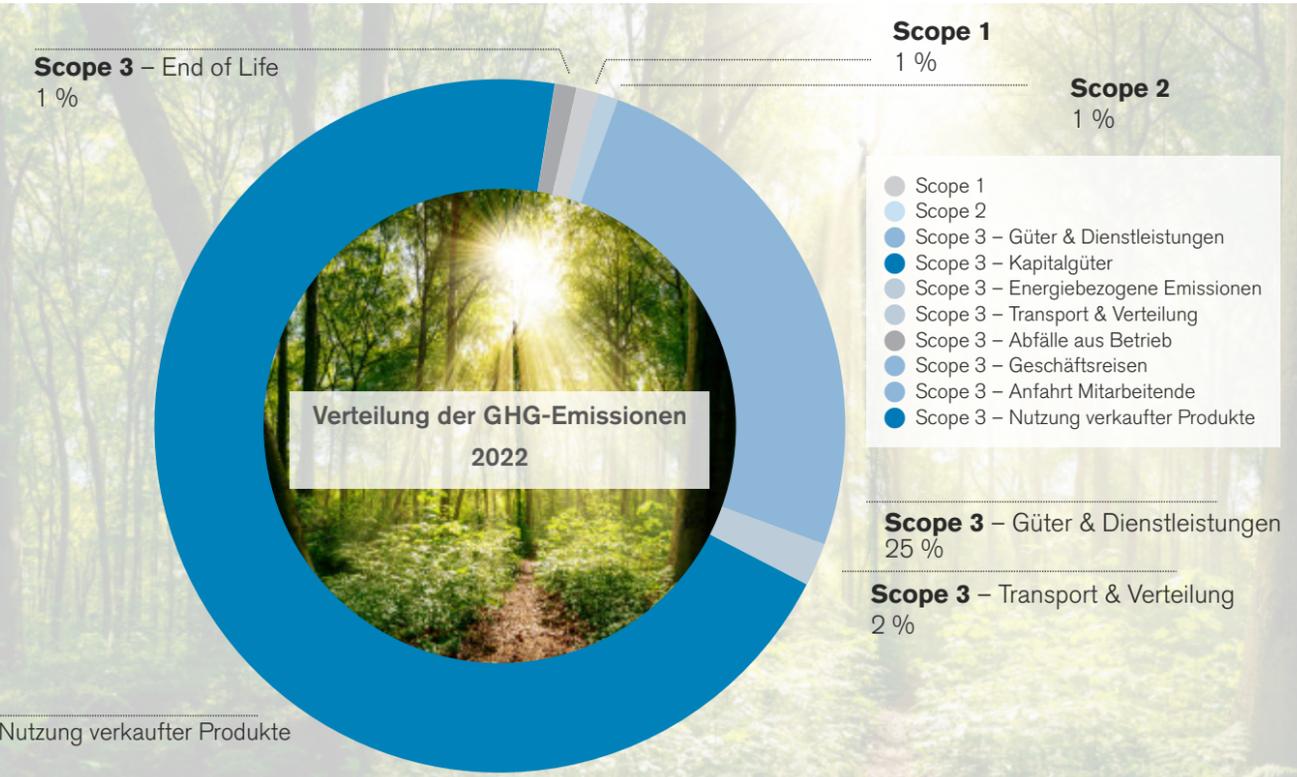
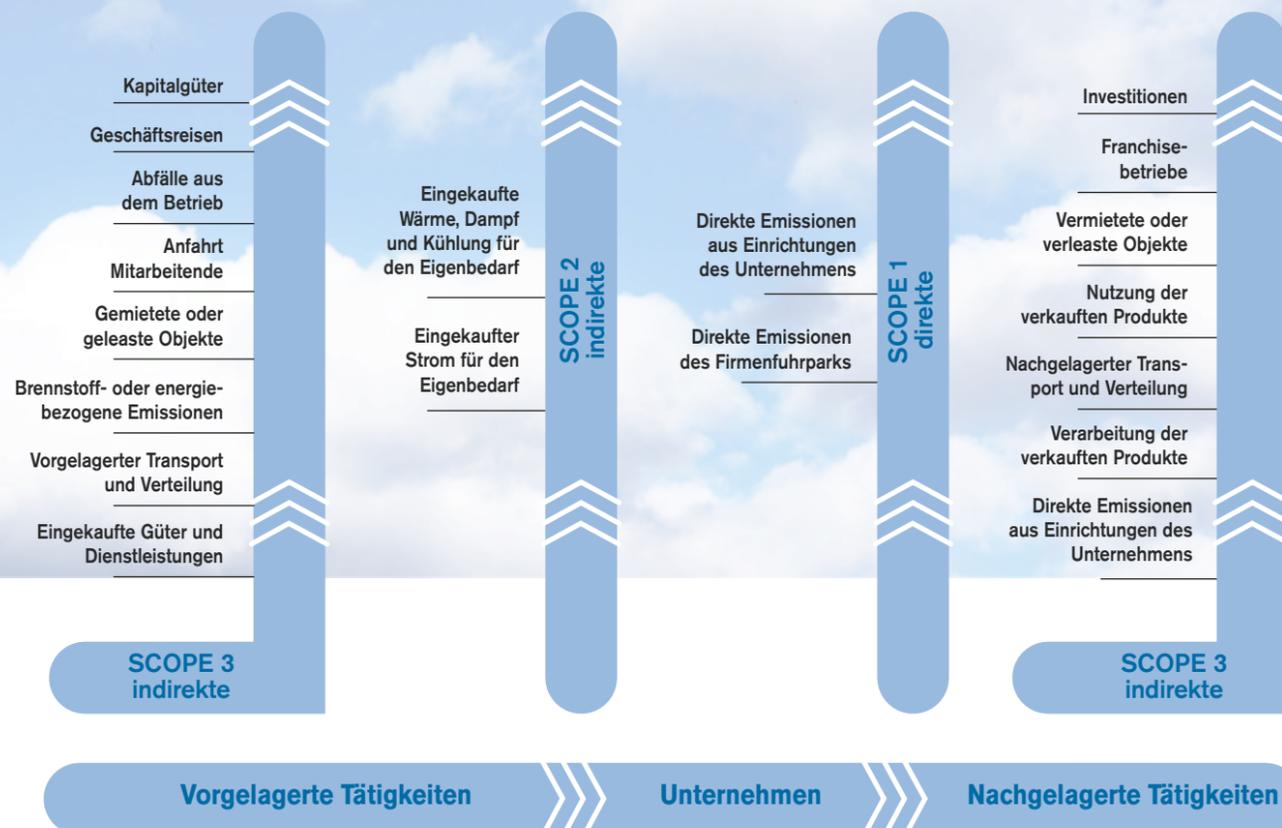
# Ermittlung der Treibhausgasemissionen (THG)

Erst durch das Verständnis, wo und in welchem Umfang Emissionen entstehen, können spezifische Strategien zur Reduzierung entwickelt werden.

Durch die professionelle systematische Erfassung und Analyse dieser Emissionen in Zusammenarbeit mit unserem Partner ClimatePartner identifizieren wir in sogenannten Corporate Carbon Footprints (CCF) seit dem Jahr 2020 gezielt Bereiche mit den größten Reduktions-

potenzialen. Unsere Ziele orientieren sich an den Vorgaben der Science Based Targets Initiative (SBTi), an welcher wir uns in einem der nächsten Schritte beteiligen werden. Über unseren Fortschritt werden wir regelmäßig berichten.

## CO<sub>2</sub> und andere Treibhausgase



Die Hauptemissionsquelle ist mit einem Anteil von 70% die Nutzungsphase unserer Produkte, gefolgt von den eingesetzten Materialien (in Güter & Dienstleistungen) und dem Transport unserer Produkte.

Die Nutzungsphase ist durch uns nur begrenzt zu beeinflussen, die Reduktionsmöglichkeiten unsererseits sind daher laut Analyse sehr begrenzt.

Wir legen daher unseren Fokus weiter auf die Reduktion der Scope 1 und Scope 2 Emissionen, sowie in Scope 3 auf Maßnahmen insbesondere in Bezug auf Rohstoffe und Verpackungen.

Emissionsmessung in drei Scopes nach dem Green House Gas Protocol

Die Verteilung der Emissionen auf die einzelnen Quellen hat sich in den vergangenen Jahren praktisch nicht verändert, jedoch konnten bereits erhebliche Reduktionen der Gesamtemissionen erzielt werden.

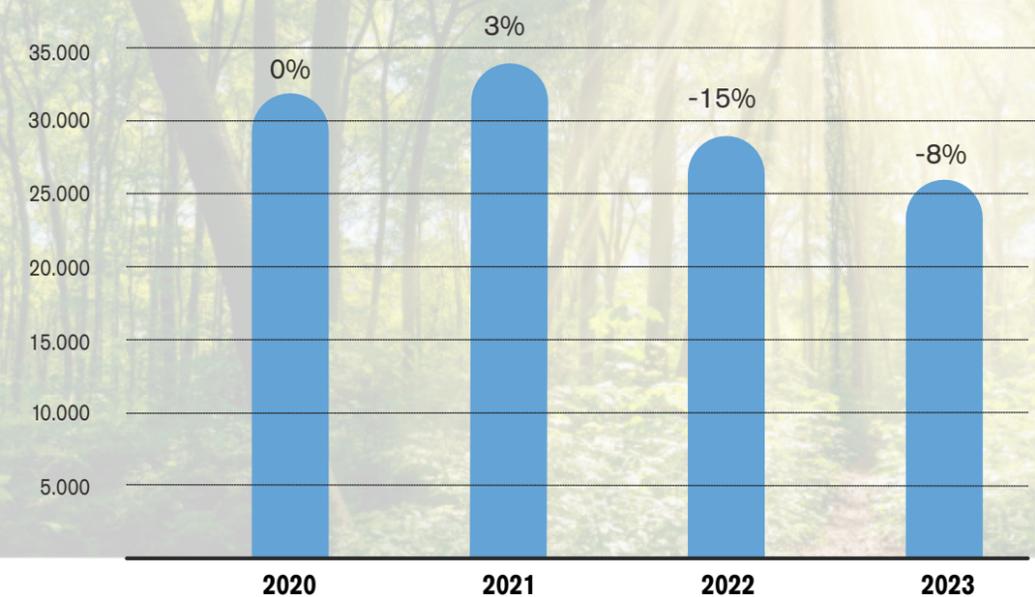
## Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen

	2020	2021	2022	2023
<b>Scope 1 (t Co<sub>2eq</sub>)</b>	13.831	12.798	12.020	11.010
<b>Scope 2 (t Co<sub>2eq</sub>)</b>	17.497	19.422	15.594	11.643
<b>Scope 3 (t Co<sub>2eq</sub>)</b>	2.484.914	2.262.893	2.126.968	1.904.279

### Scope 1 & 2:

Die Emissionen aus Scope 1 und 2 konnten im Jahr 2023 im Vergleich zum Basisjahr 2020 bereits um 20% gesenkt werden. Die Reduktion ist zum einen durch die fortlaufenden Energieeffizienz-Maßnahmen im Rahmen unseres Energiemanagements nach ISO 50001 und zum anderen durch den Produktionsmengenrückgang begründet. Der Produktionsmengenrückgang ergibt sich aus dem geplanten Restrukturierungsprogramm und der damit verbundenen Portfoliobereinigung.

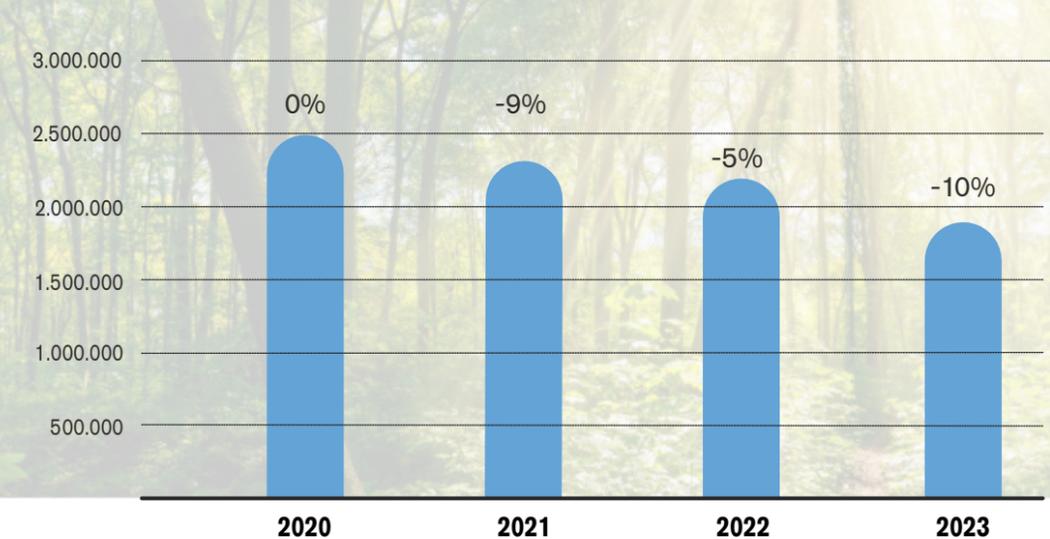
### CCF Scope 1 & 2



### Scope 3:

Die Emissionen aus Scope 3 konnten in 2022 gegenüber 2020 um 14% reduziert werden, die Reduktion der Scope 3 Emissionen Ohne die use Phase beträgt sogar 18%. Auch hier sind insbesondere Verbesserungen durch die Portfoliobereinigung sowie geringere Transportleistungen verantwortlich für die erzielten Reduktionen.

