

The logo for Cosnova Beauty is centered on the page. It consists of the word "COSNOVA" in a bold, red, sans-serif font, with "BEAUTY" in a smaller, red, sans-serif font directly below it. The text is enclosed within a circular frame made of a textured, multi-colored ring in shades of pink, red, and orange. The background of the entire page is white with abstract, colorful splatters of pink, red, and orange in the corners.

COSNOVA
BEAUTY

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2018

 15 MINUTEN LESEZEIT

cosnova GmbH

Zusammenfassung des cosnova Nachhaltigkeitsberichts 2018 nach dem DNK-Standard

INHALT

STRATEGIE

»UNTERNEHMENSAKTEN	3
»COSNOVA NACHHALTIGKEITSMISSION	4
»NACHHALTIGKEITZIELE	5

PRODUKTE

»UNSERE WERTSCHÖPFUNGSKETTE	6
»LIEFERANTENMANAGEMENT	7
»RESSOURCENNUTZUNG UND -MANAGEMENT	8
»MENSCHENRECHTE	10

UMWELT

»KLIMARELEVANTE EMISSIONEN	11
»ABFALL	12

MENSCHEN

»STAKEHOLDER-DIALOG	13
»GESELLSCHAFT	14
»MITARBEITER	15

KENNZAHLEN 2018 AUF EINEN BLICK	16
--	-----------

Mit unseren Werten Leidenschaft, Mut, Vertrauen, Zuverlässigkeit, Offenheit, Verantwortung und Loyalität stehen wir für ein modernes und tolerantes Unternehmen, in dem Diskriminierung jeglicher Art keinen Platz hat. Wir schätzen den Beitrag unserer Mitarbeiter zum Unternehmenserfolg und legen großen Wert auf Chancengleichheit. Unsere Unternehmenskultur ist von großer Vielfalt geprägt.

Mit **INNOVATION**, **PROFESSIONALTÄT** und **LEIDENSCHAFT**,
prägt cosnova den internationalen Markt für dekorative Kosmetik
seit **MEHR ALS 17 JAHREN**.

COSNOVA
BEAUTY

2001 von Christina Oster-Daum und Javier González gegründet

FAMILIENUNTERNEHMEN

90% der Produktion in Europa

KEINE TIERVERSUCHE von Beginn an



HOCHWERTIGE dekorative Kosmetik
zu einem FAIREN PREIS

WELTWEITE STANDORTE / BÜROS:
Deutschland (Sulzbach, Butzbach), USA (New York),
Italien (Mailand), Irland (Dublin), Kroatien (Zagreb),
Frankreich (Paris), Brasilien (São Paulo City)

GESCHÄFTSZAHLEN (2018):
» 434 Mio. € Umsatz
» 650 Mitarbeiter weltweit
» 40.000 PoS weltweit

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE SEIT 2016

1. CO₂-Unternehmens-
fußabdruck etabliert



1. Nachhaltigkeitsbericht nach
DNK-Standard im Jahr 2018

Unsere Nachhaltigkeitsmission hilft uns, nachhaltiges Denken in unserem Unternehmen zu verankern, und ermöglicht es uns, auf einen positiven globalen Wandel hinzuarbeiten.



OUR *heart* BEATS
for EVERYONE

AND WITH EVERY HEARTBEAT WE TRY HARDER

... to have a positive impact on other *people's*
life in our company, our neighborhood &
at our partners along our value chain.

... to constantly challenge ourselves
to *perform* even better and to lead our way
to long-term and sustainable success.

... to be a responsible company
treating our *planet*
with respect.

2015 START DES NACHHALTIGKEITSWEGES

Der ganzheitliche Nachhaltigkeitsweg von cosnova begann 2015 und führte zu einer Nachhaltigkeitsstrategie, die seit 2016 umgesetzt wird. Unsere Strategie dient als Grundlage für den künftigen Umgang mit wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Themen und zielt auf eine nachhaltige Unternehmensführung ab.

NACHHALTIGKEITSZIELE



UNBEDENKLICHKEIT

Wir wollen unsere Produkte Schritt für Schritt unbedenklich entwickeln, in den drei Bereichen Gesundheit, Umwelt und Soziales.



ARBEITSBEDINGUNGEN BEI UNSEREN GESCHÄFTSPARTNERN

Wir wollen die Einhaltung der ILO – Kernarbeitsnormen sicherstellen sowie die Einhaltung der lokalen gesetzlichen Vorgaben bei unseren Geschäftspartnern. Unsere diesbezüglichen Erwartungen werden durch unseren Verhaltenskodex transparent kommuniziert.



ZERO WASTE

Wir streben eine generelle Abfallreduzierung an, die Verwendung von umweltfreundlicheren, nachhaltigeren und besser wiederverwertbaren Materialien sowie die sinnvolle Nutzung von verbleibenden Abfällen zum Beispiel durch Re- oder Upcycling.



SOZIALE INITIATIVEN

Wir bemühen uns um eine positive Wirkung auf das Leben anderer Menschen: in unserer Firma, unserer Nachbarschaft und mit unseren Partnern entlang unserer Wertschöpfungskette.



MARKETING, VERTRIEB UND BESCHAFFUNG VON DEKORATIVER KOSMETIK SIND DAS GESCHÄFTSMODELL VON COSNOVA.

cosnova besitzt keine eigenen Produktionsstätten, sondern stellt alle Produkte mittels Lohnfertigung in Europa und Asien her.

