

2024

# Nachhaltigkeitsbericht

# Inhalt

16

Nachhaltigkeitsstrategie 2030+

36

Ökologische Verantwortung

70

Unternehmerische Verantwortung

56

Gesellschaftliche Verantwortung

58

Unsere Mitarbeitenden

72

Compliance

04	Editorial	26	<b>Unsere Produkte – Sortimentsübersicht und Leistungsangebote</b>	44	Klimaschutz	66	Qualität schafft Vertrauen
05	Grundlagen des Berichts			45	Ermittlung der Treibhausgasemissionen	68	Dorfgemüsegarten Heerde
06	Vision & Mission	28	Unsere Produkte – Dash – Vermeiden statt recyceln	46	Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen	69	Gemeinsam umweltneutral handeln
08	Das ist dalli	30	Unsere Produkte – Sun Med, Lasan	48	Mit Forschung und Entwicklung die Zukunft nachhaltiger gestalten	<b>70</b>	<b>Unternehmerische Verantwortung</b>
10	Unsere Erfolge	32	Historie	50	Palmöl, Palmkernöl und deren Derivate	72	Compliance – ein Balanceakt zwischen Tradition und Moderne
12	Die dalli group auf einen Blick	34	Unsere Standorte	52	Ressourcen – Verpackungen	76	Nachhaltigkeit im Einkauf
14	Nachhaltigkeit als strategischer Erfolgsfaktor	<b>36</b>	<b>Ökologische Verantwortung</b>	53	Verpackungsmengen	78	Nachhaltigkeit im Produktionsbetrieb
<b>16</b>	<b>Nachhaltigkeitsstrategie 2030+</b>	38	Umweltauswirkungen	54	Recycling	80	Zertifizierungen – unabhängig bestätigt
20	Nachhaltigkeitsmanagement und Organisation	40	Umweltkosten im Fokus	<b>56</b>	<b>Gesellschaftliche Verantwortung</b>	82	DNK-Index
22	Ziele der Vereinten Nationen	42	Umweltleistungsbewertung	58	Unsere Mitarbeitenden	87	Impressum
23	Unsere Stakeholder	43	Entwicklung der Umweltleistung	64	Arbeits- und Gesundheitsschutz		
24	Wesentlichkeit						

2

dalli Nachhaltigkeit

2024

3

# Liebe Leserinnen und Leser,

Nachhaltigkeit ist mehr als ein Trend – sie ist eine zentrale verantwortungsvolle Aufgabe und bietet eine Chance für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg. Als Unternehmen sind wir uns bewusst, dass unser Handeln Auswirkungen auf die Umwelt, die Gesellschaft und unsere wirtschaftliche Zukunft hat. Deshalb haben wir einen klaren systematischen Nachhaltigkeitsansatz entwickelt, der auf einem umfassenden Verständnis der Folgen unseres Handelns basiert.

Unser Ziel ist es, nachhaltige Innovationen voranzutreiben, Ressourcen effizient zu nutzen und unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck kontinuierlich zu reduzieren. Dabei setzen wir auf die Optimierung unserer Prozesse, den Einsatz moderner Technologien und eine nachhaltige Lieferkette. Zugleich übernehmen wir soziale Verantwortung, indem wir faire Arbeitsbedingungen schaffen, Vielfalt und Chancengleichheit fördern und uns für das Wohl der Gemeinschaft engagieren. Ein verantwortungsvolles und

langfristig orientiertes Wirtschaften bildet die Grundlage all unseres Handelns – denn nur so können wir nachhaltiges Wachstum mit gesellschaftlichem Mehrwert verbinden.

Doch Nachhaltigkeit ist kein statischer Zustand, sondern ein fortlaufender Prozess. Klar ist für uns, dass noch viel zu tun ist. Wir setzen uns ehrgeizige Ziele, um unseren positiven Beitrag zu optimieren. Eine zentrale Bedeutung haben hierbei Innovation, Zusammenarbeit und Dialog – denn nur gemeinsam können wir eine nachhaltige Zukunft gestalten.

Ich danke allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie unseren Partnern, die mit ihrem Engagement und ihrer Leidenschaft dazu beitragen, unseren Nachhaltigkeitsansatz erfolgreich umzusetzen. Lassen Sie uns diesen Weg gemeinsam weitergehen.

**Christoph Osegowitsch**  
Sprecher der GF und COO

# Grundlagen des Berichts

## Berichtsgrenzen und Datenerfassung

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

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

Jahreshälfte 2026 erscheinen und das Geschäftsjahr 2025 umfassen.

## Anwendung des Berichtstandards des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)

Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht orientieren wir uns an den Kriterien des DNK (Stand 2022) als anerkannte Basis für Vergleichbarkeit und Transparenz.

### Redaktionelle Anmerkung

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



# Vision & Mission

*We make life easy*

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

Die Geschäftsführung der dalli group:  
**Christoph Osegowitsch** (Mitte) ist Sprecher der Geschäftsführung und als Chief Operations Officer (COO) für die Supply Chain verantwortlich. **Volker Hesse** (links) ist als Chief Commercial Officer (CCO) für die Bereiche Vertrieb, Marketing sowie Forschung und Entwicklung zuständig. **Dr. Richard Espenhahn** (rechts) übernimmt als Chief Financial Officer (CFO) die Verantwortung für das Finanzwesen des Unternehmens.

Unsere Mission ist es, unseren Kunden weltweit hochwertige Produkte und Lösungen für ihre Reinigungs- und Pflegebedürfnisse zur Verfügung zu stellen.

Wir legen großen Wert auf Innovation und Nachhaltigkeit, um sicherzustellen, dass unsere Produkte nicht nur effektiv, sondern auch umweltfreundlich sind.

Durch kontinuierliche Forschung und Weiterentwicklung kreieren wir Produkte, die sowohl die Bedürfnisse unserer Kunden erfüllen als auch zum Schutz unseres Planeten beitragen.

## Unsere Werte

### Leidenschaft

Wir handeln aus Überzeugung und übernehmen Verantwortung für unser Tun.

### Partnerschaftliche Zusammenarbeit

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

### Pioniergeist

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

### Zielorientierung

Wir fokussieren uns auf unsere gemeinsamen Ziele und arbeiten ergebnisorientiert.



# So wirken wir für das Wohl nachfolgender Generationen

## Natur

**Wir streben eine kreislauforientierte und klimaneutrale Zukunft und die Regeneration der Natur an.**

## Klima

Ein klimaneutrales Unternehmen durch Dekarbonisierung unserer Prozesse und Rohstoffe werden.

## Kreislaufwirtschaft

Geschlossene Materialkreisläufe mit unseren Produkten, Verpackungen und Technologien fördern.

## Natürliche Ressourcen

Die Biodiversität mit Fokus auf Wälder, Land und Wasser schützen und wiederherstellen sowie natürliche Ressourcen verantwortungsvoll nutzen.

## Gemeinschaft

**Wir tragen aktiv dazu bei, dass Menschen ein besseres Leben führen können, mit unserem Unternehmen und unseren Marken.**

## Chancengerechtigkeit

Diversität, Gerechtigkeit und Inklusion stärken, Menschenrechte achten und bessere Lebensbedingungen gestalten.

## Bildung

Das lebenslange Lernen und Bildung unterstützen und Menschen zu mehr Nachhaltigkeit motivieren.

## Wohlergehen

Die Gesundheit und das Wohlergehen fördern und zum sozialen Fortschritt beitragen.

## Partner

**Wir sind der Produktqualität und -sicherheit verpflichtet und sichern dabei den unternehmerischen Erfolg durch Integrität.**

## Leistung

Verlässlich erstklassige Produktqualität und -sicherheit bieten – als Grundlage für unseren Geschäftserfolg.

## Transparenz

Nachhaltigkeit in unsere Unternehmensführung integrieren, mit transparenter Berichterstattung, Offenlegung und Engagement.

