

CORPORATE RESPONSIBILITY
BERICHT 2017

WERT STEIGERN WERTE LEBEN



GESCHÄFTSBEREICHE UND FINANZBETEILIGUNGEN

GESCHÄFTSBEREICHE

BEKAERTDESLEE



100 %
BETEILIGUNG

BekaertDeslee ist ein weltweit führender Spezialist für die Entwicklung und Herstellung von gewebten und gestrickten Stoffen für Matratzenbezüge sowie fertig konfektionierte Matratzenhüllen.
www.bekaertdeslee.com

CWS-BOCO



82,19 %
BETEILIGUNG

CWS-boco ist einer der international führenden Full-Service-Anbieter individueller Waschraumhygiene- und Textillösungen.
www.cws-boco.com

ELG



100 %
BETEILIGUNG

ELG ist ein weltweit führendes Unternehmen für Handel, Aufbereitung und Recycling von Rohstoffen für die Edelstahlindustrie sowie Hochleistungswerkstoffen wie Superlegierungen, Titan und Karbonfasern.
www.elg.de

OPTIMAR



100 %¹
BETEILIGUNG

Optimar ist ein weltweit führendes Unternehmen für automatisierte Fisch-Verarbeitungssysteme zur Nutzung auf Schiffen, an Land und für Aquakulturen.
www.optimar.no

¹ Im Jahr 2018 ist eine Beteiligung des Managements vorgesehen.

ROVEMA



100 %
BETEILIGUNG

ROVEMA ist ein international führender Hersteller von Verpackungsmaschinen und -anlagen für die unterschiedlichsten Produkte und Anwendungsbereiche.
www.rovema.com

TAKKT



50,25 %
BETEILIGUNG

TAKKT bündelt ein Portfolio von B2B-Spezialversandhändlern für Geschäftsausstattung in Europa und Nordamerika in einem Unternehmen.
www.takkt.de

FINANZBETEILIGUNGEN

CECONOMY



25,00 %
BETEILIGUNG

CECONOMY ist die führende europäische Plattform für Unternehmen, Konzepte und Marken im Bereich Consumer Electronics.
www.ceconomy.de

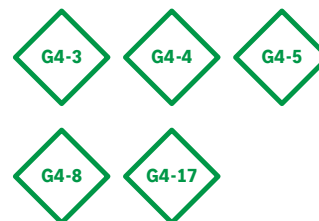
METRO



22,50 %
BETEILIGUNG

METRO ist ein führender internationaler Spezialist für den Groß- und Lebensmittelhandel.
www.metroag.de

IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN
FOLGENDE GRI-INDIKATOREN
ABGEBILDET:



FRANZ HANIEL & CIE. GMBH

FAMILY EQUITY

SEIT 1756!

ooo

Die Franz Haniel & Cie. GmbH ist ein deutsches Family-Equity-Unternehmen. Damit vereinen wir das Beste aus zwei Welten: Mit der Professionalität eines Private-Equity-Investors gestalten wir ein diversifiziertes Portfolio. Gleichzeitig fühlen wir uns als Familienunternehmen den Werten des „Ehrbaren Kaufmanns“ verpflichtet.

Haniel gestaltet ein diversifiziertes Portfolio mit dem Ziel, den Unternehmenswert zu steigern. Dabei verfolgen wir als Wertentwickler eine langfristige und nachhaltige Investmentstrategie. Dies ist möglich, da die Familiengesellschafter uns das Eigenkapital unbefristet zur Verfügung stellen. Haniel will dieses ökonomische Ziel im Einklang mit ökologischen und gesellschaftlichen Zielen erreichen.

Unseren Sitz haben wir seit der Gründung im Jahr 1756 in Duisburg-Ruhrort. Hier haben wir in über 260 Jahren immer wieder Ideen geboren und realisiert und gestalten auch weiterhin die Zukunft. In Generationen denken, nachhaltig handeln, die Zukunft gestalten – all das steht hinter unserem Anspruch, „enkelfähig“ zu sein.

ooo

INHALT

WIR SIND WERTENTWICKLER	02	FINANZBETEILIGUNGEN	
		CECONOMY	20
CORPORATE RESPONSIBILITY	04	METRO	20
CR-Management und -Organisation	05		
Stakeholder-Dialog	06	WERTE LEBEN	21
Wesentlichkeitsanalyse	08	Verantwortung für Mitarbeiter	
		auf Holding-Ebene	22
WERT STEIGERN	09	Verantwortung im Denken	
GESCHÄFTSBEREICHE		und Handeln auf Holding-Ebene	24
BekaertDeslee	10	Verantwortung für die Gesellschaft	
CWS-boco	12	auf Holding-Ebene	26
ELG	15		
Optimar	17	ÜBER DEN CR-BERICHT	27
ROVEMA	18		
TAKKT	18	ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN	28
		Kontakt / Impressum	28

WIR SIND WERTENTWICKLER

Als Family-Equity-Unternehmen gestaltet Haniel ein Portfolio mit marktführenden Unternehmen. Dabei gilt: Wir vereinen die Professionalität eines Private-Equity-Investors mit dem Werteverständnis eines Familienunternehmens.



ONLINE



*Mehr zu Haniel als
Wertentwickler erfahren
Sie im Film.*

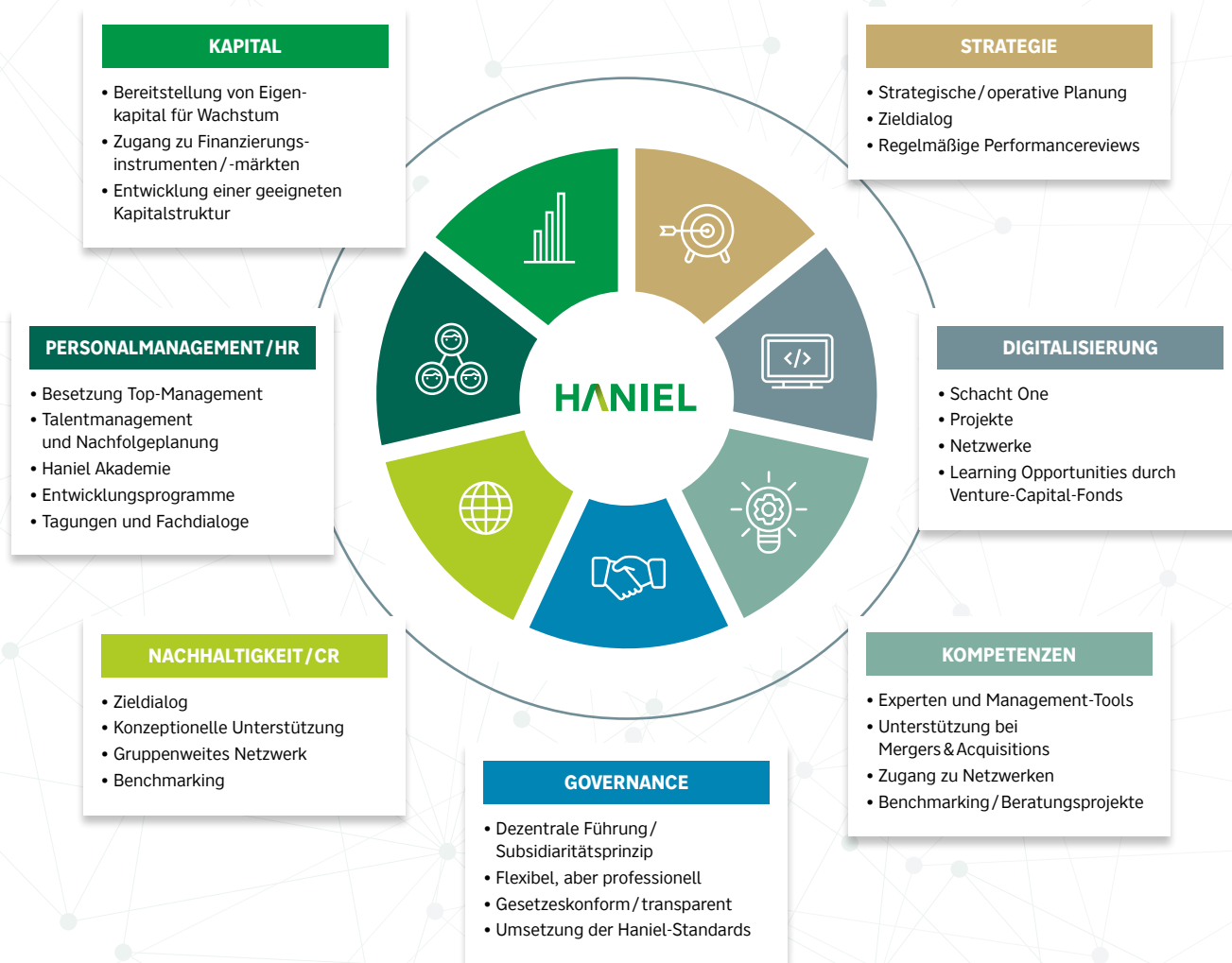


Haniel hat es sich zum Ziel gesetzt, das Portfolio auf bis zu zehn Beteiligungen zu ergänzen. In Frage kommen nur solche Investments, die zum Unternehmen und zu den gelebten Werten passen. Dazu dient ein Investitionsfilter, der die potenziellen Geschäftsmodelle dahingehend prüft, inwieweit sie einen Beitrag zur Diversifikation des Haniel-Portfolios leisten, nachhaltig und zukunftsfähig sind sowie einen angemessenen Wertbeitrag erzielen. Unser Ziel ist es, Unternehmen zu finden, die sich mit unserer Hilfe zu Marktführern entwickeln können.

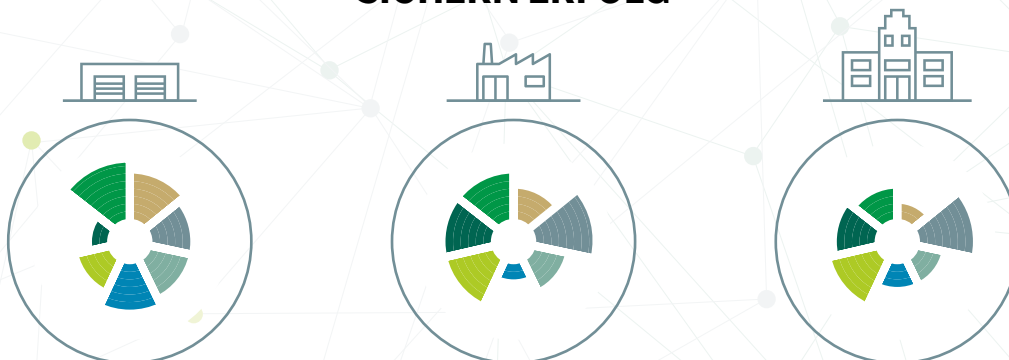
Wir unterstützen unsere Beteiligungen bei ihrem Wachstum. Dabei arbeiten wir nicht mit Blaupausen, sondern finden für jeden Geschäftsbereich einen individuellen Weg. Wir analysieren genau, in welchem Stadium des Wachstums sich das Unternehmen derzeit befindet, und identifizieren die strategischen Kernthemen. Beteiligungen in einem jungen Unternehmenszyklus erhalten vorrangig Unterstützung durch Investitionskapital und Know-how in Sachen Finanzierung, Corporate Governance oder HR. Firmen mit einem hohen Reifegrad bieten wir gezielten Mehrwert etwa im Hinblick auf den Digitalen Wandel. Auf diese Weise gelingt es uns, das Potenzial jeder Beteiligung bestmöglich zu entwickeln – in diesem Sinne verstehen wir uns als Wertentwickler.

MANAGEMENTANSATZ UND INVESTMENTPORTFOLIO

MEHRWERT DURCH FLEXIBLES PORTFOLIOMANAGEMENT



INDIVIDUELLE INTENSITÄT UND BALANCE SICHERN ERFOLG



CORPORATE RESPONSIBILITY

Wert steigern, Werte leben – gemäß diesem Grundsatz verbindet Haniel seit 260 Jahren unternehmerische Dynamik mit einem stabilen Wertegerüst. Dementsprechend ist Corporate Responsibility tief in der DNA des Unternehmens verankert und wird von der Eigentümerfamilie ebenso wie vom Management gleichermaßen getragen. Es gilt, wirtschaftlichen Erfolg mit Verantwortung für Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt zu verbinden und so über Generationen hinweg Werte zu schaffen.

Der Fokus der Holding liegt dort, wo sie einen großen Hebel hat: bei der Entwicklung und Steuerung der Beteiligungen. Für das CR-Management gibt Haniel den Geschäftsbereichen richtungsweisende Leitplanken vor. In einem systematischen **Stakeholder-Dialog** hat die Holding 2013 die Erwartungen der relevanten Anspruchs- und Interessensgruppen ermittelt. Aus den Ergebnissen wurden ein CR-Managementansatz und eine CR-Organisation abgeleitet, um Nachhaltigkeit erfolgreich in die Unternehmensstruktur zu verankern. An dem bewährten **CR-Managementansatz** hält Haniel fest.