BESCHAFFUNG

- » Verbindlicher Verhaltenskodex für unsere Geschäftspartner
- » EcoVadis Nachhaltigkeitsrating unserer Geschäftspartner
- » CR-Anforderungen für Fertigprodukte seit 2017

ecovadis

LOGISTIK

- » Die CNL GmbH ist der Logistikpartner der cosnova Beauty Gruppe
- » Modernes und brandneues Logistikzentrum aus dem Jahr 2016, „Lean and Green“ ausgezeichnet von GS1 Germany
- » Pilotprojekte im Bereich Transportoptimierung

HANDEL

- » Erhältlich in Drogerien, im Lebensmitteleinzelhandel und in Warenhäusern, Parfümerien, Modeketten
- » Online-Shops für alle Marken seit 2018

ENTSORGUNG

- Ziele für das Verpackungsdesign zur Optimierung der Entsorgung:
- » Kreisläufe schließen, um recycelbarer zu werden
 - » Verstärkte Verwendung von Rezyklaten, wo immer dies möglich ist
 - » Verwendung von Monomaterialien
 - » Mehr Verbraucheraufklärung für eine bessere Entsorgung und Wiederverwertung

**WIR SETZEN AUF
INDUSTRIEZUSAMMENARBEIT,
UM POSITIVE VERÄNDERUNGEN
ZU BESCHLEUNIGEN**



Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

Responsible Mica Initiative (RMI)

Responsible Beauty Initiative (RBI)

Lean and Green – GS1 Germany

Verpackungsinitiative „Rezyklatforum“



VERBRAUCHER

- » Gewährleistung der Verbrauchersicherheit und Produktqualität durch eigene QS-Abteilung
- » Strengere Rohstoffanforderungen als EU-Recht
- » Keine Tierversuche von Beginn an
- » INCI-Analyse für ein nachhaltigeres Rohstoffportfolio
- » Regelmäßige Stakeholderbefragungen

UNSERE LIEFERANFORDERUNGEN
SIND WELTWEIT EINHEITLICH.

- » Die Anerkennung unseres Verhaltenskodex
- » Lieferantenaudits
- » Nachhaltigkeitsbewertung über EcoVadis

ecovadis

2017

Die EcoVadis-Evaluierung wurde 2017 zum ersten Mal durchgeführt und wird zukünftig als Instrument zur Verbesserung der Nachhaltigkeit in unserer Wertschöpfungskette genutzt werden.

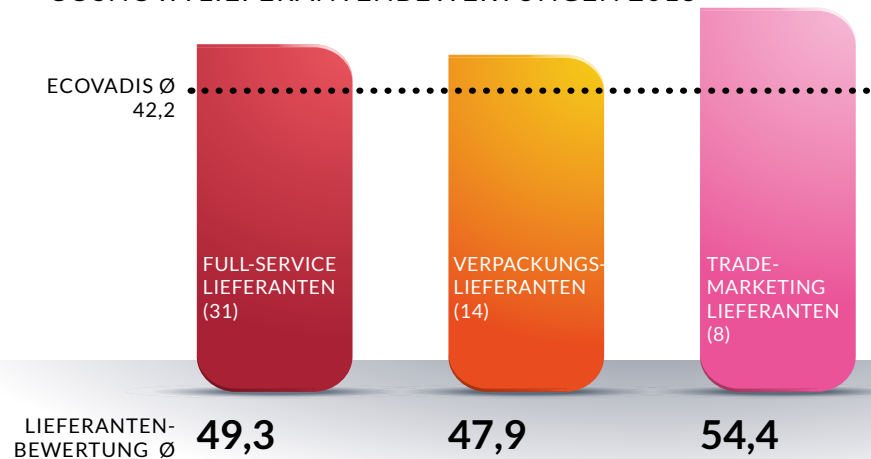
Die EcoVadis-Methodik zur Nachhaltigkeitsbewertung umfasst 21 Kriterien in 4 Bereichen. Diese sind Umwelt, faire Arbeitspraktiken, faire Geschäftspraktiken und die Lieferkette. Die Methodik basiert auf internationalen CSR-Standards, einschließlich der Global Reporting Initiative, des Global Compact der Vereinten Nationen und der ISO 26000, welche 180 Einkaufskategorien und 150 Länder umfasst. Bewertet werden Full-Service Lieferanten, Trade-Marketing Lieferanten und Verpackungslieferanten.



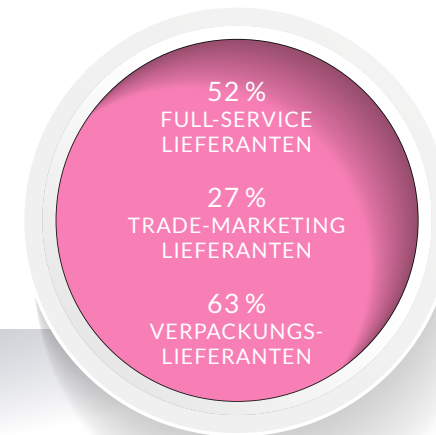
2018

2018 sind wir der RBI (Responsible Beauty Initiative) beigetreten. Hier arbeiten wir gemeinsam mit anderen Industrievertretern an Lösungen und Zielen im Hinblick auf transparente und nachhaltige Lieferketten.