## Zusammenarbeit

Verantwortungsvolle Geschäftspraktiken überall anwenden und gemeinsam mit unseren Partnern nachhaltig handeln.

Das ist dalli:

1.120 Rohstoffe

3.233 Produkte

496 Rohstoff- und Packmittellieferanten

1.300 Mitarbeiter  
aus 31 Nationen

33 Auszubildende

5 Standorte

775 Mio.  
Umsatz

(inkl. Mäurer & Wirtz)

27% Frauen in  
Führungspositionen

884 Rezepturen

316 dalli Eigenmarkenprodukte

136 Kunden

# Unsere Erfolge

Auch im Jahr 2024 haben wir in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit spürbare Fortschritte erzielt. Dieser Erfolg ist das Ergebnis des engagierten Einsatzes unserer Mitarbeitenden – sie sind der Motor für unsere kontinuierliche Entwicklung.



Unsere 180-Jahr-Feier Anfang Juli 2025 in Stolberg



## Mitarbeiter-Benefits-Programm

Unser Benefits-Programm haben wir weiter ausgebaut. Es wurde beispielsweise ergänzt um eine betriebliche Krankenzusatzversicherung für alle Mitarbeitenden und das Programm Bike-Leasing.

## Klimaschutzziele

Wir haben unsere Meilensteinziele im Rahmen unserer strategischen Klimaschutzziele sowohl bei den direkten THG-Emissionen (Scope 1&2) als auch bei den indirekten THG-Emissionen (Scope 3) deutlich übertroffen und unsere Verpflichtungserklärung zum Klimaschutz bei der SBTi eingereicht.



## Zertifizierungen

Alle Re-Zertifizierungen und Wiederholungsbegutachtungen, inklusive unseres Nachhaltigkeitsmanagements, konnten sehr erfolgreich abgeschlossen werden.

## Auszeichnung mit der ecovadis-Silbermedaille

In der aktuellsten Bewertung durch ecovadis in 2024/2025 wurden wir erneut mit der Silbermedaille ausgezeichnet und zählen zu den 15 Prozent der am besten bewerteten Unternehmen.



## Umweltleistung verbessert

Unsere Umweltleistung haben wir seit dem gesetzten Basisjahr 2020 um 17 Prozentpunkte verbessern können. Um unsere ambitionierte strategische Zielsetzung der durchschnittlichen jährlichen Verbesserung um 2 Prozentpunkte fortzuschreiben, haben wir als neues Basisjahr 2024 festgeschrieben.

## Bestes Rating bei der RSPO Shared Responsibility Scorecard

Zum wiederholten Mal haben wir die Bestnote von 10,0 in der Scorecard erreicht, damit sind wir eins von insgesamt nur drei Unternehmen in Deutschland, die diese Bewertung erreichen konnten.



# 100 %



Familienunternehmen



ausgezeichnete  
Qualität



fachkundig & professionell



umweltbewusst



innovativ &  
lösungsorientiert

## Die dalli group auf einen Blick

Die dalli group ist ein bedeutendes Unternehmen in der europäischen Konsumgüterindustrie. Sie präsentiert sich heute als internationaler Konzern mit einer 180-jährigen Geschichte.

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

### **Zu den Hauptkategorien unserer Produktion gehören:**

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

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

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

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

Trotz der – auch aktuell anhaltenden – schwierigen Rahmenbedingungen war und ist Nachhaltigkeit stets ein zentraler Aspekt der Unternehmensphilosophie. Die Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie dalli 2030+ werden immer konsequent verfolgt.

„Die Welt verändert sich durch dein Vorbild,  
nicht durch deine Meinung.“

Paulo Coelho

Achim Beck und Roland  
Schürmann, Heads of SHEQ,  
Nachhaltigkeitsbeauftragte



Nachhaltigkeit als strategischer Erfolgsfaktor

# Unser Weg in eine verantwortungsvolle Zukunft

Nachhaltigkeit ist heute ein entscheidender Faktor für den langfristigen Geschäftserfolg und die gesellschaftliche Akzeptanz von Unternehmen. Die Herausforderungen, vor denen wir stehen – vom Klimawandel über soziale Gerechtigkeit bis hin zu wirtschaftlicher Stabilität –, erfordern ein klares Bekenntnis zu nachhaltigem Handeln

und eine strategische Ausrichtung, die ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte gleichermaßen berücksichtigt.

Unser Nachhaltigkeitsansatz soll sich positiv auf Umwelt und Gesellschaft auswirken, ohne dabei die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit aus den Augen zu verlieren. Dafür konzentrieren wir uns auf das Wesentliche: nachhaltige Innovationen, verantwortungsbewusste Ressourcennutzung und die Förderung sozialer Gerechtigkeit. Eine enge Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern – darunter Kunden, Partner, Mitarbeitende und die Gesellschaft – ist dabei essenziell. Nur gemeinsam können wir tragfähige Lösungen entwickeln, die über unser Unternehmen hinaus Wirkung entfalten.

Ein wichtiger Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist die Beteiligung an übergreifenden Initiativen und Netzwerken. Durch Kooperationen auf unterschiedlichsten Ebenen setzen wir Impulse für nachhaltige Entwicklungen und treiben Innovationen entschlossen voran. Proaktives Handeln ist der Schlüssel zu einer guten Zukunft – deshalb nehmen wir unsere Verantwortung ernst und gestalten Veränderungen aktiv mit.

Unsere Maßnahmen sind langfristig ausgerichtet und darauf ausgelegt, sowohl den ökologischen Fußabdruck zu minimieren als auch soziale und wirtschaftliche Mehrwerte zu schaffen. Denn wir sind überzeugt: Nachhaltiges Handeln sichert nicht nur unseren heutigen Erfolg, sondern legt den Grundstein für eine lebenswerte Zukunft – für unser Unternehmen, die Gesellschaft und kommende Generationen.

# Nachhaltigkeits-Strategie

Die Nachhaltigkeitsstrategie dalli 2030+ legt die grundlegende Richtung fest, in die sich unsere Organisation entwickeln soll, und beschreibt die Ansätze zur Erreichung unserer langfristigen Ziele.

Sie bietet unserem Unternehmen und unseren Mitarbeitenden die notwendige Orientierung, um aus den allgemeinen Zielsetzungen der Strategie konkrete Maßnahmen für den jeweiligen Tätigkeitsbereich abzuleiten.

Basierend auf der Wesentlichkeitsanalyse haben wir in drei Handlungsdimensionen insgesamt neun relevante Handlungsfelder identifiziert.

## Ökologische Verantwortung

Unser Anspruch: Wir wollen unseren ökologischen Fußabdruck auf ein Minimum reduzieren.



## Gesellschaftliche Verantwortung

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



## Unternehmerische Verantwortung

Unser Anspruch: Wir sehen unser unternehmerisches Handeln als Basis, um unserer Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht werden zu können.



## Klima

### Strategische Zielsetzung

Bis 2030 wird dalli die produktionsbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen um mindestens 45,4 Prozent im Vergleich zu 2020 gesenkt haben. Die dalli Group verpflichtet sich, die absoluten Scope-3-Treibhausgasemissionen aus eingekauften Waren und Dienstleistungen, Investitionsgütern, kraftstoff- und energiebezogenen Aktivitäten, vorgelagertem Transport und Verteilung, Abfall aus dem Betrieb, Geschäftsreisen, Mitarbeiterpendeln und der Entsorgung verkaufter Produkte bis 2030 um 30,0 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2020 zu reduzieren.

### Strategische Zielsetzung

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

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



## Natur



## Ressourcen

### Strategische Zielsetzung

Bis 2030 wird dalli bei den eingesetzten Verpackungsmaterialien für alle Artikel einen Anteil von mindestens 80 Prozent Recyclingmaterialien erzielen. Bis 2030 wird dalli bei all seinen Produktverpackungen eine Recyclingfähigkeit von mindestens 80 Prozent erreichen. Ab 2035 werden aus dem normalen Produktionsbetrieb bei dalli keinerlei Abfälle auf Deponien entsorgt.

