

Tomorrow, Now.



Nachhaltigkeitsbericht 2021/22
Think Circular

2021

Ökonomische Kennzahlen

Umsatz (Mio. €)	1.248
Operatives Ergebnis vor Einmaleffekten (Mio. €)	181
Beteiligungshöhe von Haniel (%)	100
Standorte	in 15 Ländern

Ökologische Kennzahlen

Direkter Energieverbrauch in Wäschereibetrieben (GJ)	657.259
Anzahl der recycelten und reparierten Spender	37.701
CO ₂ e-Emissionen (Scope 1-3; t; marktbasierend)	218.000

Soziale Kennzahlen

Mitarbeiter:innen (Berichtsländer)	11.247
Weiterbildung (in Stunden)	36.102
Anteil der auditierten, relevanten Lieferanten	93,8%

Liebe Leser:innen,

wir können uns unserer Verantwortung nicht entziehen. Alles, was wir heute tun, wird morgen für unsere Kinder und Enkel die Realität sein. Wir müssen uns daher fragen, welche Art von Welt wir ihnen hinterlassen wollen. CWS gibt darauf eine klare Antwort: Wir wollen als Unternehmen einen Beitrag zu einer sauberen, nachhaltigen Zukunft mit einer intakten Umwelt leisten, in der Menschen sicher und friedlich zusammenleben.

Unsere Muttergesellschaft Haniel drückt diese Idee in der Initiative *Enkelfähigkeit* aus. Der bekannte Wirtschaftsphilosoph Anders Indset sagte über dieses Konzept: „*Enkelfähig zu sein* bedeutet, in einer wertorientierten Art und Weise zu leben und dies mit Unternehmerdenken in Einklang zu bringen. Der *Enkelfähigkeits-Ansatz* umfasst neue Technologien und Geschäftsmodelle, die grundsätzliche humanitäre Probleme unter Einbezug weltweiter und lokaler Faktoren lösen.“

Wir bei CWS überführen die *Enkelfähigkeit* in unseren Leitgedanken „Think Circular“, weil für uns als Anbieter von Serviceleistungen die Kreislaufwirtschaft integraler Bestandteil unseres nachhaltigen Geschäftsmodells ist. Wir werden diesem selbstauferlegten Standard gerecht, indem wir systematisch die Nachhaltigkeit unserer Produkte optimieren. Gleichzeitig setzen wir effektive Maßnahmen für den Klimaschutz ein. Ambitionierte Ziele und vollständige Transparenz stellen sicher, dass unsere Vision und die Realität immer eng verzahnt bleiben.

Dieser Bericht stellt unsere derzeitigen Bemühungen und den Fortschritt in größerem Detail dar. Ich lade Sie herzlich dazu ein, mit uns gemeinsam auf den folgenden Seiten über die Zukunft nachzudenken, in der unsere Enkel leben möchten.



Ihr
Jürgen Höfling

Inhalt

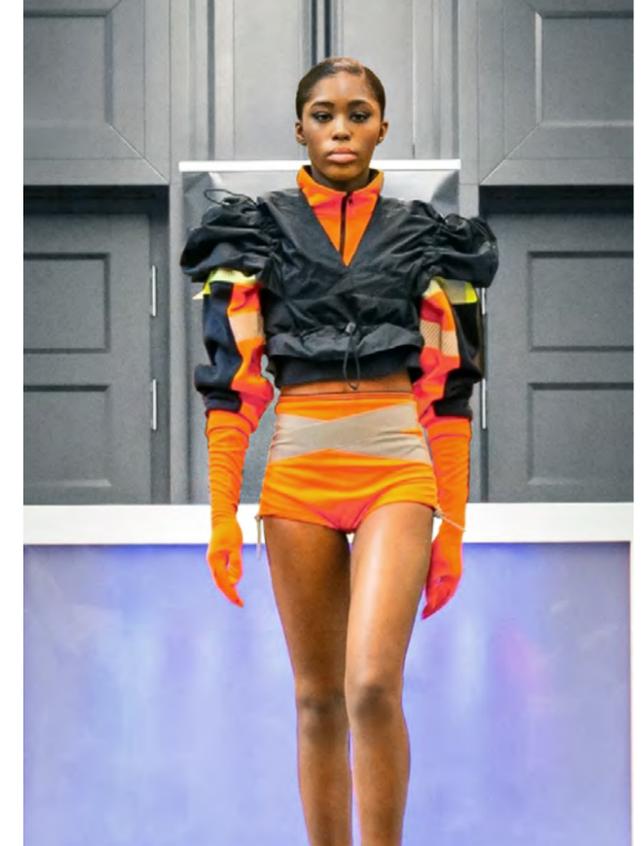


Nachhaltiges Ökosystem
24 Überzeugend nachhaltig

25 Das Ende ist erst der Anfang

26 Upcycling auf dem Laufsteg

Von Berufskleidung zum nachhaltigen Modestatement: Die Designer Daniel Kroh und Oxana Jameljanow erschaffen upgecycelte Mode aus ausrangierter CWS Workwear.



Strategie

6 Für eine gesündere und sichere Zukunft

CWS lebt Nachhaltigkeit. Mit unserem zirkulären Geschäftsmodell arbeiten wir schon heute an einer gesünderen und sicheren Welt für zukünftige Generationen.

Nachhaltige Produkte

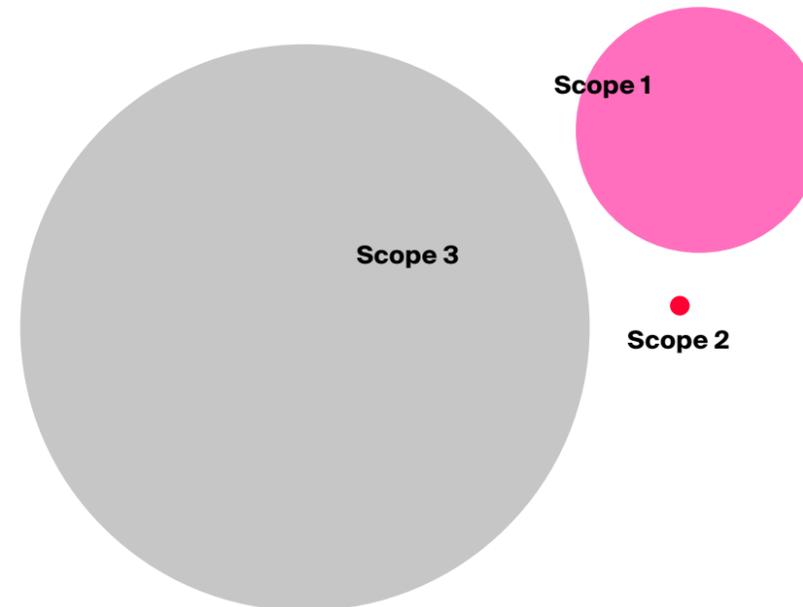
12 Schritt für Schritt

Als Dienstleister halten wir unsere Produkte für eine lange Zeit in Umlauf. Mit dem *enkelfähig*-Rating wenden wir einen gruppenweiten Prozess an, um die Nachhaltigkeit aller Produkte zu werten und zu quantifizieren.

Dekarbonisierung

18 Mission Klimarettung

Um unser Klima zu schützen, müssen wir die CO₂e-Emissionen der gesamten Wertschöpfungskette komplett transparent machen. Deshalb veröffentlichen wir in diesem Bericht den ersten, vollständigen CO₂e-Fußabdruck unseres Unternehmens.



28 Gemeinsam besser werden

30 Auf dem Weg zu mehr Diversität

32 Fakten und Zahlen

36 Ausblick

Für eine gesündere und sicherere Zukunft

CWS lebt Nachhaltigkeit. Mit seinem zirkulären Geschäftsmodell arbeitet das Unternehmen schon heute an einer gesünderen und sicheren Welt für zukünftige Generationen. In diesem Strategieinterview sprechen CEO Jürgen Höfling und Dr. Maren Otte, Group Director Corporate Communications & Corporate Responsibility, über die Bedeutung von nachhaltigen Produkten, die Herausforderungen der Dekarbonisierung und der Initiative *Enkelfähigkeit* in der Haniel-Gruppe.

Herr Höfling, für CWS ist die Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil ihrer DNA. Was bedeutet das für Sie persönlich?

Höfling: Für mich bedeutet Unternehmertum, Werte zu schaffen, von denen zukünftige Generationen profitieren werden. Ich bin froh darüber, dass ich diese Vision bei CWS zum Ausdruck bringen kann. Für mich besitzt CWS die perfekten Voraussetzungen, einen wertvollen Beitrag zu einer besseren Zukunft zu leisten. Als ganzheitlicher Systemanbieter nachhaltiger Lösungen aus den Bereichen Hygiene, Berufskleidung und Brandschutz, waren verantwortliche Geschäftspraktiken schon immer Schlüsselanliegen für uns. Wir haben diese ganzheitliche Verantwortung in unserem Leitgedanken „Think Circular“ zusammengefasst. Er verpflichtet uns zu einer zu-

„Produkte spielen in der Nachhaltigkeit des gesamten Unternehmens eine zentrale Rolle. Als Dienstleister halten wir sie für eine sehr lange Zeit in Umlauf. Eine lange Produktlebensdauer ist der Kern unseres Geschäftsmodells.“

Jürgen Höfling, CEO bei CWS



kunftsorientierten Kreislaufwirtschaft und wird uns dabei unterstützen, bis 2025 zum nachhaltigsten Unternehmen in unserer Branche zu werden.

Frau Dr. Otte, warum ist die Kreislaufwirtschaft für CWS das Modell der Wahl?

Otte: Unser Ansatz „Produkte als Servicelösung“ bedeutet dem Wesen nach, dass wir unsere Produkte so lange wie möglich im Servicekreislauf halten. Unser gesamtes Verständnis von Nachhaltigkeit basiert auf dem Kreislauf. Als Anbieter von Servicelösungen sind wir aktiver Teil einer modernen Kreislaufwirtschaft. Das ist nur möglich, weil wir unsere Produkte so entwickeln, dass sie langlebig, reparierbar und leicht wiederverwertbar sind. Langfristig ermöglicht uns dies, unsere Materialkreisläufe zu optimieren und sie wo immer möglich zu schließen. Auf diese Art und Weise minimieren wir die Umweltbelastungen und Klimaauswirkungen unserer Produkte über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg.

Höfling: Einer der nachhaltigsten Aspekte unserer Kreislaufwirtschaft ist es, dass sie keinen Platz lässt für isolierte Lösungen. Alle, die in Kreisläufen denken, müssen dies ganzheitlich tun und die komplexen Zusammenhänge zwischen allen Faktoren berücksichtigen. Unsere grundsätzliche Geschäftsausrichtung garantiert, dass wir uns von Anfang an auf Nachhaltigkeit fokussieren und sie durch die gesamte Wertschöpfungskette hindurch priorisieren. Ob in der Produktentwicklung, der Materialbeschaffung, den Waschprozessen oder der Servicelogistik: Alle bei CWS arbeiten Hand in Hand für ganzheitlich nachhaltige Produkte und Dienstleistungen.

Welche Vorteile bringt die Nachhaltigkeit bei CWS für die Kund:innen?

Höfling: Durch die Wahl unserer Produkte und Dienstleistungen können Kund:innen ihren ökologischen Fußabdruck verbessern und somit zu einer besseren Zukunft beitragen – in zweierlei Hinsicht. Unsere Lösungen fördern die Sicherheit und Gesundheit von Menschen, während sie gleichzeitig helfen, die Ressourcenknappheit und Klimabelastung zu bekämpfen. Unsere Kund:innen dabei zu unterstützen, motiviert uns jeden Tag.