COSNOVA LIEFERANTENBEWERTUNGEN 2018



BEWERTETE COSNOVA LIEFERANTEN 2018



cosnova hat als nicht produzierendes Unternehmen, welches auf einer gemieteten Bürofläche agiert, begrenzte Einflussmöglichkeiten auf die eigene Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen und hat bisher keinen messbaren Einfluss genommen auf die Ressourceneffizienz ihrer Geschäftspartner.

Die Komplexität der Lieferkette, die mit dem Geschäftsmodell der Lohnfertigung einhergeht, ist in dieser Hinsicht ein großes Hindernis. Wo die Möglichkeit gegeben ist, werden dennoch Anstrengungen unternommen, Ressourcen effizienter einzusetzen.

RELEVANTESTE RESSOURCEN: VERPACKUNGEN UND KOSMETISCHE INHALTSSTOFFE

VERPACKUNGEN

WAS MACHEN WIR?

Im Rahmen unserer Produktphilosophie muss die Verpackung unserer dekorativen Produkte viele Zwecke erfüllen und verschiedensten Anforderungen entsprechen, wie zum Beispiel:

» Optik, Haptik, Design, Transparenz, Brillanz, Kosten, Transportschutz

Derzeit bestehen unsere Produktverpackungen aus einer Vielzahl von Materialien, wie zum Beispiel:

» Glas, Papier/Pappe, PP, PET, SAN, ABS und POM

In den letzten ein bis zwei Jahren war zu beobachten, dass sich die Verpackungstechnologie deutlich in eine nachhaltigere Richtung weiterentwickelt, und so gibt es jetzt auch im Bereich der dekorativen Kosmetik mehr Möglichkeiten für umweltfreundliche Verpackungsvarianten.

Dieser Entwicklung möchten wir gerne folgen und eruieren, welche Materialien für uns die nachhaltigsten und realistischsten Alternativen darstellen. Dazu wurden im Berichtsjahr ein interner Strategieworkshop durchgeführt sowie mehrere Pilotprojekte initiiert.

Wir sind bestrebt, die Ökobilanz unserer Produkte zu verbessern:

- » Kreisläufe schließen, um recycelbarer zu werden
- » Verstärkter Einsatz von Rezyklaten, wo immer dies möglich ist
- » Verwendung von Monomaterialien

WO STEHEN WIR 2018?

Seit 2018 beteiligen wir uns aktiv an der Umwelt- und Verpackungsinitiative „Rezyklat-Forum“. Dort arbeiten 26 Industriepartner (Handel, Konsumgüterhersteller, Markeninhaber, Designagenturen, Entsorger, Regierung, Kommunikationsagenturen) an gemeinsam definierten Zielen rund um das Thema Verpackungsrecycling und Einsatz von Rezyklaten. Es gibt noch viel Pionierarbeit zu leisten, insbesondere bei der Verwendung von Rezyklaten für Kosmetikverpackungen, da Zulassung und REACH-Konformität noch unklar sind. Durch den Einsatz von Rezyklaten können bis zu 80 % der Energie bei der Rohstoffgewinnung eingespart werden und bis zu 60 % an CO₂-Emissionen. Deshalb setzen wir uns dafür ein, Lösungen für unser Marktsegment zu finden, um den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte nachhaltig zu verbessern.

NEXT STEPS

Im Jahr 2019 werden konkrete Nachhaltigkeitsziele für unsere Produktverpackungen definiert werden.

cosnova hat als nicht produzierendes Unternehmen, welches auf einer gemieteten Bürofläche agiert, begrenzte Einflussmöglichkeiten auf die eigene Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen und hat bisher keinen messbaren Einfluss genommen auf die Ressourceneffizienz ihrer Geschäftspartner.

Die Komplexität der Lieferkette, die mit dem Geschäftsmodell der Lohnfertigung einhergeht, ist in dieser Hinsicht ein großes Hindernis. Wo die Möglichkeit gegeben ist, werden dennoch Anstrengungen unternommen, Ressourcen effizienter einzusetzen.

RELEVANTESTE RESSOURCEN: VERPACKUNGEN UND KOSMETISCHE INHALTSSTOFFE

KOSMETISCHE INHALTSSTOFFE

WAS MACHEN WIR?

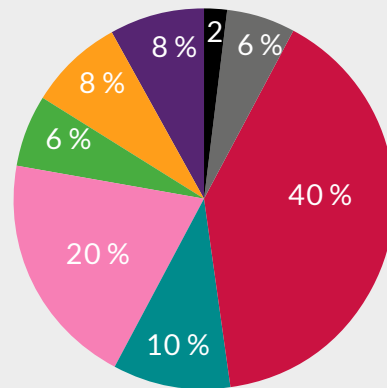
Der Einkauf der kosmetischen Rohstoffe zur Produktfertigung obliegt dem entsprechenden Lohnhersteller. Seit 2015 hat cosnova begonnen, auch diesen Teil der Wertschöpfungskette zu analysieren, und Rohstoffmanagement als strategisches Thema der Nachhaltigkeit aufgenommen. Über die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen hinaus werden die Rohstoffe dabei mittels einer „Ampelbewertung“ im Hinblick auf Umwelt, Gesundheit und soziale Aspekte bewertet. Das Ziel ist eine ganzheitliche Verbesserung des Produktportfolios.