## Ökologische Verantwortung



## Menschenrechte & Arbeit

### Strategische Zielsetzung

Wir wollen hinsichtlich der Unfallraten zu den besten Unternehmen unserer Branche gehören.

Bis 2030 wird dalli die Arbeitssicherheit je geleisteter Arbeitsstunde um 50 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 2020 erhöhen.

Wir erreichen jährlich alle Mitarbeitenden mit gezielten Sicherheitstrainings oder über Sicherheits- und Gesundheitsaktionen.

### Strategische Zielsetzung

Dalli will bis 2035 den Anteil von Frauen in Führungspositionen auf den Prozentsatz erhöhen, der dem Anteil der Frauen an der Belegschaft entspricht. Das Unternehmen wird in Zusammenarbeit mit seinen Tarifpartnern sicherstellen, dass die Vergütung im Einklang mit den branchenüblichen Standards und den individuellen Fähigkeiten und Verantwortlichkeiten unserer Mitarbeitenden steht.

Wir werden geschlechterspezifische Gehaltsunterschiede aktiv identifizieren und beseitigen sowie Maßnahmen für die Förderung der Chancengerechtigkeit in der Entlohnungspolitik ergreifen.



## Chancengerechtigkeit



## Wohlergehen

### Strategische Zielsetzung

Das Unternehmen verpflichtet sich, sichere Produkte zu entwickeln, zu produzieren und zu vertreiben, die ein gesundes Leben unterstützen.

Außerdem wollen wir ein gesundes Arbeitsumfeld schaffen, das die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden bestmöglich fördert.

# Gesellschaftliche Verantwortung



## Governance

### Strategische Zielsetzung

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

### Strategische Zielsetzung

Wir wollen Lieferantenpartnerschaften für eine nachhaltigere Lieferkette aufbauen und durch Multi-Stakeholder-Partnerschaften Wissen und Ressourcen wirksamer zur Förderung der Nachhaltigkeit einsetzen.

Bilaterale Partnerschaften zur Förderung von Innovationen sollen gestärkt werden.



## Partnerschaften



## Leistung

### Strategische Zielsetzung

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

# Unternehmerische Verantwortung

# Nachhaltigkeitsmanagement und Organisation

**Wir als Familienunternehmen mit einer 180-jährigen Firmengeschichte sehen uns als Teil der Gesellschaft, die auf eine intakte Umwelt angewiesen ist. Bei unserem Handeln behalten wir stets die ökonomischen, ökologischen und sozialen Effekte im Blick.**

**Wir setzen auf ein strukturiertes und systematisches Nachhaltigkeitsmanagement, das sich an den Anforderungen des international anerkannten Standards IQ Net SR10 orientiert. Dieser Ansatz gewährleistet, dass unsere Nachhaltigkeitsstrategie regelmäßig unabhängig überprüft und kontinuierlich optimiert wird.**

## Ein systematischer Ansatz für nachhaltigen Erfolg

Die Implementierung eines standardisierten Nachhaltigkeitsmanagements ermöglicht es uns, ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte konsequent in unsere Geschäftsprozesse zu integrieren. Durch die regelmäßige, unabhängige Evaluierung nach IQ Net SR10 stellen wir sicher, dass unsere Maßnahmen wirksam sind und stetig weiterentwickelt werden.

## Zentrale Steuerung mit breit aufgestelltem Gremium

Um Nachhaltigkeit ganzheitlich in unsere Firma einzubinden, setzen wir auf ein zentrales Nachhaltigkeitsgremium. Hier sind alle Unternehmenseinheiten vertreten, sodass eine bereichsübergreifende Zusammenarbeit gewährleistet ist. Diese Struktur fördert den Austausch und die effiziente Umsetzung nachhaltiger Initiativen in allen Unternehmensbereichen.

## Expertenwissen gezielt nutzen

Nachhaltigkeit erfordert spezialisiertes Fachwissen. Deshalb binden wir Experten gezielt dort ein, wo es erforderlich ist – sei es in den Bereichen Umweltmanagement, soziale Verantwortung oder nachhaltige Lieferketten. Dies stellt sicher, dass unsere Entscheidungen fundiert und wirkungsvoll sind.

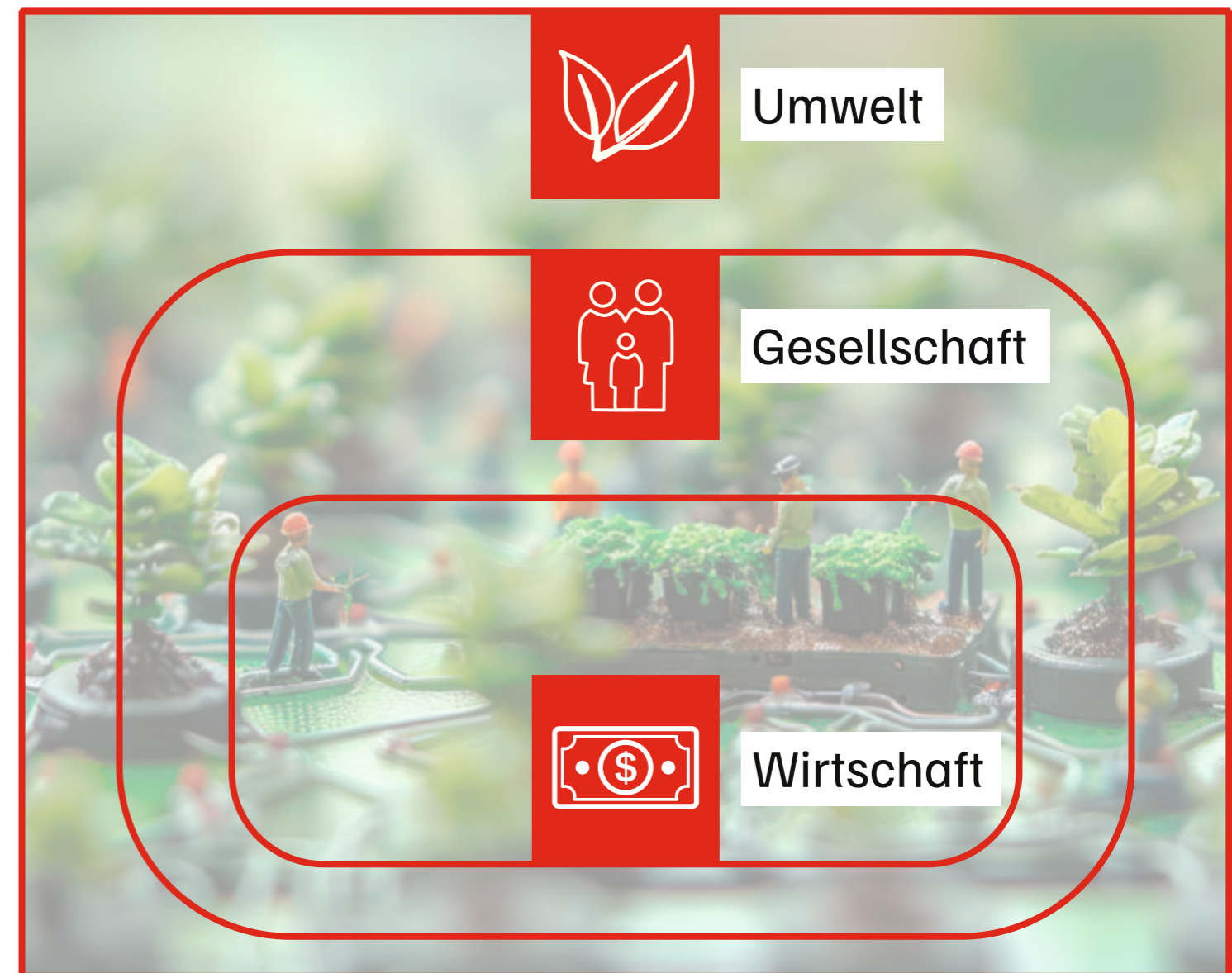
## Klare Berichtswege für Transparenz und Steuerung

Eine klare und transparente Berichtsstruktur ist essenziell für den Erfolg unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Durch definierte Berichtskanäle gewährleisten wir eine effiziente Kommunikation von Nachhaltigkeitszielen, Fortschritten und Herausforderungen. Diese Transparenz ermöglicht nicht nur eine bessere interne Steuerung, sondern stärkt auch das Vertrauen unserer Stakeholder.