Worauf fokussiert sich CWS in Bezug auf Nachhaltigkeitsmaßnahmen?

Otte: Wir haben fünf Säulen als nachhaltige Strategie definiert, die alle unsere Nachhaltigkeitsbemühungen abdecken. Unser Fokus liegt auf den Themen „Nachhaltige Produkte“ und „Dekarbonisierung unseres Geschäfts“. Dies sind die Bereiche, bei denen wir die größten operativen Einflüsse sehen, um einen Unterschied zu machen und Dinge effektiv zum Besseren wenden können. Wir haben daher in beiden Bereichen ambitionierte Ziele aufgestellt.

Was sind diese Ziele?

Höfling: Zunächst wollen wir mehr als 90 Prozent unseres Neugeschäfts mit nachhaltigen Produkten realisieren. Produkte spielen in der Nachhaltigkeit des gesamten Unternehmens eine zentrale Rolle. Als Dienstleister halten wir sie für eine sehr lange Zeit in Umlauf. Eine lange Produktlebensdauer ist der Kern unseres Geschäftsmodells. Aus diesem Grund müssen wir vorab überprüfen, wie nachhaltig die Produkte sind, die wir in unsere Kreisläufe aufnehmen. Im Zuge der Dekarbonisierung wollen wir bis 2030 unsere Treibhausgasemissionen über alle Emissionsklassen hinweg um 50 Prozent verringern.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie



„Wie ernst wir den Klimaschutz nehmen kann man daran sehen, dass wir (...) das erste Unternehmen in unserer Branche sind, das alle seine CO₂e-Emissionen offenlegt.“

Dr. Maren Otte, Group Director Corporate Communications & Responsibility bei CWS



Dies sind sehr ambitionierte Klimaziele. Sind Sie zuversichtlich, sie erreichen zu können?

Otte: Ganz anders als bei der Nachhaltigkeit unserer Produkte müssen wir bei der Dekarbonisierung noch viel Arbeit leisten. Trotzdem glauben wir, dass unser Servicemodell uns eine gute Ausgangssituation verschafft. Da wir fast ausschließlich Produkte vermieten und sie fast nie kaufen oder verkaufen, sind unsere sogenannten Scope 3-Emissionen, die oft den Löwenanteil der Emissionen ausmachen, relativ niedrig. Zudem haben wir eine große Kontrolle über unsere vorgelagerten Prozesse und können deren CO₂e-Reduzierung stark beeinflussen.

Werden konkrete Maßnahmen vorbereitet, diese Ziele zu erreichen?

Otte: Das Energiemanagement besitzt bei CWS schon immer Priorität, teils aus wirtschaftlichen Gründen. Schließlich bedeutet Energieeinsparung auch Kostenersparnis. Trotzdem liegt noch viel Arbeit vor uns. Deshalb haben wir zusammen mit allen Abteilungen konkrete Maßnahmen entwickelt, unseren derzeitigen CO₂e-Fußabdruck um etwa 70 Prozent zu verringern. Wir führen ebenfalls ein Klimaschutzmanagementsystem ein, das die besten Maßnahmen dynamisch in laufende Prozesse einbringt und auf die neuesten gesetzlichen Änderungen reagiert. Wie ernst wir den Klimaschutz nehmen kann man daran sehen, dass wir mit diesem Bericht einen vollständigen CO₂-Fußabdruck des Unternehmens veröffentlichen. Damit sind wir die ersten in unserer Branche, die all ihre CO₂e-Emissionen offenlegen.

CWS ist Teil der Haniel-Gruppe, wo Nachhaltigkeit sehr ernst genommen wird. Das findet seinen Ausdruck in der *enkelfähig*-Initiative der Gruppe. Wie beeinflusst dies CWS?

Höfling: Enkelfähig beschreibt die Idee, zukünftigen Generationen eine bessere Welt zu hinterlassen. Enkelfähig ist eine Einstellung, ein unternehmerisches und persönliches Selbstverständnis. Sie definiert das wertorientierte und unternehmerische Denken, das einen langfristigen Erfolg über Generationen hinweg sicherstellt. Besonders wichtig hier ist die Ausgewogenheit von Ökonomie, Ökologie und sozialer Verantwortung. Enkelfähigkeit ist eine große Idee, die eine Gesamttransformation der Betriebe antreibt und damit alle Unternehmensaktivitäten betrifft. Bei CWS setzen wir die Enkelfähigkeit über „Think Circular“ um. Wir betrachten die Kreislaufwirtschaft unseres Servicemodells als eine industriespezifische Umsetzung der Enkelfähigkeit. Die Enkelfähigkeit bezieht sich ja auf den Aufbau nachhaltiger Unternehmen für eine lebenswerte Zukunft. Mit unserem zirkulären Geschäftsmodell befinden wir uns genau am Kern dieses Bestrebens und unterstützen die *Enkelfähigkeits*-Transformation gerne.

Herr Höfling, Frau Dr. Otte, vielen Dank für dieses Interview.

Nachhaltige Produkte

2,7 Mio.

Stück nachhaltige CWS Berufskleidung sind derzeit im Umlauf.

Im Jahr 2021 erhöhte CWS die Beschaffung von nachhaltiger Viskose für Workwear um

+ 21t

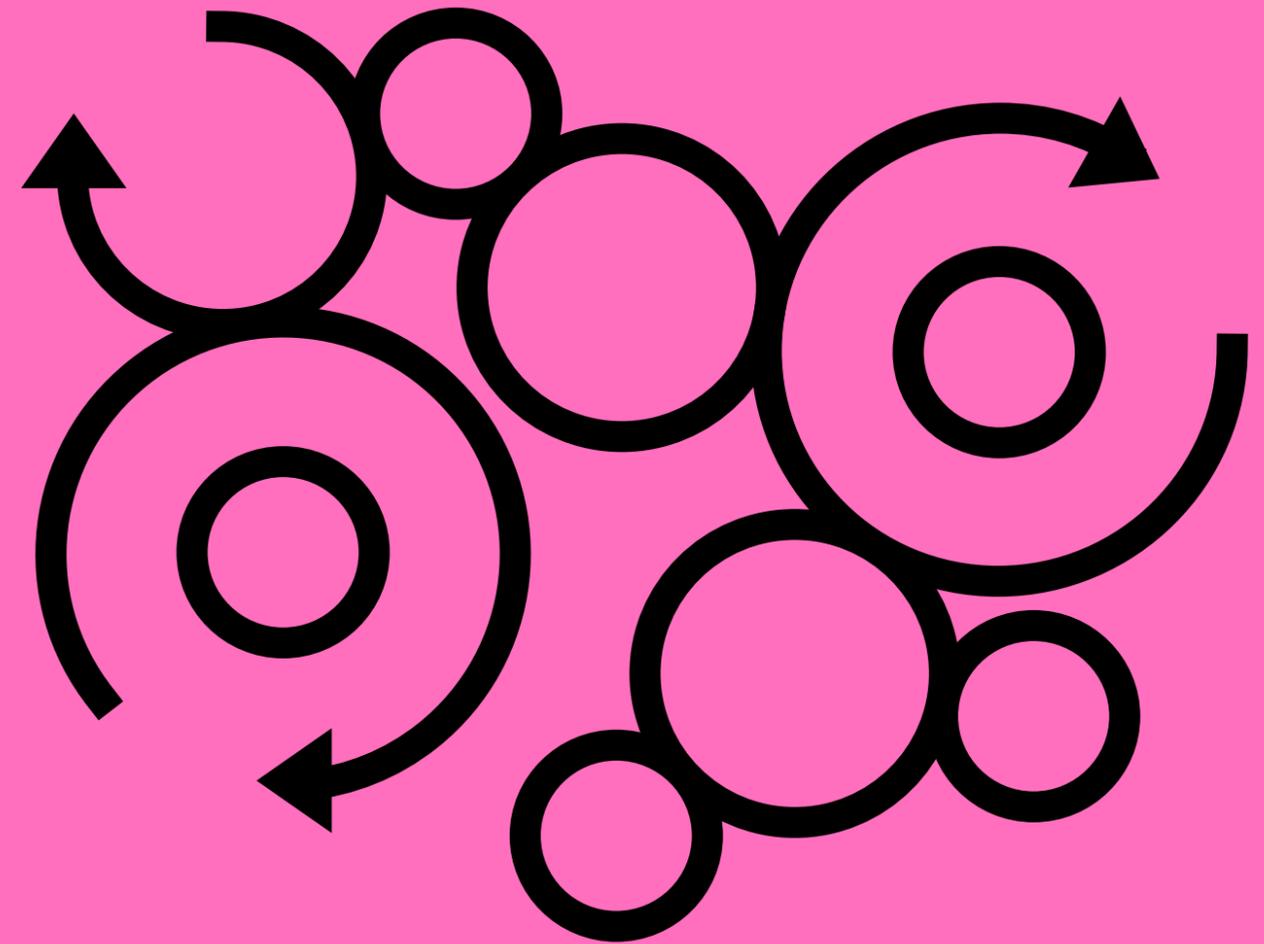
Im Jahr 2021 erreichte die Anzahl der reparierten Schmutzfangmatten

21.887
Stück

5 Mio.

So viele Kleidungsstücke werden jedes Jahr in CWS-Wäschereien repariert.

„Think Circular“ ist nicht einfach nur ein Versprechen: Wir verwenden nachhaltige und langlebige Materialien und bemühen uns, den Anteil an reparierten Produkten zu erhöhen. So halten wir unsere Produkte so lange wie möglich in Umlauf.



Im Jahr 2021 erreichte die Anzahl der reparierten und recycelten Handtuchspender bei CWS

37.701
Stück

Schritt für Schritt



Als Dienstleister hält CWS seine Produkte lange Zeit im Umlauf. Daher ist ein nachhaltiges Design noch viel wichtiger. Mit *enkelfähig*-Rating wendet das Unternehmen einen gruppenweiten Prozess an, um die Nachhaltigkeit aller Produkte zu bewerten und zu quantifizieren. So verbessert CWS kontinuierlich seine Umwelt-, Klima- sowie sozialen Auswirkungen.

Leonie Biesen, Sustainability Managerin bei CWS, hat jeden Grund, enthusiastisch auf das derzeitige Rating zu reagieren. Einen kurzen Moment lang unterbricht sie ihre Erklärung und lächelt. „Es ist die große Mehrzahl“, sagt sie dann.

„Die große Mehrzahl“ bezieht sich auf die Produkte der zwei größten CWS Geschäftsbereiche Hygiene und Workwear. Über das vergangene Jahr hinweg

sind diese Produkte einem internen Bewertungsprozess unterzogen worden. Davon erhielten die meisten die Bewertung *enkelfähig*. Dieses Ergebnis verdeutlicht, dass der Einsatz von CWS für eine nachhaltige Firmenorientierung Wirkung zeigt.

Unter dem Leitprinzip *Enkelfähigkeit* – eine Nachhaltigkeitsinitiative der Muttergesellschaft Haniel – hat CWS ein detailliertes Bewertungssystem entwickelt. Es stuft das gesamte CWS Portfolio, von Schmutzfangmatten über Berufskleidung bis zu Seifenspendern, gemäß der Kriterien Biodiversität, Klimawandel, Kreislauffähigkeit, Innovation, Arbeitsschutz und Profitabilität ein.