Hauptrohstoffkategorien:

1. Lösungsmittel unterschiedlicher Art und Herkunft
2. Natürlich gewonnene Substanzen, weiter modifiziert
3. Silikone
4. Inhaltsstoffe mineralischen Ursprungs
5. Farbstoffe
6. Natürliche Inhaltsstoffe
7. Polymere
8. Basisrohstoffe

MENGE IN % JE KATEGORIE



34%
DER INHALTSSTOFFE SIND
NATÜRLICHEN
URSPRUNGS

WO STEHEN WIR 2018?

PALMÖL

Seit 2018 sind wir RSPO-Mitglied zur Unterstützung von nachhaltigem Palmöl. Einige unserer Produkte enthalten Palmöl und/oder Palmölderivate. Der Anteil an Palmöl in unserem Produktportfolio ist mit weniger als 15 % palmöhlhaltigen Rohstoffen und weniger als 0,1 % reinem Palmöl/Palmkernöl relativ gering. Trotzdem wollen wir uns unserer Verantwortung als Akteur in der Palmöllieferkette stellen, um den Regenwald und seine natürlichen Lebensräume zu schützen. Aus diesem Grund und im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie sind wir im Januar 2018 Mitglied des RSPO geworden (Roundtable on Sustainable Palm Oil). Seit Januar 2018 kompensieren wir unsere verbrauchten Mengen an Palmöl/Palmkernöl-Derivaten vollständig durch den Kauf von RSPO-Credits. Weiterhin kompensieren wir unsere Mengen an reinem Palmöl und reinem Palmkernöl durch RSPO-Credits von unabhängigen Kleinbauern.



In 2018:	440 Credits eingekauft
CSPO (Certified Sustainable Palm Oil)	364 Credits
CSPKO (Certified Sustainable Palm Kernel Oil)	73 Credits
IS-CSPO (Smallholder – Certified Sustainable Palm Oil)	1 Credit
IS-CSPKO (Smallholder – Certified Sustainable Palm Kernel Oil)	2 Credits

MIKROPLASTIKPARTIKEL

Durchführung einer Wirkungsanalyse zur Untersuchung des Einflusses von Mikroplastikpartikeln, aus dekorativen Kosmetikprodukten, auf die Wasserverschmutzung.

»» 50 % der Produkte werden in den Abfluss gespült.

In der Folge begannen wir mit der Überwachung von Mikroplastikpartikeln in unseren Produkten und starteten 2018 erste Projekte zum Austausch von Mikroplastikpartikeln.



POLY-ETHYLENE
REDUZIERT
UM 52%

Die Achtung und Einhaltung der Menschenrechte in unserer Geschäftstätigkeit wird durch Standards und Maßnahmen an unterschiedlichen Punkten der Lieferkette adressiert. Als Basis allen Handelns verstehen wir unsere Unternehmenswerte. Als inhabergeführtes Familienunternehmen, das seit mehr als 17 Jahren erfolgreich Kosmetikprodukte entwickelt, stehen wir mit unseren Unternehmenswerten für: Leidenschaft, Mut, Vertrauen, Zuverlässigkeit, Offenheit und Verantwortung.

WIR ÜBERNEHMEN VERANTWORTUNG UND HABEN UNS ZU EINEM HOHEN STANDARD
VON ETHIK, FAIRNESS UND TRANSPARENZ VERPFLICHTET.

KOSMETISCHE INHALTSSTOFFE

WAS MACHEN WIR?

GLIMMER / MICA

Der Rohstoff Mica wurde als ein Hochrisikostoff für potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen identifiziert. Als erste Maßnahme wurde ein kontinuierliches Mica Supply Chain Mapping eingeführt mit dem Ziel, langfristig eine möglichst 100%ige Transparenz der Mica-Lieferkette in unserer Wertschöpfungskette zu erreichen. Die Bereitschaft unserer Zulieferer, an diesem Supply Chain Mapping teilzunehmen, wurde als Grundvoraussetzung für unsere Geschäftsbeziehungen definiert, mit der Konsequenz, dass wir freiwillig auf Lieferanten verzichten, die sich nicht zu einer Offenlegung ihrer Mica-Lieferkette verpflichten möchten. Aktuell bezieht sich das Supply Chain Mapping nur auf natürliches Mica mit dem Ursprungsland Indien, da dort weltweit das größte Risiko für negative menschenrechtliche Auswirkungen besteht. Langfristig müssen aber auch alle anderen Ursprungsländer von natürlichem Mica mit in das Supply Chain Mapping einbezogen werden. Um gemeinsame Lösungen für die Problematiken in der Mica-Lieferkette zu finden und unsere Ziele durchzusetzen, haben wir uns 2017 der RMI (Responsible Mica Initiative) angeschlossen. Die Transparenz unserer Mica-Lieferkette wird kontinuierlich gemessen und als eine unserer Erfolgskennzahlen erfasst. Unser Ziel ist es, bis 2023 eine vollständige Transparenz der Mica-Lieferkette zu erreichen.

SAY **NO** TO
CHILD LABOR



WO STEHEN WIR 2018?