## Nachhaltigkeit als Grundkonzept

Durch unsere systematische Vorgehensweise, die enge Zusammenarbeit aller Unternehmensbereiche und die kontinuierliche Einbindung von Experten leisten wir unseren Beitrag für eine nachhaltige Zukunft.

Für uns ist Nachhaltigkeit keine Strategie, die sich an kurzfristigen Trends orientiert, sondern die Grundlage dafür, wie wir unser Unternehmen führen und weiterentwickeln. Sie prägt unser Denken, unser Handeln und unseren Umgang mit Ressourcen, Menschen und Märkten. Indem wir Nachhaltigkeit als Kern unserer Unternehmenskultur begreifen, schaffen wir langfristige Werte – für unser Unternehmen, unsere Gesellschaft und kommende Generationen.



# Ziele der Vereinten Nationen für eine nachhaltige Entwicklung

Die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (UN SDGs) sind ein globaler Plan zur Förderung nachhaltiger Entwicklung bis 2030. Für Unternehmen bieten sie eine klare Vorgabe, um deren Geschäftsstrategien auf ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit auszurichten. Die dalli group berücksichtigt diese Ziele in den wesentlichen Handlungsfeldern und bewertet den Einfluss des Unternehmens auf die einzelnen SDGs.



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

# Unsere Stakeholder

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

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

Gesellschafter	Beiräte	Geschäfts-führung	Kunden	Mitarbeiter
Regierungen/ Gesetzgeber/ Behörden	Anwender/ Endverbraucher	Lieferanten	Gesellschaft & allgemeines Umfeld der Organisation	Versicherer
NGOs Umwelt & Soziales	Banken/ Finanzdienst-leister	Wirtschafts-prüfer	Verbände	Wettbewerber
Zertifizierungs-gesellschaften	Medien			

# Wesentlichkeit

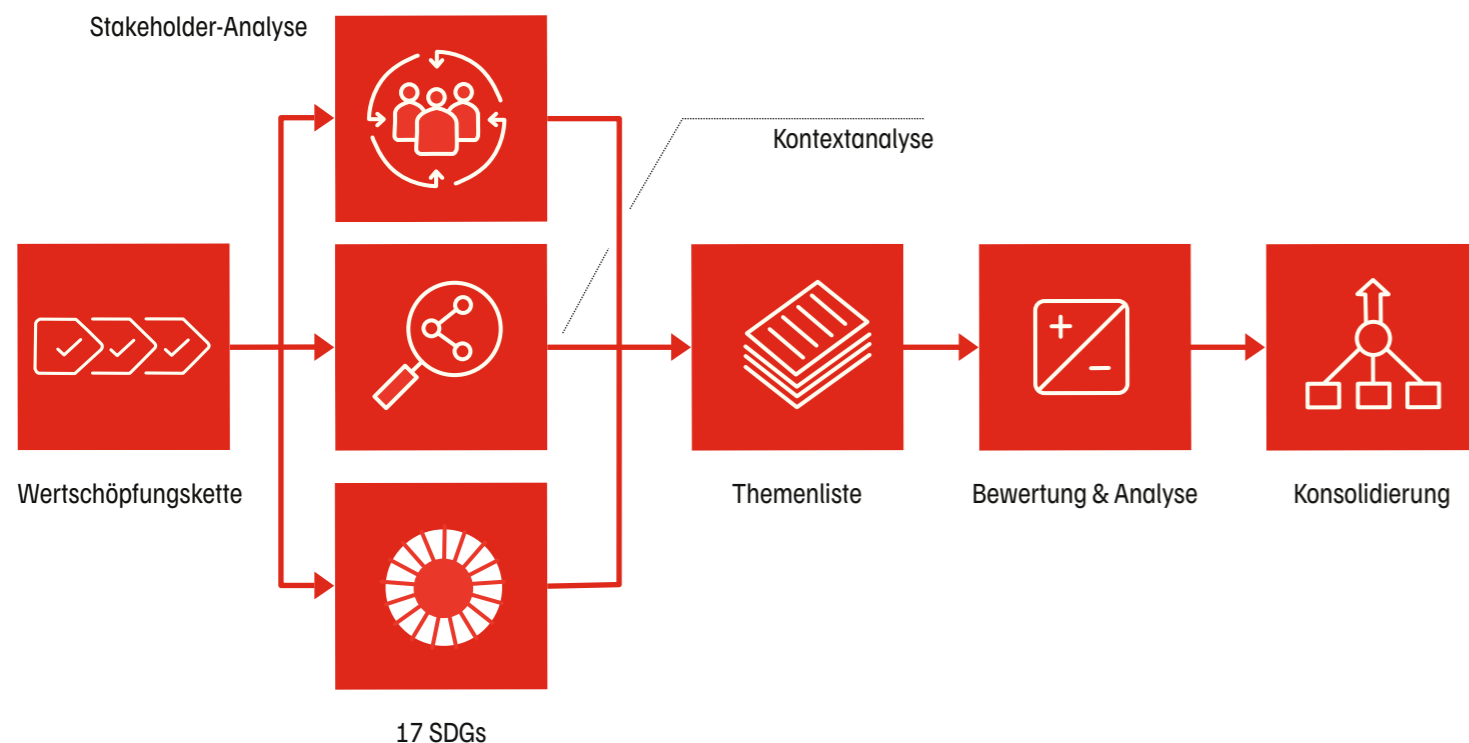
Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein zentrales Instrument im Nachhaltigkeitsmanagement, um die wichtigsten Themen für unser Unternehmen und unsere Stakeholder zu identifizieren. Dieser Prozess hilft uns, die Bereiche zu bestimmen, die den größten Einfluss auf unsere nachhaltige Entwicklung haben und wo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

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

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

Die Analyse umfasst alle relevanten Unternehmensbereiche sowie die vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette. Grundlage ist ein mehrstufiger, interner Prozess unter Einbindung aller relevanten Fachbereiche.

Die potenziell wesentlichen Themen wurden basierend auf der erstellten Übersicht unserer Wertschöpfungskette und ausgehend von den 17 Sustainable Development Goals (SDGs) identifiziert.



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

In einer breit angelegten, dreiteiligen Befragung wurden Experten aus dem gesamten Unternehmen interviewt. Diese brachten auch die Perspektive der jeweiligen externen Stakeholder, zum Beispiel Kunden oder Behörden, mit ein.