Das *enkelfähig*-Rating quantifiziert das, was sonst bei anderen Unternehmen und Industrien im Graubereich einer Willenserklärung verbleibt: das gesamte Produkt- und Serviceportfolio in Richtung einer gesünderen, sicheren Zukunft zu lenken.

Ein mehrstufiger Prozess

„Das *enkelfähig*-Rating vermittelt uns eine klare Sicht darauf, wie nachhaltig unsere Produkte sind“, erklärt Biesen. „Als Dienstleister halten wir die Produkte lange Zeit im Umlauf. Sie dürfen sich nicht negativ auf die Umwelt auswirken, auch nicht indirekt. Deshalb überprüfen wir sehr sorgfältig alle Produktlebensphasen und stellen strenge Kriterien auf.“

Aber wie misst man die Nachhaltigkeit eines Produktes objektiv? Biesen sagt: „Es ist ein mehrstufiger Prozess. Unser Nachhaltigkeitsteam und das Produktmanagement arbeiten eng zusammen und analysieren, welche Phasen im Lebenszyklus nicht nachhaltig genug sind.“ Auf der ersten Stufe des Prozesses legt CWS die Nachhaltigkeitsproblematiken für alle Produktgruppen offen, der Schwerpunkt liegt hier auf den Bereichen Klimawandel, Biodiversität und Kreislauffähigkeit.

- ✓ **Biodiversität**
- ✓ **Klimawandel**
- ✓ **Kreislauffähigkeit**
- ✓ **Innovation**
- ✓ **Arbeitsschutz**
- ✓ **Profitabilität**

Mit dem *enkelfähig*-Rating bewertet und quantifiziert CWS die Nachhaltigkeit aller Produkte auf Basis von sechs Kriterien.

Im nächsten Schritt leitet das Team aus der Defizitanalyse geeignete Maßnahmen ab, um diese Probleme anzugehen. „Wenn wir beispielsweise ein Baumwoll-T-Shirt in Bezug auf den Bereich Klimawandel betrachten, können die Auswahl der Fasern und die Verarbeitung des Stoffs entscheidende Faktoren sein“, erklärt Biesen. „Wir können das lösen, indem wir auf Fairtrade-Biobaumwolle umstellen. Außerdem können wir sicherstellen, dass unsere Stofflieferanten grüne Energie verwenden und zertifizierte Umweltsysteme besitzen. Wir haben unterschiedliche Hebel, um jeden Bereich zu beeinflussen.“

Die Skala

Das Ergebnis, das die bewerteten Produkte am Ende im *enkelfähig*-Rating erreichen, basiert auf zwei Faktoren: 1) Wie groß sind die Auswirkungen der identifizierten Schwachstellen? 2) Wie gut können sie durch CWS Maßnahmen verringert werden? Je besser die Probleme gelöst wurden, umso höher ist das Ergebnis auf der fünfstufigen Skala. Ein Produkt ist *enkelfähig*, wenn es ein Gesamtergebnis von 3 erzielt und daher wenigstens ein grundsätzliches Nachhaltigkeitsproblem in seiner Wertschöpfungskette gelöst hat.

Das reicht CWS aber nicht: „Für CWS und sein zirkuläres Geschäftsmodell haben wir sogar einen höheren Maßstab definiert“, sagt Biesen. „Gemäß CWS Standard muss jedes Produkt mindestens den Wert 3,5 erreichen, um als nachhaltig eingestuft zu werden. Jedes Jahr werden die Einstufungen überprüft und nach Bedarf aktualisiert.“

Für die zwei größten Geschäftsbereiche von CWS lassen sich die Einstufungsergebnisse schon eindrucksvoll lesen: Mehr als 90 Prozent aller Produkte wurden bereits eingestuft. Ihre überwiegende Mehrzahl ist *enkelfähig* oder sogar nachhaltig.

Nachhaltige Entwicklung

Das *enkelfähig*-Rating ist auch wichtig, wenn neue Produkte entwickelt werden. Da CWS in der Zukunft nur nachhaltige Produkte in sein Portfolio aufnehmen will, implementiert das Rating eine sogenannte Meilensteinprozedur. Diese stellt sicher, dass bereits in den frühen Phasen der Produktentwicklung der richtige Kurs eingeschlagen wird. Auf diese Weise will CWS sicherstellen, dass alle Kriterien einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft schon früh erfüllt werden.

„Bei strategisch wichtigen Stufen im Entwicklungsprozess halten wir jedes Mal inne und fragen uns: Geht es in die richtige Richtung? Verwenden wir die

„Als Dienstleister halten wir Produkte lange Zeit im Umlauf. Sie dürfen sich nicht negativ auf die Umwelt auswirken – deshalb überprüfen wir alle Produktlebensphasen sorgfältig.“

Leonie Biesen, Sustainability Managerin bei CWS

„Indem wir Produkte so auf den Markt bringen, setzen wir unsere nachhaltigen Ideen in die Tat um.“

Leonie Biesen, Sustainability Managerin bei CWS



Die INTERsens®D250R und 250 Luftreiniger eliminieren Viren und Krankheitserreger ohne die Verwendung giftiger Chemikalien oder die Erzeugung von Sonderabfällen.

optimalen Materialien und Verarbeitungsmethoden? Und wenn nicht, welche Hebel existieren, um das Produkt nachhaltiger zu machen und das bestmögliche *enkelfähig*-Rating zu erzielen?“ erklärt Biesen.

Speziell entwickelte Berechnungsprogramme helfen uns, die Nachhaltigkeit geplanter Produkte im Voraus zu bestimmen. „Unsere Entwickler:innen können direkt von Anfang an sehen, welche Materialien und Zertifizierungen sie benötigen, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen.“

Stoffe und Geräte

Kann sich Biesen spontan an Produkte erinnern, die ein besonders gutes *enkelfähig*-Rating hatten? „Gewiss“, sagt sie. „Im Geschäftsbereich Workwear gibt es die Alpha HighVis-Bekleidung, und im Geschäftsbereich Hygiene den INTERsens® Luftreiniger.“

Alpha HighVis ist eine Warnbekleidungskollektion, die CWS im Jahr 2021 einführte. Sie ist extrem nachhaltig, da sie ausschließlich aus dem ökologischen Stoff Tecawork® Ecogreen hergestellt wird. Die Fasern bestehen aus einer Mischung des Zellulosegewebes Lyocell aus nachhaltigem Holzanbau und wiederverwertetem Polyester aus alten PET-Plastikflaschen.

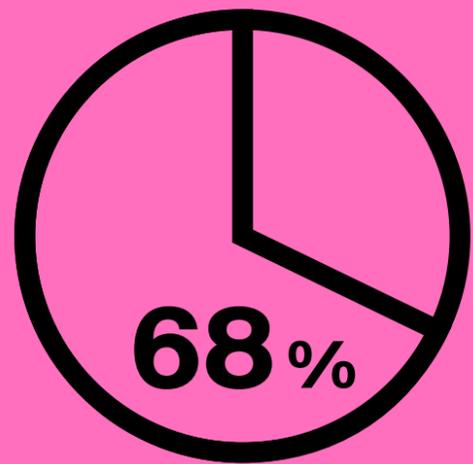
Dieses innovative Gewebe reduziert den ökologischen Fußabdruck der Alpha HighVis Bekleidung signifikant im Vergleich zu klassischen Polycotton-Mischgeweben. In der Herstellung wurden der Wasserverbrauch um 95 Prozent und die Energienutzung um 45 Prozent verringert. Insgesamt verringert dies Treibhausgasemissionen um etwa 30 Prozent. Zusätzlich benötigt der Anbau beträchtlich weniger Chemikalien und Pflanzenschutzmittel.

INTERsens® ist ein kombiniertes Desinfektions- und Luftreinigungsgerät, das UV-C verwendet, um Viren und Krankheitserreger abzutöten. Es arbeitet ohne Ozon oder Chemikalien und verwendet keine giftigen HEPA-Filter, die als Sonderabfälle enden würden.

Es geht aber noch weiter: „Wegen unserer jahrelangen Erfahrung im Hygienesektor können wir professionelle und sichere Servicelösungen für Luftfilter anbieten und so mit einer anderen CWS-Produktkomponente zu einer nachhaltigeren und gesünderen Umgebung beitragen“, erklärt Biesen. Am Lebenszyklusende entsorgt CWS das Gerät und verwendet Komponenten in anderen Geräten weiter.

„Indem wir Produkte so auf den Markt bringen, setzen wir unsere nachhaltigen Ideen in die Tat um“, sagt Biesen. „So wandeln wir gute Absichten in Tatsachen um.“ Und da ist auch wieder dieses enthusiastische Lächeln.

Dekarbonisierung



68% – das ist der Anteil der Scope 3-Emissionen am gesamten CWS Fußabdruck. Relativ niedrig verglichen mit anderen Branchen, da wir durch unser Servicemodell Produkte lang im Kreislauf halten.

Scope 1-Emissionen umfassen direkte Emissionen, wie bei den Wäschereien oder der Fahrzeugflotte. Im Jahr 2021 betragen sie

67.529 t CO₂e

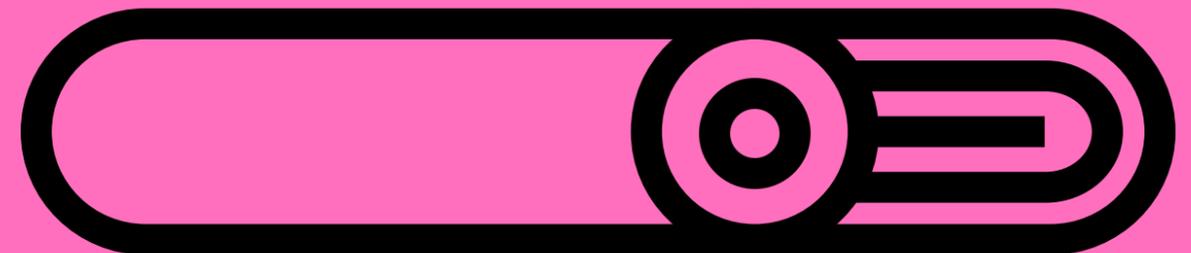
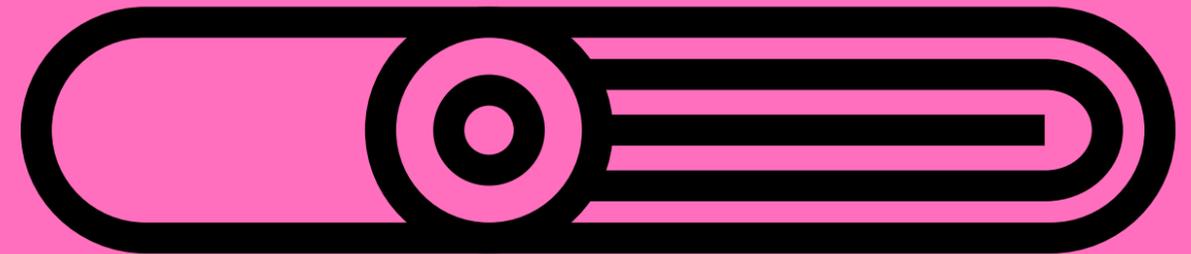
Scope 2-Emissionen stehen für beschaffte Energie. Im Jahr 2021 betragen sie

3.421 t CO₂e

Scope 3-Emissionen schließen Materiallieferungen, die Produktverwendung durch Kund:innen und die Entsorgung der Produkte ein. Die Gesamtmenge im Jahr 2021 betrug

147.000 t CO₂e

In diesem Bericht veröffentlicht CWS erstmalig den kompletten CO₂-Fußabdruck des Unternehmens. Dieser Meilenstein ermöglicht es uns, besser zu planen und Maßnahmen zu implementieren, mit denen wir unseren CO₂-Fußabdruck weiter verringern.