MICA

Im Jahr 2017 ist cosnova der Responsible Mica Initiative (RMI) beigetreten. Die RMI zielt darauf ab, Kinderarbeit und inakzeptable Arbeitsbedingungen in der indischen Mica-Lieferkette zu beseitigen, indem branchenübergreifende Kräfte gebündelt werden.

Drei Hauptziele werden verfolgt:

- » Umsetzung fairer, verantwortungsbewusster und nachhaltiger, bewährter Praktiken und verbesserte Rückverfolgbarkeit entlang der gesamten indischen Lieferkette
- » Empowerment der lokalen Gemeinschaften, um dauerhafte Veränderungen zu gewährleisten zur Umsetzung integrativer und ganzheitlicher Empowerment-Programme
- » Schaffung eines legalen und lebenswerten Umfelds für die lokalen Gemeinschaften durch Arbeit Hand in Hand mit der indischen Regierung

cosnova Mica-Lieferkettentransparenz 2018: 62 % Gesamttransparenz und 88 % Transparenz, wenn RMI-Mitglieder als komplett transparent eingestuft werden.



2016 startete cosnova zusammen mit der Andheri Hilfe ein gemeinsames Projekt in Indien zur integralen Entwicklung und Stärkung von Dorfgemeinschaften, die in Abhängigkeit des Mica-Abbaus im Distrikt Koderma leben. Nach einer gründlichen Evaluierungs- und Pilotphase erreicht dieses Projekt jetzt fünf Dörfer im genannten Bezirk.

Das Projekt widmet sich

- » dem Betreiben von Kinderkrippenschulen
- » der Unterstützung von Familien, um deren Bewusstsein für die verschiedenen staatlichen Programme zu schärfen, und bietet Hilfestellung für die Beantragung dieser Programme an
- » der Kontaktpflege mit den lokalen Regierungsmitarbeitern
- » der Förderung von Familien, um ein besseres Leben führen zu können.

Unser engagierter und vertrauenswürdiger Projektpartner Andheri Hilfe und seine lokalen Projektpartner in Indien sorgen für die Projektumsetzung, den Projektfortschritt und die kontinuierliche Berichterstattung.

UNTERNEHMENSMASSNAHMEN ZUR REDUZIERUNG VON CO₂-EMISSIONEN

CO₂-UNTERNEHMENSFUSSABDRUCK

Die Bestimmung des gesamten CO₂-Fußabdrucks der cosnova GmbH wurde erstmals für das Geschäftsjahr 2018 durchgeführt. Mithilfe dieser Analyse wurden die wichtigsten Emissions-Hotspots der Geschäftsaktivitäten von cosnova identifiziert.



ERSTER CO₂-UNTER-
NEHMENSFUSSABDRUCK
ETABLIERT

HOTSPOTS:

- » Eingekaufte Ware
- » Transporte
- » Entsorgung
- » Geschäftsreisen

NEXT STEPS

In 2019 werden die zukünftigen Reduktionsziele formuliert.

LEAN AND GREEN

Der Logistikpartner von cosnova, die CNL GmbH, wurde 2016 Mitglied von Lean and Green – GS1 Germany. Mit ihrem Programm „Lean and Green“ bietet die GS1 Germany Unternehmen in Deutschland die Möglichkeit, ihre Logistikprozesse effizienter und umweltfreundlicher zu gestalten. Das „Lean-and-Green“-CO₂-Reduktionsprojekt zielt darauf ab, die CO₂-Emissionen bis 2020 um 20 % zu reduzieren.



Reduktion der absoluten
CO₂-Emissionen um
12 % innerhalb der ersten
drei Jahre.



KOMPENSATION VON FLUGREISEN

cosnova leistet einen Beitrag zum Klimaschutz durch die Kompensation der durch Flugreisen entstehenden Treibhausgase.

Seit 2016 werden so die entstehenden Emissionen über die gemeinnützige GmbH atmosfair kompensiert. Die Kosten der Kompensation kommen jeweils einem Klimaschutzprojekt zugute. Im Berichtsjahr 2018 unterstützten wir ein Projekt zur Biomasseverstromung aus Senfernteresten in Rajasthan, Indien. Das Biomassekraftwerk nutzt diese Erntereste, um daraus Strom aus erneuerbaren Energien zu gewinnen.

Jährliche Kompensation von CO₂-Emissionen
aus Flugreisen durch atmosfair seit 2016.



MITARBEITER-PENDELWEGE

Wir möchten das Bewusstsein für das Thema Klimawandel bei unseren Mitarbeitern durch zusätzliche Projekte rund um die Mitarbeitermobilität schärfen.

- » Integration eines sogenannten Bonus-Malus-Systems in die Firmenwagenpolitik, die den Firmenwagenfahrer ermutigt auf umweltfreundlichere Fahrzeuge umzusteigen
- » cosnova bietet allen interessierten Mitarbeitern Jobtickets für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel an



GENERELL STREBEN WIR NACH EINER REDUZIERUNG DES ANFALLENDEN MÜLLS. DER EINSATZ VON UMWELTFREUNDLICHEREN ALTERNATIVEN IST DABEI EBENSO RELEVANT WIE DIE SINNVOLLE NUTZUNG VON VERBLEIBENDEN ABFÄLLEN ZUM BEISPIEL DURCH UPCYCLING.