### Scope 3



# Die Chemie muss stimmen

Die Experten aus unserer Forschung & Entwicklung tragen durch innovative Lösungen wesentlich zur Nachhaltigkeit der von dalli hergestellten Produkte bei.

Sie wollen einen Turm aus Bauklötzen bauen. Als Sie den höchsten Punkt erreicht haben, kommt jemand und nimmt ein Klötzchen aus der Mitte. Der Turm fällt in sich zusammen. So etwas kann auf der Suche nach geeigneten, nachhaltigen Inhaltsstoffen für Produkte passieren. Kaum scheint alles stabil und passend zu sein, gibt es neue wissenschaftliche Erkenntnisse: Die Herstellung einer Grundsubstanz hat eine schlechtere ökologische Bilanz als vorher bekannt. Der Turm kippt – und die Suche beginnt von vorn.

Das gehört zur täglichen Arbeit der Abteilung Forschung & Entwicklung (F&E), eines der zentralen Fachbereiche bei dalli. Was nach Sisyphos-Arbeit klingt, ist gewollt. Denn dalli hat sich die 360°-Betrachtung der Vor- und Nachteile von Inhaltsstoffen zum Prinzip gemacht. Denn nur die ganzheitliche Auswertung einer Rezeptur kann ein fein ausbalanciertes Verhältnis von Wirksamkeit und nachhaltiger Qualität ermöglichen.

## Nachhaltigkeit mit Chemie

Zwei Begriffe, die sich diametral gegenüberzustehen scheinen. Doch in den dalli-Laboren wird bewiesen, dass es gelingen kann, aus beiden eine funktionierende Einheit zu schaffen. Dazu haben sich die dalli-Forscher zwei Maximen verschrieben:

## Abbaubarkeit und Defossilisierung

Abbaubarkeit heißt: Ein Produkt soll nach dem Verbrauchszyklus im Haushalt im Klärwerk biologisch abgebaut werden. Das gelang zum Beispiel bei der Entwicklung eines Maschinen- und Geschirr-Reinigers. Die bei seiner Herstellung verwendeten Polymere (= chemische Verbindungen, die aus Molekülketten bestehen) sind nach Verbrauch des Reinigers biologisch abbaubar. Ein großer Schritt, denn üblicherweise landen Polymere im Klärschlamm, der letztendlich verbrannt werden muss, weil er zum Beispiel als Düngemittel ungeeignet ist.

Defossilisierung bedeutet eine Abkehr von Chemikalien, die mithilfe von oder aus fossilen Energieträgern wie zum Beispiel Erdöl gewonnen werden (lateinisch fossilis = ausgegraben). Fossile Ressourcen sind endlich, ihr Abbau ökologisch oft umweltschädigend. Darum ist eine zentrale Aufgabe von F&E, geeignete Alternativen zu finden. Das ist die Herausforderung, der sich die F&E „Rohstoffgruppe“ erfolgreich stellt. Sie scannt und beobachtet den Markt, analysiert Trends, sucht gezielt nach Innovationen und prüft, ob sich die Alternativen für den Herstellungsprozess eignen.

Aber nicht nur die internen Vorgaben entscheiden über die chemische Zusammensetzung eines Produkts. Der Artikel muss ebenso den Anforderungen des Kunden genügen, bevor er den Weg ins Regal findet. Hier geht es vor allem um jene Inhaltsstoffe, die nicht enthalten sein dürfen, weil sie etwa in Analysen von Stiftung Warentest nicht gut abgeschnitten haben. Das würde zu schlechten Bewertungen führen – und die wirken sich zumeist unmittelbar auf das Einkaufsverhalten der Kunden aus.

Die Arbeit von F&E bestimmt also maßgeblich, wie nachhaltig dalli-Produkte letztendlich sind. Dass die Forschenden dabei erfolgreich arbeiten, beweisen zahlreiche Bestplatzierungen bei Stiftung Warentest. Dort werden die von dalli produzierten Eigenmarken fast immer besser bewertet als die Markenkonzurrenz.

Dr. Stefan Müller, Leiter F&E bei dalli, fasst es so zusammen: „Wir überwachen und verbessern kontinuierlich die Nachhaltigkeit der dalli-Produkte. Das sind wir nicht nur unseren Kunden, sondern vor allem auch der Umwelt schuldig. Zugleich müssen unsere Produkte Ökologie, Nachhaltigkeit und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis unter einen Hut bringen, um gegen die Marken- und Handelsmarkenkonzurrenz bestehen zu können.“

Dr. Stefan Müller,  
Leiter F&E bei dalli



# Nachhaltige Lieferketten: Der Schlüssel zum Erfolg

## Natur: Palmöl, Palmkernöl und Derivate daraus

Palmöl und Palmkernöl sind zwei der weltweit am häufigsten verwendeten pflanzlichen Öle, die in einer Vielzahl von Produkten zu finden sind, von Lebensmitteln über Biokraftstoffe bis hin zu unseren Produkten aus den Bereichen Home Care und Personal Care. Ihre Vielseitigkeit und Effizienz in der Produktion machen sie zu unverzichtbaren Rohstoffen in der modernen Industrie. Allerdings ist ihre Gewinnung nicht ohne Herausforderungen, insbesondere im Hinblick auf die Umwelt- und Sozialverträglichkeit.

Die Produktion von Palmöl und Palmkernöl kann schwerwiegende Auswirkungen auf die Umwelt haben, darunter Entwaldung, Verlust der Biodiversität und Treibhausgasemissionen. Zudem können soziale Probleme wie Landkonflikte und unfaire Arbeitsbedingungen in den Anbauregionen auftreten. Das führte zu einer kritischen Haltung gegenüber der Palmölindustrie und hat den Ruf nach nachhaltigeren Anbaumethoden lauter werden lassen.

Der Schlüssel zu einer verantwortungsvollen Nutzung von Palmöl und Palmkernöl liegt in der Etablierung nachhaltiger Lieferketten. Nachhaltige Palmölproduktion zielt

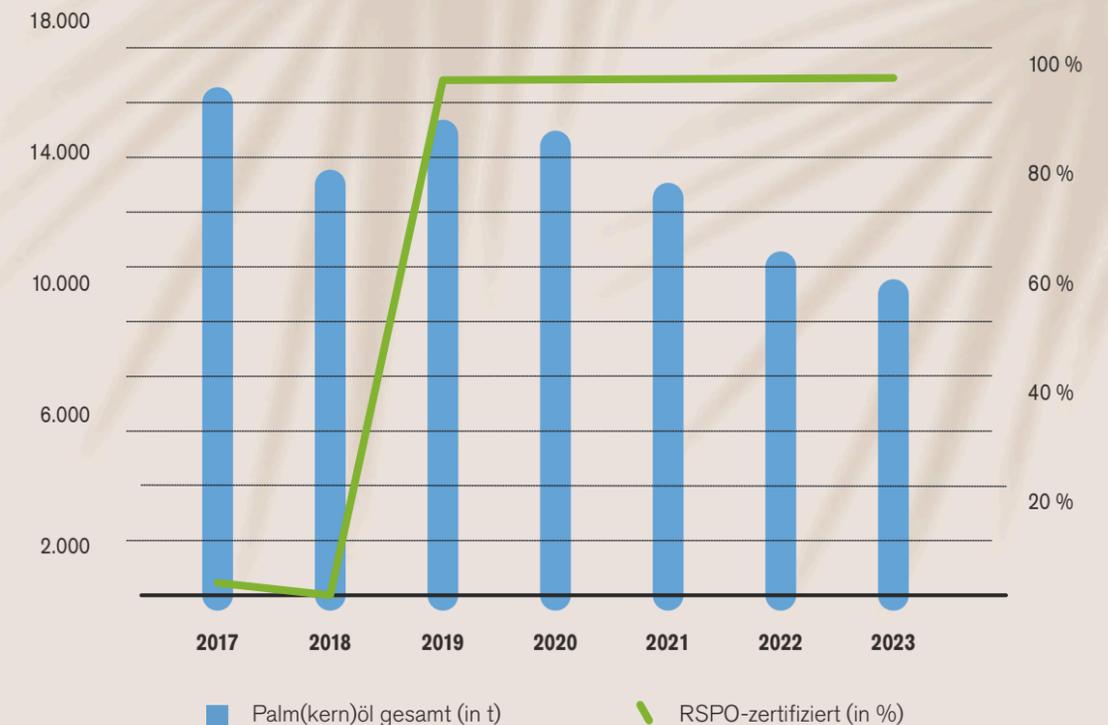
darauf ab, die negativen Auswirkungen zu minimieren und positive Effekte zu maximieren. Dies umfasst den Schutz von Wäldern und anderen wertvollen Ökosystemen, die Förderung der biologischen Vielfalt und die Verbesserung der Lebensbedingungen der Menschen in den Anbauregionen.

Das Zertifizierungssystem des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) spielt eine zentrale Rolle in diesem Prozess. Der RSPO setzt strenge Umwelt- und Sozialstandards, die von zertifizierten Produzenten eingehalten werden müssen. Diese Richtlinien umfassen unter anderem den Verzicht auf Brandrodung, den Schutz bedrohter Tierarten und die Einhaltung von Arbeitsrechten. Der Kauf von RSPO-zertifiziertem Palmöl und seinen Derivaten ermöglicht es Unternehmen und Verbrauchern, einen direkten Beitrag zur Förderung nachhaltiger Methoden zu leisten.

dalli setzt bei der Herstellung seiner Produkte bereits seit 2018 auf diese nachhaltigen Rohstoffquellen. In kürzester Zeit wurde zu 100% auf Rohstoffe aus Palm(kern)öl aus nachhaltigen Quellen umgestellt (siehe Infografik).

Durch die Förderung nachhaltiger Anbaumethoden können wir sicherstellen, dass diese wertvollen Ressourcen auch zukünftigen Generationen zur Verfügung stehen. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Mit den Primärdaten aus

sogenannten Product Carbon Footprints von Lieferanten konnten wir ermitteln, dass mit RSPO SCC MB zertifizierten Rohstoffen etwa 22 Prozent weniger Treibhausgasemissionen entstehen als mit herkömmlichen, nicht zertifizierten.



## Unser Fazit

Immer wieder wird zum Boykott von Palmöl aufgerufen, um so die biologische Vielfalt zu erhalten. Dabei sind sich viele Wissenschaftler und Naturschutzorganisationen einig: Ein Verbot von Palmöl würde das Problem nur verlagern und andere Lebensräume und Arten bedrohen. Ölpalmen sind weitaus ertragreicher als jede

andere Ölpflanze – zum Beispiel im Durchschnitt fünfmal ergiebiger als Soja. Das Ersetzen von Palmöl durch Alternativen würde den Kampf um knappe Anbauflächen verschärfen. Statt Palmöl zu boykottieren, muss die Industrie in die nachhaltige Palmölproduktion durch Kleinbauern investieren.

# RESSOURCEN – VERPACKUNGEN

Die Ressourcen des Planeten sind endlich, und die Menschheit verbraucht aktuell viel zu viel davon. Deshalb arbeiten wir ständig daran, unsere Ressourcen-Effizienz zu verbessern. Es gibt enorme Anreize, die bestehenden Systeme zu überdenken und auf eine Kreislaufwirtschaft zu setzen.

Verpackungen sind aus unserem Alltag praktisch nicht mehr wegzudenken. Sie schützen unsere Produkte, unterstützen die vorgesehene Anwendung und liefern wertvolle Informationen für die Konsumenten.

Laut Umweltbundesamt entstehen in Deutschland jährlich knapp 20 Millionen Tonnen Verpackungsabfall, das entspricht einem Pro-Kopf-Verbrauch von 237 Kilogramm in einem Jahr. Bemerkenswert ist, dass diese Menge seit 2005 um 26 Prozent gestiegen ist. Immerhin wurden ca. 68 Prozent des angefallenen Verpackungsmülls wieder recycelt.