Die Gesamtmenge aller CO₂e-Emissionen von CWS im Jahr 2021 betrug

218.000 t CO₂e

Mission Klimaretter

Um ernsthaften Klimaschutz zu betreiben, müssen die CO₂e-Emissionen der gesamten Wertschöpfungskette vollständig transparent gemacht werden. Daher hat CWS alle relevanten Zahlen in einem vollständigen CO₂-Fußabdruck des Unternehmens bestimmt. Mit Hilfe strategischer Entscheidungen und gezielter Investitionen möchte das Unternehmen seine Emissionen verringern und sich seinen ambitionierten Klimazielen annähern.

Ein drastischer Anstieg des Meeresspiegels, der Verlust der arktischen Eisschicht: Diese und noch größere Probleme bedrohen den Planeten, wenn die Treibhausgasemissionen weiterhin die globale Temperatur steigen lassen.

„Deswegen arbeiten wir hart daran, unsere Prozesse über alle Geschäftsbereiche hinweg zu dekarbonisieren und die CO₂e-Emissionen drastisch zu senken“, sagt der CWS Sustainability Manager Luca Costa. „Zudem wollen wir alle möglichen Dekarbonisierungsmaßnahmen mit einer soliden betriebswirtschaftlichen Beurteilung hinterlegen, sodass wir Investitionen, Amortisationszeiten und den Einfluss auf unsere Einnahmen beurteilen können.“

Gemäß Costa hat die geschickte Dekarbonisierung auch ökonomische Vorteile. Sie kann die Effizienz sowie die Wettbewerbsfähigkeit erhöhen und die Finanzen optimieren. „Wir schätzen, dass eine 30-prozentige Verminderung unserer Emissionen eher Geld spart als kostet.“ Alle diese Faktoren gehen in eine umfassende Klimastrategie ein, die gemäß der Planung von CWS bis nächsten Herbst präsentiert werden soll.

Wie ernst es CWS mit dem Beitrag zur Rettung des globalen Klimas meint, zeigt sich in den ambitionierten Sparzielen für die nahe Zukunft. Das Unter-

nehmen möchte seine gesamten Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2030 um 50 Prozent reduzieren. Um dies zu erreichen, hat CWS bereits mehrere wichtige strategische Schritte unternommen.

„Der wesentliche Schritt für die Dekarbonisierung ist es, eine vollständige Transparenz unserer Emissionen zu etablieren“, erklärt Costa. „Jetzt besitzen wir ein detailliertes Verständnis unserer Emissionsbrennpunkte und können diese angehen.“

Der CO₂-Fußabdruck des Unternehmens

Für das Jahr 2021 führte CWS eine vollständige Analyse aller Emissionen durch (Scope 1, 2 und 3). Demgemäß verursacht das Unternehmen CO₂e-Emissionen von 218.000 Tonnen pro Jahr. Etwa 33 Prozent stammen aus Scope 1 und 2, was die firmeneigenen CO₂e-Quellen wie Produktionsstätten und Fahrzeugflotten und Emissionen beschaffter Energie, wie Strom und Dampf, umfasst.

In Bezug auf die Wäschereien, Büros und Lager steuert der Geschäftsbereich Workwear der CWS den größeren Teil der CO₂e-Emissionen (63 Prozent) bei, verglichen mit dem Geschäftsbereich Hygiene, dessen Anteil nur 37 Prozent beträgt. Das Gegenteil trifft auf den Kraftstoffverbrauch der Serviceflotte zu. Dort hat Hygiene den größeren Anteil mit 61 Prozent, Workwear hingegen nur 39 Prozent.

Scope 1

67.529 t

Scope 2

3.421 t

Scope 1 umfasst direkte Emissionen aus Quellen, die das Unternehmen besitzt oder kontrolliert, wie Produktionsanlagen, Wäschereien und Fahrzeugflotten.

Scope 2-Emissionen stammen aus der Erzeugung beschaffter Energie.

Scope 3-Emissionen sind alle indirekten Emissionen, die nicht in Scope 2 enthalten sind. Sie betreffen die Wertschöpfungskette, sowohl vorgelagert wie auch nachgelagert. Sie schließen die Materiallieferungen zu den Anlagen, die Verwendung der Produkte durch Kund:innen und die Entsorgung der Produkte ein.

Scope 3

147.000 t

Überblick über die CO₂e- Gesamt- emissionen

Der mit Abstand größte Anteil an der Gesamtemission, etwa 68 Prozent, wird nicht innerhalb des Unternehmens erzeugt, sondern in der vorgelagerten und nachgelagerten Wertschöpfung (Scope 3). Sie umfasst Emissionen, die sowohl mit von CWS beschafften Gütern und Dienstleistungen einhergehen wie auch die Verwendung der Produkte durch Kund:innen.

In vielen Branchen macht Scope 3 einen Anteil von 80 bis 95 Prozent der Gesamtemissionen aus. Mit 68 Prozent fallen sie bei CWS bedeutend niedriger aus. Costa erklärt: „Das ist unserem zirkulären Geschäftsmodell geschuldet: Wir müssen weniger Material beschaffen, weil wir unsere Mietprodukte waschen und reparieren, und so ihren Lebenszyklus verlängern. Unser Servicemodell bedeutet auch, dass wir fast alle nachgelagerten Scope 3 Emissionen, die mit der Verwendung unserer Produkte einhergehen, nach innen verlagern und sie Scope 1 und 2 zuordnen. So haben wir mehr Kontrolle über sie.“

Echter Klimaschutz kann nicht hinter verschlossenen Türen stattfinden. Aus diesem Grund publiziert CWS Schlüsselerkenntnisse aus einer unternehmensweiten CO₂e-Bewertung in diesem Bericht. „Es ist uns sehr wichtig, unseren CO₂-Fußabdruck mit der Öffentlichkeit zu teilen“, sagt Costa. „Indem wir die Zahlen veröffentlichten, übernehmen wir maximale Verantwortung.“

Leuchtturmprojekte

Als Bestandteil ihrer großen Dekarbonisierungs-offensive hat CWS bereits zahlreiche Pilotprojekte für ein effizientes Energiemanagement gestartet. Sie sollen dazu beitragen, die CO₂e-Emissionen in den kommenden Jahren drastisch zu verringern. Costa hält besonders eines für erwähnenswert: In den Wäschereien in Solingen und Olching hat CWS ein innovatives Reinigungskonzept eingeführt, das bis zu 30 Prozent Primärenergie spart.

Die alten Dampfkessel wurden durch effizientere Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen (HKW) ersetzt. Die gasbetriebenen Anlagen heizen Wasser, das für die Waschprozesse und die Gebäudeheizung verwendet wird. Das Kühlwasser aus der HKW-Anlage heizt die Heißwassertanks für die Waschprozesse auf über 70 Grad Celsius. Die Anlagen erzeugen auch Strom, der direkt für die Waschmaschinen verwendet wird. Nach den derzeitigen Schätzungen könnte der verringerte Gas- und Stromverbrauch in der Wäscherei in Olching zu Einsparungen von bis zu 280 Tonnen CO₂e pro Jahr führen.

„Mit solchen Leuchtturmprojekten legen wir den Grundstein zu einem Klimaschutz, der seinen Namen verdient“, bewertet Costa dies. „Wir werden weiterhin neue Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz testen und einführen, und so unsere CO₂e-Emissionen verringern.“

Überblick über Scope 1 und 2 CO₂e-Emissionen

CO₂e-Emissionen in Tonnen CO₂e für CWS Aktivitäten (Scope 1 und 2)

35.137 t
Service-
Logistik

125 t
Biomasse

585 t
Dampf

1.131 t
Öl

2.857 t
(markt-
basierter)
Strom

31.260 t
Erdgas

98.357 t
beschaffte Güter &
Dienstleistungen

1.811 t
erzeugte
Abfälle

817 t
Geschäfts-
reisen**

5.150 t
Anlage-
güter

11.162 t
vorgelagerter
Transport

11.507 t
Mitarbeiter:innen-
Pendelverkehr***

* Für Strom: lokal basierter Ansatz
** Unter Einbeziehung von COVID-19
*** „Normales“ Jahr – ohne Einbeziehung von COVID-19

Überblick über die Scope 3 CO₂e-Emissionen

18.196 t
brennstoff- und
energiebezogene
Aktivitäten*

Berechnungsmethoden

Scopes 1 und 2

Datenerfassung und -analyse wurde gemäß den Treibhausgas- (GHG) Protokollrichtlinien und -Methoden durchgeführt. Die Datenkonsistenz wurde ebenfalls extern validiert. Für Scope 2 wurden sowohl orts- als auch markt-basierte Berechnungen bereitgestellt.

Scope 3

Scope 3-Emissionen wurden mit Unterstützung externer Partner:innen berechnet. Die Basis für diese Berechnung stellten die Beschaffungsdaten des Unternehmens und statistische Modelle dar. Zwei Methoden wurden verwendet:

Average-Data-Methode

Dieser Ansatz schätzt Emissionen ab, indem Daten über beschaffte Güter und Dienstleistungen (Menge, Gewicht usw.) gesammelt und mit den Emissionsfaktoren von der Rohstoffgewinnung bis zum Werkstor aus dem Industriemittelwert multipliziert werden.

Spend-based-Methode

Hier werden die Emissionen durch Multiplikation des wirtschaftlichen Werts der beschafften Güter und Dienstleistungen zum Beispiel in Euro mit den entsprechenden Emissionsfaktoren von der Rohstoffgewinnung bis zum Werkstor aus sogenannten umweltökonomisch erweiterten Input-Output-Modellen abgeschätzt.