Fortlaufende Maßnahmen in diesem Bereich sind:

- » Stuserhebung der verwendeten Materialien (Erfassung, Analyse, Priorisierung)
- » Erarbeitung und Implementierung einer Strategie je Material
- » Erarbeitung von gemeinsamen Lösungen mit unseren Lieferanten



» Der anfallende Abfall am CNL-Logistikstandort ist Teil eines umfassenden Abfalloptimierungs- und reduktionsprojektes. Neben einer generellen Müllreduktion haben wir es uns zum Ziel gesetzt, alternative Materialien mit reduziertem ökologischen Fußabdruck zu definieren und durch Recycling oder Upcycling-Projekte die bestmöglichen Recyclingwege für die verbleibenden Abfälle zu finden.

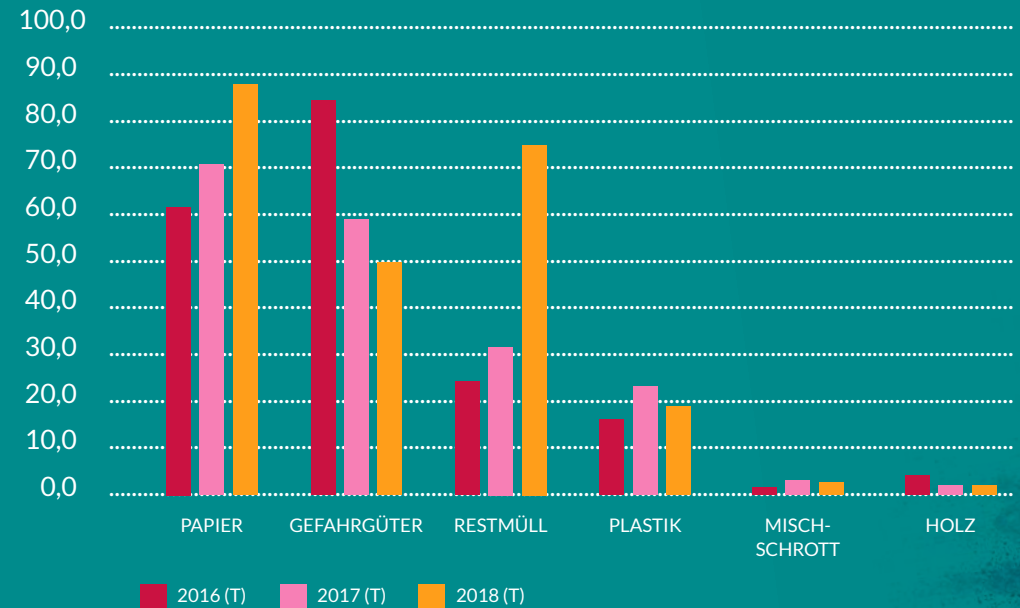
» Eine Maßnahme wurde bereits umgesetzt: ein geschlossener Kreislauf für Füllmaterialien, der es ermöglicht, die eingehenden Füllmaterialien zu sammeln und wiederzuverwenden.



GESCHLOSSENER
KREISLAUF

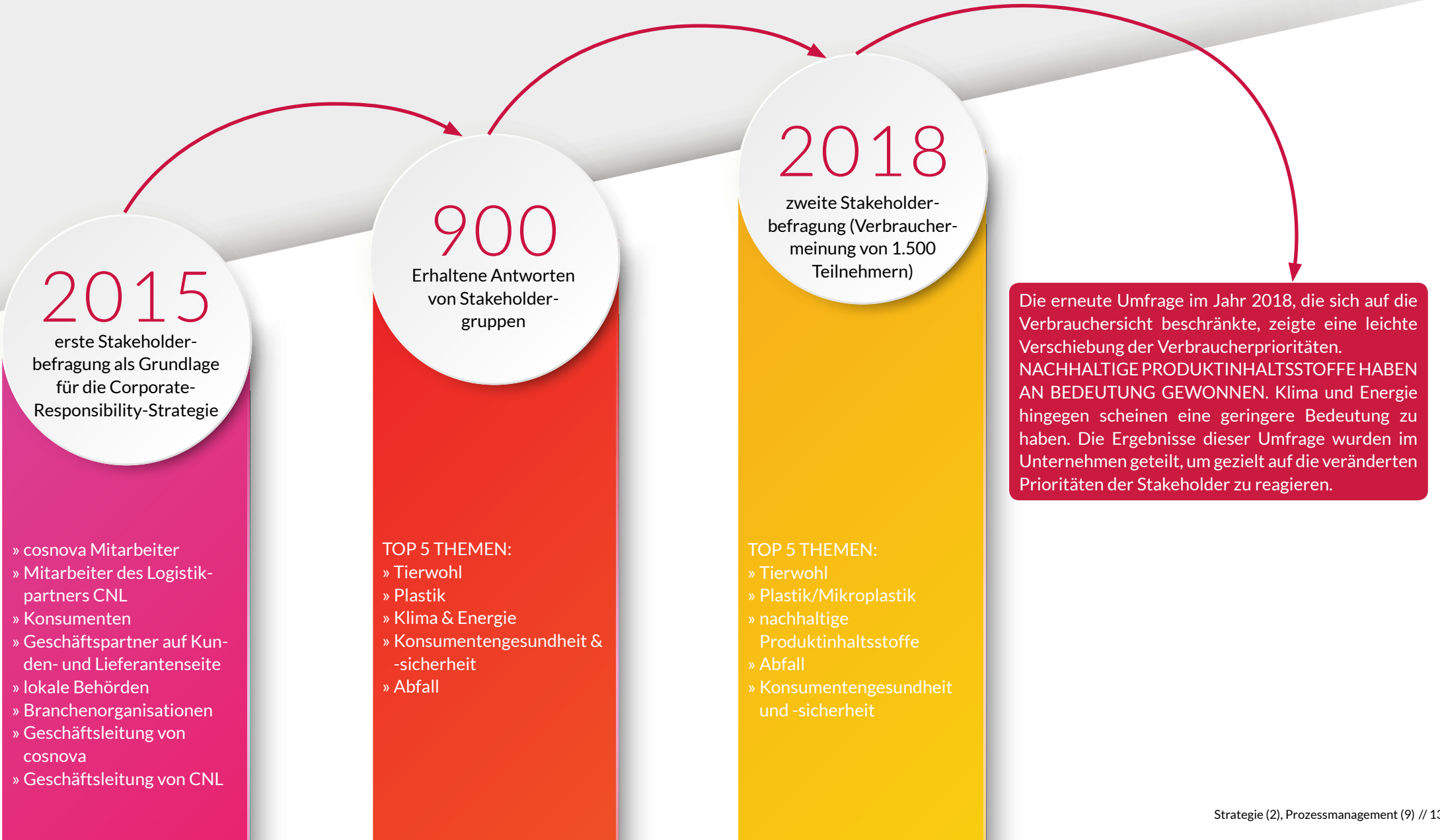
Da die cosnova GmbH selbst ein nicht produzierendes Unternehmen ist, das auf gemieteten Büroflächen agiert, gibt es derzeit nur sehr begrenzte Möglichkeiten, die Entstehung oder Entsorgung von Abfällen zu beeinflussen.