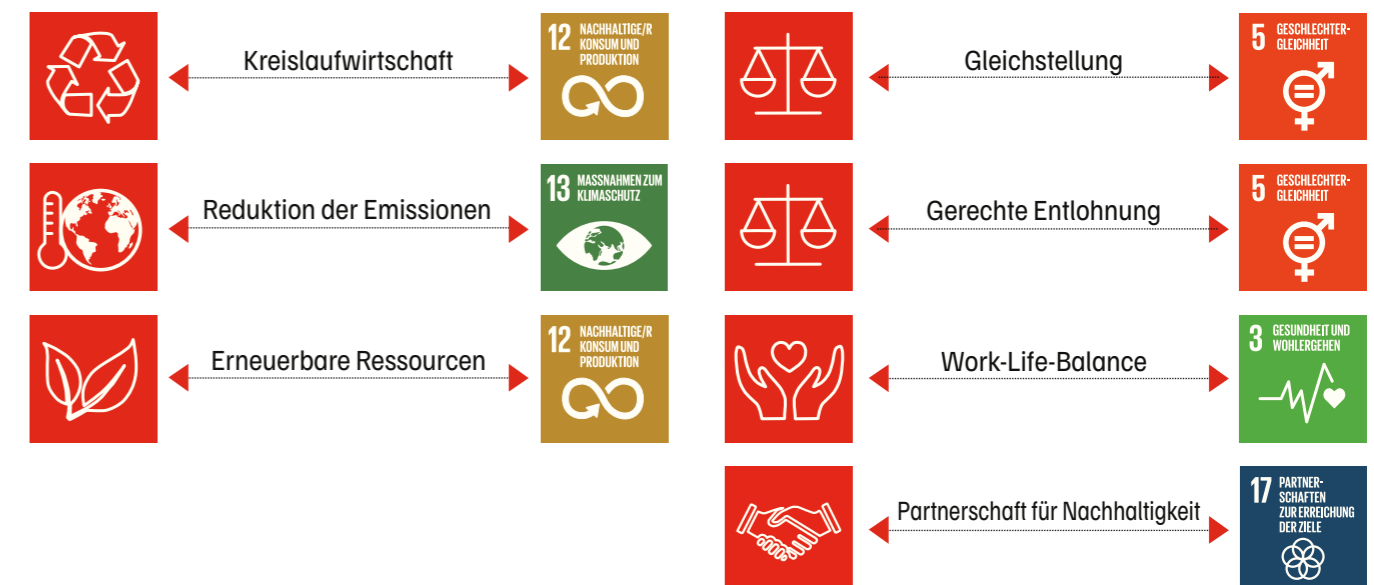
**Teil A:** Bedeutung der Aspekte für den langfristigen Geschäftserfolg (Outside – In)

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

**Teil C:** Verbesserungspotenziale für die einzelnen Aspekte

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

## Die wesentlichen Themen und deren Berücksichtigung in Handlungsfeldern



# Unsere Produkte: Sortimentsübersicht und Leistungsangebote

## Alles aus einer Hand!

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



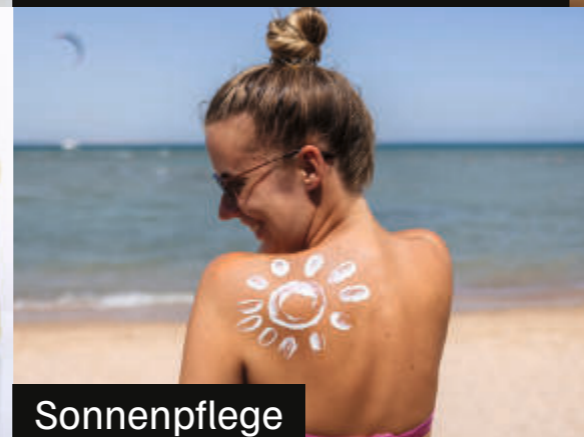
Wäschepflege



Maschinengeschirrrreinigung



Haushaltspflege



Sonnenpflege



Gesichtspflege



Naturkosmetik



Haarpflege & Styling



Körperpflege

# Unsere Produkte

## Vermeiden statt recyceln

VISION  
PLASTICFREE

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

1

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

2

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

3

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

## Dash – Vision Plasticfree

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



## Erste kindersichere Pappschachtel



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

## Kofferpackung im neuen schlanken Gewand

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



# Unsere Produkte

## SunMed – besonders hautverträglich

SunMed bietet Sonnenpflege-Produkte für sehr empfindliche Haut – leistungsstarke Rezepturen, hohe Hautverträglichkeit mehrfach nachweislich

bestätigt und das alles nur mit Inhaltsstoffen, die wirklich benötigt werden. Einfach besonders.



### Gut durchdacht:

- Ohne Octocrylene
- Ohne Mikroplastik
- Ohne Parfüm und Duftstoffe

### Richtige Wirkung:

- Ausbalancierter UVA- und UVB-Schutz mit sehr hoher Schutzleistung

- Besonders hautverträgliche Formel – mehrfach bestätigt (vom Deutschen Allergie- und Asthmabund e. V. und von Dermatologen)
- Feuchtigkeitsspendend – eine Extraportion Pflege für die Haut
- Wasserfeste Produkte, sodass auch während des Aufenthaltes im Wasser ausreichend Schutz gewährleistet ist



Sofortschutz



Wasserfest



Ohne Parfüm



Extra sensitiv



Anti-Pigment-  
flecken



Vegan



Rezeptur frei  
von Mikroplastik



Ohne Octo-  
crylene

## LASAN – außergewöhnlicher UV-Schutz

Lasan steht für eine moderne Sonnenpflege-Routine, die weit über den klassischen UV-Schutz hinausgeht. Unsere Produkte mit unserem durchdachten

2-Phasen-System sind der tägliche Begleiter, der Schutz und Pflege in perfekter Harmonie vereint – für eine ganzheitliche Routine an jedem Tag im Jahr.



Das steigende Bewusstsein für die Gefahren der UV-Strahlung haben dazu geführt, dass Sonnenschutz zu einem Must-have in der Beauty-Routine der Verbraucher geworden ist. Dabei zeigt sich, dass zunehmend Wert auf ästhetische und gesundheitsorientierte Produkte gelegt wird – Sonnenpflege soll heute nicht nur vor UV-Strahlen schützen, sondern sie muss sich nahtlos in die Pflegeroutine integrieren lassen und hautregenerierende, pflegende Vorteile bieten. Dies erfordert neue Lösungen. Bewährte Inhaltsstoffe, kombiniert mit einem neuen, hochwertigen AntiOx Komplex, der

den innovativen Wirkstoff Superoxid-Dismutase enthält, sorgen für einen hohen Schutz und wirkungsvolle Pflege.

Das Portfolio von LASAN besteht aus vier Produkten, die sorgfältig aufeinander abgestimmt sind. Für Schutz am Tag und Regeneration nach dem Sonnenbad – Schutz und Pflege mit System (produktübergreifendem AntiOx-Komplex). Die Sonnenprodukte haben einen hohen Lichtschutzfaktor von 50, und alle Produkte wurden darüber hinaus auch für empfindliche Haut entwickelt.

# Tradition trifft Innovation

Seit 180 Jahren steht die dalli group als familiengeführtes Unternehmen für Qualität, Verantwortung und Innovationskraft. In siebter Generation vereinen wir Tradition mit zukunftsweisender Dynamik und sind als leistungsstarke Unternehmensgruppe auf das europäische Handelsmarken- und Markengeschäft spezialisiert.

**1845** Gründung des Unternehmens  
in Stolberg/Rheinland

**1899** dalli wird  
zur Marke

**1960er-Jahre** Einstieg in das Handels-  
markengeschäft

**1992–2011** Starke Expansion durch Eröffnung  
mehrerer Standorte in den  
Niederlanden und Deutschland

**2007** Einstieg in die Naturkosmetik  
.....  
Beteiligung an der Nachhaltigkeitsinitiative  
Charter for Sustainable Cleaning

**2009** Zertifizierung des Umweltmanagements nach  
ISO 14001

**2016|17** Zertifizierung nach dem RSPO SCC-  
Standard für nachhaltiges Palmöl  
.....  
Ausbau des Markengeschäfts durch  
Dash und Bonux

**2021** Jahrhundertflutkatastrophe in Stolberg

**2022|23** Beteiligung an der Cosmetics Europe  
Nachhaltigkeitsinitiative Commit for  
Our Planet  
.....  
Zertifizierung des Nachhaltigkeits-  
managements nach dem IQNet SR10-  
Standard

**2024** Erster Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht  
.....  
Selbstverpflichtung zur Science-Based-Target-  
Initiative

# Unsere Standorte



## Heerde

An unserem niederländischen Standort in Heerde fertigen wir Spülmaschinen- und Waschmaschinen-Tabs. Das Produktspektrum reicht von einfachen Solo-Spülmaschinen-Tabs bis hin zu den neuesten und hochwirksamen Multifunktions-Spülmaschinen-Tabs. Ergänzt wird das Portfolio um Anti-Kalk-Tabs zur Anwendung in der Waschmaschine.