KLARE DEFINITION DER HANIEL-CR-HANDLUNGSFELDER

Neben den Erwartungen an eine angemessene CR-Organisation gilt es, unter Berücksichtigung derjenigen Besonderheiten, die Haniel als **diversifizierte Unternehmensgruppe** mit einem dezentralen Führungsprinzip ausmachen, inhaltliche Akzente zu setzen. Im Dialog mit den Geschäftsbereichen werden gemeinsame CR-Handlungsfelder und individuelle Initiativen diskutiert. Der Haniel-Vorstand vereinbart mit dem Management der Geschäftsbereiche Ziele und Maßnahmen und bespricht Fortschritte in regelmäßigen Top-Management-Meetings. Auf diese Weise stellt die Holding sicher, dass die Beteiligungen kontinuierlich prüfen, wie sich ihre geschäftlichen Aktivitäten auf Umwelt und Gesellschaft auswirken.

In diesem GRI-Report berichtet die Holding letztmalig nach den drei CR-Handlungsfeldern Mitarbeiter, Wertschöpfungskette und Innovation. Denn sie basieren ebenfalls auf der ersten Stakeholder-Befragung und **Wesentlichkeitsanalyse** aus dem Jahr 2013, die derzeit auf dem Prüfstand steht. Dieser Review resultiert aus den in den vergangenen Jahren bei Haniel gesammelten Erfahrungen, den Weiterentwicklungen auf dem Fachgebiet Corporate Responsibility sowie einer Veränderung in der CR-Organisation: Die Verantwortung für die Koordination der CR-Aktivitäten in der Holding und der Haniel-Gruppe wurde 2017 von der Abteilung „Gesellschafter und Nachhaltigkeit“ ins Strategische Beteiligungscontrolling verlagert. Darüber hinaus ist eine Anpassung durch neue externe Anforderungen notwendig. Dazu zählt insbesondere die CSR-Richtlinie der Europäischen Union beziehungsweise das entsprechende deutsche Umsetzungsgesetz.

In Anlehnung an das CSR-Richtlinienumsetzungsgesetz initiierte die Holding 2017 einen zusätzlichen Prozess zur Ermittlung der wesentlichen Themen zu Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelangen sowie zur Achtung der Menschenrechte und Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Diese haben die CR-Fachexperten der Haniel-Gruppe – von den bereits durchgeführten Materialitätsanalysen ausgehend – identifiziert. Anschließend wurden die Themen zwischen dem Top-Management der Geschäftsbereiche und dem Haniel-Vorstand abgestimmt. Das Ergebnis ist im gesonderten Bericht zur **Nichtfinanziellen Erklärung** online auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht.

CR-MANAGEMENT UND -ORGANISATION

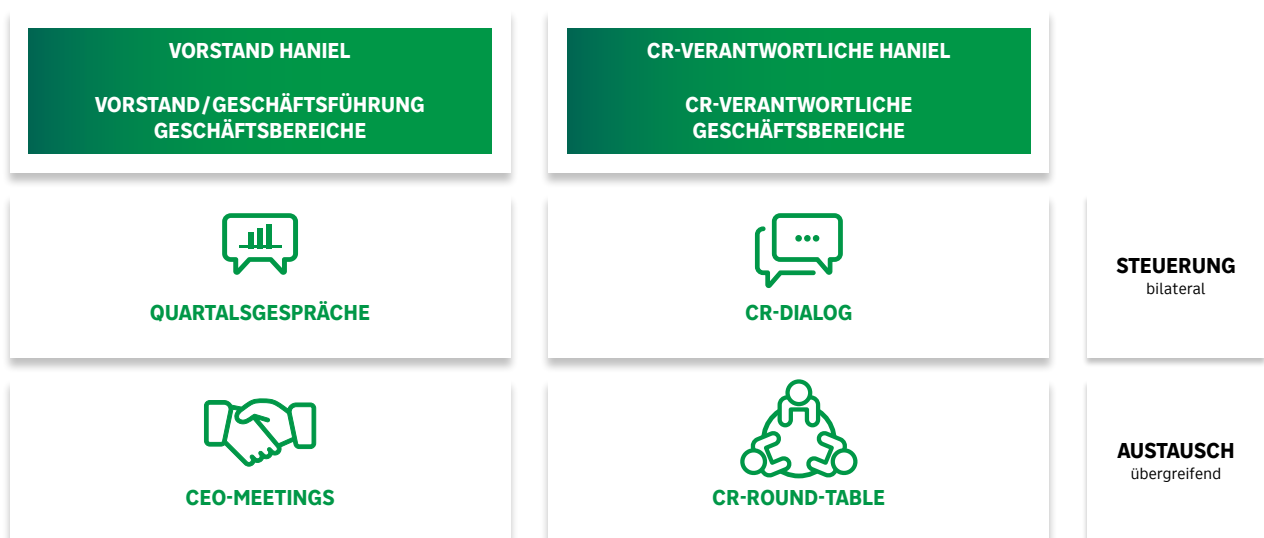
Als Family-Equity-Unternehmen hat es sich Haniel zum Ziel gesetzt, Corporate Responsibility (CR) in allen Phasen der Wertschöpfung konsequent zu verankern. Auf Basis eines einheitlichen Werteverständnisses und im gemeinsamen Dialog treiben Holding und Geschäftsbereiche ihr Engagement stetig voran.

CR-ANSPRUCH ALS EIGENTÜMER

Der Fokus der Holding liegt dort, wo sie einen großen Hebel hat: bei der Entwicklung und Steuerung der Beteiligungen. Für das CR-Management gibt Haniel richtungsweisende Leitplanken vor. In Geschäftsordnungen, die auf Basis gesetzlicher Regelungen die

Zusammenarbeit definieren, ist verankert, dass die Holding an der Entwicklung der CR-Strategien durch die Geschäftsbereiche mitwirkt. Denn sie hat den Anspruch, dass alle Beteiligungen die für sich wesentlichen CR-Themen auf Basis von Stakeholder-Erwartungen priorisieren, ein geschäftsmodellspezifisches CR-Programm mit Zielen und Maßnahmen ableiten und dessen Umsetzung über die Etablierung einer CR-Organisation gewährleisten. Auf Management- und Fach-Ebene gibt es Verantwortliche für Corporate Responsibility und einen regelmäßigen CR-Dialog mit der Holding und den übrigen Geschäftsbereichen. Gruppenübergreifende Initiativen im Bereich Corporate Responsibility werden bei Bedarf bei CEO-Meetings besprochen, zu denen der Haniel-Vorstand regelmäßig die Entscheider der Geschäftsbereiche einlädt. Zudem organisiert die Holding den gruppenweiten CR-Round Table, an dem CR-Fachexperten Informationen und Erfahrungen austauschen.

DIE CR-ORGANISATION IN DER HANIEL-GRUPPE



Die Holding hält auch weiterhin an ihrem bewährten CR-Managementansatz fest. Neben den Erwartungen an eine angemessene CR-Organisation gilt es nach wie vor, unter Berücksichtigung der Besonderheiten, die Haniel als diversifizierte Unternehmensgruppe mit einem dezentralen Führungsprinzip ausmachen, inhaltliche Akzente zu setzen. Im Dialog mit den Geschäftsbereichen werden gemeinsame CR-Handlungsfelder und individuelle Initiativen diskutiert. Der Haniel-Vorstand vereinbart mit dem Management der Geschäftsbereiche Ziele und Maßnahmen und bespricht Fortschritte in regelmäßigen Top-Management-Meetings. Auf diese Weise stellt die Holding sicher, dass die Beteiligungen kontinuierlich prüfen, wie sich ihre geschäftlichen Aktivitäten auf Umwelt und Gesellschaft auswirken.

IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:



STAKEHOLDER-DIALOG

Ein offener, vertrauensvoller und regelmäßiger Dialog mit Anspruchs- und Interessensgruppen bildet die Grundlage für die Haniel-CR-Strategie sowie die gesellschaftliche Akzeptanz der unternehmerischen Entscheidungen. Gleichzeitig liefert der Austausch wichtige Impulse für die Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements.

Sowohl Holding als auch Geschäftsbereiche stehen im kontinuierlichen Dialog mit ihren Stakeholdern. Neben persönlichen Gesprächen mit Partnern im Tagesgeschäft hat die Holding für die jeweiligen Anspruchsgruppen verschiedene Formate etabliert: Eigentümer und Kreditgeber erhalten beispielsweise umfassende und zeitnahe Informationen beim sogenannten „Family Call“, dem Investor Call oder der Bilanzpressekonferenz. Gut ausgebildete Mitarbeiter sind Voraussetzung für einen langfristigen Unternehmenserfolg.

Deshalb sind Personalentwicklung, Mitarbeiterbindung und Identifikation wesentliche Elemente der Personalstrategie, die einen kontinuierlichen Austausch mit den Mitarbeitern erfordern. Möglichkeiten hierzu bieten der jährliche **Mitarbeiterdialog**, Führungskräfte-tagungen und die Mitarbeiterbefragung, die die Holding alle zwei Jahre durchführt.

SYSTEMATISCHER STAKEHOLDER-DIALOG

Eine systematische Analyse der Erwartungen und Anforderungen der Stakeholder hat die Haniel-Holding erstmalig im Frühjahr 2013 durchgeführt. Welche Schwerpunkte sollte sich Haniel im Bereich Corporate Responsibility setzen? Welche Umsetzungsprinzipien und Strukturen sind förderlich für die Verankerung von CR? Inwiefern möchten die Stakeholder in die CR-Aktivitäten eingebunden werden? Gestützt auf einen standardisierten Gesprächsleitfaden wurden über 40 persönliche Interviews mit Vertretern der wichtigsten Stakeholder-Gruppen geführt. Hierzu hatte die Holding im Vorfeld sieben Kerngruppen identifiziert. Ausschlaggebend war, wer Einfluss auf die Geschäftstätigkeit hat, und umgekehrt, wer von den Auswirkungen der Geschäftstätigkeit betroffen ist.

SYSTEMATISCHER STAKEHOLDER-DIALOG

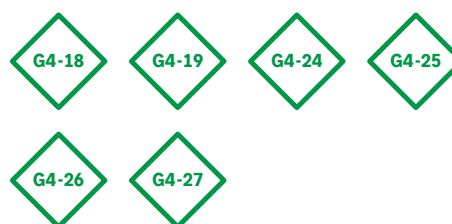
INTERNE STAKEHOLDER	EXTERNE STAKEHOLDER
HANIEL-VORSTAND	GESCHÄFTSBEREICHE
ABTEILUNGSDIREKTOREN	GESELLSCHAFTER
MITARBEITER/BETRIEBSRAT	BANKENPARTNER
	WIRTSCHAFTSVERBÄNDE

Als Vertreter der internen Holding-Perspektive wurden der Haniel-Vorstand, Direktoren der Zentralabteilungen, ausgewählte leitende und nicht leitende Angestellte sowie der Betriebsrat als Arbeitnehmervertreter befragt. Den Blick auf die Holding von außen ergänzten Repräsentanten der Geschäftsbereiche. Bei der Haniel-Wertschöpfung spielen sie eine wesentliche Rolle, da sie das operative Geschäft selbst verantworten und in ihren jeweiligen Märkten mit zahlreichen anderen Akteuren – wie Kunden und Lieferanten – interagieren. Befragt wurden jeweils Mitglieder der Geschäftsführung bzw. des Vorstands und die CR-Verantwortlichen. Neben den Gesellschaftern, die als langfristig orientierte Investoren dem traditionellen **Werteverständnis** der Haniel-Familie verpflichtet sind, vervollständigten Bankenpartner als Fremdkapitalgeber und Wirtschaftsverbände im lokalen bzw. regionalen Umfeld der Haniel-Holding das externe Meinungsbild.

ERWARTUNGEN DER STAKEHOLDER

Mit dem Ziel, einen langfristigen Unternehmenserfolg zu gewährleisten und sich vom Wettbewerb zu differenzieren, fordern die Stakeholder eine konsequente Verankerung von CR im Kerngeschäft. Als Familienunternehmen wird Haniel durch die bereits seit Langem gelebte Werteorientierung ein „natürlicher“ Startvorteil zugesprochen – und daran gleichzeitig ein hoher Anspruch geknüpft: Die Stakeholder erwarten von der Holding eine Treiberrolle im Bereich Corporate Responsibility. Allerdings mit Einschränkungen, die den Besonderheiten der Haniel-Gruppe geschuldet sind. Aufgrund des diversifizierten Portfolios und der dezentralen Organisationsstruktur setzt die Holding nur inhaltliche CR-Schwerpunkte. Diese sollen als übergreifende Handlungsfelder dienen, die jedoch ausreichend Gestaltungsspielraum zulassen, sodass die Geschäftsbereiche eigene, auf das jeweilige Kerngeschäft sinnvoll zugeschnittene Ziele verfolgen können. Als Konsequenz aus den Stakeholder-Erwartungen hat die Holding 2013 den **CR-Managementansatz** entwickelt und die CR-Organisationsstruktur für eine erfolgreiche Implementierung geschaffen.

IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:

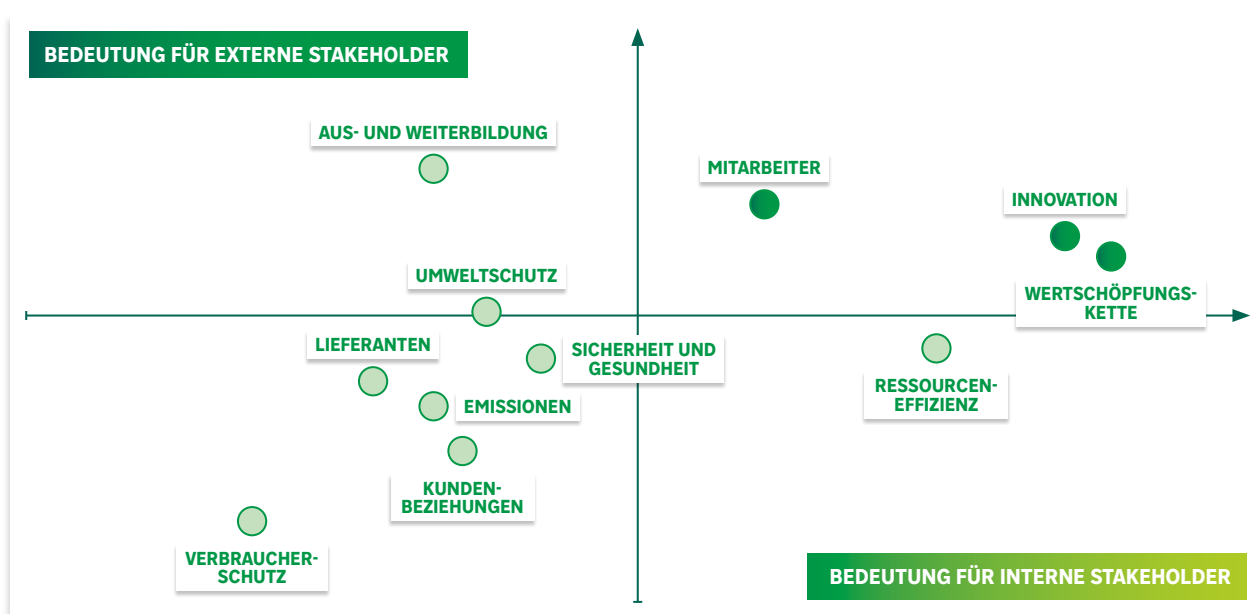


WESENTLICHKEITS-ANALYSE

Mit definierten Handlungsfeldern setzt die Haniel-Gruppe Schwerpunkte im Bereich Corporate Responsibility. Sie gelten für alle Geschäftsbereiche und werden von ihnen eigenverantwortlich mit Maßnahmen besetzt – zugeschnitten auf die jeweiligen Besonderheiten des Geschäftsmodells.

Die CR-Handlungsfelder wurden 2013 im **Dialog mit Stakeholdern** erarbeitet: Anhand einer umfassenden Auswahl der Inhalte führender Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung priorisierten die Befragten die für Haniel relevanten Themen. Dabei kristallisierten sich drei Schwerpunkte heraus – Innovation, Wertschöpfungskette und Mitarbeiter. Nachdem ein gruppenweiter Konsens über den Anspruch in den drei Handlungsfeldern im **Haniel-CR-Round Table** erzielt wurde, verabschiedete der Haniel-Vorstand diese als verbindlichen CR-Rahmen für die gesamte Unternehmensgruppe.

RELEVANZANALYSE



Die drei Handlungsfelder hat Haniel gemäß dem Grundsatz interpretiert, nach dem die Bedürfnisse von Menschen, Umwelt und Unternehmen so in Einklang zu bringen sind, dass nachfolgende Generationen mindestens die gleichen Chancen haben wie ihre Vorfahren heute. Den Anspruch in den drei CR-Schwerpunkten hat Haniel wie folgt formuliert:

Mitarbeiter – Respektvolle und verlässliche Partnerschaft für zukunftsfähige Arbeitsbedingungen

Die Haniel-Gruppe betrachtet Herausforderungen wie die Globalisierung und den demografischen Wandel als einen gemeinsamen Gestaltungsauftrag für Unternehmen und Mitarbeiter. In beiderseitigem Interesse entwickelt sie Lösungen, um den sich verändernden Arbeitsmarktbedingungen gerecht zu werden. So sichert die Haniel-Gruppe die elementare Voraussetzung für

Wettbewerbsfähigkeit, Innovationskraft und den langfristigen Erfolg der Unternehmen. Mitarbeitern bietet sie dadurch die Grundlage für Beschäftigung, gesellschaftliche Teilhabe und Lebensqualität.

Wertschöpfungskette – Hohe Umwelt- und Sozialstandards in allen Wertschöpfungsaktivitäten

Die Haniel-Gruppe verbindet Wirtschaftlichkeit mit einem hohen Grad an sozialer und ökologischer Verantwortung bei allen primären und unterstützenden Wertschöpfungsaktivitäten. Um den besten „Interessenausgleich“ zum gegenseitigen Vorteil von Unternehmen, Gesellschaft und Umwelt zu erzielen, integriert sie konsequent Regeln, Strukturen und Anreizsysteme in jede Wertschöpfungsstufe. Der umfassende Ansatz bezieht auch Lieferanten und Kunden mit ein: Die Haniel-Gruppe setzt Impulse, damit Umwelt- und Sozialstandards in der Wertschöpfungskette auch dort Anwendung finden.

Innovation – Innovationen als Antwort auf globale Herausforderungen und Chance für Wachstum

Die Haniel-Gruppe begegnet den globalen Herausforderungen (Klimawandel, Rohstoffverknappung, Bevölkerungswachstum, demografischer Wandel in Industrienationen, Urbanisierung in Entwicklungs- und Schwellenländern usw.) mit innovativen Lösungsansätzen. Um neue Geschäftsmodelle, -prozesse, Dienstleistungen und Produkte sowie Produktanwendungen zu entwickeln, lenkt sie vorhandenes Know-how in unkonventionelle Bahnen (revolutionäre Innovation), verbessert bestehende Lösungen, sodass sie weitere Anforderungen erfüllen (evolutionäre Innovation), und schafft geeignete Rahmenbedingungen für Innovationen (Innovationskultur).

In diesem GRI-Report berichtet die Holding letztmalig nach den drei CR-Handlungsfeldern Mitarbeiter, Wertschöpfungskette und Innovation. Denn sie werden derzeit einer Review unterzogen, die aus den in den vergangenen Jahren bei Haniel gesammelten Erfahrungen, den Weiterentwicklungen auf dem Fachgebiet Corporate Responsibility sowie einer Veränderung in der CR-Organisation resultieren: Die Verantwortung für die Koordination der CR-Aktivitäten in der Holding und der Haniel-Gruppe wurde 2017 von der Abteilung „Gesellschafter und Nachhaltigkeit“ ins Strategische Beteiligungscontrolling verlagert. Darüber hinaus ist eine Anpassung durch neue externe Anforderungen notwendig. Dazu zählt insbesondere die CSR-Richtlinie der Europäischen Union beziehungsweise das entsprechende deutsche Umsetzungsgesetz.

IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:



WERT STEIGERN

Als Wertentwickler mit einer langfristigen Investmentstrategie strebt Haniel im Bereich CR einen ganzheitlichen Ansatz entlang der Wertschöpfungskette an – von der Investitionsphase über die Steuerung der Beteiligungen bis hin zur Desinvestition. Ziel ist es, Corporate Responsibility in alle Phasen der Haniel-Wertschöpfung konsequent zu verankern. Dabei liegt der Fokus dort, wo die Holding einen großen Hebel hat: bei der Entwicklung und Steuerung der Geschäftsbereiche. Der ganzheitliche Ansatz ermöglicht es, die Unternehmensgruppe wert- und wachstumsorientiert auszurichten. Mit der Integration von CR in bestehende Prozesse und Strukturen der Investitions- und Wertentwicklungsphase möchte Haniel Potenziale für weiteres profitables Wachstum erschließen und die Geschäftsbereiche langfristig in marktführende Positionen begleiten.

VERANTWORTUNGSVOLL INVESTIEREN

CR-Aspekte spielen bei Haniel bereits beim Ausbau des Beteiligungsportfolios eine wichtige Rolle. In Frage kommen nur solche Geschäftsmodelle, die aktuell und künftig einen positiven Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten können. Bei der Prüfung von Akquisitionsmöglichkeiten gilt es, gemäß dem Haniel-Investitionsfilter auch ökologische und soziale Kriterien zu untersuchen, um das CR-Profil von Übernahmekandidaten beurteilen zu können. Nach erfolgreicher Akquisition eines Unternehmens ist CR Bestandteil des Integrationsplans. Abhängig von bereits vorhandenen Aktivitäten werden zunächst Strukturen und Prozesse für die Verankerung von CR im Kerngeschäft ausgebaut.

Nicht nur beim Kauf neuer Geschäftsbereiche investiert Haniel mit Bedacht: Auch wenn es um genehmigungspflichtige Investitionen und Akquisition der Geschäftsbereiche geht, analysiert die Holding diese Vorhaben detailliert unter CR-Gesichtspunkten. Entscheidungsgrundlage hierfür ist die Investitions- und Unternehmensbewertungsrichtlinie. Diese gibt vor, dass bei jeder wesentlichen Investition darzulegen ist, wie sie sich auf die CR-Strategie auswirkt. Im Entscheidungsprozess bei der Auswahl von Finanzanlagen zur Anlage freier finanzieller Mittel der Holding kommen ebenfalls CR-Aspekte zum Tragen. Zum Beispiel sind bestimmte Branchen grundsätzlich ausgeschlossen.

CR ALS BESTANDTEIL DES MANAGEMENT-DIALOGS

Als Family-Equity-Unternehmen setzt Haniel auch in puncto unternehmerische Verantwortung Impulse in Richtung Portfolio-Unternehmen, indem Corporate Responsibility auf der Tagesordnung des regelmäßigen Management-Dialogs zwischen Haniel-Vorstand und den Geschäftsführern der Geschäftsbereiche steht. Auch 2017 war CR wieder Gegenstand des Dialogs auf Top-Ebene. Dabei wurden die Fortschritte in den bisher gesteckten Zielen diskutiert¹. Alle Geschäftsbereiche sind in ihren CR-Programmen gut vorangekommen. Und auch über die konsequente Umsetzung der CR-Aktivitäten in den Haniel-Handlungsfeldern hinaus treiben sie ihr Nachhaltigkeitsengagement und eine transparente Berichterstattung stetig voran – und setzen dabei gemäß den Anforderungen ihrer Stakeholder und jeweils auf das eigene Geschäftsmodell zugeschnitten individuelle CR-Schwerpunkte. Welche Fortschritte sie 2017 erzielen konnten, ist jeweils individuell aufgeführt.

Mehr zum CR-Managementansatz und zur CR-Organisation.

¹ Der CR-Zielvereinbarungsprozess 2017 gilt für die zum 1.1.2017 voll-konsolidierten Geschäftsbereiche BekaertDeslee, CWS-boco, ELG und TAKKT. Optimar und ROVEMA werden in den CR-Regelprozess integriert. Mit CECONOMY und METRO als Finanzbeteiligungen werden keine CR-Ziele vereinbart.

IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:



GESCHÄFTS- BEREICHE

BEKAERTDESLEE

BekaertDeslee ist ein weltweit führender Spezialist für die Entwicklung und Herstellung von Matratzen-bezugsstoffen. Vom Hauptsitz in Belgien aus steuert das Unternehmen ein weltweites Netzwerk von 22 Produktionsstandorten in 15 Ländern. Das Produktsortiment umfasst hauptsächlich gewebte und gestrickte Bezugsstoffe für Matratzen, die an Matratzenhersteller in Amerika, Europa und der Region Asien-Pazifik vertrieben werden. In Zusammenarbeit mit den Kunden werden die Bezugsstoffe individuell gestaltet und produziert. Dabei orientiert sich BekaertDeslee an den

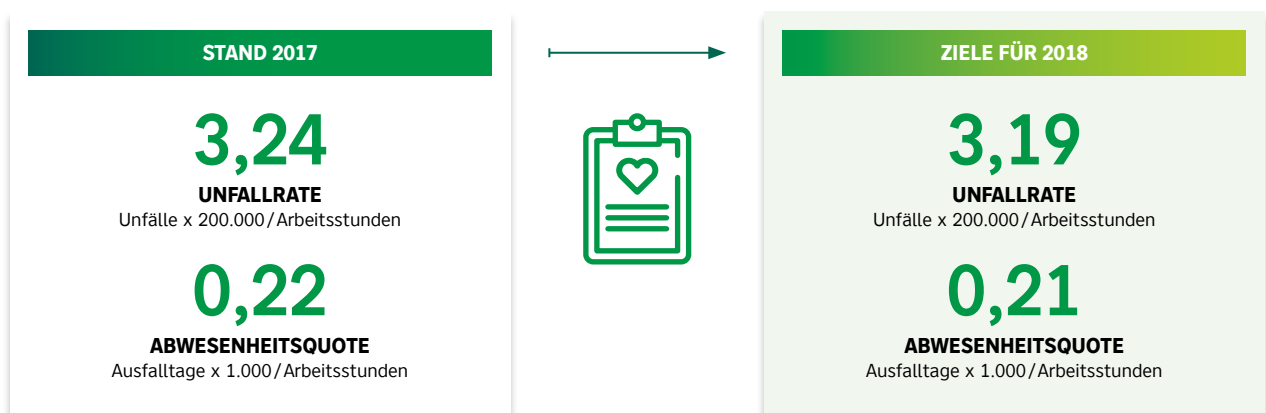
Qualitätsanforderungen des jeweiligen Kunden, sowohl in Bezug auf das Design als auch die Produkteigenschaften des Stoffes.

Nachhaltigkeit bedeutet für das Unternehmen, sichere, qualitativ hochwertige Produkte anzubieten und sicherzustellen, dass die Geschäftstätigkeit umweltfreundlich und sozialverträglich ist. Dieses Verständnis ist ein wesentlicher Bestandteil der Grundwerte von BekaertDeslee und in der Unternehmenskultur durch die folgenden vier Leitprinzipien tief verankert: 1. Das Konformitätsprinzip; 2. Das Präventionsprinzip; 3. Das Null-Fehler-Prinzip; 4. Das Messprinzip. Im Jahr 2017 definierte BekaertDeslee die CR-Schwerpunkte nach Durchführung einer Vielzahl von Stakeholder-Befragungen von Mitarbeitern, Kunden, Vertretern des Eigentümers und Gemeinschaften, in denen das Unternehmen tätig ist. Im Nachgang werden seine Aktivitäten entsprechend ausgerichtet und eine Roadmap erstellt: Unter Leitung des Top-Managements priorisiert und initiiert ein interdisziplinäres Team Nachhaltigkeitsprojekte entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

FORTSCHRITTSBERICHT DER ZIELE 2017**Mitarbeiter – Gesundheits- und Arbeitssicherheitsmanagement**

Gesundheit und Arbeitssicherheit sind für Bekaert-Deslee von höchster Bedeutung. Die oberste Priorität des Unternehmens besteht darin, die Sicherheit seiner Mitarbeiter an allen Produktionsstätten zu gewährleisten. Dafür wurde ein weltweites Meldesystem eingerichtet, das für Transparenz sorgt. Es misst die Störfälle und Ausfalltage infolge von Unfällen. Darüber

hinaus erfasst das Unternehmen Beinahe-Unfälle. Dies ist äußerst wichtig, um Mitarbeiter in Bezug auf die Vermeidung von ähnlichen Vorfällen zu schulen. BekaertDeslee analysiert die Durchschnittswerte der letzten 24 Monate, um festzustellen, ob Verbesserungen vorgenommen wurden oder ob Schwachstellen aufgetreten sind. Bis Ende 2017 verzeichnete das Unternehmen eine Unfallrate von 3,24 (Unfälle x 200.000 / Arbeitsstunden) und eine Abwesenheitsquote von 0,22 (Ausfalltage x 1.000 Arbeitsstunden). Die neuen Ziele für 2018 liegen bei 3,19 für Unfälle und bei 0,21 für Abwesenheitstage.

MITARBEITER – GESUNDHEITS- UND ARBEITSSICHERHEITSMANAGEMENT**Wertschöpfungskette – Lieferantenverpflichtung**

85 % des gesamten Beschaffungsvolumens von BekaertDeslee entfallen auf die Garnbeschaffung. Daher konzentriert sich das Unternehmen auf die Zusammenarbeit mit Garnlieferanten entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Um Nachhaltigkeitsaspekte in die Garnbeschaffung zu integrieren, hat das Unternehmen ab 2016 eine Lieferantenerklärung auf Grundlage der Prinzipien der Allgemeinen Erklärung der

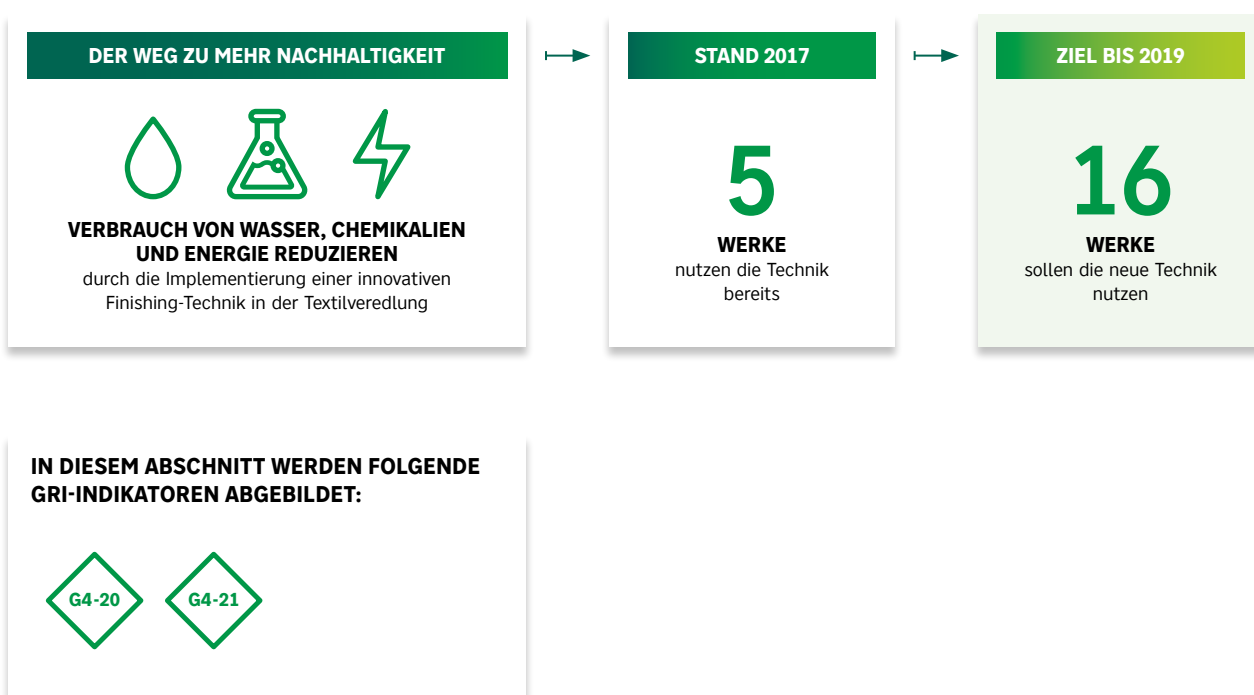
Menschenrechte eingeführt. Das Projekt wurde auch ins Leben gerufen, um den steigenden Anforderungen der Kunden gerecht zu werden: Matratzenhersteller möchten häufig sicherstellen, dass Vorlieferanten ein Dokument unterzeichnet haben, mit dem die Standards in Bezug auf Menschenrechte und Arbeitsbedingungen anerkannt und akzeptiert werden. Bis Ende 2018 werden alle gruppenweiten Garnlieferanten die Lieferantenerklärung von BekaertDeslee unterzeichnet haben. Im Jahr 2017 waren bereits 75 % abgedeckt.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE – LIEFERANTENVERPFLICHTUNGEN

Innovation – Ressourceneffizienz

BekaertDeslee sorgt dafür, dass Energieverschwendung und übermäßiger Energieeinsatz vermieden werden. Sollten sie dennoch vorkommen, verpflichtet sich das Unternehmen, die Missstände zu erkennen und auf nachhaltige Weise zu beheben. Am größten Standort in der Türkei hat BekaertDeslee ein Pilotprojekt gestartet, um Verschwendung im Produktionsprozess zu vermeiden. Damit soll das Bewusstsein der

Mitarbeiter geschärft und so Ausschussware reduziert werden. Auch bei der Textilveredlung strebt das Unternehmen einen effizienteren Ressourceneinsatz an: Die Implementierung einer innovativen Finishing-Technik soll mittelfristig zu einer Reduzierung des Wasser-, Chemikalien- und Energieverbrauchs führen. Ziel ist, diese Technik bis 2019 in 16 Werken umzusetzen. Die neue Ausrüstung war 2017 bereits an fünf Standorten in Betrieb.

INNOVATION – RESSOURCENEFFIZIENZ

Weitere Informationen unter www.bekaertdeslee.com.

CWS-BOCO

CWS-boco ist ein Full-Service-Anbieter für Textil-Services und Waschraumhygienelösungen. Auf diesem Gebiet ist der Geschäftsbereich ein führender europäischer Anbieter mit Aktivitäten in 16 Ländern. Der Fokus von CWS-boco liegt auf dem Vermietungsgeschäft. Die Angebotspalette umfasst vor allem Kollektionen für Mitarbeiterkleidung, Schutz- und Sicherheitskleidung, moderne Hygieneprodukte wie Handtuch-, Seifen- und Duftspender sowie Schmutzfangmatten. Im Rahmen langfristiger Serviceverträge werden die Textilien in eigenen Wäschereien fachgerecht und umweltschonend aufbereitet und die Spender regelmäßig gewartet.

Der Mehrweg-Gedanke gehört zur Unternehmensphilosophie. CWS-boco hat sich zu nachhaltigem Wirtschaften, ressourcenschonendem Arbeiten und dem respektvollen Umgang mit Mensch und Umwelt verpflichtet. CR-Strategie und -Aktivitäten werden zentral im Bereich Corporate Responsibility geführt. In jeder Landesvertretung gibt es einen CR-Verantwortlichen, der Strategie und Projekte lokal umsetzt, misst und nachverfolgt. Zur Ermittlung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen wurde 2014 ein systematisches Stakeholder-Management angestoßen. Die Ergebnisse aus verschiedenen Dialogformaten wurden unter strategischen Gesichtspunkten bewertet und von der Geschäftsführung revalidiert. So wurden die Handlungsfelder „Kunden & Mitarbeiter“, „Produkte & Herkunft“ sowie „Wäscherei & Logistik“ identifiziert.

Zum 30. Juni 2017 hat CWS-boco wesentliche zentral-europäische Aktivitäten in den Bereichen Hygiene, Berufskleidung und Reinraum von Rentokil Initial erworben. Bei der Bildung des Joint Venture wurden das CWS-boco-Geschäft in 16 Ländern und Initial-Aktivitäten in 10 europäischen Ländern zusammengeführt. Damit existiert unter dem Dach der CWS-boco-Gruppe ein neues Unternehmen, was eine Anpassung der CR-Strategie erfordert: Der Geschäftsbereich wird 2018 die Fokusthemen validieren, Kennzahlen harmonisieren und neue Zielniveaus definieren. Aus diesem Grund werden Letztere im vorliegenden Bericht ausgeklammert und die angegebenen Werte beziehen Initial-Aktivitäten noch nicht ein.

FORTSCHRITTSBERICHT DER ZIELE 2017

Mitarbeiter – Arbeitssicherheit

Für die Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter ist eine gute und sichere Arbeitsumgebung von zentraler Bedeutung. Daher arbeitet CWS-boco permanent daran, Risiken im Arbeitsumfeld zu identifizieren und so weit wie möglich zu reduzieren. 2016 umfassten diese Risikobewertungs-Aktivitäten 90 % aller Mitarbeiter im operativen Bereich über sieben Landesgesellschaften hinweg. Derzeit sind die Arbeitssicherheits- und Gesundheitsmanagementsysteme in acht Landesgesellschaften nach OHSAS (Occupational Health- and Safety Assessment Series) zertifiziert. Darüber hinaus werden Mitarbeiter auf Landesebene geschult; in den Betrieben finden regelmäßig Sicherheitsschulungen statt; Servicefahrer durchlaufen Fahrsicherheitstrainings. 2017 lag die Unfallrate bei 4,09 (2016: 4,52).