Nachhaltiges Ökosystem

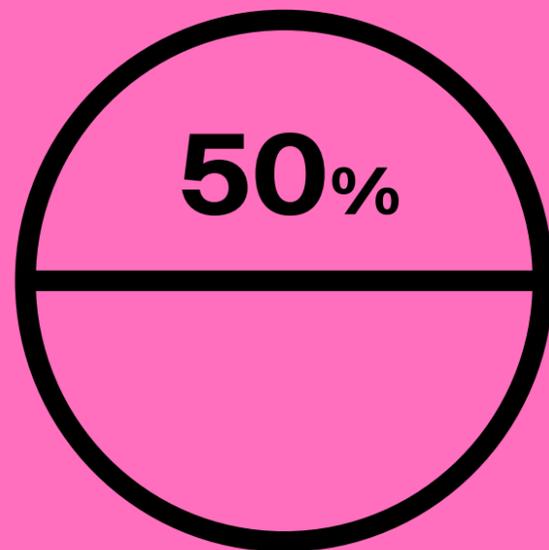
Unsere Unfallrate im Jahr 2021 betrug

2,05*

* Anzahl der gemeldeten Unfälle × 200.000 / Anzahl der effektiv geleisteten Arbeitsstunden

Der Anteil der Frauen im ELT im Jahr 2021 war**

**Executive Leadership Team



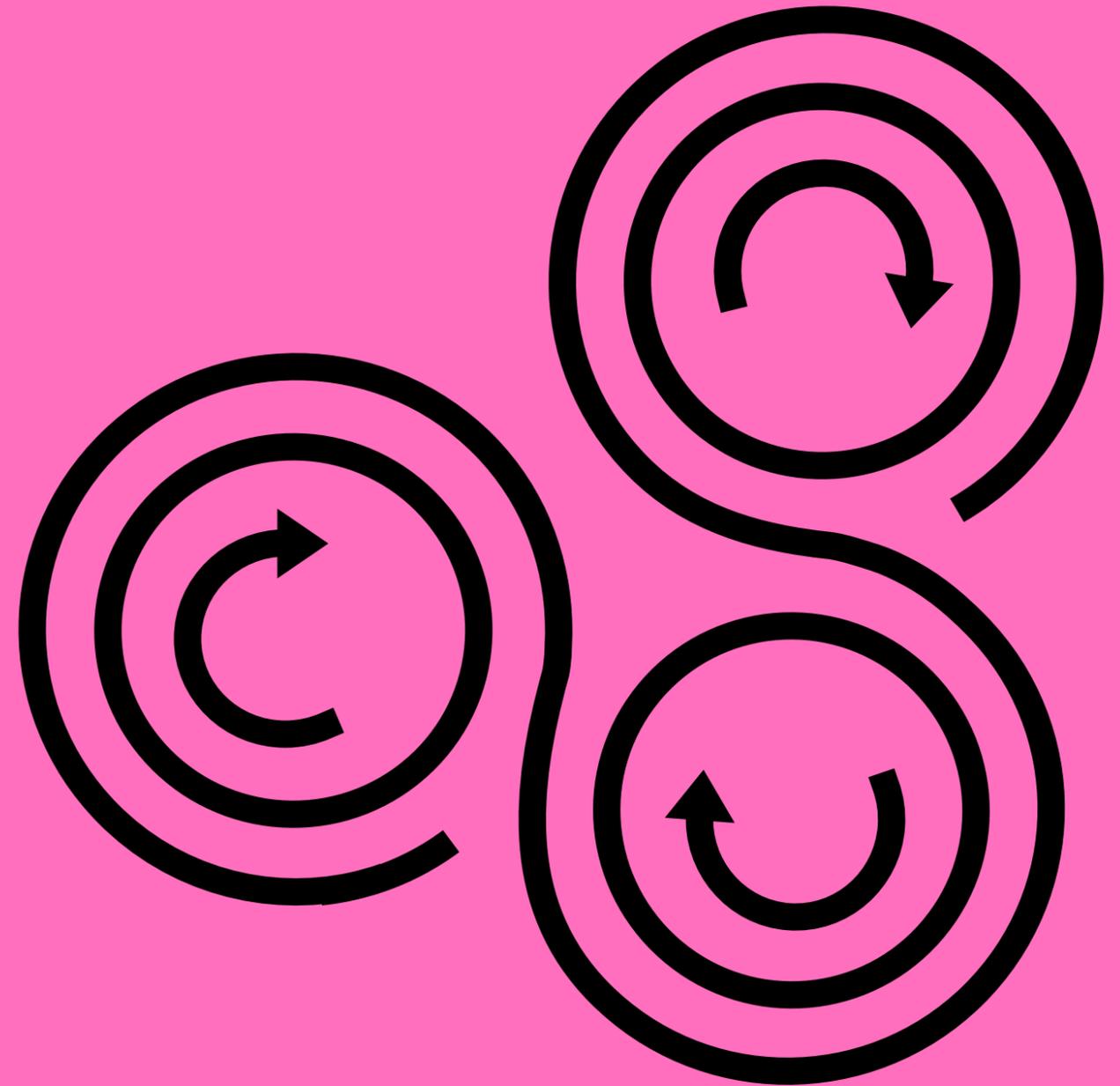
25%

Soviel schneller trocknen die recycelten Polyesterermatten, die wir im Rahmen der CISUFLO-Kooperation hergestellt haben.

120

Freiwillige bildeten ein Netzwerk, um die Diversität bei CWS zu verbessern.

Mit der Initiative der *Enkelfähigkeit* verringern wir nicht nur unseren CO₂-Fußabdruck. Wir verfechten die Idee eines Unternehmens, in dem derzeitige und künftige Generationen sicher und harmonisch zusammenarbeiten.



Verantwortung für die Lieferkette

Überzeugend nachhaltig

Wenn ein Unternehmen wirklich nachhaltige Textilprodukte herstellen möchte, müssen auch die sozialen und ökologischen Standards seiner Lieferanten berücksichtigt werden. Bei der Auswahl seiner Partner:innen achtet CWS daher sehr genau auf Nachhaltigkeit. Die Zusammenarbeit mit dem italienischen Stofflieferanten Klopman ist ein Beleg dafür.

Nachhaltigkeit startet im eigenen Unternehmen. Wenn sie aber ganzheitlich betrachtet wird, spielt die Lieferkette ebenfalls eine wichtige Rolle. Die Rohstoffquellen und die bei der Herstellung geltenden ökologischen und sozialen Standards liegen in erster Linie in der Verantwortung der Lieferanten.

Für seine nachhaltigen Bekleidungskollektionen arbeitet CWS deshalb sehr eng mit dem italienischen Textilhersteller Klopman zusammen. „Ihre Stoffe erfüllen alle unsere Anforderungen bezüglich Qualität und Nachhaltigkeit“, sagt Claus Bamm, Direktor Strategic Sourcing Workwear. CWS bezieht Polycotton-Mischgewebe von Klopman. „Das Unternehmen war einer der ersten Stoffhersteller, der das Thema ernst genommen und einen echten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht hat“, erklärt Bamm.



Oeko-Tex® und Klimaschutz

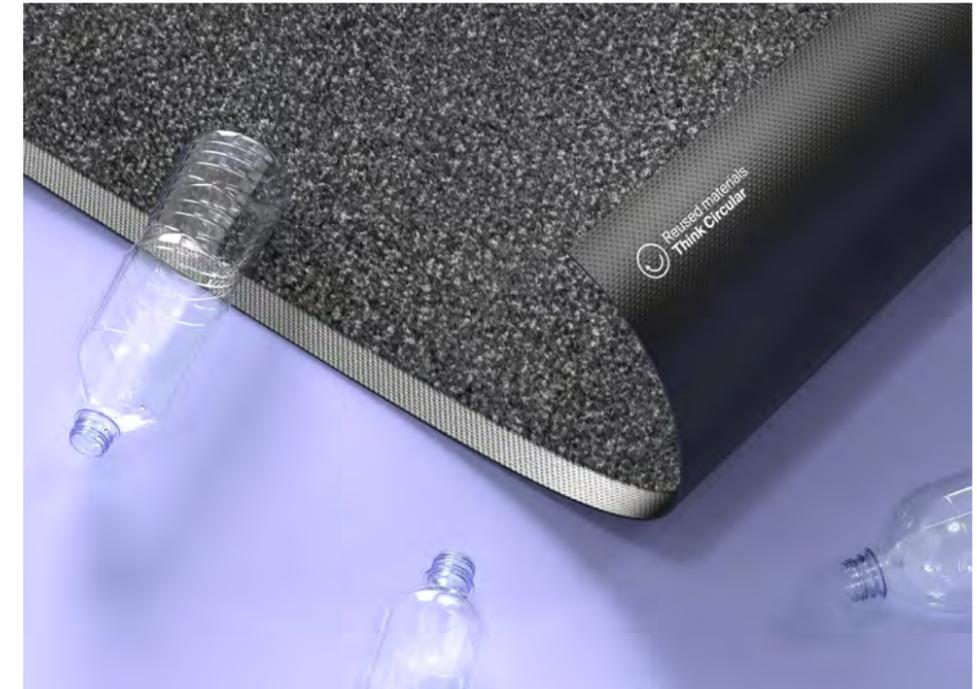
Alle Textilprodukte des italienischen Textilspezialisten sind mit dem Oeko-Tex® „Standard 100“ Label zertifiziert. Das Unternehmen arbeitet auch gemäß der internationalen Norm ISO 14001 für Umweltmanagementsysteme. Schließlich gibt es das Oeko-Tex® SteP-Zertifikat, das Fertigungsstandorten zuerkennt wird. Zusätzlich zur Umweltverträglichkeit und Einhaltung von sozial akzeptablen Arbeitsbedingungen, betrachtet es auch die effiziente Verwendung der Ressourcen.

Klimaschutz ist ein Schlüsselthema für Klopman. „Klopman macht viel, um die eigenen Treibhausgas-Emissionen zu verringern“, sagt Bamm. Mit seinem modernen Blockheizkraftwerk verwendet das Unternehmen die Abwärme von den Fertigungsprozessen, um Energie zu erzeugen – und deckt damit 60 Prozent seines Energiebedarfs ab. Schon im Jahr 2015 unterschritt der Textilhersteller das rechtliche Jahresmaximum für CO₂e-Emissionen um 9.000 Tonnen.

„Klopman ist ein echter Pionier in der nachhaltigen Stoffherstellung und daher ein wertvoller Partner für unsere Serviceangebote. Wir wählen unsere Lieferanten mit äußerster Sorgfalt aus. So stellen wir sicher, dass wir die Nachhaltigkeitsleistungen innerhalb und außerhalb unserer eigenen Geschäftstätigkeiten optimieren“, fasst Bamm zusammen.

Das Ende ist erst der Anfang

Nicht nur nachhaltig und haltbar hergestellt, sondern ideal recycelbar: Als Teil des EU-geförderten CISUFLO Forschungsprojekts arbeitet CWS an der Optimierung der Nachhaltigkeit seiner Schmutzfangmatten am Ende des Produktlebenszyklus.



Bei der Nachhaltigkeit von Schmutzfangmatten ist CWS ein echter Pionier. Das beste Beispiel sind die GreenMats, die das Unternehmen im Jahr 2021 eingeführt hat. Sie werden aus recyceltem Polyester hergestellt, sind extrem haltbar und trocknen bis zu 25 Prozent schneller, was den Energieverbrauch verringert und daher das Klima schützt. Dies ist aber immer noch nicht ausreichend für den CWS Nachhaltigkeitsansatz.

„Wir sind sehr daran interessiert, unsere Matten so wiederverwertbar wie möglich zu machen. Auf diesem Weg können wir die Basismaterialien im Kreislauf halten, sogar nachdem die Matten entsorgt wurden“, erklärt Daniel Oberle, Produktmanager Floorcare. Derzeit werden CWS Matten, die nicht weiterverwendet werden können, verbrannt. Es gibt einen Hauptgrund dafür: „Die unterschiedlichen Materialien einer Matte, beispielsweise Gummi, Nylon und Polyester, können nicht voneinander getrennt werden – was ein Recycling unmöglich macht“, sagt Oberle.

Gefördertes Mattenrecycling

Um dies zu ändern, beteiligt sich CWS an dem europäischen Forschungsprojekt Circular Sustainable Flooring (CISUFLO), das die EU im Jahr 2021 für die Unterstützung im gut finanzierten Horizon 2020 Förderprogramm ausgerufen hat. „Derzeit kann kein Fußbodenbelag richtig wiederverwertet werden, weder Laminat noch PVC noch Textilfußboden. Deshalb ist das Projekt so wichtig“, erklärt Oberle.

Zusätzlich zur European Floor Coverings Association (EuFCA) sind verschiedene Forschungsinstitute, Universitäten und Firmen am Projekt beteiligt. Als Dienstleister für Schmutzfangmatten spielt CWS eine besondere Rolle. Oberle erklärt: „Wir nutzen unsere jahrelange Erfahrung, um die Umsetzbarkeit der Ideen bereits in der Entwicklungsphase zu bewerten. Wir sind auch diejenigen, die die neuen Recyclingmatten auf dem Markt auf ihre Praxistauglichkeit testen.“



Der Berliner Designer Daniel Kroh upcyclt CWS Workwear für Kund:innen, die nachhaltige Kleidung lieben.