## Hoensbroek

An unserem zweiten niederländischen Standort in Hoensbroek fertigen wir Flüssigprodukte zur Wäschepflege. Das Spektrum reicht von Flüssigwaschmitteln aller Art bis hin zu Wäschepflegeprodukten. Die Produkte werden in den unterschiedlichsten Flaschengrößen von groß bis klein abgefüllt.



## Stolberg

In unserem ältesten Werk produzieren wir seit mehr als 100 Jahren Waschpulver. Es werden alle Verpackungsgrößen von Groß- bis zu Kleingebinden gefertigt. Der Standort ist gleichzeitig Hauptverwaltungssitz. Abteilungen wie zum Beispiel Vertrieb, Einkauf, Logistik, IT und Prozess- und Projektmanagement sind hier beheimatet.

## Westerburg

Unser Werk am Standort Westerburg ist ein auf Aerosol-Technik spezialisiertes Werk. Am Standort werden hochautomatisiert Produkte zur Schönheitspflege unterschiedlichster Gebindegrößen produziert. Das Spektrum reicht von Haarstyling (etwa Sprays/Lacke und Festiger), Deosprays, Rasiermittel (beispielsweise Schäume und Gele) bis hin zu Sonnenschutzsprays.



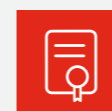
## Flörsheim-Dalsheim

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



# Ökologische Verantwortung

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



Zertifizierte Managementsysteme für:  
Umweltmanagement, Energiemanagement,  
nachhaltiges Palmöl und Naturkosmetik



Förderung einer geschlossenen Kreislaufwirtschaft



Fokus auf umweltfreundliche, biologisch abbaubare  
Materialien und Materialeffizienz



Aktives Engagement gegen den Klimawandel



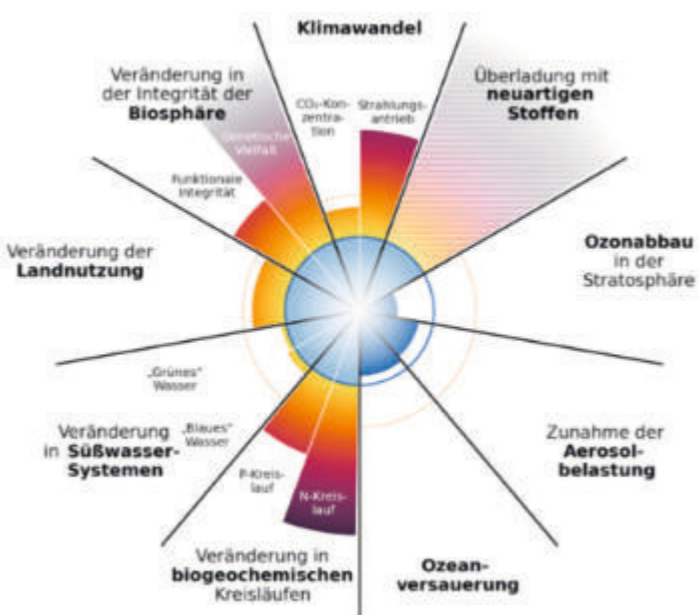
Förderung einer nachhaltigen, pflanzenbasierten  
Rohstoffversorgung

# Umweltauswirkungen

Bei der Luftverschmutzung, der biologischen Vielfalt, beim Ausmaß des Klimawandels und anderen Bereichen gibt es für unseren Planeten Grenzen. Grenzen, die eingehalten werden müssen, damit die Lebensgrundlage der Menschen gewahrt bleibt. Das Konzept der planetaren Belastungsgrenzen definiert diese Leitplanken. Es umfasst neun Dimensionen, die für die Gesundheit und Überlebensfähigkeit unserer menschlichen Zivilisation entscheidend sind. Einige dieser Grenzen haben wir bereits überschritten.

In den vergangenen Jahrzehnten haben wir die Bedingungen auf unserem Planeten massiv beeinflusst: Unsere Treibhausgase heizen den Klimawandel an und führen zur Versauerung der Ozeane. Landwirtschaft, Straßen und Häuser verändern die Landschaft, Fahrzeuge und Fabriken verschmutzen die Luft. Einige der neuen Chemikalien, die in die Umwelt gelangen, wirken sich auf die Gesundheit von Menschen und das Gleichgewicht der Ökosysteme aus. Wir beeinflussen den Wasserhaushalt, verändern wichtige Kreisläufe und sind dafür verantwortlich, dass viele Arten von Lebewesen für immer aussterben.

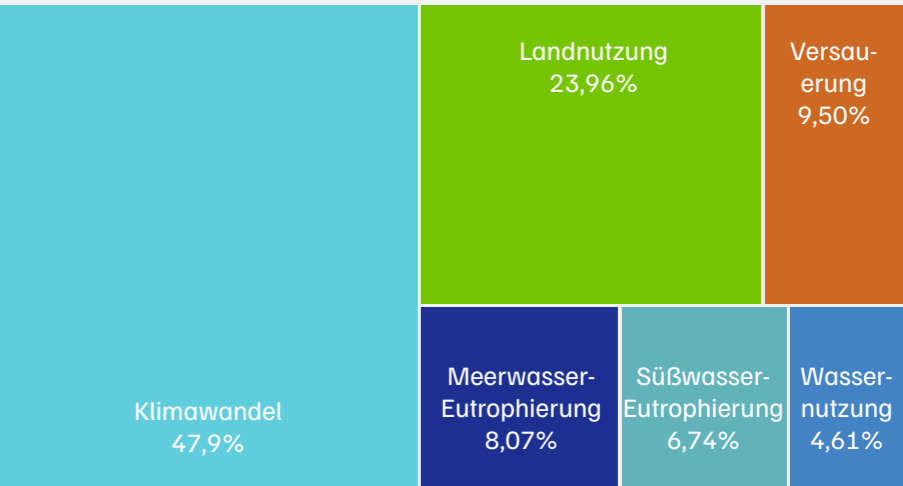
Mit diesen Eingriffen in die Natur verlassen wir nach und nach den sicheren Handlungsrahmen für unsere eigene Zukunft.