MITARBEITER – ARBEITSSICHERHEIT

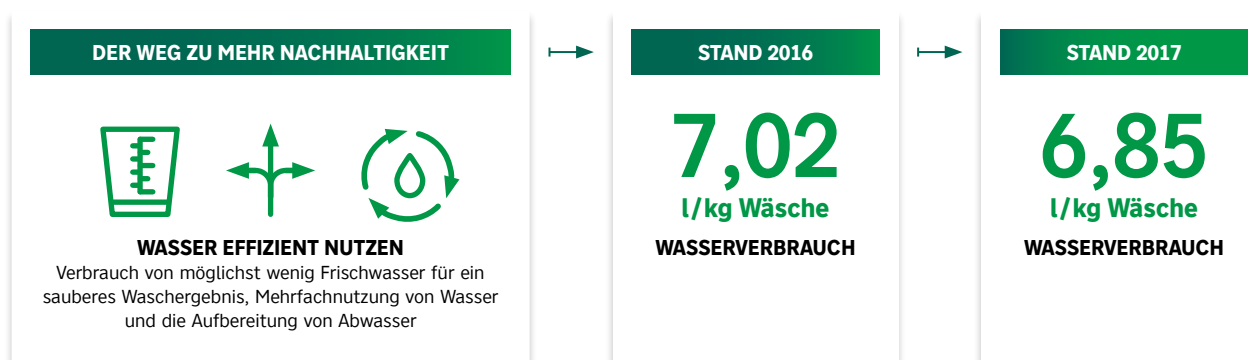


Wertschöpfungskette – Wassereffizienz

Mit dem Anspruch, möglichst wenig Frischwasser für ein sauberes Waschergebnis zu verbrauchen, werden die Wäschereien mit besonders effizienten Technologien zur Mehrfachnutzung von Wasser sowie zur Aufbereitung von Abwasser betrieben. Das SmartLine-Konzept beispielsweise setzt auf viele kleine Maschinen anstelle großer Waschtunnel und ermöglicht so

eine zielgerichtete Auslastung sowie eine bessere Dokumentation und Auswertung von Daten zum Ressourcenverbrauch. Und mit der sogenannten Flotationstechnik werden Schmutzpartikel effizient aus dem Waschwasser gefiltert, was saubereres Abwasser bedeutet. 2017 belief sich der Wasserverbrauch, aggregiert für die Kategorien Handtuchrollen, Berufsbekleidung und Schmutzfangmatten, pro Kilogramm Wäsche auf 6,85 Liter (2016: 7,02 l/kg).

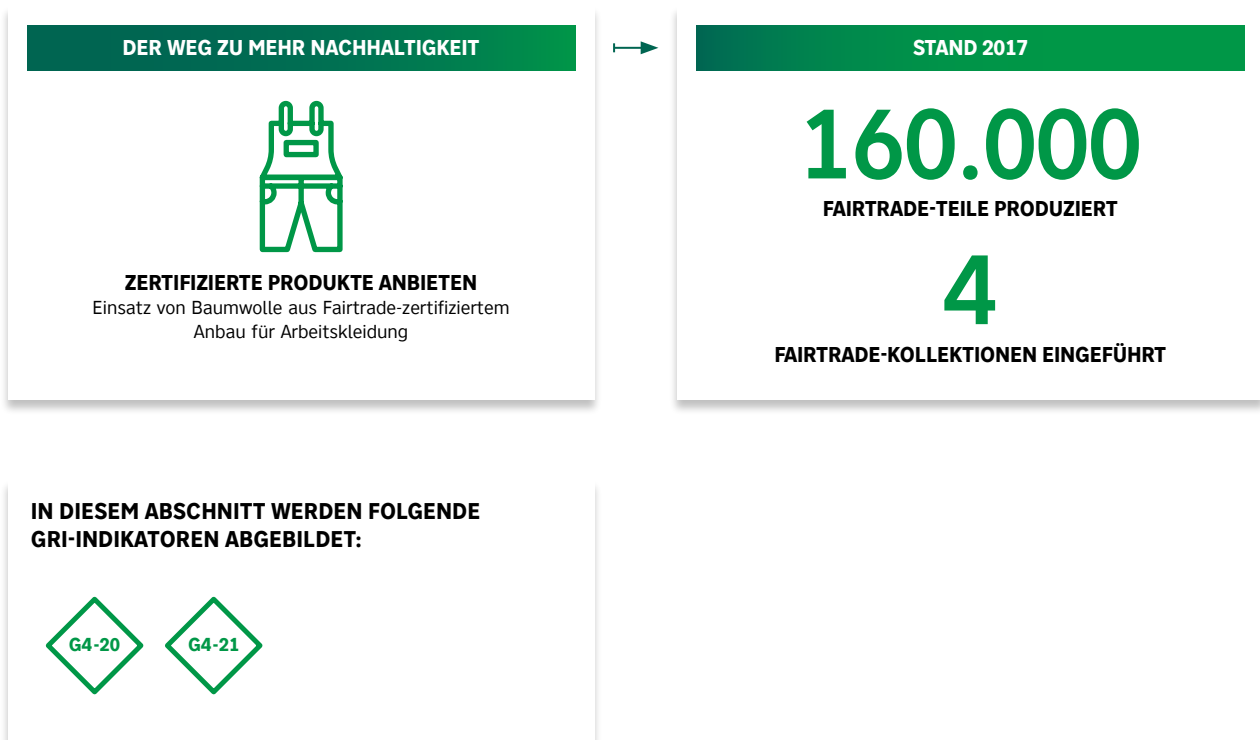
WERTSCHÖPFUNGSKETTE – WASSEREFFIZIENZ



Innovation – Produktqualität und -zertifizierung

Da Mietprodukte für einen langen Lebenszyklus konzipiert sind, werden sie, noch bevor sie ins Sortiment von CWS-boco aufgenommen werden, intensiv getestet. Auch anschließend kontrolliert das Unternehmen deren Qualität in allen Etappen des Servicekreislaufs. Dabei werden neben Haltbarkeit auch mögliche Gefahren für Sicherheit und Gesundheit als Kriterien herangezogen. Da CWS-boco eine Vielzahl der Produkte selbst entwickelt, kann das Unternehmen von der Quelle an großen Einfluss auf die ökologische und soziale Nachhaltigkeit seines Produktportfolios nehmen, beispielsweise durch den Einsatz von Baumwolle aus Fairtrade-zertifiziertem Anbau für Arbeitskleidung. Seit der Einführung der ersten Kollektion Anfang 2016 wurden bereits 160.000 Teile produziert und drei weitere Kollektionen eingeführt.

INNOVATION – PRODUKTQUALITÄT UND -ZERTIFIZIERUNG



Weitere Informationen unter

www.cws-boco.com/de-DE/nachhaltigkeit-CWS-boco.

ELG

ELG ist ein weltweit führendes Unternehmen für Handel, Aufbereitung und Recycling von Rohstoffen für die Edelstahlindustrie sowie von Hochleistungswerkstoffen wie Superlegierungen, Titan und Karbonfasern. Mit 50 Standorten in Nordamerika, Europa, Asien und Australien verfügt der Geschäftsbereich über eines der größten globalen Netzwerke der Branche. Die Kunden von ELG erhalten das Material genau in der Zusammensetzung, die sie für die Weiterverarbeitung brauchen – termingerecht und gemäß den hohen kundenseitig zertifizierten Qualitätsstandards. Angepasst an die Bedürfnisse der Kunden liefert ELG qualitätsgeprüfte Sekundärrohstoffe. Ein wesentlicher Teil des Leistungsspektrums ist das Aufbereitungsgeschäft: Produktionsabfälle werden recycelt und dem Kunden innerhalb eines geschlossenen Kreislaufs in optimaler Qualität wieder zur Verfügung gestellt.

Für ELG als Recycling-Unternehmen ist Nachhaltigkeit fest im Geschäftsmodell und in der Unternehmensphilosophie verankert. Darüber hinaus stehen die Übertragung von Verantwortung an Mitarbeiter, ethisches Verhalten und starke Partnerschaften mit Anspruchsgruppen im Mittelpunkt der unternehmerischen Tätigkeit. Darauf aufbauend führte ELG 2013 einen Stakeholder-Dialog durch. Aus den Ergebnissen wurde deutlich, welche Nachhaltigkeitsthemen für das Unternehmen und dessen Stakeholder wie u. a. für Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Banken und Haniel als Gesellschafter gleichermaßen von besonderer Bedeutung sind. Die einzelnen Themen wurden zu vier Schwerpunkten zusammengefasst – „Operational Focus“, „Compliance Focus“, „Employee Focus“, „Commercial Focus“ – und verschiedene Initiativen gestartet. Viele der unter diesen Schwerpunkten durchgeführten Maßnahmen sind vom lokalen Management initiiert, CR-Verantwortliche in der Unternehmenszentrale koordinieren die Schritte, überwachen die Zielerreichung und kommunizieren die Entwicklung.

FORTSCHRITTSBERICHT DER ZIELE 2017

Mitarbeiter – Arbeitsschutz

Bedingt durch das Geschäftsmodell von ELG sind manche Mitarbeiter auf Schrottplätzen potenziellen Gefahren ausgesetzt. Daher räumen die Standortleiter dem Schutz der Mitarbeiter hohe Priorität ein. Um Arbeitsunfälle zu verhindern, werden mögliche Gefahrenquellen ermittelt und Schutz- beziehungsweise Gegenmaßnahmen ergriffen. Je nach Art der Tätigkeit verpflichten sich die Mitarbeiter von ELG, die notwendige persönliche Schutzausrüstung zu tragen, und müssen regelmäßig an Sicherheitsschulungen teilnehmen. 2015 initiierte ELG das Projekt Health & Safety PLUS zur Etablierung eines modernen Arbeitsschutz-Managementsystems. Im ersten Schritt wurden Daten über Unfälle, Fehlzeiten und Fluktuation erfasst und anschließend analysiert. Um die Zahl der Arbeitsunfälle und Fehlzeiten so weit wie möglich zu senken, wurden verschiedene Maßnahmen, darunter Aufklärungskampagnen, umgesetzt. Das für 2017 selbstgesteckte Ziel, die Abwesenheitstage auf 7,5 pro Vollzeitbeschäftigten und Jahr zu senken, hat ELG erreicht und arbeitet zudem kontinuierlich daran, die Anzahl der Arbeitsunfälle von 18 im Jahr 2017 auf 15 pro einer Million Arbeitsstunden zu reduzieren.

MITARBEITER – ABWESENHEITSTAGE



Wertschöpfungskette – CO₂-Emissionen

ELG möchte die Auswirkungen des Recyclinggeschäfts auf die Umwelt transparent machen. Zu diesem Zweck führte das Unternehmen 2015 gemeinsam mit Fraunhofer UMSICHT eine Studie zur Bestimmung der CO₂-Bilanz der weltweiten Geschäftstätigkeit durch. Mit den Ergebnissen ist ELG in der Lage zu beziffern, inwiefern die bereitgestellten Sekundärrohstoffe in den vier größten Produktgruppen zur Senkung der Treibhausgasemissionen beitragen. Edelstahl macht den Großteil der Geschäftstätigkeit von ELG aus, dabei ist der CO₂-Footprint des Unternehmens verhältnismäßig

gering. Den größten Hebel haben die Kunden in der Hand: durch die Erhöhung des Schrottanteils in ihren Produkten und damit des Auftragsvolumens bei ELG. So wurden im Vergleich zum Einsatz von Primärrohstoffen 2017 durch die Recyclingaktivitäten von ELG 4.408 Mio. Tonnen CO₂ beim Kunden eingespart. Gleichzeitig identifiziert ELG Ansatzpunkte für die Reduktion von CO₂-Emissionen der eigenen Geschäftstätigkeit. Photovoltaikanlagen erzeugen Strom für Gebäude und zur Aufladung von Hybridfahrzeugen. Zudem wurden 2017 mehrere Dieselkräne gegen elektrische Kräne ausgetauscht und diverse Standorte auf LED-Leuchtmittel umgestellt.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE – CO₂-EMISSIONEN



Innovation – Recycling von Karbon-Fasern

ELG treibt die Entwicklung des noch jungen Marktsegments Karbon-Faser-Recycling kontinuierlich voran: Die britische Tochtergesellschaft ELG Carbon Fibre testet seit mehreren Jahren innovative Verfahren mit dem Ziel, neue Produktformen für potentielle Absatzmärkte zu entwickeln und so das recycelte Karbon wieder in

den Warenkreislauf zurückzuführen. Nachdem ELG Carbon Fibre seit 2016 erfolgreich an der Entwicklung von Karbonmatten zur Herstellung von Karosserien in der Fahrzeugindustrie gearbeitet hatte, wurde im September 2017 der erste Prototyp, der Material von ELG Carbon Fibre enthält, auf der Automobilmesse „Goodwood Festival of Speed“ vorgestellt.