MÜLLFRAKTIONEN (T) PRO 100 MIO. STÜCK



WIR STREBEN EINEN KONTINUIERLICHEN DIALOG MIT UNSEREN STAKEHOLDERN AN.

Ein wichtiger Teil dieses Dialogs und der Interaktion mit unseren Stakeholdern ist die aktive Teilnahme an verschiedenen Industrieinitiativen zur Unterstützung nachhaltigen Handelns.



2015

erste Stakeholderbefragung als Grundlage für die Corporate-Responsibility-Strategie

- » cosnova Mitarbeiter
- » Mitarbeiter des Logistikpartners CNL
- » Konsumenten
- » Geschäftspartner auf Kunden- und Lieferantenseite
- » lokale Behörden
- » Branchenorganisationen
- » Geschäftsleitung von cosnova
- » Geschäftsleitung von CNL

900

Erhaltene Antworten von Stakeholdergruppen

TOP 5 THEMEN:

- » Tierwohl
- » Plastik
- » Klima & Energie
- » Konsumentengesundheit & -sicherheit
- » Abfall

2018

zweite Stakeholderbefragung (Verbrauchermeinung von 1.500 Teilnehmern)

TOP 5 THEMEN:

- » Tierwohl
- » Plastik/Mikroplastik
- » nachhaltige Produktinhaltsstoffe
- » Abfall
- » Konsumentengesundheit und -sicherheit

Die erneute Umfrage im Jahr 2018, die sich auf die Verbrauchersicht beschränkte, zeigte eine leichte Verschiebung der Verbraucherprioritäten. **NACHHALTIGE PRODUKTINHALTSSTOFFE HABEN AN BEDEUTUNG GEWONNEN.** Klima und Energie hingegen scheinen eine geringere Bedeutung zu haben. Die Ergebnisse dieser Umfrage wurden im Unternehmen geteilt, um gezielt auf die veränderten Prioritäten der Stakeholder zu reagieren.

WIR STREBEN DANACH, EINEN POSITIVEN EINFLUSS AUF DAS LEBEN ANDERER MENSCHEN ZU HABEN: IN UNSEREM UNTERNEHMEN, UNSERER NACHBARSCHAFT UND MIT UNSEREN PARTNERN ENTLANG UNSERER WERTSCHÖPFUNGSKETTE.

Unsere Mission konzentriert sich weltweit auf die Unterstützung von Frauen und Kindern in den Bereichen Bildung sowie Förderung des Selbstwertgefühls. Auf der Grundlage dieser Mission unterstützen wir ausgewählte lokale, regionale und internationale Projekte und tragen so zu einer nachhaltigen sozialen Entwicklung bei.



4 SÄULEN DES SOZIALEN BEITRAGS

GELDSPENDEN

Frauenförderung
mit World Vision

World Vision

Kinderdörfer in Litauen

Entwicklungsprojekt in Indien für
Familien, die auf die Glimmerbe-
schaffung angewiesen sind, mit
Andheri Hilfe

ANDHERI HILFE
Mit den Ärmsten in Indien und Bangladesch

Mitarbeiterspenden

PRODUKTSPENDEN

Bundesweit profitieren bedürftige
Menschen von unseren Spenden
an die Tafel Deutschland e. V.