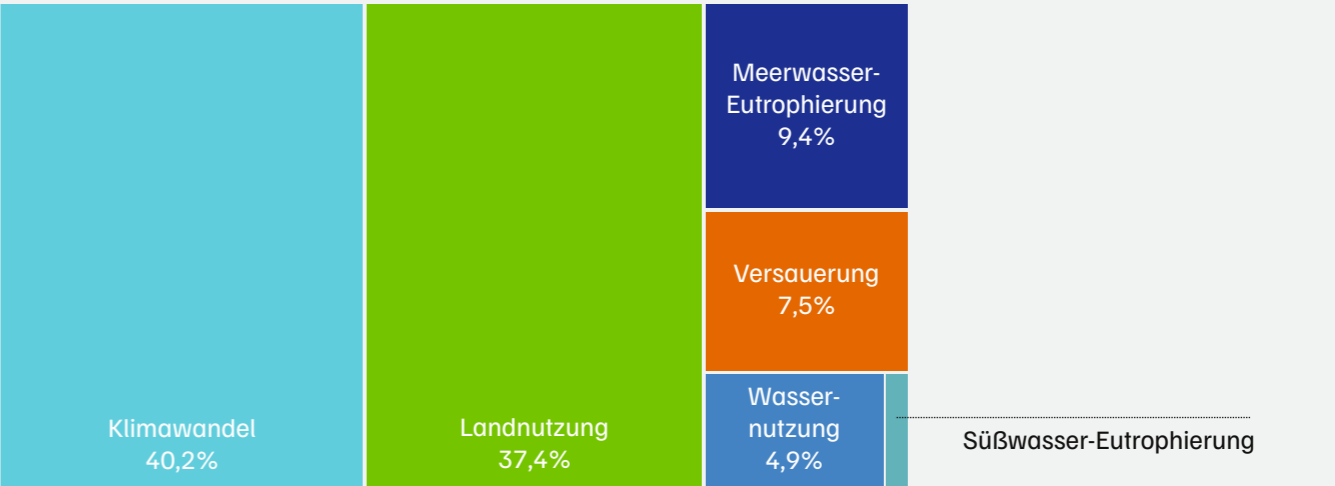
Wie effizient gehen Unternehmen mit den Ressourcen um? Welchen Beitrag zu Umwelt und Klimaschutz leisten sie? Seit langer Zeit werden hierfür klassische Umweltkennzahlensysteme verwendet. Auch können wissenschaftlich fundierte Ökobilanzierungen nach DIN EN ISO 14040 eingesetzt werden, allerdings ist diese Methode sehr zeit- und kostenintensiv, was ihre Anwendbarkeit in der Praxis stark einschränkt. Zudem sind die Ergebnisse praktisch nur für Experten interpretierbar. Viele Personen haben noch ein Gefühl für die Ergebnisse zum Thema Klimawandel in Kilogramm CO<sub>2eq</sub>. Aber welcher Durchschnittsbürger kann mit Daten zu Ozeanversauerung, gemessen in kg SO<sub>2eq</sub>, oder zum stratosphärischen Ozonabbau, gemessen in kg CFC-11-eq, etwas anfangen?

Die folgenden Abbildungen zeigen exemplarisch das Profil der Umweltauswirkungen zweier Produkte aus unserem Personal-Care-Portfolio in sieben untersuchten Wirkungskategorien:

Anteile der Umweltkosten je Wirkungspfad eines Duschbads



Anteile der Umweltkosten je Wirkungspfad einer Bodylotion



Aus diesem Grund haben wir zur Basisauswertung unsere eigene Messmethodik zur Umweltleistung (Seite 42 ff) entwickelt und implementiert. Ergänzt wird unsere Messung durch weitere klimarelevante Daten (Product Carbon Footprints & Corporate Carbon Footprints) und aus Ökobilanzen nach der oben genannten Norm. Diese Ergebnisse helfen,

die eigenen Messdaten hinsichtlich ihrer Relevanz besser einzuordnen. Insbesondere in Kombination mit dem Instrument der Umweltkostenbewertung (Instrument entwickelt vom niederländischen Forschungsinstitut CE Delft, siehe Seite 41) werden sehr schnell Hot Spots für potenzielle Verbesserungen aufgezeigt.



„Wir wollen unseren ökologischen Fußabdruck auf ein absolutes Minimum reduzieren.“



# Umweltkosten im Fokus: Die CE-Delft-Methode

Die CE-Delft-Methode zur Berechnung von Umweltkosten hilft uns, die ökologischen Auswirkungen unserer Aktivitäten in Geldwerten auszudrücken und somit besser zu verstehen und zu managen.

## Was ist die CE-Delft-Methode?

Die CE-Delft-Methode, entwickelt vom niederländischen Forschungsinstitut CE Delft, ermöglicht die Monetarisierung von Umweltauswirkungen. Das bedeutet, dass negative Effekte auf die Umwelt und die Nutzung natürlicher Ressourcen in Geldwerte umgerechnet werden. Diese Kennzahlen dienen als Grundlage für die Bewertung der Umweltleistung und helfen uns, gezielte Maßnahmen zur Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks zu ergreifen.

## Wie funktioniert die Methode?

Die Methode basiert auf dem Environmental Prices Handbook und umfasst mehrere Schritte:

1. Monetäre Bewertung: Umweltauswirkungen werden in Euro bewertet, basierend auf den Kosten für Schadensvermeidung und Wiederherstellung.
2. Aktualisierung der Daten: Die Relation zwischen Emissionen und ihren Auswirkungen wird regelmäßig überprüft, um die Genauigkeit der Bewertungen zu gewährleisten.
3. Kombination der Ergebnisse: Die monetären Werte und die aktualisierten Daten werden

kombiniert, um die Umweltkostensätze für verschiedene Schadstoffe zu berechnen.

## Anwendungsbereiche

Die Umweltkostensätze werden in verschiedenen Bereichen angewendet, darunter:

- Klimawandel: Kosten pro Kilogramm CO<sub>2</sub>-Äquivalent.
- Versauerung: Kosten pro Kilogramm SO<sub>2</sub>-Äquivalent.
- Eutrophierung: Kosten pro Kilogramm Phosphor- oder Stickstoff-Äquivalent.
- Ozonbildung und -abbau: Kosten pro Kilogramm NO<sub>x</sub>- oder FCKW-Äquivalent.
- Land- und Wassernutzung: Kosten pro Quadratmeter oder Kubikmeter.

## Besseres Verständnis unseres Beitrags zur Nachhaltigkeit

Durch die berechneten Umweltkosten können Schwerpunkte gesetzt und gezielte Maßnahmen zur Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks ergriffen werden. Die damit erreichte Transparenz soll unsere Gesellschaft zu einem bewussteren Umgang mit unseren ökologischen Ressourcen befähigen. Deshalb haben wir uns entschlossen, als Mitbegründer des Vereins Gemeinsam umweltneutral handeln e. V. diese Methodik weiterzuentwickeln und möglichst viele Unterstützer in Wirtschaft und Gesellschaft zu gewinnen (s. Artikel Seite 69).

# Umweltleistungsbewertung

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

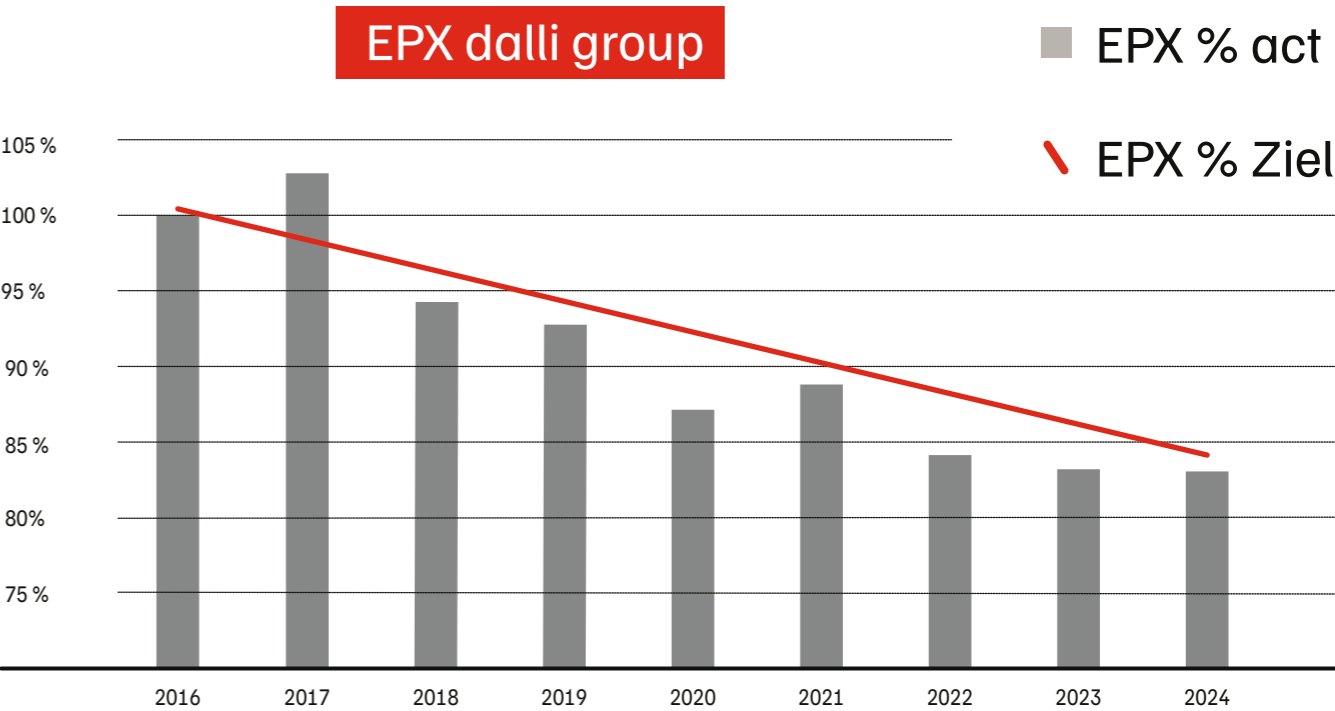
tungsindex (EPX), welchen wir als Monitoring-Instrument nutzen. Dabei werden die erhobenen Betriebsdaten auf die Referenzwerte der Wertschöpfung bezogen. Die Reduktion dieses Index zeigt somit eine gesamtheitliche Verbesserung unserer Umweltbilanz an. Als strategische Zielsetzung haben wir eine jährliche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