INNOVATION – RECYCLING VON KARBON-FASERN



**IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE
GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:**

Weitere Informationen unter
www.elg.de/nachhaltigkeit.

OPTIMAR

Optimar ist ein weltweit führendes Unternehmen für automatisierte Fisch-Verarbeitungssysteme, die auf dem Schiff, an Land und außerdem für Aquakulturen eingesetzt werden. Die hochwertigen Systeme werden von dem Geschäftsbereich produziert und entweder auf eigenständiger Basis oder zusammen mit Lösungen von Drittanbietern schlüsselfertig installiert. Als Full-Service-Anbieter bietet Optimar zudem unterstützende Produkte und Dienstleistungen. Das Unternehmen versorgt internationale Kunden in mehr als 30 Ländern.

Der Geschäftsbereich gehört seit Dezember 2017 zum Haniel-Portfolio. Gemäß dem Haniel-Investitionsfilter wurde das Unternehmen bereits vor der Akquisition [unter CR-Gesichtspunkten](#) untersucht. Auf den Ergebnissen der Due Diligence aufbauend wird die weitere Integration von Optimar auch dem Anspruch der Haniel-Holding an ein professionelles CR-Management Rechnung tragen: die wesentlichen CR-Themen zu priorisieren, daraus ein individuelles CR-Programm mit Zielen und Maßnahmen abzuleiten und dessen Umsetzung über die Etablierung einer angemessenen CR-Organisation zu gewährleisten.

**IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE
GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:**

Weitere Informationen unter
www.optimar.no.

ROVEMA

ROVEMA ist ein Premium-Anbieter für Verpackungsmaschinen und -anlagen. Das Produktportfolio des Unternehmens umfasst Lösungen für das gesamte Spektrum von Primär- und Sekundärverpackungen: Maschinen zur Dosierung, vertikalen Formfüllung und Versiegelung, Kartontage und Endverpackung. Vielfältige Serviceangebote ergänzen das Angebot. Das Unternehmen verfügt über Präsenzen in mehr als 50 Ländern.

Der Geschäftsbereich gehört seit November 2017 zum Haniel-Portfolio. Gemäß dem Haniel-Investitionsfilter wurde das Unternehmen bereits vor der Akquisition unter CR-Gesichtspunkten untersucht. Auf den Ergebnissen der Due Diligence aufbauend wird die weitere Integration von ROVEMA auch dem Anspruch der Haniel-Holding an ein professionelles CR-Management Rechnung tragen: die wesentlichen CR-Themen zu priorisieren, daraus ein individuelles CR-Programm mit Zielen und Maßnahmen abzuleiten und dessen Umsetzung über die Etablierung einer angemessenen CR-Organisation zu gewährleisten.

IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:



Weitere Informationen unter www.rovema.de.

TAKKT

TAKKT bündelt ein Portfolio von B2B-Spezialversandhändlern für Geschäftsausstattung in Europa und Nordamerika. Jede Gesellschaft verfolgt dabei ein im Kern vergleichbares Geschäftsmodell, allerdings mit jeweils unterschiedlichem Fokus bei Kundengruppen, Produktsortimenten, Regionen oder Vertriebswegen. Die Vertriebsmarken konzentrieren sich vorwiegend auf den Verkauf langlebiger und preisstabiler Ausrüstungsgegenstände sowie Spezialartikel für den wiederkehrenden Einsatz an Firmenkunden. Das Sortiment umfasst Produkte aus den Bereichen Betriebs- und Lagereinrichtung, Büromöbel, Transportverpackungen, Displayartikel sowie Ausrüstungsgegenstände für den Gastronomiesektor und Lebensmitteleinzelhandel.

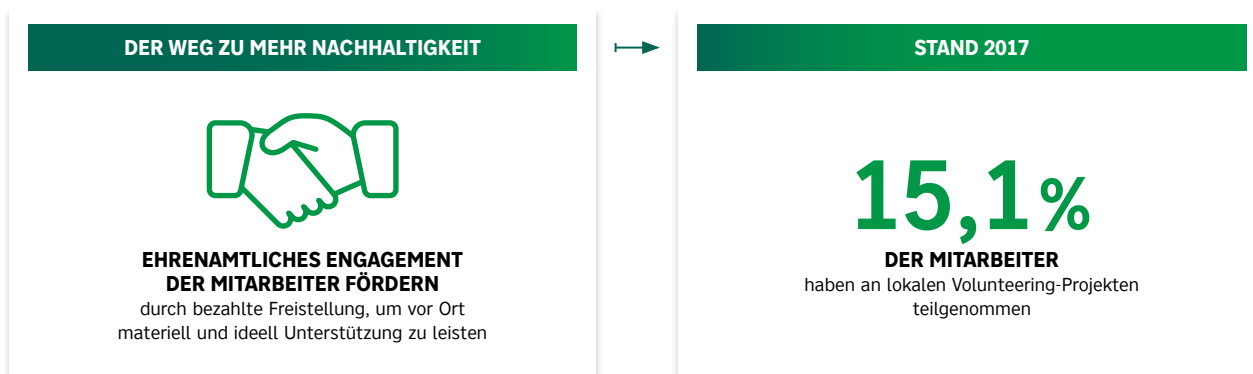
Bei TAKKT gehen profitables Wachstum und Nachhaltigkeit Hand in Hand: Mit der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsorganisation SCORE „Sustainable Corporate Responsibility“ wurde die Voraussetzung geschaffen, Maßnahmen zur nachhaltigen Unternehmensführung über alle Sparten hinweg zu koordinieren und im Tagesgeschäft umzusetzen. 2016 hat TAKKT die Nachhaltigkeitsstrategie für die kommenden Jahre entwickelt. Die bereits 2011 definierten Handlungsfelder Einkauf, Marketing, Logistik, Ressourcen & Klima sowie Mitarbeiter und Gesellschaft wurden im Stakeholder-Dialog mit Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Banken und Aktionären erneut bestätigt. Auch wurden die wesentlichen Themen identifiziert, gewichtet und entsprechende Maßnahmen zur Umsetzung und Zielerreichung entwickelt. Ein etabliertes Kennzahlensystem ist dabei ein wichtiges Instrument, um Fortschritte messbar und transparent zu machen.

FORTSCHRITTSBERICHT DER ZIELE 2017

Mitarbeiter – Gesellschaftliches Engagement

Gesellschaftliches Engagement ist für TAKKT ein wichtiger Bestandteil verantwortungsvollen Handelns. Das Unternehmen versteht sich als Teil der Gesellschaft und damit als Impulsgeber für lokale Projekte. Neben Organisationen und Einrichtungen, die sich für ökologische und soziale Themen einsetzen, fördert das Unternehmen insbesondere das ehrenamtliche Engagement seiner Mitarbeiter: Durch bezahlte Freistellung haben diese die Möglichkeit, vor Ort materiell und ideell Unterstützung zu leisten. Davon konnten 2017 rund 65,7 % der Mitarbeiter Gebrauch machen. Tatsächlich haben rund 15,1 % an lokalen Volunteering-Projekten teilgenommen. Somit konnte sowohl das Ziel, bis 2020 55–60 % der Mitarbeiter die Möglichkeit zur Freistellung zu bieten, als auch das Ziel, dass sich bis 2020 8–12 % der Mitarbeiter konkret engagieren, bereits erreicht werden.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE – GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

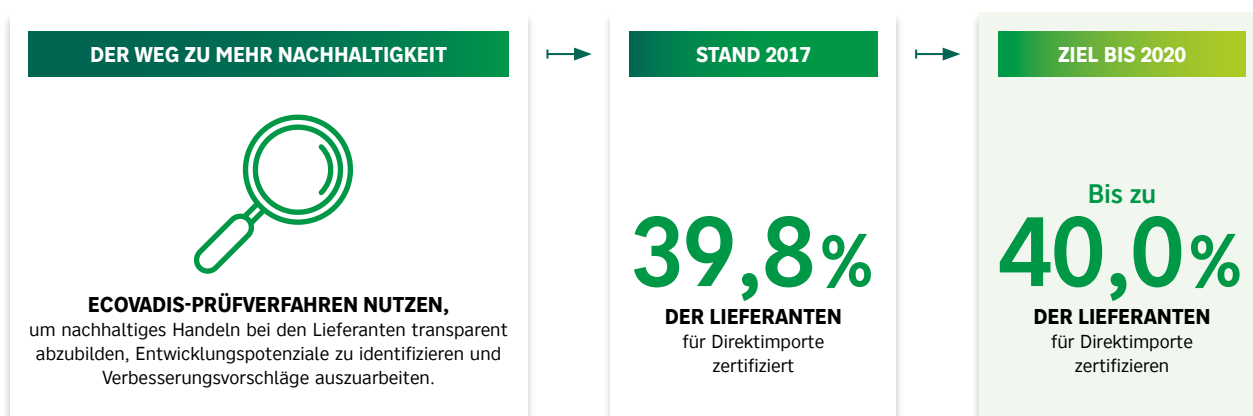


Wertschöpfungskette – Lieferantenbewertung

TAKKT entwickelt mit verantwortungsvoll handelnden Lieferanten langfristige partnerschaftliche Beziehungen – als Grundlage für gemeinsames Wachstum. Um die relevanten Aspekte nachhaltigen Handelns in den Geschäftsmodellen der Lieferanten transparent abzubilden und zugleich Entwicklungspotenziale zu identifizieren, kooperiert TAKKT mit der international anerkannten EcoVadis-Plattform. Die vier Bereiche, die im EcoVadis-Prüfverfahren analysiert werden, sind „Umwelt“, „Sozialbedingungen“, „Ethik“ und „Lieferkette“. Stärken in der Kategorie „Umwelt“ könnten zum Beispiel sein: ökologisches Fahrtraining, geräuscharme Autos und korrekte Entsorgung. Positive Merkmale bei den „Sozialbedingungen“ wären etwa niedrige Unfall-

raten oder die Präsenz von Gewerkschaftsmitgliedern. Im Komplex „Lieferkette“ könnte ein Defizit sein, dass die Menschenrechte, die in den Fertigungsstätten des Lieferanten umgesetzt werden, nicht auch für dessen Vorlieferanten gelten. Die Ergebnisse können die Produktmanager von TAKKT im Online-Portal einsehen, den Lieferanten daraufhin Verbesserungsvorschläge machen und Entwicklungspläne aufstellen. Das Bewertungsprogramm wurde 2013 erfolgreich getestet. Seitdem wird es schrittweise ausgeweitet. 2017 belief sich das Einkaufsvolumen von durch EcoVadis zertifizierten Lieferanten auf 46,8 %. Ziel ist es, diesen Wert bis 2020 auf 50–60 % zu steigern. Die EcoVadis-Plattform nutzt TAKKT auch, um Lieferanten für Direktimporte zu bewerten: 2017 waren 39,8 % von ihnen zertifiziert. Bis 2020 sollen es bis zu 40 % sein.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE – LIEFERANTENBEWERTUNG



Innovation – Ressourceneffizienz

Gedruckte Werbemittel wie Kataloge sind ein zentrales Medium der Kundenansprache im Direktmarketing. Gleichzeitig verursachen sie den größten Teil der CO₂-Emissionen von TAKKT. Deshalb arbeitet TAKKT ausschließlich mit effizienten und modernen Druckereien zusammen. Für die Produktion der Printwerbemittel werden nahezu ausschließlich Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet (FSC/PEFC). Mit der Weiterentwicklung des Geschäftsmodells zu einem Multi-Channel-Unternehmen, das den klassischen Katalog-Versand mit einem Online-Angebot und – wo sinnvoll – mit telefonischer Ansprache und dem Außendienst zu einem integrierten Angebot kombiniert, verbessert TAKKT kontinuierlich die Kundenansprache. Durch den systematischen Ausbau des elektronischen Handels steigert das Unternehmen die Effizienz des kundenorientierten Marketings und schont zugleich Ressourcen, indem der Papiereinsatz verringert wird. 2017 verbrauchte TAKKT rund 5,4 kg Papier pro Auftrag und konnte das für 2020 definierte Ziel von 6,0–6,5 kg bereits erreichen.

INNOVATION – RESSOURCENEFFIZIENZ

STAND 2017



5,4 kg
Papier pro Auftrag

VERBRAUCHT,
und damit das Ziel für 2020 bereits erreicht

**IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE
GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:**



Weitere Informationen unter
www.takkt.de/nachhaltigkeit.