Verpackung vermeiden

Verpackung optimieren

Recycling-Fähigkeit sichern

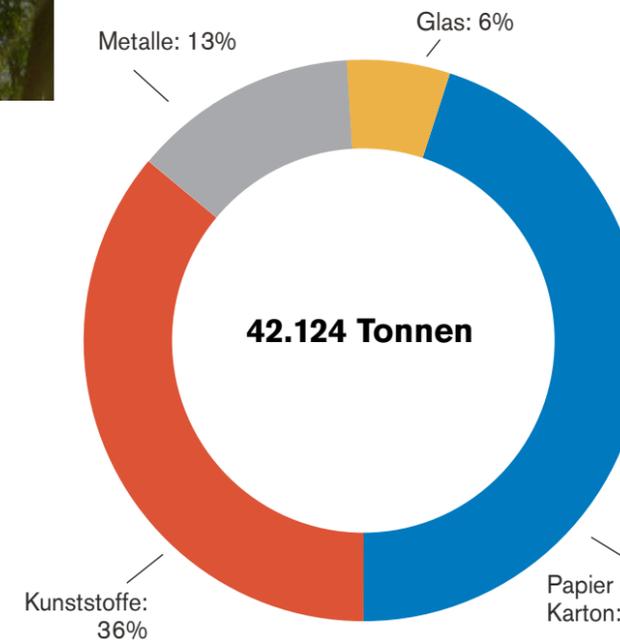
Recycling-Material einsetzen

Unsere Experten aus der Verpackungsentwicklung kümmern sich daher von Anfang an um eine umweltfreundlichere Gestaltung von Verpackungen und haben sich folgende Fragen gestellt:

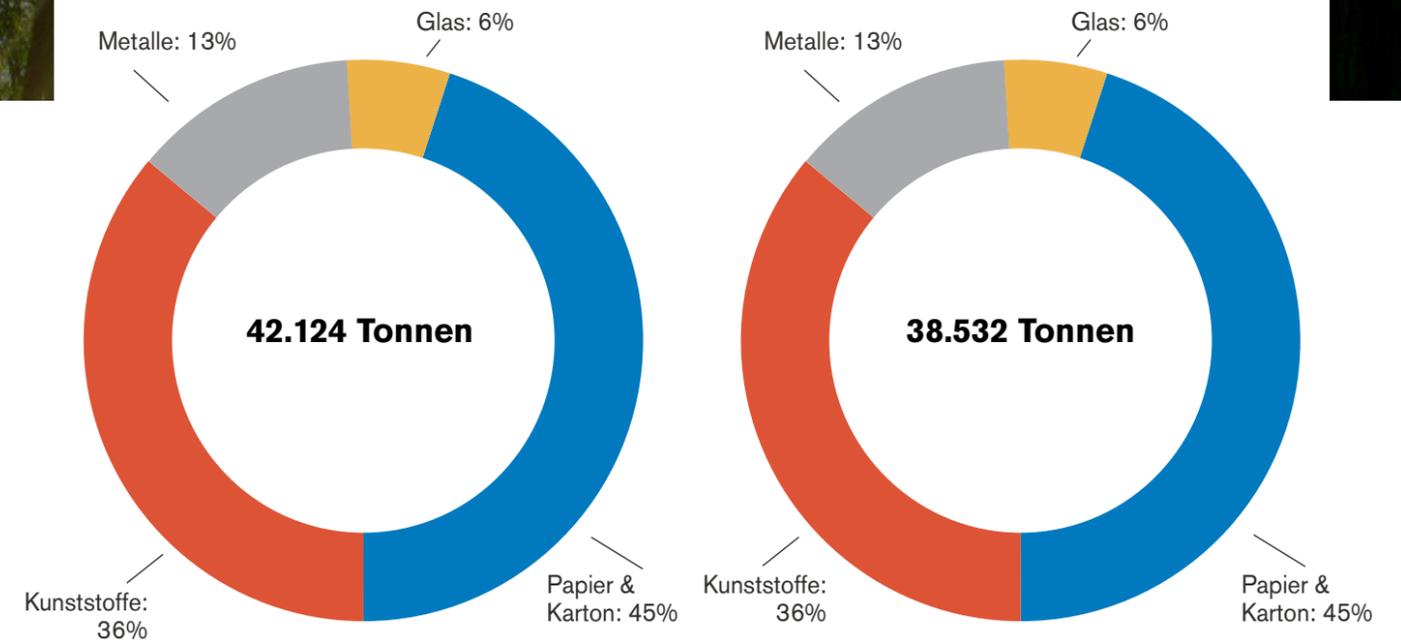
- Welche Materialien sind für das jeweilige Einsatzgebiet sinnvoll und gleichzeitig am umweltfreundlichsten?
- Wie können Verpackungsmengen reduziert werden?
- Wie kann die Recyclingfähigkeit erhöht werden?
- Wie kann der Einsatz von Recyclingmaterial gefördert werden?
- Ist die Sicherheit der Produkte gewährleistet?
- Wie wird die Akzeptanz beim Konsumenten sein?

# VERPACKUNGSMENGEN

Gesamtverbrauch Verpackungen 2022



Gesamtverbrauch Verpackungen 2023



Die in unserem Unternehmen verwendeten Hauptverpackungsmaterialien sind Papier & Karton, gefolgt von Kunststoffen, Metallen (Weißblech & Aluminium und Glas). Die Aufteilung hat sich den vergangenen beiden Jahren praktisch nicht verändert, die Gesamtverbrauchsmenge hat sich um insgesamt 8,5 Prozentpunkte reduziert.

Bedingt durch das Restrukturierungsprogramm und die damit verbundene Portfoliobereinigung ist die relative Wertschöpfung (normierter Wert aus Produktionsmenge in Tonnen, Produktionsmenge in Konsumenteneinheiten und dem erzielten Umsatz) um lediglich 6 Prozentpunkte zurückgegangen. Die Materialeffizienz (Verhältnis der relativen Wertschöpfung zur Verpackungsmenge) konnte hier also um 2,8 Prozentpunkte gesteigert werden.

# RECYCLING

Das Recycling von Verpackungsmaterialien spielt eine zentrale Rolle bei der Minimierung des ökologischen Fußabdrucks. Durch die Wiederverwendung von Materialien wie Papier, Plastik und Metall können Unternehmen nicht nur Ressourcen schonen, sondern auch ihre CO<sub>2</sub>-Bilanz

Mehr als 5.200 verschiedene Verpackungselemente kamen im Jahr 2023 bei dalli zum Einsatz, die durchschnittliche Lebensdauer eines Verpackungselements liegt deutlich unter einem Jahr. Durch die große Anzahl an Materialeinheiten wird schnell klar, dass ein fundiertes Datenmanagement Voraussetzung ist, um mögliche Verbesserungspotenziale zu erkennen und den Fortschritt der Verbesserungen zu tracken.

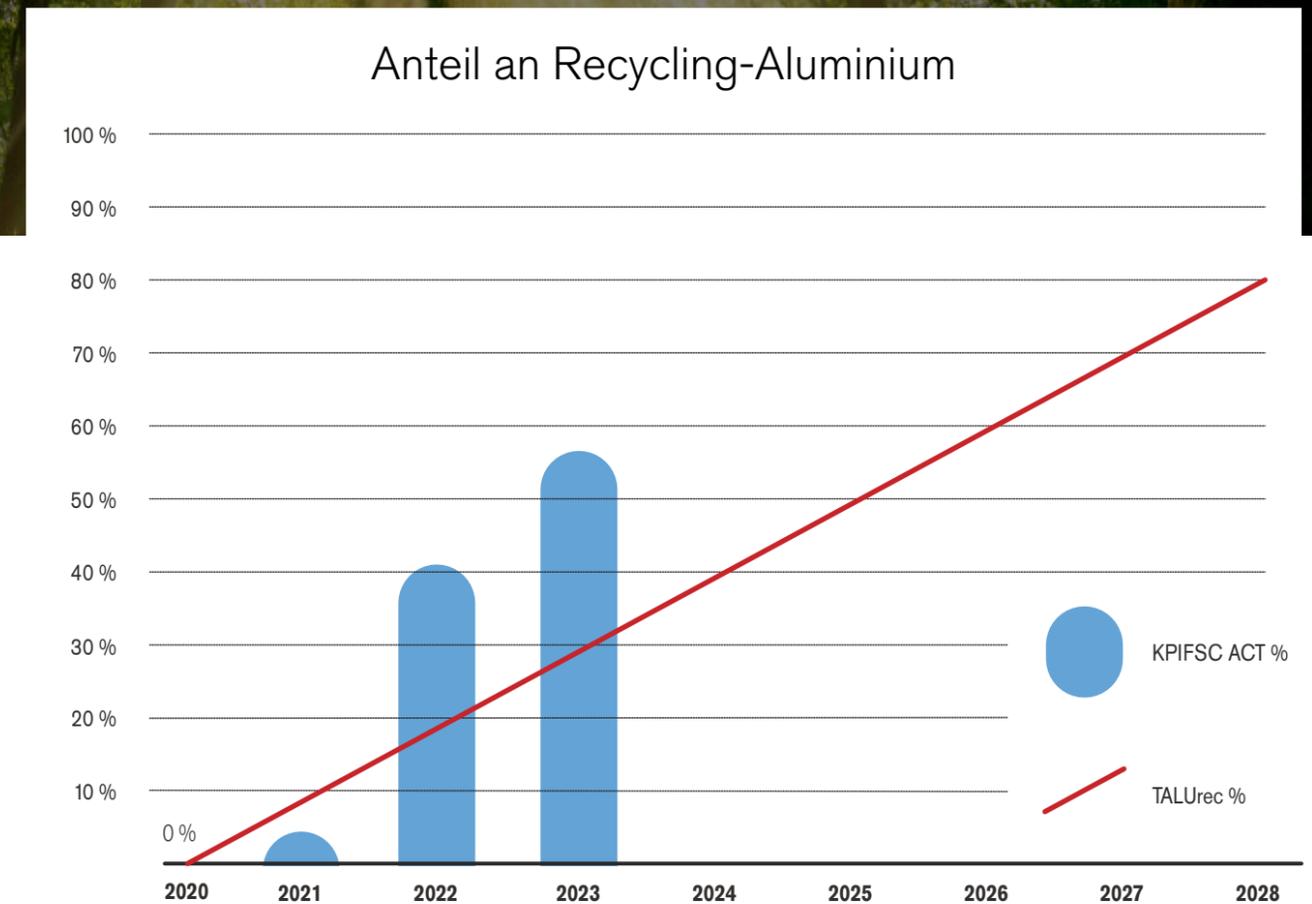
Ende 2022 wurde deshalb das Projekt „Data“ initiiert, um notwendige Stammdaten in unserem führenden Materialwirtschaftssystem abbilden zu können. Der Abschluss des Projektes mit der Pflege aller notwendigen Daten ist für das Jahr 2024 geplant, aber bereits jetzt können für einzelne Segmente entsprechende Analysen zu den Recyclinganteilen durchgeführt werden.

## Beispiel Aluminium

Aluminium ist eines der bevorzugten Materialien für die Verpackung von Aerosolprodukten, es ist leicht, robust und gut formbar. Aluminium hat eine nahezu unbegrenzte Recyclingfähigkeit und kann ohne Qualitätsverlust immer wieder in den Kreislauf eingeschleust werden.

Die Primärproduktion von Aluminium ist allerdings sehr energieintensiv und mit erheblichen Belastungen für die Umwelt verbunden. Das wirkt sich negativ auf die Treibhausgasbilanz aus.

# RECYCLINGANTEILE ALUMINIUM



Durch die Steigerung des Anteils an Recycling-Aluminium kann der ökologische Fußabdruck erheblich verringert werden. So reduziert sich der Energieeinsatz auf 5% der für Primäraluminium notwendigen Energie. Das GHG CO<sub>2</sub>-Äquivalent kann sogar von durchschnittlich 10,6 kg CO<sub>2</sub> je kg Primäraluminium auf ca. 0,5 kg CO<sub>2</sub> je kg Recycling-Aluminium gesenkt werden.

Der Anteil an recyceltem Aluminium konnte bei dalli in 2023 bereits auf 56% gesteigert werden. Das hilft neben der Schonung der Primärressourcen auch im Kampf gegen den Klimawandel, so konnten 27.800 Tonnen CO<sub>2</sub> allein im Jahr 2023 eingespart werden.

# GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

**Wir wollen  
einen nachhaltigen  
Mehrwert für  
Menschen und  
die Gesellschaft  
schaffen.**



Zertifizierte Management-Systeme  
für: Corporate Social Responsibility  
nach dem Standard für IQNet SR10

Moderne und gesunde Arbeitswelt.  
Sicherheit hat höchste Priorität



Sorgfältiges und nachhaltiges  
Lieferkettenmanagement

Sichere Produkte von höchster  
Qualität mit einem echten Mehrwert  
für die Konsumenten



Ausgezeichnete Ausbildung  
und Weiterbildung der  
Mitarbeiter

# Der Mensch steht bei uns im Mittelpunkt

**Was versteht ein Familienunternehmen wie dalli unter nachhaltiger Personalarbeit? Antworten auf die Fragen nach den verschiedenen Aspekten dieses komplexen Themas gibt Thomas Zlaugotnis, Leiter Personal bei dalli.**

**Herr Zlaugotnis, was bedeutet für Sie Nachhaltigkeit im Personalbereich und warum ist es für dalli so wichtig, sich damit zu beschäftigen?**

Nachhaltigkeit im Personalbereich bedeutet, dass wir Strategien und Praktiken entwickeln, die langfristig zur Stabilität, Gesundheit und zum Wohlergehen der Mitarbeiter, des Unternehmens und der Gesellschaft beitragen. Es geht darum, unsere Personalarbeit entsprechend verantwortungsbewusst zu gestalten, das heißt faire Arbeitsbedingungen zu bieten, Mitarbeiterentwicklung zu fördern und Maßnahmen zu ergreifen, die unseren ökologischen Fußabdruck reduzieren. Für dalli ist das so wichtig, weil Mitarbeiter das Herzstück unseres Unternehmens sind. Nur wenn sie gesund, motiviert und qualifiziert sind, können wir als Unternehmen nachhaltig erfolgreich sein.

**Was sind Ihrer Ansicht nach die entscheidenden Erfolgsfaktoren für motivierte Mitarbeiter?**

Es gibt sicherlich sehr viele Themen, die hier eine Rolle spielen. Nach meiner Einschätzung sind die wichtigsten Themenfelder gute Arbeitsbedingungen und faire Bezahlung, Anerkennung und Wertschätzung, ein gutes Arbeitsklima, gute Führung, sinnstiftende Arbeit, Entwicklungsmöglichkeiten und offene, transparente Kommunikation.

**Wie würden Sie die Unternehmenskultur bei dalli beschreiben?**

Die Unternehmenskultur ist in weiten Teilen geprägt von einer hohen Loyalität zum Familienunternehmen und einem stark ausgeprägten Willen, auch in schwierigen Situationen gemeinsam Lösungen zu finden. Im Zuge der strategischen Neuausrichtung wurde ein Kulturprozess gestartet, der diese Vision und Mission unterstützen soll. Im Vordergrund stehen Werte wie Zielorientierung, Leidenschaft, Pioniergeist und partnerschaftliche Zusammenarbeit. Der Kulturwandel wird begleitet durch Führungskräfte-Veranstaltungen, die Implementierung eines ebenenüber-

greifenden Kulturteams und Abteilungs-Workshops zur Operationalisierung der Werte in das Tagesgeschäft.

**Was versteht dalli unter fairen und guten Arbeitsbedingungen?**

dalli ist ein tarifgebundenes Unternehmen, das seinen Beschäftigten zahlreiche übertarifliche Leistungen gewährt. Dazu zählen unter anderem betriebliche Altersvorsorge, Gesundheitsprogramme und flexible Arbeitszeitmodelle. Die dalli group handelt nach nationalem Recht und internationalen Standards, wie den Grundsätzen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Diese sind im „Verhaltenskodex für die dalli group und M&W und ihre Mitarbeitenden“ festgelegt. Der Verhaltenskodex ist in elektronischer Form für jeden

Mitarbeiter im Dokumentenmanagement zugänglich und liegt in den jeweiligen Landessprachen vor. Die Inhalte des Code of Conduct werden allen Mitarbeitern in jährlichen Unterweisungen vermittelt.

**Wie sehen Sie dalli im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz aufgestellt?**

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind fest in der dalli Organisation und auch in der strategischen Zielsetzung verankert. Bis 2030 wird dalli die Arbeitssicherheit je geleisteter Arbeitsstunde um 50% im Vergleich zum Basisjahr 2020 erhöhen. Die betriebsärztlichen Dienste stehen den Mitarbeitern regelmäßig zur Verfügung, und ein breites Spektrum an Vorsorgeuntersuchungen wird angeboten.

## Personal-Kennzahlen

	2020	2021	2022	2023
Anzahl Beschäftigte	1.641	1.599	1.431	1.246
Anzahl Beschäftigte w	528	526	455	402
Anzahl Beschäftigte m	1.113	1.073	976	844
Anteil Vollzeit-Beschäftigte	89,6%	88,9%	88,7%	88,1%
Anteil Teilzeit-Beschäftigte	10,4%	11,1%	11,3%	11,9%
Anteil Beschäftigte unbefristet	91,7%	93,0%	95,3%	96,0%
Anteil Beschäftigte befristet	8,3%	7,0%	4,7%	4,0%
Fluktuationsrate	9,0%	10,6%	17,7%	7%
Entgelt-Index 2020	100%	99,2%	108,6%	125,4%
Qualifikationsmaßnahmen-Index 2020	100%	87,1%	92,5%	113,2%

**Wie ist die Mitbestimmung bei dalli organisiert?**

Betriebsräte, Jugend- und Auszubildendenvertretung (JAV) sowie Schwerbehindertenvertreter und Suchtbeauftragte sind bei dalli fest etabliert. Die Betriebsräte stehen in regelmäßigem Austausch mit der Geschäftsführung und setzen sich an allen Unternehmensstandorten für die Anliegen der Beschäftigten ein. Im Zuge der Etablierung eines Konzernbetriebsrates wird der standortübergreifende Austausch zwischen den Betriebsräten untereinander und mit der Geschäftsführung intensiviert.

**Gibt es ein betriebliches Vorschlagswesen bei dalli?**

Ja, ein betriebliches Vorschlagswesen ist an allen deutschen Unternehmensstandorten etabliert. Alle Vorschläge, auch zu Umwelt und Arbeitssicherheit, werden nach einer in einer Betriebsvereinbarung festgelegten Systematik durch eine unabhängige Kommission beurteilt und prämiert.

**Ist der Einsatz von Leiharbeitnehmern ein Thema bei dalli?**

In Spitzenzeiten und bei Personalengpässen setzt dalli Leiharbeiter ein. Diese werden hinsichtlich der Entlohnung, der Einarbeitung, den Sicherheitsunterweisungen und den arbeitszeitlichen Regelungen wie eigenes Personal behandelt, gemäß dem Gleichbehandlungsgrundsatz.

**Wie stellt dalli die Einhaltung der Arbeitnehmerrechte in der Lieferkette sicher?**

Die Einhaltung der Arbeitnehmerrechte in der vorgelagerten Lieferkette wird über unseren „Verhaltenskodex für Lieferanten“ klar an alle Lieferanten und Dienstleister kommuniziert. Dieser Verhaltenskodex ist über die Einkaufsbedingungen als Vertragsbestandteil definiert.

**Was passiert bei Compliance-Verstößen und wie geht dalli mit potenziellen Risiken in Bezug auf Arbeitnehmerrechte um?**

Compliance-Verstöße jeglicher Art, auch gegen Arbeitnehmerrechte, können intern wie extern an die Compliance-Abteilung gemeldet werden. Über unser elektronisches Hinweisgebersystem ist dies auch anonym möglich. Potenzielle Risiken in Bezug auf Arbeitnehmerrechte, auch in der vorgelagerten Lieferkette, werden über unser Risikomanagementsystem analysiert und gesteuert. Bisher konnten keine bedeutenden Risiken identifiziert werden, und es sind keine konkreten wesentlichen Fälle von Verstößen gegen Menschenrechte oder Arbeitnehmerrechte aufgetreten.

**dalli ist ein tarifgebundenes Unternehmen, das seinen Beschäftigten zahlreiche übertarifliche Leistungen gewährt. Können Sie uns mehr darüber erzählen?**

Ja, das ist korrekt. Durch unsere Manteltarif- und Tarifverträge stellen wir sicher, dass Entgeltgerechtigkeit und eine attraktive Urlaubsregelung gewährleistet sind. Darüber hinaus bieten wir zahlreiche übertarifliche Leistungen, um unsere Mitarbeiter zusätzlich zu motivieren. Wir bieten an unseren Standorten erfolgsabhängige Prämien als Anerkennung für als Team erbrachte Leistungen. Wir wertschätzen betriebliche Zugehörigkeit in Form von Jubiläumszuwendungen und Feiern. Wir arbeiten an Benefits wie Bike-Leasing etc.

**Sie erwähnten, dass die Vielfalt von Meinungen, Kompetenzen und Ideen entscheidend zum Erfolg von dalli beiträgt. Wie fördern Sie diese Diversifikation?**

Wir sind fest davon überzeugt, dass Diversifikation sowohl für das Arbeitsklima als auch für die Effizienz wesentliche Vorteile bringt. Daher fördern wir aktiv die Vielfalt in unserem Unternehmen. Diese erreichen wir durch gezielte Maßnahmen wie Schulungen, Workshops, cross-funktionale Projektarbeit und die Förderung einer offenen Unternehmenskultur, in der jede Meinung zählt.

**Wie sieht die aktuelle Situation hinsichtlich der Gleichstellung bei dalli aus?**

Derzeit arbeiten bei dalli 67% Männer und 33% Frauen aus insgesamt 32 Nationen. Der Frauenanteil in Führungspositionen beträgt aktuell 31%. Eine unserer strategischen Zielsetzungen ist es, eine Balance zwischen Frauen und Männern in Führungspositionen zu erreichen. Um die Geschlechtergleichstellung weiter zu fördern, haben wir eine Gleichstellungsbeauftragte bestellt, die sich gemeinsam mit HR und den Führungskräften um die Umsetzung entsprechender Maßnahmen kümmert.

**Die Gesundheit der Mitarbeiter hat bei dalli höchste Priorität. Welche Maßnahmen ergreifen Sie in diesem Bereich?**

Unsere interdisziplinär besetzten Arbeitsschutzausschüsse und Gesundheitsmanagementzirkel kommunizieren und steuern relevante Themen. Dazu zählen Schutzimpfungen, physiotherapeutische Maßnahmen und Früherkennungsdiagnostik. Sicherheitsfachkräfte, Sicherheitsbeauftragte und der betriebsärztliche Dienst führen regelmäßig Arbeitsplatzbegehungen durch, um Ergonomie und Sicherheit zu überprüfen und die Mitarbeiter zu beraten. Zudem bieten wir ein umfassendes Sicherheitsunterweisungsprogramm an.

**Unterstützen Sie Ihre Mitarbeitenden auch außerhalb der Arbeitszeit und außerhalb des Arbeitsplatzes?**

Auf der Plattform voioo haben wir mehr als 3.000 Angebote in den Bereichen Arbeitsleben & Teamkultur, Krisen & Schicksalsschläge, Gesundheit & Prävention sowie Familie & Sozialleben. Diese Unterstützung kann unseren Mitarbeitern helfen, in allen Lebenslagen gut zurechtzukommen.

**Welche Rolle spielen die Betriebsräte und die Kommunikation mit der Belegschaft bei dalli?**

An jedem Standort ist ein Betriebsrat mit den entsprechenden Ausschüssen etabliert. Darüber hinaus gibt es einen Konzernbetriebsrat und einen europäischen Betriebsrat. Die Regelkommunikation zwischen den Belegschaftsvertretern und der Geschäftsführung ist implementiert. Neben den regulären Betriebsversammlungen nutzen wir Town Hall Meetings, die Mitarbeiterzeitschrift „dalli intern“ und weitere Kanäle wie Newsletter und Themenveranstaltungen, um unsere Mitarbeitenden zu informieren und den Dialog zu fördern.

**Wie tragen Sie zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei?**

Hier bieten wir eine Vielzahl von Maßnahmen, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu unterstützen. Dazu gehören flexible Arbeitszeiten, Teilzeitmöglichkeiten, mobiles Arbeiten bis zu 40% der Arbeitszeit sowie zusätzliche Leistungen wie die Zuschussung der Kita oder das Angebot der Ferienbetreuung von Kindern.