Upcycling auf dem Laufsteg

Von Berufskleidung zum nachhaltigen Modestatement: Die Designer Daniel Kroh und Oxana Jameljanow erschaffen upgecycelte Mode aus ausrangierter CWS Workwear.

CWS hält die Kleidung in seinen Workwear-Kollektionen eine lange Zeit im Kreislauf. Sie werden gewaschen, repariert und so oft wie möglich wiederverwendet. Trotzdem schaffen es jedes Jahr etwa 800 Tonnen gebrauchter Textilien nicht zurück in den Kreislauf. Das muss aber nicht ihr Ende bedeuten.

Um ausrangierter Berufskleidung ein neues Leben als nachhaltige, upgecycelte Mode zu geben, arbeitet CWS mit ambitionierten Designer:innen zusammen. Einer davon ist Daniel Kroh, der im Jahr 2004 ein Praktikum im Produktmanagement von CWS durchlief und kurz danach sein eigenes Studio in Berlin eröffnete.

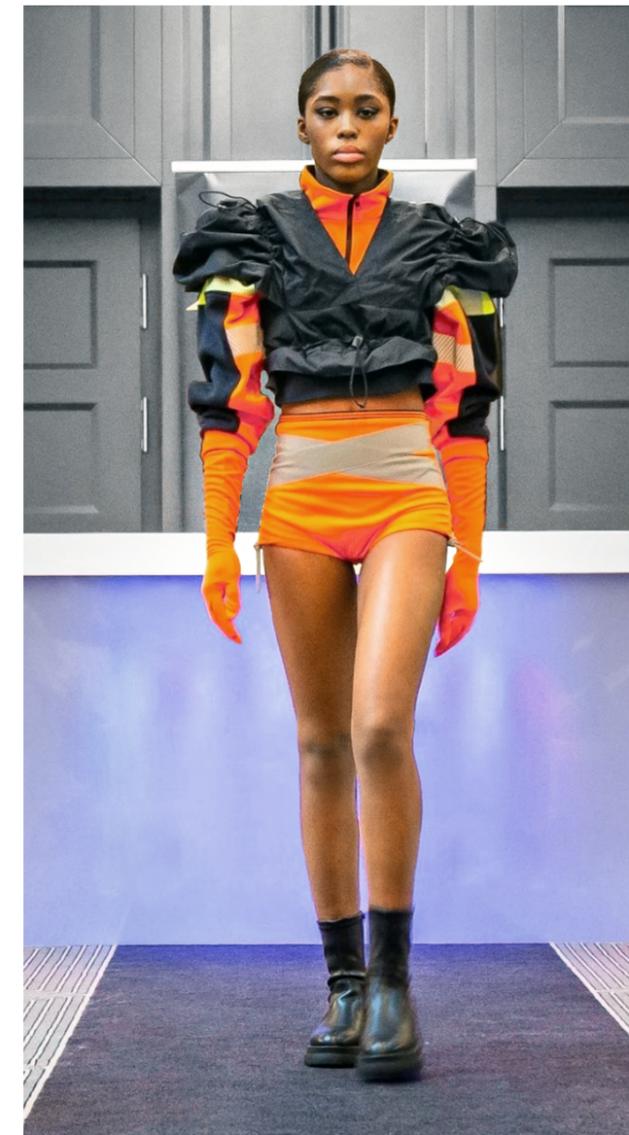
Bereits seit vielen Jahren versorgt CWS den Modedesigner jährlich mit etwa zweieinhalb Tonnen ausrangierter Kleidung. Kroh verwendet sie, um hauptsächlich Männerkleidung für diejenigen zu entwerfen, die nachhaltige Kleidung schätzen. Im Jahr 2022 entwarf er maßgeschneiderte Jacken und Blazer aus alter Berufskleidung exklusiv für CWS Manager und eine Zusammenarbeit mit CWS Workwear ist auch in der Planung.

Auf der Frankfurter Fashion Week

Eine weitere Upcycling-Künstlerin ist Oxana Jameljanow, eine Produktionsleiterin bei CWS. Im Jahr 2020 nahm sie an der CWS Workwear Challenge teil und präsentierte eine Streetwear-Kollektion, die aus ausrangierter Berufskleidung hergestellt war. Die Teile beeindruckten durch raffinierte Schnitte, leuchtende Farben und markant platzierte reflektierende Streifen.

Jameljanows Designs sind jetzt auch außerhalb von CWS erfolgreich. Mit ihrer upgecycelten Kleidung nahm sie Anfang 2022 an dem Frankfurter Fashion-Lounge-Wettbewerb teil, in dem junge Designer:innen ihre Ideen für nachhaltige Alltagsmode präsentieren. Sie erreichte das Finale und konnte daher zwei Entwürfe für den Frühling auf dem Laufsteg der Frankfurter Fashion Week präsentieren.

Jameljanow war auch involviert in der Präsentation der Herbst&Winter-Kollektionen 2022 auf der Fashion Week, dieses Mal mit fünf Designs. Die präsentierten Kleidungsstücke werden ab Herbst 2022 in dem bekannten Modehaus August Pfüller in der Frankfurter Goethestraße verkauft.



Oxana Jameljanow entwirft neue Kleidung aus ausrangierter CWS Workwear. Im Jahr 2022 hatte sie sogar die Gelegenheit, zwei Designs auf der Frankfurter Fashion Week zu präsentieren.

Arbeitsumgebung: Best-in-class

Gemeinsam besser werden

Der japanische Ausdruck „Kaizen“ bedeutet „kontinuierlich verbessern“. CWS verwendet diese Methode aus dem Lean-Management, um Probleme zu identifizieren und Prozesse zu optimieren, zuletzt in der Schweizer Niederlassung Glattbrugg.

Kontinuierliche Verbesserung ist für den Fortschritt und Erfolg eines Unternehmens unerlässlich. Deshalb setzt CWS die japanische Managementphilosophie Kaizen seit mehreren Jahren ein. Kern der Methode ist die Identifizierung von Problemen und die Etablierung von neuen, verbesserten Prozessen.

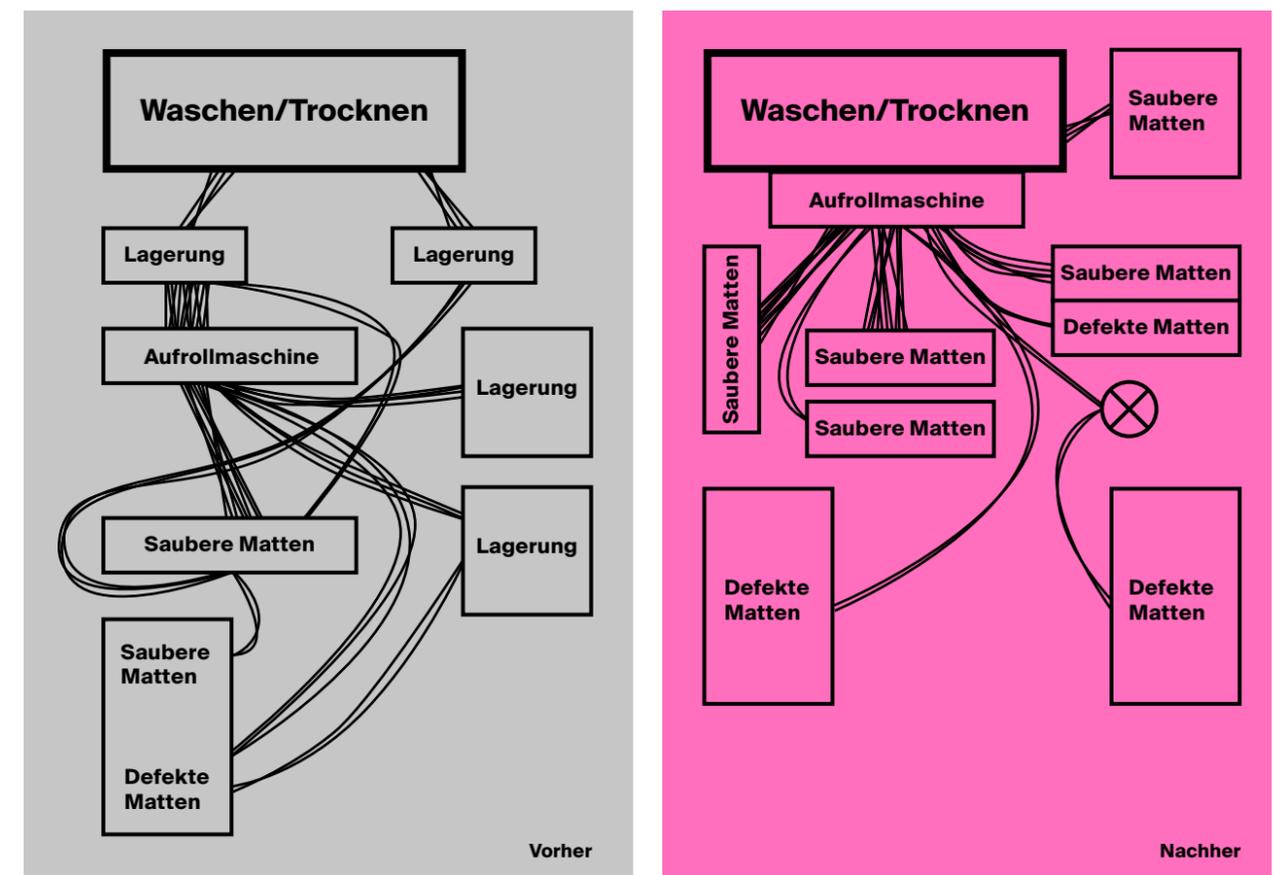
Im November 2021 fand eine viertägige Kaizen-Veranstaltung in der Schweizer CWS Niederlassung Glattbrugg statt. Eine interdisziplinäre Gruppe von Mitarbeiter:innen aus dem Betrieb, dem Continuous Improvement und dem Management kam zusammen. Gemeinsam diskutierten sie die täglichen Herausforderungen in den Bereichen Logistik, Mattenreinigung, Kund:innenbetreuung und Telefonverkehr. „Die Veranstaltung war ein voller Erfolg“, sagt Steffen Langner, Leiter Continuous Improvement bei CWS. „Gemeinsam konnten wir viele Prozessabläufe optimieren und Langzeitänderungen zusätzlich zu schnellen Erfolgen berücksichtigen.“

Tiefgehende Analyse

Da die Kaizen-Veranstaltungen mehrere Tage dauern, ermöglichen sie den Teilnehmer:innen, tief in die Themen einzusteigen, verschiedene Prozessverbesserungen auszuprobieren und gemeinsam direkt eine gute Lösung zu finden.