FINANZ- BETEILIGUNGEN

Mit CECONOMY und METRO als Finanzbeteiligungen werden keine CR-Ziele in den Haniel-Handlungsfeldern vereinbart. Die Unternehmen treiben ihr Engagement unabhängig voran und verfügen jeweils über eine eigene CR-Organisation und -Strategie.

CECONOMY

CECONOMY erleichtert das Leben in der digitalen Welt. Der Nachhaltigkeitsansatz der MediaMarktSaturn Retail Group, der größten Beteiligung, knüpft eng an der Vision und Strategie von CECONOMY an. MediaMarktSaturn leitet daraus Nachhaltigkeitsziele in unterschiedlichen Handlungsdimensionen ab. Die CECONOMY AG befindet sich seit der Aufspaltung der METRO GROUP in der Entwicklung einer eigenen CR-Strategie. Die Ergebnisse dieses Prozesses werden in die Nachhaltigkeitsberichterstattung des Unternehmens einfließen.

Mehr unter

www.ceconomy.de/de/nachhaltigkeit/.

METRO

Ziel der METRO ist es, Mehrwert für die Kunden zu generieren und gleichzeitig belastende Auswirkungen zu verringern. Nachhaltigkeit bei METRO umfasst jeden einzelnen Aspekt des Handelns und ist fest in der Unternehmensstrategie integriert. Um ihrem Anspruch gerecht zu werden, hat die Finanzbeteiligung Nachhaltigkeit im Kerngeschäft verankert und berücksichtigt so effizient und lösungsorientiert Wechselwirkungen zwischen wirtschaftlichen sowie umwelt- und sozialbezogenen Aspekten. Das umfassende CR-Engagement entlang der Wertschöpfungskette beschreibt der Handelskonzern im Corporate Responsibility Fortschrittsbericht und auf der Website www.metroag.de/verantwortung.

**IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE
GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:**



WERTE LEBEN

Die Franz Haniel & Cie. GmbH ist seit über 260 Jahren im Besitz der Familie Haniel – und genauso lange gestaltet sie erfolgreich Wandel: 1756 als Ruhrorter Kolonialwarenhändler gestartet, steuert sie heute vom Standort Duisburg aus ein diversifiziertes Portfolio. Bei all dieser Dynamik geben fest verankerte Prinzipien Orientierung und sorgen dafür, dass das Unternehmen in Balance bleibt: die Haniel-Werte, die von der Eigentümerfamilie und dem Management gleichermaßen getragen werden. Sie stehen für das, was Haniel in der Vergangenheit erfolgreich gemacht hat, und was das Handeln in der Gegenwart prägt – die Fähigkeit, über Generationen hinweg Gemeinsinn und Geschäftssinn miteinander zu verbinden.

GEMEINSAMER WERTEKANON

IN GENERATIONEN DENKEN



Unsere Geschichte als ein über Jahrhunderte erfolgreiches Familienunternehmen prägt unser langfristiges Denken und Handeln.

WERT SCHAFFEN



Unsere nachhaltig wertsteigernde Unternehmensführung sichert unseren ökonomischen Erfolg – der uns verpflichtet und erlaubt, auch gesellschaftlichen Wert zu schaffen.

VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN



Es ist unsere Aufgabe, ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Ziele in Einklang zu bringen.

ALS UNTERNEHMER HANDELN



Vorausschauendes Handeln und ein ausgeprägter Gestaltungswille zeichnen uns auf allen Unternehmensebenen aus.

WANDEL GESTALTEN



Veränderung begreifen wir als Chance für nachhaltiges Wachstum – wobei wir uns nicht von den Geschehnissen leiten lassen, sondern Märkte aktiv gestalten.

MITARBEITER STÄRKEN



Damit unsere Mitarbeiter ihre Kreativität und Kompetenz bestmöglich für den Unternehmenserfolg einbringen können, fordern und fördern wir sie in einem vertrauensvollen Dialog.

Zu den Haniel-Werten verpflichten sich Unternehmen und Mitarbeiter auf allen Ebenen: Sie dienen als Kompass und zeigen die Richtung, in die sich Haniel entwickeln möchte. Deshalb ist es wichtig, dass die Mitarbeiter ein einheitliches Werteverständnis besitzen und sich an den gleichen Verhaltensgrundsätzen orientieren. Diese sind im **Code of Conduct** festgehalten, den das Unternehmen 2014 für alle Mitarbeiter überprüft und aktualisiert hat. Auf dieser Grundlage erlassen auch die Geschäftsbereiche vergleichbare Regelungen. Unter anderem orientiert sich der Code of Conduct an den zehn Prinzipien des **UN Global Compact**. Mit dem Beitritt zur Initiative der Vereinten Nationen hat sich Haniel dazu verpflichtet, die Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung einzuhalten und für deren Verbreitung zu sorgen. Die Geschäftsbereiche sind ebenfalls Mitglied des UN Global Compact oder bekennen sich zu dessen Leitsätzen.

Unter Corporate Responsibility wird heute im Unternehmen auch das verstanden, was Franz Haniel, der dem Unternehmen seinen Namen gab, im 19. Jahrhundert als „Ehrbarer Kaufmann“ vorgelebt hat. Er investierte mit Weitsicht in zukunftsweisende Geschäfte und hatte gleichzeitig das Wohl der Mitarbeiter und der Gesellschaft im Blick. Letzteres ist bis heute eine tragende Säule der CR-Strategie. Als Familienunternehmen übernimmt Haniel **Verantwortung für Mitarbeiter** und sorgt dafür, dass sie ihre Fähigkeiten und Kompetenzen entfalten können. Darüber hinaus werden die Beschäftigten für Ressourcen- und Umweltschutz sensibilisiert und die **Verantwortung im Denken und Handeln** jedes Einzelnen gefördert, sich im Unternehmensalltag für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen. Laut dem gemeinsamen Selbstverständnis der Familie Haniel und des Unternehmens gilt, dass ökonomischer Erfolg dazu verpflichtet, einen gesellschaftlichen Mehrwert zu leisten. Deshalb engagiert sich Haniel traditionell am Standort in Duisburg als **Unternehmensbürger**.

VERANTWORTUNG FÜR MITARBEITER AUF HOLDING-EBENE

Haniel betrachtet Herausforderungen wie die Globalisierung, den demografischen Wandel oder die Digitalisierung als gemeinsamen Gestaltungsauftrag für Unternehmen und Mitarbeiter. In beiderseitigem Interesse und Einvernehmen entwickelt die Holding Lösungen, um den sich verändernden Arbeitsmarktbedingungen gerecht zu werden. So sichert Haniel die elementaren Voraussetzungen für Wettbewerbsfähigkeit, Innovationskraft und den langfristigen Erfolg.

MITARBEITERDIALOG

Haniel pflegt einen offenen, vertrauensvollen Dialog mit den Mitarbeitern in der Holding. Um ein Feedback über das Engagement und die Zufriedenheit zu erhalten, führt die Holding im zweijährigen Abstand Mitarbeiterbefragungen durch – zuletzt 2016. Neben der Kommunikation der Gesamtergebnisse an alle Mitarbeiter wurden in den Zentralabteilungen die jeweiligen Resultate mit den Führungskräften besprochen und bei Bedarf Maßnahmen abgeleitet. Darüber hinaus besprechen Mitarbeiter beim jährlichen Mitarbeiterdialog gemeinsam mit dem Vorgesetzten persönliche Stärken und legen Entwicklungsziele fest – zum Beispiel die Teilnahme an Seminaren und Trainings in der Haniel Akademie.

ARBEITSBEDINGUNGEN

Neben einer attraktiven Vergütung bietet Haniel Mitarbeitern der Holding unterschiedliche Zusatzleistungen an, um die Zufriedenheit der Mitarbeiter zu steigern, darunter Zuschüsse zur Kinderbetreuung oder eine arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge. Für eine bessere Vereinbarung von Berufs- und Privatleben ermöglicht Haniel eine flexible Gestaltung der Arbeitszeit. Zur Gesundheitsvorsorge wird eine Reihe von zum Teil kostenlosen Vorsorgeuntersuchungen und Sportkursen angeboten. Darüber hinaus bietet die Haniel Akademie Trainings zum Gesundheits- und Stressmanagement an. Um den Alltag auch bei besonders belastenden Veränderungen im Privat- oder Berufsleben zu meistern, können weitestgehend alle Mitarbeiter der Haniel-Gruppe in Deutschland die Beratung durch einen Familienservice nutzen.

HANIEL AKADEMIE

Haniel-Mitarbeiter werden dabei unterstützt, ihre fachlichen und persönlichen Kompetenzen zu stärken und ihr Leistungspotenzial auszuschöpfen. Dazu bietet ihnen das eigene Management Center, die Haniel Akademie, ein breitgefächertes Trainingsspektrum an. Auch liegt es in der Verantwortung der Holding, Top-Führungskräfte für die Geschäftsbereiche auszuwählen und zu entwickeln. Deshalb fördert Haniel die Professionalisierung, Weiterbildung und Vernetzung von

Fach- und Führungskräften innerhalb der gesamten Gruppe. Einen zentralen Beitrag leistet hier die Haniel Akademie beispielsweise mit den maßgeschneiderten Entwicklungsprogrammen des „Haniel Leadership Curriculum“. Dort bauen aufstrebende Talente, Führungskräfte und Top-Manager ihr Führungspotenzial weiter aus. Das gruppenweite Akademieprogramm greift aktuelle Herausforderungen und Schwerpunktthemen wie Agilität und Flexibilität von Unternehmen in einem dynamischen Umfeld auf, unter anderem mit Trainings zur digitalen Kompetenz.

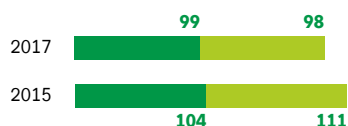
MITARBEITER DER HANIEL-HOLDING

■ MÄNNLICH

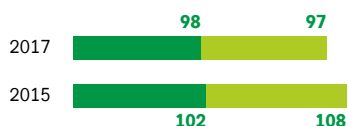
■ WEIBLICH

STICHTAG: 31.12.2017 (KOPFZAHL)

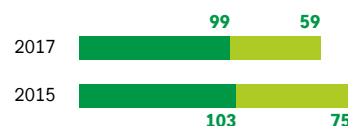
ANZAHL DER MITARBEITER



MITARBEITER MIT UNBEFRISTETEN VERTRÄGEN



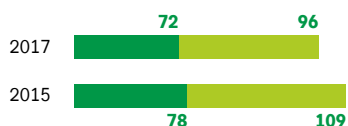
MITARBEITER IN VOLLZEIT



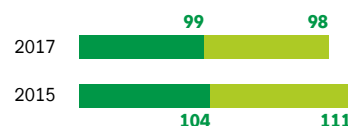
LEITENDE ANGESTELLTE



NICHT LEITENDE ANGESTELLTE



MITARBEITER AM STAMMSITZ IN DEUTSCHLAND



ANTEIL DER MITARBEITER MIT KOLLEKTIVVEREINBARUNG (TARIFVERTRAG)



IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:



VERANTWORTUNG IM DENKEN UND HANDELN AUF HOLDING-EBENE

Als Portfolio-Manager liegt bei Haniel ein großer Stellhebel zur Reduktion der ökologischen Auswirkungen bei den Geschäftsbereichen, in deren Händen das operative Geschäft liegt. Gleichwohl initiiert auch die Holding verschiedene Maßnahmen, um die ökologischen und sozialen Auswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit zu reduzieren.

RESSOURCENEFFIZIENZ

Natürliche Ressourcen werden in der Holding zweckmäßig und sparsam verwendet, um sicherzustellen, dass die Geschäftsaktivitäten einen möglichst geringen Einfluss auf die Umwelt haben. Entsprechend wird das Bewusstsein bei den Mitarbeitern gefördert. Auch setzt sich Haniel für die Verbreitung und Anwendung umweltfreundlicher Technologien ein. Beispielsweise wurden am Unternehmenssitz Kälte- und Wärme-erzeugungsanlagen installiert, mit denen ab 2016 der jährliche Energieverbrauch im Vergleich zu 2014 um mindestens 15 % gesenkt wurde. 2013 hat die Holding eine Green Car Policy eingeführt, die CO₂-Grenzwerte bei der Neuwagenbestellung berücksichtigt.