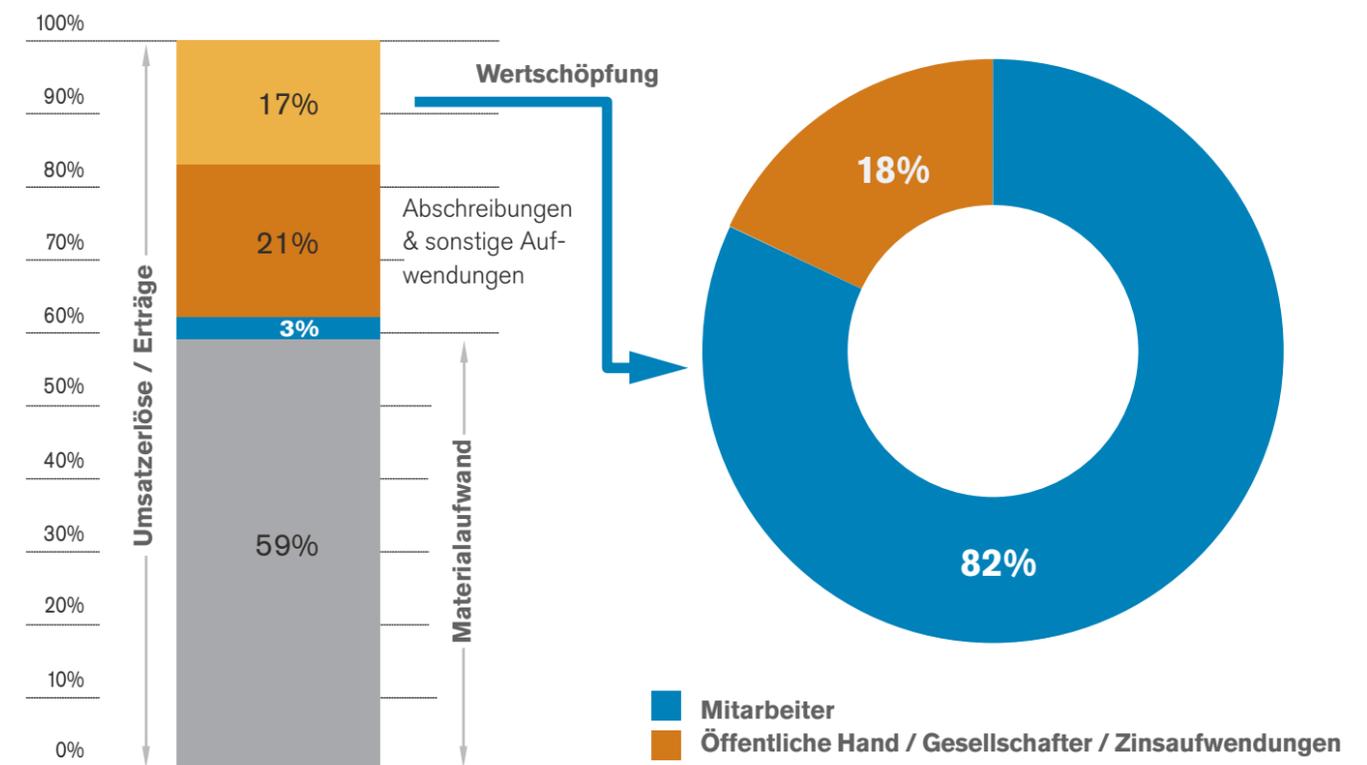
**Wie gehen Sie auf die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen ein?**

Wir bieten selbstverständlich Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderungen an und haben Schwerbehindertenvertretungen eingerichtet. Wir gehen im Rahmen unserer Möglichkeiten immer auf die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter ein, beispielsweise durch spezielles EDV-Equipment für sehbehinderte Mitarbeiter, die Zuschussung von Arbeitsplatzbrillen und höhenverstellbare Schreibtische.

**Herr Zlaugotnis, wie unterstützt dalli die Qualifikation junger Menschen in unserer Gesellschaft?**

dalli engagiert sich stark in der Ausbildung junger Menschen. Wir bieten zahlreiche Ausbildungsberufe und duale Studiengänge an. Darüber hinaus gibt es zwölf ehrenamtliche Prüfer aus unserer Belegschaft bei der IHK. Außerdem stellen wir unsere Ausbildungswerkstatt als Prüfungsstandort zur Verfügung.

**Wertschöpfungsrechnung**



**Die Gesamtkonzern-Wertschöpfungsrechnung 2023 zeigt, dass der größte Teil der Wertschöpfung – 82 Prozent – an unsere Mitarbeiter in Form von Gehältern und Vorsorgeleistungen ging.**

**Welche Rolle spielt dalli als Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb in den Regionen?**

dalli ist ein wichtiger Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb an seinen Standorten. Dadurch tragen wir maßgeblich zur wirtschaftlichen Stabilität in den jeweiligen Regionen bei. An all unseren Produktionsstandorten legen wir großen Wert auf einen offenen Dialog mit der Bevölkerung. Dies hilft uns, gute nachbarschaftliche Beziehungen zu pflegen und ein positives Umfeld zu schaffen.

**Leistet dalli auch Unterstützung für gemeinnützige und öffentliche Einrichtungen?**

Wir unterstützen unsere Mitarbeiter, die sich in gemeinnützigen Institutionen wie den freiwilligen Feuerwehren, dem Technischen Hilfswerk oder der Deutschen Lebens-Rettungs-Gesellschaft engagieren, indem wir sie für Einsatzzeiten bedingungslos freistellen, ohne dass sie Einbußen hinnehmen müssen. Wir pflegen zudem enge Beziehungen zu den jeweiligen freiwilligen oder hauptamtlichen Feuerwehren und stellen regelmäßig unsere Liegenschaften für Übungszwecke und Großübungen zur Verfügung. Darüber hinaus unterstützen wir aufsichtsführende öffentliche Einrichtungen, die unsere Liegenschaften für Praxisübungen und Prüfungszwecke für Aufsichtspersonen in Ausbildung nutzen können.

# Arbeitsschutz

In einem produzierenden Betrieb steht der Schutz der Mitarbeiter an oberster Stelle. Sie sind das Herzstück unseres Unternehmens, und ihre Sicherheit und Gesundheit haben höchste Priorität.

Im Einklang mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie legen wir besonderen Wert auf ein umfassendes Arbeitsschutzmanagement, das nicht nur die gesetzlichen Vorgaben erfüllt, sondern auch das Wohlbefinden und die Motivation unserer Belegschaft fördert. Unser Ansatz zielt darauf ab, sichere Arbeitsbedingungen zu schaffen, Unfälle zu vermeiden und damit eine Präventionskultur zu etablieren.

## Grundsätze und Ziele

Unser Arbeitsschutzmanagement basiert auf den folgenden Grundsätzen und orientiert sich an der Norm ISO 45001.

## Prävention und Vorsorge

Die Reduktion von Risiken und die konstante Gewährleistung sicherer Arbeitsbedingungen stehen im Mittelpunkt. Durch regelmäßige Gefährdungsbeurteilungen identifizieren wir potenzielle Gefahrenquellen frühzeitig und ergreifen präventive Maßnahmen.

## Beteiligung der Mitarbeiter

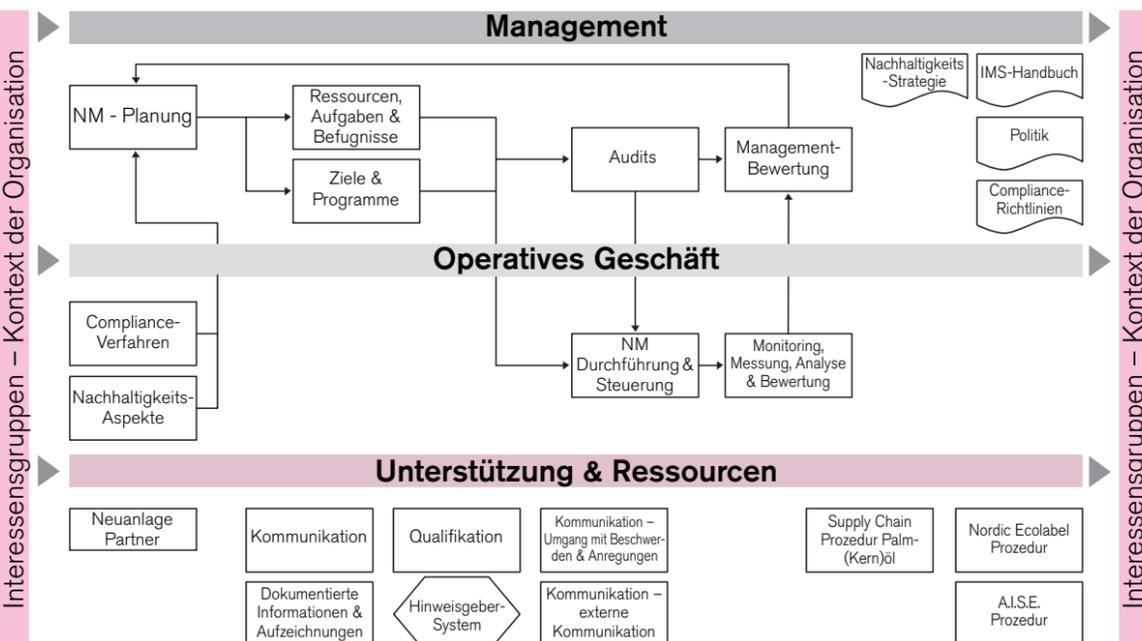
Wir fördern eine aktive Beteiligung unserer Mitarbeiter am Arbeitsschutzprozess. Ihre Erfahrung und Vorschläge sind enorm wichtig für die kontinuierliche Verbesserung.

## Schulung und Sensibilisierung

Regelmäßige Schulungen und Lehrgänge sind essenziell, um das Sicherheitsbewusstsein aller Mitarbeiter zu schärfen. Unser Ziel ist es, dass jeder Mitarbeiter sich seiner Verantwortung für die eigene Sicherheit und die seiner Kollegen bewusst ist.

## Kontinuierliche Verbesserung

Arbeitsschutz ist dynamisch, wir evaluieren regelmäßig unsere Maßnahmen und Aktivitäten und passen sie an neue Anforderungen und Rahmenbedingungen an, um stets die höchsten Standards zu erfüllen.



## Umsetzung der Maßnahmen

Unser Arbeitsschutzmanagement umfasst eine Vielzahl konkreter Maßnahmen, die auf unterschiedlichen Ebenen angesetzt werden.

### Risikobewertungen und Sicherheitsmaßnahmen

#### Regelmäßige Sicherheitsinspektionen

Durchführung regelmäßiger Sicherheitsinspektionen, Audits und Rundgänge, um Gefahrenpotenziale frühzeitig zu erkennen.

#### Technische Schutzmaßnahmen

Investitionen in sichere Maschinen und Anlagen, Nachrüstung von Sicherheitseinrichtungen und die Durchführung wiederkehrender Prüfungen gewährleisten höchste Sicherheitsstandards.

#### Organisatorische Schutzmaßnahmen

Wo technische Lösungen nicht mehr weiterhelfen, werden organisatorische Maßnahmen festgelegt, wir haben etwa ein differenziertes Freigabeverfahren für gefährliche Arbeiten entwickelt und implementiert.

#### Persönliche Schutzausrüstung

Alle Mitarbeiter werden mit hochwertiger Schutzausrüstung ausgestattet, dabei achten wir neben der obligatorischen Schutzwirkung auch darauf, dass die Kleidung möglichst komfortabel ist und damit eine hohe Akzeptanz bei den Mitarbeitern findet.

### Mitarbeiterbeteiligung und Kommunikation

#### Sicherheitsbeauftragte

In jedem Unternehmensbereich unterstützen speziell ausgebildete Sicherheitsbeauftragte die Umsetzung

der Arbeitsschutzmaßnahmen und stehen den Mitarbeitern als Ansprechpartner vor Ort zur Verfügung.

#### Gefährdungsbeurteilungen

Durch die aktive Teilnahme der Mitarbeiter an der Gefährdungsbeurteilung können wir sicherstellen, dass die Identifizierung und Bewertung von Risiken genau und umfassend sind und dass die daraus resultierenden Maßnahmen effektiv umgesetzt werden.

#### Feedback-System

Ein offenes Feedback-System ermöglicht es unseren Mitarbeitern, Verbesserungen vorzuschlagen und Sicherheitsbedenken direkt zu kommunizieren.

#### Sicherheitskultur

Durch regelmäßige Sicherheitskampagnen und -veranstaltungen stärken wir das Bewusstsein für den Arbeitsschutz und motivieren unsere Mitarbeiter zur aktiven Beteiligung.