„Das Wichtige bei einer Kaizen-Veranstaltung ist es, die Verantwortung innerhalb des Teams aufzuteilen. Es geht darum, die verschiedenen Punkte offen zu diskutieren. Eine Person alleine kann niemals eine so große Verbesserung veranlassen wie eine ganze Gruppe“, erklärt Langner. „Deshalb gibt es bei Kaizen keine Hierarchien. Jede Person hat dieselben Stimmrechte und die Ideen und Vorschläge des Teams ergänzen sich. Der Praxistest zeigt dann, was möglich ist. Am Ende wird ein neuer Prozessablauf gemeinsam angenommen und durch die Verantwortlichen vor Ort umgesetzt. Auf diese Weise addieren sich viele kleine Verbesserungen zu einer großen.“

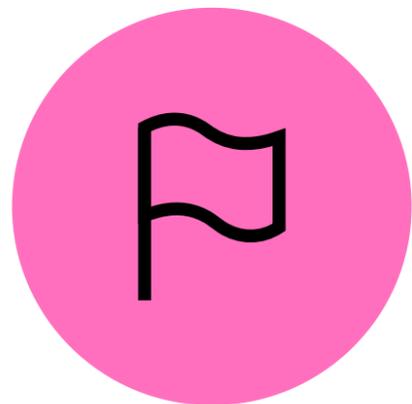
Verbesserungspotenzial



Die Kaizen-Veranstaltung sollte Möglichkeiten für effizientere Arbeitsprozesse in der Wäscherei in Glattbrugg aufzeigen. Nach dem Skizzieren der üblichen Laufwege der Mitarbeiter:innen veränderte das Kaizen-Team die Anordnung im Raum und ermöglichte damit kürzere und gezieltere Wege. Das wichtigste Ergebnis: Eine Zwischenlagerung ist nicht notwendig. Der verbesserte Prozess bedeutet jetzt, dass die gewaschenen, getrockneten und aufgerollten Matten auf Wagen geladen und direkt in den Servicebereich gebracht werden, was den Wäschereimitarbeiter:innen das Bearbeiten von 15 Prozent mehr Matten pro Stunde ermöglicht.

Auf dem Weg zu mehr Diversität

CWS ist in jeder Hinsicht ein vielfältiges Unternehmen. Diese Diversität zu leben und zu fördern kann einen enormen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens leisten. Deshalb entwickeln Mitarbeiter:innen spannende Diversitätsprojekte in freiwilligen Arbeitsgruppen.



Nationalität

Die Welt ändert sich schneller als je zuvor. Wer eine führende Rolle in diesem Prozess spielen will, benötigt vor allem eins: Innovationskraft. Die Mitarbeiter:innen eines Unternehmens haben enormes Potenzial dafür. Denn mehr Diversität bedeutet häufig auch mehr Ideenreichtum.

Bei CWS ist Diversität überall zu finden. Mit Tochtergesellschaften in 15 Ländern arbeitet das Unternehmen mit einer breiten Vielfalt von Kundengruppen und bietet eine breite Palette an Lösungen. Gleichzeitig arbeiten CWS Mitarbeiter:innen auf zahlreichen Gebieten, von der Logistik über Wäschereien bis hin zur Verwaltung. Sie alle müssen Hand-in-Hand arbeiten, um Kund:innen zu begeistern und den Unternehmenserfolg sicherzustellen.

„Wir bei CWS glauben, dass diverse Perspektiven zu klügeren Entscheidungen, mehr Innovation und besserer Zusammenarbeit führen“, sagt Dr. Maren Otte, Group Director Corporate Communications & Responsibility.

Um Diversität systematisch zu fördern und zu nutzen, hat CWS einen Diversity-Council gegründet. Unter dessen Führung haben vier Arbeitsgruppen mit etwa 120 freiwilligen Mitarbeiter:innen Projekte zu den Themen Alter, Geschlecht, Nationalität und Menschen mit Behinderungen entwickelt. Andere Freiwillige unterstützen die Entwicklung eines E-Lernprogramms, das sich mit dem Umgang mit unbewussten Vorurteilen beschäftigt.

Vier Schlüsselprojekte für mehr Diversität

Ende 2021 präsentierten die vier Arbeitsgruppen dem D&I Council und der CWS Geschäftsführung eine Auswahl ihrer zahlreichen Projektideen. Schritt für Schritt werden diese vier Ideen nun in den nächsten Jahren in den Arbeitsalltag bei CWS integriert:

Jobsharing: Zwei Mitarbeiter:innen teilen sich eine Vollzeitstelle. Dies gibt beiden mehr Freiheit für die persönliche und berufliche Entwicklung. Sie haben mehr Zeit, innovative Ideen zu entwickeln und sie im Unternehmen umzusetzen. Jobsharing stärkt die Motivation der Beschäftigten, steigert ihre Produktivität und ermöglicht kürzere Wege für Prozesse, Lösungen und Entscheidungen.

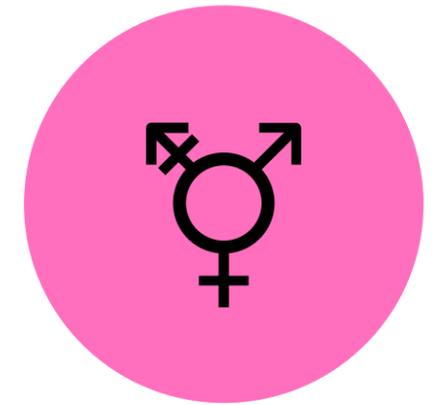
Jobrotation: CWS ermutigt seine Angestellten, ihre Karriere in einem anderen Land oder einer anderen Region fortzusetzen. Eine internationale Belegschaft stärkt das Bewusstsein für Diversität und unterschiedliche Perspektiven. Für die Beschäftigten eröffnen sich spannende Möglichkeiten – zum Beispiel, im internationalen Management zu arbeiten.

Buddy-Programm: Dieses Mentoringprogramm bringt erfahrene und neuere Mitarbeiter:innen zusammen. Das Ziel ist es, nicht nur professionelles Training, sondern auch die „ungeschriebenen Regeln“ des Unternehmens zu vermitteln. Gleichzeitig bringen die Mentees externe Perspektiven und neue Fähigkeiten in die Zusammenarbeit ein. Das Buddy-Programm erleichtert den Berufsstart und stärkt das Netzwerk innerhalb des Unternehmens.

Gesundheitsprogramm: Der Schwerpunkt hier liegt auf der mentalen und physischen Gesundheit der Beschäftigten. Das Ziel ist, mehr mentale Flexibilität und Belastbarkeit zu erreichen. Gleichzeitig liefern flexiblere Arbeitszeitmodelle eine physische Entlastung. Das stärkt die Mitarbeiter:innen-Loyalität und führt zum optimalen Einsatz von Ressourcen und Erfahrung.

In ihrer Projektarbeit haben die vier Arbeitsgruppen einige Schlüsselfaktoren identifiziert, die für die erfolgreiche Umsetzung der Projekte wichtig sind. Sie beinhalten transparente Kommunikation, spezielles Training für alle Teilnehmer:innen und gut organisiertes Mentoring.

Neben den Großprojekten stammen auch andere positive Impulse aus der Projektgruppenarbeit. Beispielsweise haben CWS Mitarbeiter:innen schon erfolgreich an einer von der Muttergesellschaft Haniel organisierten „Working Out Loud“-Veranstaltung teilgenommen, bei der sie ihr Wissen mit anderen teilten. Zusätzlich wurde im März 2021 eine monatliche LGBTQ+-Veranstaltung ins Leben gerufen.



Geschlecht



Menschen mit Behinderungen



Alter

Fakten und Zahlen

Basierend auf dem GRI-Berichtsstandard

Kennzahlen aus dem Nachhaltigkeitsmanagement

Wegen der außergewöhnlichen wirtschaftlichen Umstände während der COVID-19-Pandemie sind die Basisdaten für die in diesem Bericht präsentierten Zahlen unterschiedlich.

Zentrale Mitarbeiter:innendaten	2020	2021
Mitarbeiter:innendaten nach Geschäftsebenen		
Gesamtzahl der Mitarbeiter:innen	10.838	11.120
... im Management	753	766
... in der Verwaltung	1.117	1.149
... im Wäschereibetrieb	3.840	4.194
... im Service	3.299	3.222
... im Vertrieb	1.829	1.789
Mitarbeiterdaten nach Geschlecht und Führungsebene (Führungsebene 1-3)		
Anteil der männlichen Mitarbeiter (in Prozent)	53	53
Anteil der weiblichen Mitarbeiterinnen (in Prozent)	47	47
Anteil der männlichen Mitarbeiter in Führungspositionen (in Prozent)	72	73
Anteil der weiblichen Mitarbeiterinnen in Führungspositionen (in Prozent)	28	27
Anteil der Mitarbeiter:innen in Führungspositionen (Alter <30 Jahre; in Prozent)	2	2
Anteil der Mitarbeiter:innen in Führungspositionen (Alter 30–50 Jahre; in Prozent)	64	63
Anteil der Mitarbeiter:innen in Führungspositionen (Alter >50 Jahre; in Prozent)	34	35
Anteil der männlichen Mitarbeiter, die im Berichtsjahr aus dem Unternehmen ausgeschieden sind (in Prozent)	53	56
Anteil der weiblichen Mitarbeiterinnen, die im Berichtsjahr aus dem Unternehmen ausgeschieden sind (in Prozent)	47	44
Gesamtzahl der Mitarbeiter:innen am Jahresende nach Art des Vertrags und der Anstellung		
Mitarbeiter:innen mit befristetem Arbeitsvertrag (in Prozent)	13	12
Mitarbeiter:innen mit unbefristetem Arbeitsvertrag (in Prozent)	87	88
Vollzeit (in Prozent)	83	81
Teilzeit (in Prozent)	16	17
Vollzeit nach Geschlecht		
Anteil Männer (in Prozent)	50	48
Anteil Frauen (in Prozent)	33	33
Teilzeit nach Geschlecht		
Anteil Männer (in Prozent)	3	4
Anteil Frauen (in Prozent)	13	12
Mitarbeiter:innendaten nach erhaltenen Weiterbildungsstunden		
Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung im Management	3.568	8.306
Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung in der Verwaltung	3.131	10.044
Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung in Wäscherei und Service	6.701	17.710
Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung im Vertrieb	7.376	25.279
Kennzahlen zu Compliance und Antikorruptionsmaßnahmen		
Anteil der Compliance-relevanten Mitarbeiter:innen, die im Hinblick auf Kartellrecht und Korruptionsbekämpfung geschult wurden (in Prozent)	88	100