RESSOURCENEFFIZIENZ

DER WEG ZU MEHR NACHHALTIGKEIT



NATÜRLICHE RESSOURCEN SPARSAM VERWENDEN

u. a. durch die Installation von Kälte- und Wärme-erzeugungsanlagen am Unternehmenssitz



AB 2016

-15%

JÄHRLICHER ENERGIEVERBRAUCH
IM VERGLEICH ZU 2014

LIEFERANTEN

Die Franz Haniel & Cie. GmbH bezieht als strategische Führungsholding ausschließlich Waren zu Nicht-handelszwecken wie Büromaterial, IT-Ausstattung und Dienstwagen. Bei der Lieferantenauswahl gelten verschiedene Kriterien: Neben dem Preis spielen die Qualität von Produkten sowie die Auftragsabwicklung eine wichtige Rolle. Zudem bevorzugt die Holding gruppeninterne Lieferanten. Die Einkaufsrichtlinie der Holding stellt sicher, dass Mindestanforderungen bei Einkaufsprozessen und Ausschreibungsverfahren eingehalten werden. Beim Bezug von Waren und Dienstleistungen wird darüber hinaus auf Umwelt- und Ressourcenschutz geachtet – zum Beispiel bei der Auswahl des Stromanbieters: Seit 2013 bezieht die Holding zu 100 % Strom aus erneuerbaren Energiequellen.

INNOVATION: RESSOURCENEFFIZIENZ

SEIT 2013



100%

STROM AUS ERNEUERBAREN ENERGIEQUELLEN

IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE
GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:



VERANTWORTUNG FÜR DIE GESELL- SCHAFT AUF HOLDING-EBENE

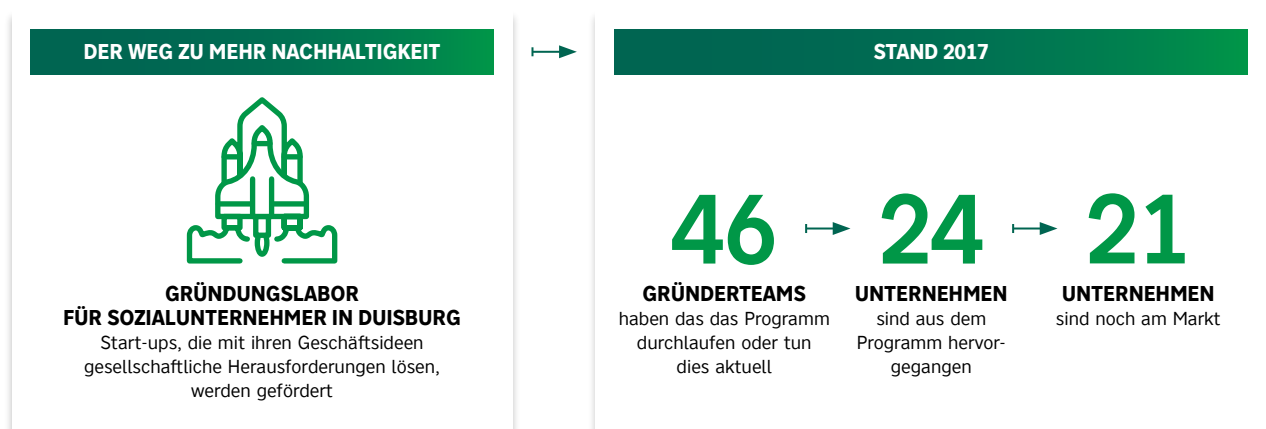
Den Haniel-Werten folgend engagiert sich die Holding auch über das Kerngeschäft hinaus für die Gesellschaft. Als Unternehmensbürger unterstützt sie finanziell, sachlich und ideell Initiativen und Projekte am Standort in Duisburg – mit dem Ziel, den Lebenswert der Stadt zu steigern und einen langfristigen Nutzen für die Region zu schaffen. Um mit vereinten Kräften mehr zu erreichen und Kompetenzen zu bündeln, arbeitet Haniel dabei mit starken Partnern zusammen.

SOCIAL IMPACT LAB

In Kooperation mit der gemeinnützigen Social Impact gGmbH, der Prof. Otto Beisheim Stiftung und der KfW Stiftung hat Haniel 2015 ein Gründungslabor für Sozialunternehmer in Duisburg ins Leben gerufen. Start-ups, die mit ihren Geschäftsideen gesellschaftliche Herausforderungen lösen, erhalten für acht Monate ein Stipendium, das professionelle Beratung, Coaching, Workshops und die notwendige Arbeitsinfrastruktur umfasst. Unter unternehmerischer Verantwortung versteht Haniel auch, Kompetenzen und Fähigkeiten der Mitarbeiter gewinnbringend für die Gesellschaft einzusetzen. Daher können sich Fach- und Führungskräfte ehrenamtlich als Mentoren im Gründungslabor engagieren und den Stipendiaten mit ihrem Know-how beratend zur Seite stehen. Zum 31. Dezember 2017 haben bereits 46 Gründerteams das Programm durchlaufen oder tun dies aktuell. Daraus sind 24 Unternehmen hervorgegangen, wovon 21 noch am Markt sind.

Mehr zum Social Impact Lab Duisburg gibt es auf der [Website](#).

SOCIAL IMPACT LAB



BILDUNGSFÖRDERUNG

Im Bereich Bildungsförderung gehen das Unternehmen und die Haniel Stiftung in Duisburg Hand in Hand: 2010 wurde das Kooperationsprojekt „Bildung als Chance“ gemeinsam mit Ashoka Deutschland und den drei Sozialunternehmern apeiros e.V., Chancenwerk e.V. und Teach First Deutschland ins Leben gerufen. Alle drei Initiativen verfolgen mit ihren individuellen Ansätzen das gleiche Ziel: Bildungsbarrieren abzubauen und Schülern den Weg in eine erfolgreiche berufliche Zukunft zu bereiten. Mittlerweile erreicht das Projekt 23 Duisburger Schulen und jährlich rund

2.000 Schüler. Neben dem Schwerpunkt „Bildungschancen“ konzentriert sich die Haniel Stiftung auf „Nachwuchsförderung“: Mit diversen Stipendienprogrammen fördert sie den talentierten Führungsnachwuchs, damit dieser mit nachhaltigen Ideen und kreativen Ansätzen zu einem gesellschaftlichen Wandel für ein werteorientiertes Unternehmertum beiträgt. Bislang wurden 1.600 Nachwuchsführungskräfte mit Stipendien gefördert.

Mehr zum Engagement der Haniel-Stiftung gibt es auf der [Website](#).

BILDUNGSFÖRDERUNG



STANDORTVERANTWORTUNG

Über das beschriebene Engagement hinaus setzt sich Haniel für viele Initiativen und Projekte am Unternehmensstandort ein. Beispielsweise veranstaltet die Holding gemeinsam mit der Deutschen Oper am Rhein, der Stadt Duisburg und den Duisburger Philharmonikern alle zwei Jahre das **Haniel Klassik Open Air**. Damit ermöglicht das Unternehmen den Duisburger Bürgern freien Zugang zur Hochkultur und den Musikhäusern, neue Zielgruppen zu erreichen.

IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:



ÜBER DEN CR-BERICHT

Mit diesem Bericht veröffentlicht Haniel den dritten Corporate Responsibility-Report, der anhand der GRI G4-Leitlinien erstellt wurde. Der Berichtszeitraum bezieht sich auf das Kalenderjahr 2017, der Stichtag für die Datenerhebung ist der 31. Dezember 2017.

Eine externe Prüfung ist nicht erfolgt. Der erste Haniel-CR-Bericht „Wertepapier“ ist am 28. April 2014 in gedruckter Version erschienen. Eine Berichterstattung gemäß den GRI-Leitlinien erfolgt alle zwei Jahre. Zudem berichtet Haniel jährlich im Geschäftsbericht transparent über Fortschritte bei den CR-Aktivitäten. Die Holding hat die grundsätzliche Erwartung an die Geschäftsbereiche, dass diese auf das eigene Geschäftsmodell zugeschnittene CR-Strategien entwickeln und die Ergebnisse – ab einem gewissen Fortschritt des jeweiligen Geschäftsbereichs – transparent in Nachhaltigkeitsberichten gemäß der GRI-Leitlinien berichten.

Bei Fragen zu Corporate Responsibility bei Haniel wenden Sie sich an responsibility@haniel.de.



Der Bericht wurde „In Übereinstimmung“ mit den GRI G4-Leitlinien erstellt – „Kern“-Option. Der Bericht wurde für den GRI Materiality Disclosure Service eingereicht und GRI hat die Richtigkeit der Position der G4 Materiality Disclosures bestätigt (G4-17–G4-27)

Hier finden Sie die PDF zum [GRI-Content Index](#).

IN DIESEM ABSCHNITT WERDEN FOLGENDE GRI-INDIKATOREN ABGEBILDET:



Kontakt / Impressum

Franz Haniel & Cie. GmbH

Franz-Haniel-Platz 1
47119 Duisburg
Deutschland
Telefon +49 203 806-0
info@haniel.de
www.haniel.de

BekaertDeslee Holding NV

Deerlijkseweg 22
8790 Waregem
Belgien
Telefon +32 56 62 41 11
info@bekaertdeslee.com
www.bekaertdeslee.com

CWS-boco International GmbH

Franz-Haniel-Platz 6-8
47119 Duisburg
Deutschland
Telefon +49 203 987165-8000
info@cws-boco.com
www.cws-boco.com

Verantwortlich für den Inhalt**Franz Haniel & Cie. GmbH**

Franz-Haniel-Platz 1
47119 Duisburg
Deutschland
Telefon +49 203 806-0
info@haniel.de
www.haniel.de

ELG Haniel GmbH

Kremerskamp 16
47138 Duisburg
Deutschland
Telefon +49 203 4501-0
info@elg.de
www.elg.de

Optimar International AS

Valderøyvegen 1129
6050 Valderøy
Norwegen
Telefon +47 70 10 80 00
info@optimar.no
www.optimar.no

ROVEMA International GmbH

Industriestraße 1
35463 Fernwald
Deutschland
Telefon +49 641 409-0
info@rovema.de
www.rovema.com

Beratung, Konzept & Design

Silvester Group
www.silvestergroup.com

TAKKT AG

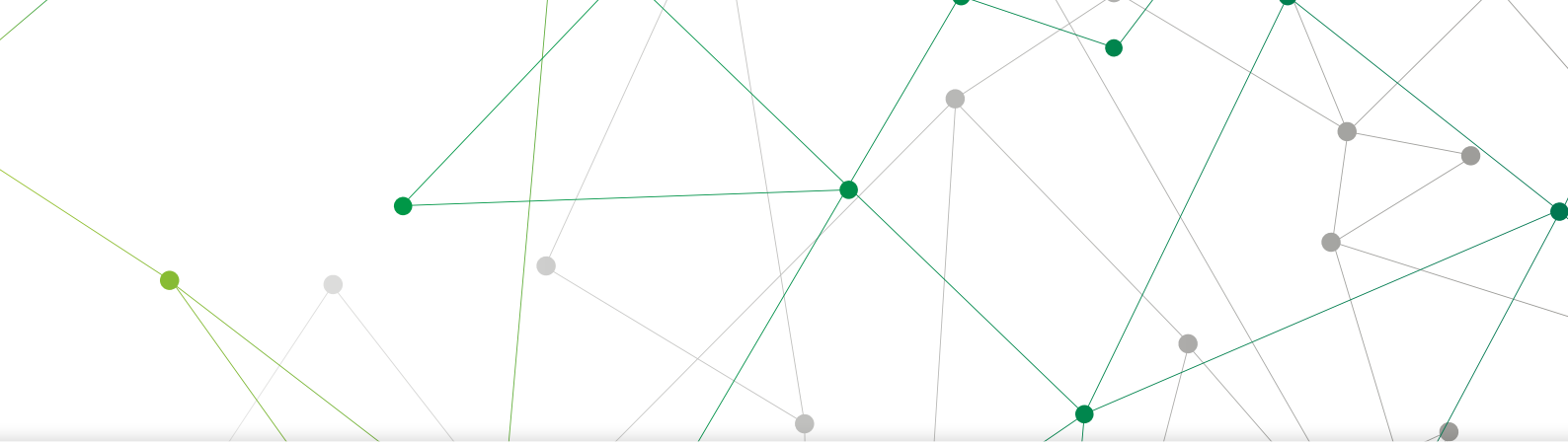
Presselstraße 12
70191 Stuttgart
Deutschland
Telefon +49 711 3465-80
service@takkt.de
www.takkt.de

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Deutschland
Telefon +49 211 6886-4252
presse@metro.de
www.metroag.de

CECONOMY AG

Benrather Straße 18-20
40213 Düsseldorf
Deutschland
Telefon +49 211 5408-7000
info@ceconomy.de
www.ceconomy.de



haniel.de

Franz Haniel & Cie. GmbH

Franz-Haniel-Platz 1
47119 Duisburg
Deutschland
Telefon +49 203 806-0
info@haniel.de
www.haniel.de



Sie finden den Haniel-Corporate
Responsibility Bericht auch online:
<http://haniel-cr2017.corporate-report.com>