CORPORATE VOLUNTEERING

cosnova bietet jedem Mitarbeiter an,
zwei Arbeitstage im Jahr für soziales
Engagement zu nutzen. Die Mitarbeiter
sind frei in der Entscheidung, ob sie an
eigenen Projekten teilnehmen oder die
beiden Tage für private ehrenamtliche
Tätigkeiten nutzen wollen.

CORPORATE CITIZENSHIP

cosnova versteht sich als guter Nach-
bar im Main-Taunus-Kreis, der gerne
soziale Projekte in unmittelbarer
Nähe unserer Zentrale in Sulzbach/
Taunus unterstützt.

MENSCHEN // MITARBEITER

MIT UNSEREN WERTEN LEIDENSCHAFT, MUT, VERTRAUEN, ZUVERLÄSSIGKEIT, OFFENHEIT, VERANTWORTUNG UND LOYALITÄT STEHEN WIR FÜR EIN MODERNES UND TOLERANTES UNTERNEHMEN, IN DEM DISKRIMINIERUNG JEDLICHER ART KEINEN PLATZ HAT.

Wir schätzen den Beitrag unserer Mitarbeiter zu unserem Unternehmenserfolg und legen großen Wert auf Chancengleichheit. Unsere Unternehmenskultur ist von großer Vielfalt geprägt. Bei cosnova leben wir eine offene Kommunikationskultur. Kurze Entscheidungswege und eine flache Hierarchie schaffen die Grundlage für die persönliche Interaktion und den Raum, mit eigenen Ideen mitzuwirken.

» cosnova kümmert sich um seine Mitarbeiter und finanziert daher ein umfassendes Vorsorgeprogramm für seine festen Mitarbeiter.

Basierend auf unserer Mission zur Mitarbeiterentwicklung „Wir befähigen unsere Mitarbeiter, die besten Geschäftsergebnisse zu erzielen, indem sie mit den richtigen Werkzeugen ausgestattet werden, um ihre Fähigkeiten und ihr Wissen gemäß der Kultur und den Werten von cosnova zu entwickeln“ bieten wir ein BREITES WEITERBILDUNGSSPEKTRUM für alle Mitarbeiter an.

COSNOVA
BEAUTY

Die GESUNDHEITSVORSORGE ist ein wichtiges Thema:

- » Medizinische Untersuchungen,
- » Impfungen und
- » ein hauseigenes Fitnessstudio werden von cosnova angeboten.

Private Unfallversicherung und Grundversorgung im Falle von Berufsunfähigkeit werden von cosnova zur Verfügung gestellt.

Mithilfe unseres Weiterbildungsprogrammes bieten wir unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, IHRE KOMPETENZEN WEITER ZU STÄRKEN, regen sie dazu an, Neues auszuprobieren, aus Fehlern zu lernen und Initiative zu ergreifen.

Aufgrund unserer Mitarbeiterstruktur ist es unser Ziel, die VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE KONSTANT ZU VERBESSERN. Hier bieten wir eine Vielzahl von unterstützenden Maßnahmen an.

PRODUKTE	LIEFERKETTE	UMWELT	MITARBEITER
1.533 Rohstoffe auf Nachhaltigkeit analysiert	90% der Produkte in Europa hergestellt	1.500t CO ₂ -Emissionen durch atmosfair kompensiert	28 Stunden durchschnittliche Aus- und Weiterbildungszeit (pro Person/Jahr)
34% der Rohstoffe sind natürlichen Ursprungs	51% unserer Full-Service Lieferanten, wurden bereits von Ecovadis bewertet	-15% gefährliche Abfälle	80% weibliche Mitarbeiter
< 15% der verwendeten Rohstoffe enthalten Palmöl	100% unterschriebene Negativlisten und CR-Anforderungen	4.148 kg Einsparung von CO ₂ -Äquivalenten durch IT-Hardware-Recycling	Anreizsystem für CO ₂ -Reduzierung in unserer Firmenwagenpolitik
440 RSPO-Credits gekauft, um den Verbrauch von Palmöl auszugleichen	83% der Full-Service Lieferanten haben unseren Verhaltenskodex bereits anerkannt	-20% Papierverbrauch pro Mitarbeiter	2 Arbeitstage pro Jahr und Mitarbeiter für soziales Engagement
88% Transparenz in der Lieferkette des indischen Mica erreicht		-35% Stromverbrauch/m ² (innerhalb der letzten drei Jahre)	42% der Mitarbeiter nutzen die von cosnova bereitgestellten Jobtickets für den öffentlichen Nahverkehr
52% weniger Polyethyleinsatz		-15% Kunststoffabfälle	0 Arbeitsunfälle
		-20% CO ₂ -Emissionen bis 2020 (lean and green) im Logistikzentrum	





KONTAKT

PR

»EVA KALKUHL

Head of Brand & Corporate PR

E.Kalkuhl@cosnova.com

»ANNA PLANZ

Brand & Corporate PR Manager

A.Planz@cosnova.com

CORPORATE RESPONSIBILITY

»SILVIA STEINERT

Director Corporate Responsibility

S.Steinert@cosnova.com

»KATRIN STEINBACH

Technical Unit Expert Corporate Responsibility

K.Steinbach@cosnova.com

DEUTSCHER NACHHALTIGKEITSKODEX

<https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-de/Home/Database>



Deutscher
NACHHALTIGKEITS
Kodex
Berichtsjahr 2018