Zentrale Mitarbeiter:innendaten	2020	2021
Mitarbeiter:innendaten nach Fehltagen aufgrund von Unfällen oder Krankheit		
Gesamtzahl der unfallbedingten Ausfalltage	5.847	6.841
... in Management und Verwaltung	421	225
... im Wäschereibetrieb	1.139	2.210*
... im Service	3.971	3.773
... im Vertrieb	314	333
Verletzungsrate gesamt (Anzahl der registrierten Unfälle × 200.000 / Anzahl tatsächlich geleisteter Arbeitsstunden)	2,1	2,05
... in Management und Verwaltung	0,1	0
... im Wäschereibetrieb	1,9	2,7
... im Service	4,9	3,7
... im Vertrieb	0,2	0
Fehlzeiten (Krankheit) in Prozent	9,5	10
Zentrale Umweltdaten		
Energiedaten		
Erdgasverbrauch (Wäschereibetrieb; GJ)	596.320,8	613.245,3**
Energieverbrauch durch Öl (Wäschereibetrieb; GJ)	16.007,7	15.260,6
Energieverbrauch durch Holzpellets (Wäschereibetrieb; GJ)	20.968,8	28.753,2
Direkter Energieverbrauch gesamt (Wäschereibetrieb; GJ)	633.297,2	657.259,1
Indirekter Energieverbrauch gesamt (Wäschereibetrieb; GJ)	141.407,4	142.708,9
Bezogener Grünstrom (für Wäschereibetrieb; GJ)	112.792,9	115.892,2
Bezogener Graustrom (für Wäschereibetrieb; GJ)	16.536,6	15.176,7
Bezogener Dampf (Wäschereibetrieb; GJ)	12.007,9	11.640,0
Emissionsdaten		
Gesamt CO ₂ e Emissionen (t) (marktbasiert)	69.390	217.950***
Scope 1 (Erdgas, Öl, interne, eigene und geleaste Flotte, Firmenwagen; t)	65.631	67.529
Scope 2 (grauer und grüner Strom, Dampf; marktbasiert; t)	3.734	3.421
Scope 2 (grauer und grüner Strom, Dampf; ortsbasiert; t)	18.528	19.163
Scope 3 (Wertschöpfungskette; t)	25	147.000
Biomasse	91	125
CO ₂ e (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Handtuchrollen (kg)	0,174	0,182
CO ₂ e (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Matten (kg)	0,089	0,080
CO ₂ e (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Berufskleidung (kg)	0,315	0,321
CO ₂ e (Wärme & Strom) pro kg gewaschene Reinraumtextilien (kg)	0,387	0,355
Wasserverbrauchsdaten		
Wasserverbrauch pro kg gewaschene Handtuchrollen (Liter)	4,6	4,8
Wasserverbrauch pro kg gewaschene Matten (Liter)	3,4	3,0
Wasserverbrauch pro kg gewaschene Berufskleidung (Liter)	12,9	13,1
Wasserverbrauch pro kg gewaschene Wischbezüge (Liter)	9,3	7,9
Wasserverbrauch pro kg gewaschene Reinraum-Produkte (Liter)	28,6	27,7
Gesamtwasserverbrauch in Wäschereien (m ³)	1.491.033	1.322.076
Gewaschene Mengen (kg)	190.672.803	186.287.499

* Der signifikante Anstieg basiert u. a. auf der besseren Datenqualität und der Einbeziehung neuer Länder (den Niederlanden) in den Berichtsumfang

** Die Steigerung im Verbrauch erklärt sich durch die Übernahmen neuer Wäscherei-Standorte.

*** Dieser starke Anstieg unserer Gesamt-THG-Emissionen ist auf die Einbeziehung einer vollständigen Scope-3-Analyse zurückzuführen. Diese wurde 2021 zum ersten Mal durchgeführt und ermöglicht es uns, mit größtmöglicher Transparenz über unseren CO₂-Fußabdruck zu berichten, einschließlich der Emissionen aus unseren Wertschöpfungsketten.

Kennzahlen Logistik und Transport	2020	2021
Logistik		
CO ₂ e Emissionen pro Kundenstopp – WW (kg CO ₂ e / Stopp)*	n/a	2,6
CO ₂ e Emissionen pro Kundenstopp – HY (kg CO ₂ e / Stopp)*	n/a	2,4
Zahl der Stopps* (WW)	n/a	3.020.817
Zahl der Stopps* (HY)	n/a	5.355.500
Flottenemissionsdaten		
CO ₂ e Emissionen für eigene oder geleaste Serviceflotte (LKWs und Transporter; t)	29.794	28.538
CO ₂ e Emissionen für eigene oder geleaste Firmenwagen (t)	5.279	6.599
CO ₂ e Emissionen für Serviceflotte pro kg gewaschene Wäsche (kg)	0,193	0,153

Kennzahlen nachhaltige Produktwelt	2020	2021
Up-/Recycling von Handtuchspendern		
Anzahl der im Upcycling-Center reparierten Spender (gesamt pro Jahr)	33.924	26.547
Anzahl der im Upcycling-Center recycelten Spender (gesamt pro Jahr)	13.145	11.154
Bearbeitete Spender pro Monat	3.922	3.142

Kennzahlen zum Lieferanten-/Lieferkettenmanagement	2020	2021
Klassifizierung nach Lieferantenart		
Gesamtzahl der Lieferanten (Fertig- und Handelswaren, Rohstoffe)	295	286
Davon Lohnkonfektionäre (Fertigwaren)	7	6
Davon Handelspartner (Handelswaren und Rohstoffe)	288	280
Audits		
Anzahl der Full Audits bei Lieferanten	7	9
Anzahl der Re-Audits bei Lieferanten	2	0
Risikobewertung nach Region und Art der Lieferanten		
Lohnkonfektionäre: Anzahl der Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren	1	1
Lohnkonfektionäre: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren (in Prozent)	9,5	8,6
Lohnkonfektionäre: Anzahl der Lieferanten, die in Risikoländern produzieren	6	5
Lohnkonfektionäre: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Risikoländern produzieren (in Prozent)	90,5	91,4
Handelspartner: Anzahl der Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren	274	266
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Ländern mit geringem Risiko produzieren (in Prozent)	97,3	96,4
Handelspartner: Anzahl der Lieferanten, die in Risikoländern produzieren	14	13
Handelspartner: Anteil des Einkaufsvolumens bei Lieferanten, die in Risikoländern produzieren (in Prozent)	2,7	3,5
Weitere Informationen zu Lieferanten		
Anzahl der „Cut Make Trim-Partner“-Lieferanten mit einer Zusammenarbeitsdauer ...		
... von < 2 Jahren	0	0
... von 2–5 Jahren	2	1
... von 5–10 Jahren	2	2
... von > 10 Jahren	3	3
Weitere Informationen zu Lieferanten		
Anzahl der Handelspartner-Lieferanten mit einer Zusammenarbeitsdauer ...		
... von < 2 Jahren	22	17
... von 2–5 Jahren	64	57
... von 5–10 Jahren	92	75
... von > 10 Jahren	110	131

Nachhaltige Beschaffung	2020	2021
Nachhaltige Produkte & Services		
Einkauf von zertifiziertem Papier (FSC, Ecolabel, in t)	18,10	13,58
Einkauf von Bio-Baumwolle (Stoffhandtuchrolle; in t)	23,89	56,72
Einkauf von Fairtrade-Baumwolle (Berufskleidung) (t)	168,54	305
Einkauf von zertifiziertem Recycling-Polyester (Berufskleidung) (t)	207,02	83,2
Einkauf von nachhaltigerer Viskose (Berufskleidung) (t)	11,34	32,6

* Neue Leistungskennzahl: Diese Intensitätskennzahl wurde eingeführt, um den Zusammenhang zwischen dem wachsenden Geschäft der CWS und den Emissionen aus unseren Logistikaktivitäten besser zu erfassen und zu überwachen.

Ausblick



Gemeinsam die Zukunft gestalten

Eine gesündere und sichere Zukunft können wir nur gemeinsam schaffen. Deshalb arbeitet CWS hart daran, nachhaltige Lösungen voranzutreiben und ein nachhaltiges Ökosystem zu entwickeln. Die Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartner:innen ist der Schlüssel zur kontinuierlichen Steigerung unserer Nachhaltigkeitsbemühungen.

Das Geschäftsmodell von CWS basiert auf der Idee „Produkte im Servicekreislauf“ und besitzt eine hochintegrierte Wertschöpfungskette. Diese bildet eine solide Basis, um eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft in die Praxis umzusetzen und dem CWS Leitgedanken „Think Circular“ Leben einzuhauen. In diesem Kontext verfolgt CWS ambitionierte Nachhaltigkeitsziele für die nahe Zukunft.

Bis 2025 wollen wir mehr als 90 Prozent unseres Neugeschäfts mit nachhaltigen Produkten abdecken. Um dies zu erreichen, ist die kontinuierliche

Entwicklung und das Management unseres Produktportfolios unsere Priorität. Wir überprüfen jedes einzelne Produkt, stufen es ein und streben beständig eine Verbesserung in den Bereichen Klimaschutz, Biodiversität und Kreislauffähigkeit an. Das *Enkelfähig*-Rating der Haniel Gruppe liefert einen übergreifenden Rahmen für diese Aufgabe und etabliert eine zukunftsorientierte Basis für das Portfoliomanagement von CWS.

Bis 2030 wollen wir unsere Treibhausgasemissionen um 50 Prozent senken. Zu diesem Zweck haben wir den vollständigen CO₂e-Fußabdruck unseres Unternehmens über Scope 1, 2 und 3 hinweg gemessen. Damit schaffen wir die notwendige Transparenz, um einen Unterschied zu machen: Wir verwenden die Daten als Basis, um eine umfassende Klimastrategie und konkrete Projekte abzuleiten.

CWS hat sich ambitionierten Zielen für nachhaltige Lösungen und der Dekarbonisierung verpflichtet. Das Unternehmen begrüßt und unterstützt die wachsende öffentliche Diskussion und politische Regulierung auf diesem Gebiet, wie beispielsweise das Lieferkettengesetz und die CSR-Richtlinie für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. CWS bereitet sich auf diese Vorgaben vor. Zudem strebt CWS die notwendige Transparenz an, um nachhaltige Änderungen innerhalb und außerhalb der Wertschöpfungskette anzutreiben.

Ein Umdenken in Richtung nachhaltigen Verbrauchs ist notwendig bei Firmen, Lieferanten und Kund:innen. Deshalb sucht CWS kontinuierlich den systematischen Dialog mit allen Akteur:innen seiner Geschäftsbereiche, um die Zusammenarbeit zu intensivieren und Nachhaltigkeitsbemühungen optimal in die Praxis umsetzen zu können. Sie und wir unternehmen diese Reise gemeinsam. Lassen Sie uns in Richtung einer gesünderen und sicheren Zukunft gehen.

Impressum

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

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

Kontakt
Bei Fragen bezüglich unseres Berichts oder seiner Inhalte wenden Sie sich bitte an Luca Costa, Corporate Responsibility Manager, CWS International GmbH, luca.costa@cws.com

Koordination
International: Dr. Maren Otte,
Sabine Habermann, Katharina Stein,
Luca Costa, Leonie Biesen

Berichtsfirmen
Dieser Bericht bezieht sich auf alle nationalen Tochtergesellschaften der CWS-Gruppe unter der Muttergesellschaft CWS International GmbH.

Inhaltskonzept, strategische Beratung, Text
SCRIPT CORPORATE+PUBLIC
COMMUNICATION GmbH
Frankfurt/Main
www.script-com.de

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

Bildnachweise
Alle Bildrechte, wenn nicht gesondert aufgeführt: CWS International GmbH;
S. 29: © Oxana Jameljanow;
S. 31: © Klopman International

Online-Version
<https://www.cws.com/de-DE/uber-uns/nachhaltigkeit-als-geschaeftsmodell>

Übersetzung und Lektorat
Synonym GbR Language Services,
Bremen
www.synonymtranslations.com

Dieser Bericht bildet die Datenlage der CWS Gruppe für das Jahr 2021 ab.

Er bezieht sich, wo relevant, auf die Standards der Global Reporting Initiative (GRI). Aufgrund der geringeren Informationstiefe gegenüber dem vollumfänglichen Bericht, wurde auf eine zusätzliche externe Prüfung verzichtet.

Wegen der außergewöhnlichen wirtschaftlichen Umstände während der COVID-19-Pandemie sind die Basisdaten für die in diesem Bericht präsentierten Zahlen unterschiedlich.

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

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

Wir bei CWS handeln enkelfähig. Als Teil der *enkelfähig*-Initiative unserer Muttergesellschaft Haniel tragen wir mit unserem zirkulären Geschäftsmodell zu einer gesünderen und sicheren Zukunft bei. Wir schaffen Werte für Generationen, indem wir wirtschaftlichen Erfolg an werteorientiertes Handeln knüpfen. Für uns hängen Nachhaltigkeit und Profitabilität eng zusammen. Wir wirtschaften generationengerecht und damit enkelfähig.



CWS.COM