### Gesundheitsförderung und Wohlbefinden

#### Gesundheitsprogramme

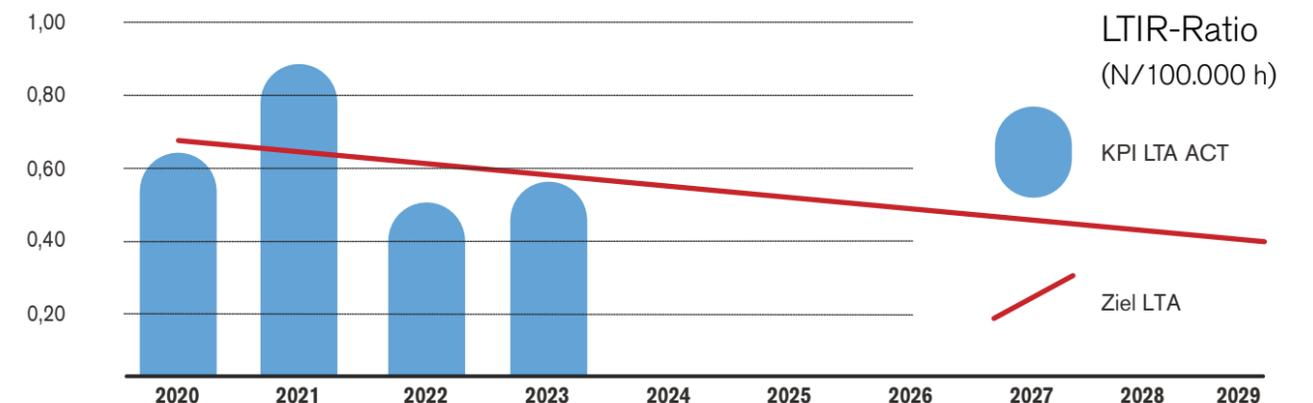
Neben dem Arbeitsschutz bieten wir darüber hinaus Programme zur Gesundheitsförderung an, unter anderem zu ergonomischen Arbeitsplätzen, Bewegung und Stressmanagement.

#### Psychosoziale Betreuung

Ein gesundes Arbeitsumfeld umfasst auch psychologische Unterstützung. Unsere Mitarbeiter haben Zugang zu Beratungsangeboten, um stressbedingten Belastungen entgegenzuwirken.

## Ergebnisse und Ausblick

Die Umsetzung unseres Arbeitsschutzmanagements zeigt insgesamt positive Ergebnisse. Wir messen unsere Arbeit unter anderem an der Lost Time Incident Ratio (LTIR; Anzahl der Unfallereignisse bezogen auf 100.000 Arbeitsstunden), die wir bis 2030 weiter um 50% verbessern wollen.



# Produktsicherheit & Qualität

Entlang der gesamten Wertschöpfungskette achtet dalli auf die Qualitäts- und Produktsicherheit. Bei Entwicklung, Herstellung und Vertrieb steht der nachhaltige Umgang mit den Ressourcen immer im Vordergrund. Ein Gespräch mit Rolf Bunge, Leiter Zentrales Qualitätsmanagement, und Daniela Alef, Leiterin Rechtliche Produktsicherheit.

**Das Nachhaltigkeitsprogramm der dalli group hat in den vergangenen Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen. Wie wirkt sich diese Agenda auf Ihre tägliche Arbeit und die strategische Ausrichtung des Unternehmens aus?**

**Rolf Bunge:** Dieses Programm fordert von uns eine ganzheitliche Perspektive, die nicht nur Sicherheit und Legalität berücksichtigt, sondern auch die Qualität unserer Produkte im Blick behält. Es sorgt dafür, dass wir Geschäftsentscheidungen im Sinne unserer Nachhaltigkeitsstrategie kritisch auf ihre Zukunftsfähigkeit hin überprüfen. Dies bedeutet, dass wir ökologische, soziale und ökonomische Aspekte gleichermaßen beachten müssen, um den langfristigen Erhalt des Unternehmens und unserer Arbeitsplätze zu sichern.

**Daniela Alef:** Genau, und in diesem Kontext sehe ich Produktsicherheit, Produktlegalität und Produktqualität als eine der zentralen Säulen des Programms. Es ist unsere Verantwortung sicherzustellen, dass unsere Produkte nicht nur den aktuellen gesetzlichen Anforderungen entsprechen, sondern auch den zukünftigen Herausforderungen gewachsen sind. Dies erfordert vorausschauendes Handeln und ein tiefes Verständnis der Entwicklungen in unserem Marktumfeld.

**Wie schätzen Sie die Rolle der Kunden und Konsumenten ein? Welche Erwartungen haben diese in Bezug auf die Nachhaltigkeit Ihrer Produkte?**

**Daniela Alef:** Konsumenten haben eine starke Stimme und entscheiden selbst, welche Produkte sie erwerben. Heutzutage haben Verbraucher unbegrenzte Mög-

lichkeiten, sich zu informieren – seien es Veröffentlichungen von Verbrauchertestorganisationen oder Social-Media-Kanälen. Vor allem letztere sind extrem schnelllebig und stellen einen Sachverhalt häufig sehr vereinfacht dar. Dem Konsumenten fällt es vermeintlich leicht, sich eine Meinung zu bilden, uns macht es das Leben aber nicht immer leichter. Nachhaltigkeit lässt sich leider nicht pauschalisieren, viele Faktoren spielen eine Rolle. Daher ist es wichtig, dass all diese Faktoren vom Gesetzgeber geregelt werden.

**Rolf Bunge:** Unsere Kunden müssen darauf vertrauen können, dass die Produkte sicher und unbedenklich in der Anwendung sind. Aus diesem Grund sind die Produktsicherheit und die Produktlegalität von so hoher Bedeutung für uns. Als Unternehmen müssen wir proaktiv handeln, um die Kundenwünsche und gesetzliche Vorgaben in Einklang zu bringen. Daher ist es wichtig, dass wir in beiden Bereichen, Marktforschung und Gesetzgebung, immer auf dem Laufenden sind.

**Welchen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen Ihre Produkte aus den Bereichen Home Care und Personal Care?**

**Rolf Bunge:** Unsere Produkte leisten einen erheblichen Beitrag zur allgemeinen Lebenshygiene und tragen somit zu einem gesünderen Leben in unserer Gesellschaft bei. Besonders dort, wo viele Menschen zusammenleben, ist es entscheidend, Krankheitserreger durch konsequente Reinigung zu bekämpfen. Gleichzeitig müssen wir vermeiden, dass kritische Rohstoffe, wie zum Beispiel bestimmte Konservierungsmittel, nicht in unseren Produkten verarbeitet werden. Um dies zu gewährleisten, investieren wir kontinuierlich in unsere Produktionsanlagen, um höchste hygienische Standards sicherzustellen. Dafür sorgen soge-



nannte Hygieneteams, die wir in unseren Standorten etabliert haben. Die Hygieneteams haben zusammen mit externen Experten dazu beigetragen, den Hygienestandard der Werke signifikant zu erhöhen, was uns wiederum in die Lage versetzt, deutlich weniger harte Chemie einzusetzen. Bis heute wurden mehrere Millionen Euro in Hygienische-Equipment investiert, um unsere Qualitäts- und Sicherheitsstandards weiter zu verbessern.

**Nachhaltigkeit bedeutet auch, gesetzliche Änderungen und Kundenanforderungen transparent abzubilden. Wie gehen Sie damit um?**

**Daniela Alef:** Transparenz ist in diesem Bereich absolut entscheidend. Es ist unsere Aufgabe, sowohl die Produktsicherheitsrisiken als auch die rechtlichen und qualitativen Herausforderungen, die sich aus neuen gesetzlichen Vorgaben ergeben, frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren. Unsere Kunden vertrauen darauf, dass wir diese Risiken proaktiv managen und die notwendigen Maßnahmen rechtzeitig umsetzen. Dies stärkt nicht nur unsere Marktposition, sondern fördert auch langfristige Geschäftsbeziehungen.

**Rolf Bunge:** Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, arbeiten wir an einem gesamtheitlichen Kataster, in dem alle relevanten Änderungen, auch zukünftige und potenzielle, registriert werden. Das hilft uns, unsere Prozesse kontinuierlich zu verbessern und damit zukunftsfähig zu bleiben.

**Abschließend noch eine Frage zur Fehlerkultur im Unternehmen: Welche Rolle spielt diese im Kontext der Nachhaltigkeit?**

**Daniela Alef:** Es ist wichtig, dass wir offen über Fehler sprechen können, ohne Angst vor negativen Konsequenzen zu haben. Der Fokus liegt darauf, die Ursachen eines Fehlers zu verstehen und Maßnahmen zu ergreifen, um diesen in Zukunft zu vermeiden.

**Rolf Bunge:** Genau. Indem wir Fehler vermeiden, tragen wir zur Nachhaltigkeit des Unternehmens bei. Denn weniger Fehler bedeuten weniger Kosten beispielsweise durch defekte, zu überarbeitende oder zu vernichtende Produkte. Dieses Vorgehen bezeichnen wir als „Wertschöpfung durch Qualität“. Es geht darum, aus Fehlern zu lernen und kontinuierlich besser zu werden – ein entscheidender Faktor für unseren langfristigen Erfolg.

# UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

Wir sehen die Erfüllung der unternehmerischen Verantwortung als Basis, um unserer Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht werden zu können.



Zertifizierte Management-Systeme für:

- IQ NetSR 10 (CSR)
- ISO 9001
- ISO 14001
- IFS HPC
- ISO 50001

Gelebte Compliance-Kultur

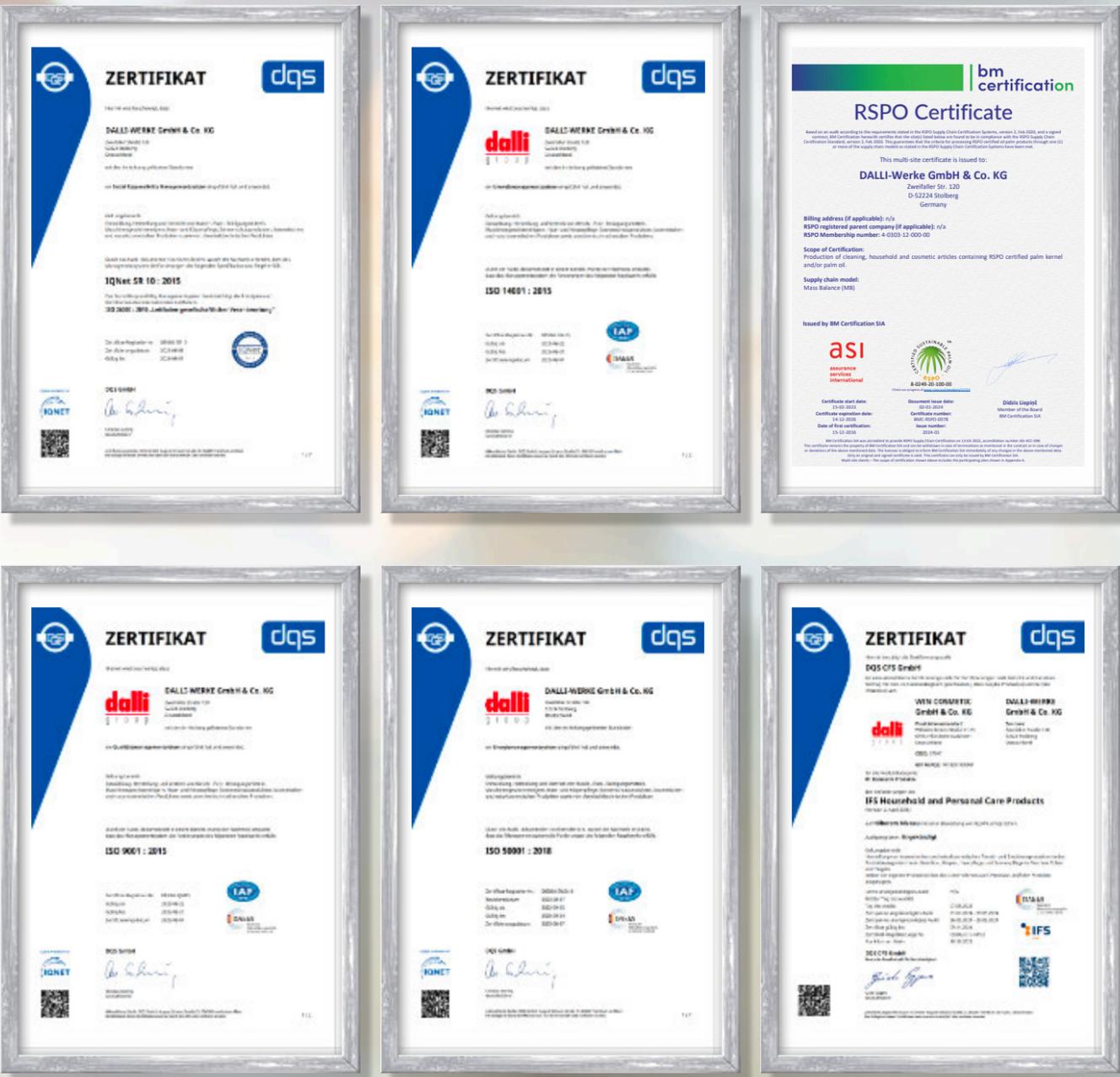


Starker, zuverlässiger Partner

# Unabhängig bestätigt

Modern Governance erfordert ein umfassendes Management von gesetzlichen Anforderungen, Selbstverpflichtungen und der Antizipation zukünftiger Erwartungen. Durch glaubwürdiges Handeln und die Einhaltung selbst gesetzter Standards können Unternehmen ihre Reputation stärken und das Vertrauen ihrer Stakeholder gewinnen.

Um dieses Ziel zu erreichen, arbeiten wir mit international anerkannten Managementsystemen, die regelmäßig durch unabhängige akkreditierte Zertifizierungsgesellschaften in intensiven Audits, mit Kontrollen der Dokumentationen, Mitarbeiterinterviews und Begehungen überprüft werden. Durch die Auszeichnung mit den entsprechenden Zertifikaten wird uns immer wieder bestätigt, dass unsere Standards nicht nur den gesetzlichen Anforderungen entsprechen und die uns selbst auferlegten Verpflichtungen erfüllen, sondern wir uns auch im Sinne der kontinuierlichen Verbesserung stets weiterentwickeln und die geforderte Anpassungsfähigkeit an geänderte Rahmenbedingungen aufweisen.



Zertifizierung	Zweck	Intervall
ISO 9001	Qualitätsmanagement	Jährliche Überprüfung Zertifizierung alle 3 Jahre
ISO 14001	Umweltmanagement	Jährliche Überprüfung Zertifizierung alle 3 Jahre
ISO 50001	Energiemanagement	Jährliche Überprüfung Zertifizierung alle 3 Jahre
IQ NET SR10	Nachhaltigkeitsmanagement	Jährliche Überprüfung Zertifizierung alle 3 Jahre

Zertifizierung	Zweck	Intervall
RSPO SCC MB	Nachhaltiges Palm(kern)öl	Jährliche Überprüfung Zertifizierung alle 3 Jahre
IFS HPC	Produktsicherheitsmanagement	Jährliche Zertifizierung
NATRUE	Naturkosmetik	Jährliche Zertifizierung
COSMOS	Naturkosmetik	Jährliche Zertifizierung



# Compliance – der Grundpfeiler ethischen Wirtschaftsverhaltens

**Nina Laskey ist seit fünfeinhalb Jahren Leiterin Interne Revision und Compliance bei dalli. Im Interview erklärt sie, welche Prinzipien und Grundwerte sie bei ihrer Arbeit prägen – und wie sie ihre Rolle im Konzern definiert.**

**Auf welche Grundpfeiler stützt sich Compliance bei dalli?**

Wir sind der Überzeugung, dass der uns vorgegebene Rechtsrahmen stets wichtige Schutzziele verfolgt, auch wenn dies bei der Betrachtung der einzelnen Rechtspflichten vielleicht nicht immer direkt und für jeden erkennbar ist. Darum ist es so wichtig, die rechtlichen Rahmenbedingungen genau zu kennen. Daran arbeiten wir als Team auf der Grundlage unseres Compliance Management Systems, das sich an der ISO 37301 und dem IDW PS 980 orientiert. Dabei legen wir viel Wert auf den interdisziplinären Dialog mit verschiedenen Abteilungen wie zum Beispiel HR, Qualität und Rechtsabteilung und auf eine enge Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat. Wir verfolgen das Ziel, den dauerhaften erfolgreichen Fortbestand unseres Unternehmens sicherzustellen. Dafür ist die Compliance, also das Handeln in

Übereinstimmung mit allen geltenden gesetzlichen Bestimmungen, Grundvoraussetzung.

**Worin sehen Sie die Herausforderungen für die Compliance bei der Umsetzung der dalli-Firmenstrategie?**

Dass wir uns als Unternehmen mit immer neuen und umfassenden Vorgaben auf europäischer und nationaler Ebene auseinandersetzen müssen, macht die Compliance-Arbeit zunehmend herausfordernder. Für die Fachbereiche unseres Unternehmens ist es ohne Unterstützung kaum machbar, im Hinblick auf die zunehmende Regulierung den Überblick zu behalten und dies im operativen Tagesgeschäft umzusetzen. Sie müssen sich also auf die Kompetenz und den Support der Compliance-Abteilung verlassen können. Insofern ist Compliance unabdingbar – und zugleich einer der wenigen Unternehmensbereiche,

die weitgehend unabhängig von Hierarchien operieren, um die Objektivität zu gewährleisten. Zusammengefasst tragen wir also eine große Verantwortung.

### **Worin sehen Sie die Kernaufgaben von Compliance bei dalli?**

Zu den wichtigsten Aufgaben gehören die Bewusstseinsbildung der Belegschaft, die Beratung und die Schulung der Mitarbeitenden; also präventive Compliance-Maßnahmen. Vor allem im Kartellrecht und im Datenschutzrecht, beides Bereiche, in denen sich vieles verändert und teilweise auch verkompliziert, ist Wissensvermittlung essenziell, um die Einhaltung der Rechtsvorschriften zu gewährleisten. Zudem müssen und wollen wir als Unternehmen immer höheren und umfassenderen menschen- und umweltrechtlichen Anforderungen genügen, wie sie sich etwa aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz ergeben, um nur eines von vielen Beispielen zu nennen; auch darauf hat die Compliance-Abteilung einen Fokus.

### **Ist die DSGVO dabei ein Klotz am Bein?**

Ich will es mal so sagen: Die DSGVO verfolgt, wie das BDSG, mit dem Schutz der Persönlichkeitsrechte wichtige Ziele. Besonders hilfreich und leicht verständlich sind einige der Vorschriften und deren Auslegungen durch die Behörden aber nicht – selbst für Fachleute. Umso wichtiger ist, dass wir das Wissen dazu im gesamten Konzern ständig aktualisieren und eng mit unserem externen Datenschutzbeauftragten zusammenarbeiten. So finden wir praxisorientierte Lösungen, die aber dennoch die strengen rechtlichen Vorgaben erfüllen.

### **Welche Bedeutung haben Kartellrecht und das Lieferkettengesetz?**

Beides sind sehr sensible und wichtige Bereiche. Natürlich müssen und wollen wir als dalli uns selbst strikt an die letztlich auch die Endverbraucher schützenden kartellrechtlichen Vorgaben halten, sowohl im Verhältnis zu Wettbewerbern als auch im Umgang mit Kunden und Lieferanten; die erforderlichen Kenntnisse vermitteln wir in regelmäßigen Schulungen und durch individuelle Beratung der Mitarbeitenden in den relevanten Unternehmensbereichen.

Auf der anderen Seite sind wir Lieferant mächtiger Handelsunternehmen und Kunde von teilweise sehr marktstarken Lieferanten. Insofern können wir im Fall widerrechtlicher Preisabsprachen und ähnlicher kartellrechtswidriger Verhaltensweisen auch einmal in die Rolle des Geschädigten geraten. Darum ist Kartellrecht eine unserer Schwerpunktaufgaben.

Beim Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) geht es für uns als Unternehmen letztlich darum, einen Beitrag dazu zu leisten, die menschenrechtlichen und umweltrechtlichen Bedingungen in der gesamten Lieferkette zu verbessern. Dieses Ziel unterstützen wir selbstverständlich vollumfänglich und haben ein entsprechendes Risikomanagementsystem implementiert. Teilweise sind aber die Anforderungen, die das Gesetz aufstellt, sehr hoch und in der Praxis nicht immer leicht umzusetzen. Das Gesetz steht aber unter dem Vorbehalt der Angemessenheit, und so verfolgen wir im Einklang mit dem LkSG einen risikobasierten, verhältnismäßigen Ansatz im Hinblick auf die uns auferlegten Sorgfaltspflichten. Eine hundertprozentige Kontrolle unserer Zulieferer, gerade solcher, die uns aus anderen Kontinenten Rohstoffe liefern, ist uns zwar kaum möglich. In unserem Handlungsrahmen tragen wir aber dazu bei, dass Verletzungen von Menschenrechten und Umweltschädigungen sowohl in unserem eigenen Geschäftsbereich als auch bei unseren Zulieferern ausbleiben. Nicht zuletzt erwarten dies auch unsere Geschäftskunden, die selbst unter das LkSG fallen und uns unter anderem durch ihre teilweise sehr umfassenden Lieferantenkodices zu einem ethischen Wirtschaftsverhalten auffordern – ebenso wie wir unsere Lieferanten durch unseren eigenen Lieferantenkodex zur Einhaltung von Menschenrechten und des Umweltschutzes verpflichten.

### **dalli legt viel Wert darauf, ein Familienunternehmen zu sein. Inwiefern beeinflusst oder prägt dies Ihre Arbeit?**

Für unser Familienunternehmen ist der langfristige Unternehmenserfolg wichtiger als kurzfristige wirtschaftliche Gewinne. Diese Haltung unterstützt auch die Umsetzung einer Compliance-Kultur. Die Werte und Überzeugungen, die uns als Familienunternehmen prägen, sind fester Bestandteil der Firmenkultur von dalli; diese ist aber nicht in Stein gemeißelt, sondern entwickelt sich kontinuierlich

weiter. Zu den grundlegenden Werten unseres Familienunternehmens gehören natürlich auch die Rechtschaffenheit und ein ethisches (Wirtschafts-)Verhalten. Wir gestalten unseren gemeinsamen Arbeitsalltag durch eine vertrauensvolle Zusammenarbeit, um dieser Haltung gerecht zu werden.

### **Dennoch bleibt auch ein Familienunternehmen nicht unbedingt von regelwidrigem Verhalten verschont. Hatten Sie solche Fälle?**

Es wäre unrealistisch zu glauben, dass in einem Familienunternehmen keine Regelverletzungen vorkommen. Oft geschehen diese aus Unwissenheit, was wir durch Aufklärungsarbeit zu minimieren versuchen. Leider gibt es aber auch Fälle, in denen Regeln absichtlich missachtet werden.

### **Zum Beispiel?**

In der Vergangenheit gab es immer wieder Fälle, in denen Mitarbeitende ihre Arbeitszeiten nicht korrekt angegeben haben. Wenn wir solche Fälle oder andere vorsätzliche Regelverstöße aufdecken – die glücklicherweise die absolute Ausnahme darstellen –, hat dies natürlich ernsthafte Konsequenzen. Dennoch möchte ich betonen: Wenn wir entsprechende Hinweise erhalten, versuchen wir, im Rahmen von internen Untersuchungen den Sachverhalt aufzuklären. Wir sehen uns jedoch stets als Ansprechpartner und Ratgeber für unsere Mitarbeitenden und die Geschäftsführung.

### **Dennoch werden Sie sicherlich aus dem Betrieb auf mögliches Fehlverhalten hingewiesen...**

Ja, gelegentlich. Wir haben ein digitales Hinweisgebersystem, über das uns anonym oder mit Nennung des Namens Hinweise zu möglichen Regelverletzungen erreichen. Unsere Mitarbeitenden kommen aber auch in unser Büro oder rufen uns an, um in unklaren Fällen sicherzustellen, dass sie oder andere in Übereinstimmung mit den Compliance-Regeln handeln. Wir schätzen das Vertrauen, das uns zahlreiche Mitarbeitende entgegenbringen, sehr – es ist ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskultur unseres Familienunternehmens.

### **Neben der Zentrale in Stolberg betreibt dalli an vier Standorten Werke, davon zwei in den Niederlanden. Wie gewährleisten Sie, dass die Compliance-Regeln konzernübergreifend auf gleichem Niveau eingehalten und vermittelt werden?**

Unsere internen Compliance-Richtlinien sind alle in deutscher und niederländischer Sprache verfügbar und allen Mitarbeitenden zugänglich. Wir besuchen alle Standorte regelmäßig und führen dort Compliance-Schulungen durch. Zudem arbeiten an jedem Standort Kolleginnen und Kollegen, die mit den relevanten Themen gut vertraut sind. Wir haben mit ihnen ein gut funktionierendes Netzwerk aufgebaut, in dem wir uns regelmäßig austauschen. Die positiven Erfahrungen zeigen, dass wir uns aufeinander verlassen können.

### **Inwiefern sind Chancengleichheit, Equal Pay und die Verhinderung von Diskriminierung Teil Ihres Aufgabengebietes?**

Natürlich fällt all das auch unter den Begriff der Compliance. Denn auch in diesen Bereichen gibt es zahlreiche EU- und nationale Gesetze und Vorgaben, die es umzusetzen und einzuhalten gilt. Man denke nur an das Gesetz zur Förderung der Entgelttransparenz zwischen Frauen und Männern (Entgelttransparenzgesetz) oder das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz, um nur zwei Beispiele zu nennen. Gerade in diesen Bereichen arbeiten wir eng mit der Personalabteilung und dem Betriebsrat zusammen, denn es ergeben sich bei der Umsetzung naturgemäß thematische Schnittmengen.

### **Ist Compliance für Sie nur ein Beruf – oder auch eine Lebenseinstellung?**

Wenn man Risikominimierung durch vorausschauendes Planen, Prinzipientreue und den steten Erwerb von Wissen zu Lebensprinzipien erklärt, ist das aus meiner Sicht durchaus eine vernünftige Lebenseinstellung.

# NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF

## Wegweiser für eine bessere Zukunft

Der Gesetzgeber fordert die verbindliche Einhaltung der Sorgfaltspflicht für Mensch und Umwelt entlang der gesamten Liefer- und Wertschöpfungskette. Dem Einkauf kommt damit als Schnittstelle zu unseren Lieferpartnern eine Schlüsselfunktion für nachhaltiges Wirtschaften zu. Denn circa 25 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen unseres Unternehmens entstehen im Rahmen der

Beschaffung inklusive sämtlicher Lieferketten. Diese sehr verschachtelten Lieferketten werden immer mehr zur Herausforderung in unserer globalisierten Welt. Darüber hinaus sind die Kernaufgaben des Einkaufs eine effiziente und kostengünstige Materialversorgung, die Sicherstellung der Qualität von Zulieferungen sowie die termingerechte Verfügbarkeit.

## Handlungsfelder

- 1. Lieferantenbeziehungen aufbauen – pflegen – entwickeln**  
Mit den allermeisten Lieferanten arbeiten wir bereits seit Jahrzehnten vertrauensvoll und konstruktiv zusammen. Das erleichtert uns die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele.
- 2. Vermittlung unserer ethischen und nachhaltigen Grundsätze**  
Mithilfe unseres Verhaltenskodex für Lieferanten und eines regelmäßigen Dialogs kommunizieren wir unsere verbindlichen Anforderungen an unsere Geschäftspraktiken.
- 3. Risikomanagement**  
Durch die Nutzung der Verfahren im Risikomanagement können Gefahren in der Lieferkette besser eingeschätzt und minimiert werden. Langfristig wird so die Widerstandfähigkeit unserer Wertschöpfungskette gesteigert.
- 4. Transparenz schaffen und Primärdaten einholen**  
Durch Transparenz in der Lieferkette, den Dialog über Primärdaten zu Nachhaltigkeitsthemen und die Abstimmung der Ziele können gemeinsam wesentliche Arbeitsfelder identifiziert und die nachhaltige Entwicklung gefördert werden.

# 43

MITARBEITENDE IM EINKAUF UND  
DER VERPACKUNGSENTWICKLUNG

# 8.300

MATERIALIEN

# 450

AKTIVE LIEFERANTEN

# > 95%

LIEFERANTEN AUS EUROPA  
(GEMESSEN AM UMSATZ)

# KONSUMGÜTERPRODUKTION – EIN BALANCEAKT

Nachhaltigkeit in der Konsumgüterproduktion ist ein komplexes und vielschichtiges Thema. Neben den klassischen Nachhaltigkeitsthemen wie Umweltschutz, Ressourcenschonung und Energieeffizienz sind auch sichere Produkte zu verbraucherfreundlichen und fairen Preisen ein Thema für einen Produktionsbetrieb.

Verbraucher vertrauen darauf, dass die gekauften Produkte sicher in der Anwendung sind und keine gesundheitlichen Risiken bergen. Dies erfordert sichere Verfahren, strenge Kontrollen und hohe Qualitätsstandards während des gesamten Produktionsprozesses. Das deckt sich nicht immer mit dem Ziel, Energie einzusparen oder auf bestimmte Chemikalien zu verzichten. Für die Nachhaltigkeit von Konsumgütern ist es außerdem entscheidend, dass diese erschwinglich sind für eine breite Bevölkerungsschicht.

Produktionsbetriebe können also auf Dauer nur erfolgreich sein, wenn sie eine Balance zwischen Kosteneffizienz und Umweltverträglichkeit erreichen, sie also ihren ökologischen und sozialen Verpflichtungen nach-

kommen. Unter Berücksichtigung eines ganzheitlichen Ansatzes müssen für die zentralen Themen Lösungen gefunden werden. Die Anforderungen beziehen sich auf Legalität, Anlagensicherheit, Umweltschutz, Energieeffizienz und den optimalen Einsatz von Ressourcen. Diesem Anspruch werden wir durch die Kompetenz unserer Mitarbeitenden und die fachübergreifende Zusammenarbeit aller Abteilungen auf Basis unseres Managementsystems gerecht. Bereits seit 2009 sind beispielsweise alle Produktionsstandorte nach dem Umweltmanagementsystem-Standard der ISO 14001 zertifiziert.

Eine Übersicht an exemplarischen Maßnahmen ist auf der rechten Seite dargestellt.

Mit den von uns gewählten Ansätzen und Instrumenten fühlen wir uns gut aufgestellt, die an uns gestellten Herausforderungen zu meistern und einen wesentlichen Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft zu leisten.



Einsatz von LED-  
Beleuchtungsanlagen

Wärmerückgewinnung bei  
der Druckluftherzeugung



Beschaffung und Einsatz  
energieeffizienter Anlagen

Molchsysteme zur effizienten  
Rohrleitungsentleerung und  
Reinigung



Dampfreinigung & Desinfektion

Abschaltmanagement



Systemische Leckageortung  
& Beseitigung

Energetische Verfahrens-  
optimierung



# DNK-Index

Kriterium	Verweis	Bemerkung
<b>1. Strategie</b> Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.	Seite 14–19: Darlegung der Nachhaltigkeitsstrategie inkl. Zielsetzung	
<b>2. Wesentlichkeit</b> Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.	Seite 22–23: Darlegung der Wesentlichkeitsanalyse und der wesentlichen Themen	
<b>3. Ziele</b> Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.	Seite 14–19: Darlegung der Nachhaltigkeitsstrategie Seite 38ff: Ökologische Verantwortung Seite 54ff: Gesellschaftl. Verantwortung Seite 66ff: Unternehm. Verantwortung	
<b>4. Tiefe der Wertschöpfungskette</b> Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.	Seite 5: Berichtsgrenzen Seite 18ff: Nachhaltigkeitsmanagement; Organisation & Verständnis	

Kriterium	Verweis	Bemerkung
<b>5. Verantwortung</b> Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.	Seite 6ff: Geschäftsführung Seite 20ff: Nachhaltigkeitsmanagement; Organisation & Verständnis	Veröffentlichte Grundsatzerklärung zur nachhaltigen Unternehmensführung auf <a href="http://www.dalli-group.com">www.dalli-group.com</a>
<b>6. Regeln und Prozesse</b> Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.	Seite 20ff: Nachhaltigkeitsmanagement; Organisation & Verständnis Seite 68ff: Zertifizierte Management-Systeme	
<b>7. Kontrolle</b> Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.	Seite 38ff: Ökologische Verantwortung Seite 54ff: Gesellschaftl. Verantwortung Seite 66ff: Unternehm. Verantwortung Seite 68ff: Zertifizierte Management-Systeme	
<b>8. Anreizsysteme</b> Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.	nicht anwendbar	Nachhaltigkeit betrachten wir als Führungsthema. Alle Führungskräfte sind für die übergeordnete Zielerreichung mit verantwortlich. Es existieren keine spezifischen Regelungen über die Vergütung von Zielerreichungen von Nachhaltigkeitsthemen, die über die persönliche Zielvereinbarung des Nachhaltigkeitsbeauftragten hinausgehen.

# DNK-Index

Kriterium	Verweis	Bemerkung
<p><b>9. Beteiligung von Anspruchsgruppen</b></p> <p>Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt wird und seine Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.</p>	<p>Seite 23: Stakeholder Seite 68ff: Zertifizierte Management-Systeme</p>	<p>Die Beteiligung der Stakeholdergruppen im Rahmen des implementierten Nachhaltigkeits-Managementsystems wird im Rahmen der Zertifizierungsverfahren überprüft.</p>
<p><b>10. Innovations- und Produktmanagement</b></p> <p>Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.</p>	<p>Seite 22: Globale Ziele für eine nachhaltige Entwicklung Seite 14–19: Darlegung der Nachhaltigkeits-Strategie Seite 38ff: Themenbereich Ökologie Seite 26ff: Produkte</p>	
<p><b>11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen</b></p> <p>Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.</p>	<p>Seite 40ff: Umweltleistung</p>	
<p><b>12. Ressourcenmanagement</b></p> <p>Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.</p>	<p>Seite 40ff: Umweltleistung Seite 14–19: Darlegung der Nachhaltigkeitsstrategie</p>	

Kriterium	Verweis	Bemerkung
<p><b>13. Klimarelevante Emissionen</b></p> <p>Das Unternehmen legt die Treibhausgas(THG)-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an.</p>	<p>Seite 42ff: Klimaschutz</p>	
<p><b>14. Arbeitnehmerrechte</b></p> <p>Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.</p>	<p>Seite 56ff: Personalmanagement Seite 70ff: Compliance</p>	
<p><b>15. Chancengleichheit</b></p> <p>Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.</p>	<p>Seite 56ff: Personalmanagement Seite 62ff: Arbeitsschutz Seite 70ff: Compliance</p>	
<p><b>16. Qualifizierung</b></p> <p>Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es sich gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.</p>	<p>Seite 56ff: Personalmanagement</p>	

# DNK-Index

Kriterium	Verweis	Bemerkung
<b>17. Menschenrechte</b> Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen.	Seite 56ff: Personalmanagement Seite 70ff: Compliance	Veröffentlichter Verhaltenskodex und veröffentlichte Erklärung zum Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz auf <a href="http://www.dalli-group.com">www.dalli-group.com</a>
<b>18. Gemeinwesen</b> Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt.	Seite 56ff: Personalmanagement	
<b>19. Politische Einflussnahme</b> Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden.	nicht anwendbar	dalli engagiert sich nicht auf der politischen Ebene. Es gibt keine Parteispenden. dalli ist Mitglied in diversen Industrieverbänden und Vereinen. Geregelt im Verhaltenskodex für Mitarbeiter.
<b>20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten</b> Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.	Seite 70ff: Compliance-Management Seite 68ff: Zertifizierte Management-Systeme	Die Einhaltung der Rechtspflichten im Rahmen des implementierten Nachhaltigkeits-Managementsystems wird im Rahmen der Zertifizierungsverfahren überprüft.

## IMPRESSUM

### Herausgeber

DALLI-WERKE GmbH & Co. KG  
 Zweifaller Straße 120, 52224 Stolberg  
 Tel: 02402-89-00  
[dalli-group.com](http://dalli-group.com), [kontakt@dalli-group.com](mailto:kontakt@dalli-group.com)

Handelsregister: Amtsgericht Aachen HRA 5417  
 USt-ID-Nr.: DE 121 73 77 63



Gedruckt auf FSC zertifiziertem Papier

### Bildnachweis

FangXiaNuo/istockphoto.com (Titel/Umschlag), malp/stock.adobe.com (S. 03, 15-21, 40-45), AscentXmedia/istockphoto.com (S. 02, 04, 05, 19), Marco Rose (S. 02, 03, 06, 07, 10, 14, 16, 34, 35, 47, 56-63, 65-67, 70-73), stock.adobe.com (S. 06-07), whyframeshot/stock.adobe.com (S. 08-11, 36-37, 64-65, 68-69, 78-83), image\_Flaticon.com/stock.adobe.com (S. 11), Shani Awan/stock.adobe.com (S. 11), sh99/stock.adobe.com (S. 11), Bowonpat/stock.adobe.com (S. 12-13, 26-27), fotografixx/istockphoto.com (S. 16, 17), M Moller/peopleimages.com/stock.adobe.com (S. 17), Andrii/stock.adobe.com (S. 17), Prostock-studio/stock.adobe.com (S. 18), MilosStankovic/istockphoto.com (S. 18), rangizz/stock.adobe.com (S. 18), AungMyo/stock.adobe.com (S. 19), Rawpixel.com/stock.adobe.com (S. 19, 38), Carol Yepes/gettyimages.com (S. 22-23), Konstantin Yuganov/stock.adobe.com (S. 26), Margo\_Alexa/stock.adobe.com (S. 26), daphnusia/stock.adobe.com (S. 26), Dragana Gordic/stock.adobe.com (S. 27), Strelciuc/stock.adobe.com (S. 27), KMNPhoto/stock.adobe.com (S. 27), progressman/stock.adobe.com (S. 27), Alexander Rath/stock.adobe.com (S. 27), T/stock.adobe.com (S. 28-29), OHishi\_Foto/stock.adobe.com (S. 30-31), Lazy\_Bear/stock.adobe.com (S. 32-33), Thomas Bredenfeld/stock.adobe.com (S. 34-35), Konstantin Yuganov/stock.adobe.com (S. 37), Andre/stock.adobe.com (S. 37), peterschreiber.media/stock.adobe.com (S. 37), k\_river/stock.adobe.com (S. 38-39), annagrafikdesign/stock.adobe.com (S. 39), nazar12/stock.adobe.com (S. 12, 39), Günter Albers/stock.adobe.com (S. 43, 45, 50-53), fatima/stock.adobe.com (S. 48-49), stock.adobe.com (S. 54-55), fenskey/stock.adobe.com (S. 68), Celt Studio/stock.adobe.com (S. 74-75), Feodora/stock.adobe.com (S. 76-77)