Anhand der Ergebnisse der regelmäßig durchgeführten Bewertungen werden operative Zielsetzungen ausgearbeitet und konkrete Umsetzungsmaßnahmen definiert. Danach werden

diese in das Umwelt- und Energieprogramm aufgenommen. Die Bewertungen erfolgen auf Konzernebene und werden zusätzlich auf Standortebene heruntergebrochen.

# Entwicklung der Umweltleistung



Typ	Parameter	2020	2021	2022	2023	2024
Output	Wertschöpfungsindex	852	704	768	745	620
Input	Rohstoffe [t]	255.338	213.642	206.430	199.414	155.884
Input	Verpackungen [t]	49.902	38.757	43.258	38.932	33.989
Input	Energie [GJ]	389.657	364.568	340.379	311.670	258.202
Input	Wasser [m³]	423.723	361.516	384.133	295.487	232.351
Output	Betriebsabfall [t]	8.961	6.775	5.773	5.020	3.440
KPI	Rohstoffeinsatzquote	300	303	269	268	251
KPI	Verpackungseinsatzquote	59	55	56	52	54
KPI	Energieeinsatzquote	457	518	443	419	417
KPI	Wasserverbrauchsquote	497	513	500	397	375
KPI	Abfallquote	11	10	8	7	6

Trend zum Vorjahr

# Klimaschutz

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

Das unterstreichen wir mit unserem Commitment zur Science Based Targets initiative (SBTi), das wir im Oktober 2024 abgegeben haben.

SBTi ist eine Partnerschaft von CDP6, United Nations Global Compact, World Resources Institute und World Wide Fund for Nature. Die Initiative definiert und fördert

Best Practices auf wissenschaftlicher Grundlage. Sie bewertet die entsprechenden Ziele von Unternehmen auf unabhängiger Basis. Inzwischen haben sich über 7.000 Unternehmen aus verschiedenen Regionen und Branchen im Rahmen der Initiative Science Based Targets (SBTi) klimawissenschaftlich fundierte Emissionsreduktionsziele gesetzt.

Im Rahmen dieser Selbstverpflichtung haben wir unsere strategischen Zielsetzungen gemäß den Anforderungen des SBTi-Rahmenwerkes fortgeschrieben.



## Unsere Klimaziele:

Die dalli group verpflichtet sich, die absoluten Scope-1- und Scope-2-THG-Emissionen bis 2030 um 45,4 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2020 zu reduzieren.

Die dalli Group verpflichtet sich außerdem, die absoluten Scope-3-THG-Emissionen aus eingekauften Gütern und Dienstleistungen, Investitionsgütern, brennstoff- und energiebezogenen Aktivitäten, vorgelagertem Transport und Vertrieb, im Betrieb anfallendem Abfall, Geschäfts-

reisen, Pendeln der Mitarbeiter und End-of-Life-Treatment verkaufter Produkte innerhalb desselben Zeitrahmens um 30 % zu reduzieren.

Die dalli group verpflichtet sich, die absoluten Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-THG-Emissionen bis 2050 um 90 Prozent zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2020. Die SBTi-Validierung unserer Ziele ist für das Jahr 2025 geplant.

# Ermittlung der Treibhausgas-emissionen (THG)

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

Durch die professionelle systematische Erfassung und Analyse dieser Emissionen in Zusammenarbeit mit un-

serem Partner ClimatePartner identifizieren wir in sogenannten Corporate Carbon Footprints (CCF) seit dem Jahr 2020 gezielt Bereiche mit den größten Reduktionspotenzialen. Unsere Ziele orientieren sich an den Vorgaben der Science Based Targets initiative (SBTi), unser Commitment dazu haben wir im Oktober 2024 eingereicht.

Scope 3 – Transport & Distribution 6%

Verteilung der GHG-Emissionen 2024 (SBTi-Rahmenwerk)

Scope 3 – Eingekaufte Güter & Dienstleistungen 85%

Den weitaus größten Anteil mit 85 Prozent verursachen die für unsere Produkte verwendeten Materialien (eingekaufte Güter & Dienstleistungen), gefolgt von Transport & Distribution mit einem Anteil von 6 Prozent und den Scope-1- und Scope-2-Emissionen mit jeweils 2 Prozent.

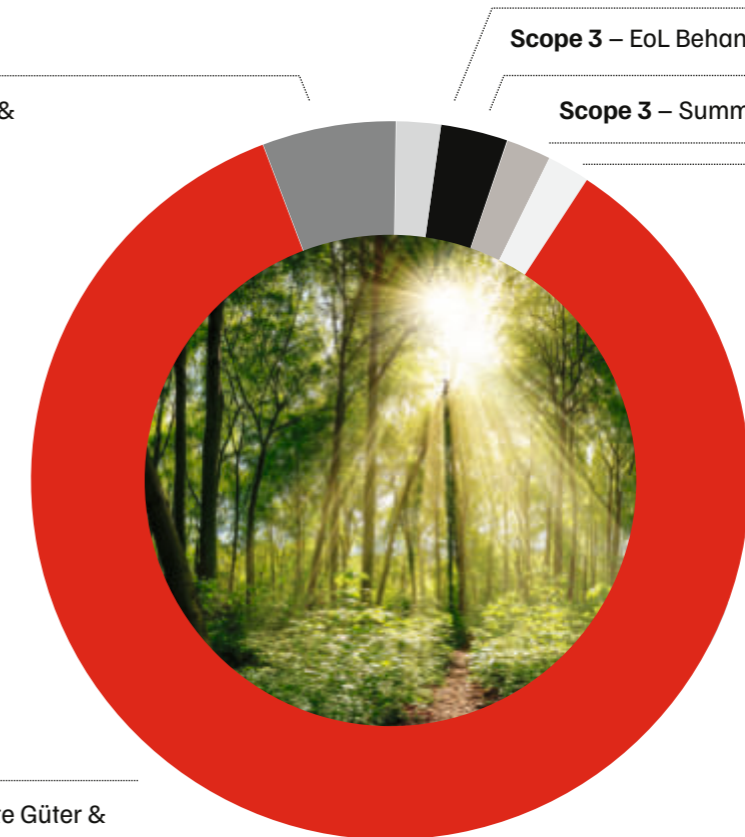
Die Reduktion der Scope-1- und Scope-2-Emissionen sowie in Scope 3 die Maßnahmen in Bezug auf Rohstoffe

Scope 3 – EoL Behandlung verkaufter Produkte 2%

Scope 3 – Summe restliche Kategorien 3%

Scope 1 – Direkte Emissionen aus eigenen Quellen 2%

Scope 2 – Indirekte Emissionen durch Energieeinkäufe 2%



und Verpackungen werden daher weiterhin Schwerpunkte unserer Aktivitäten darstellen.

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

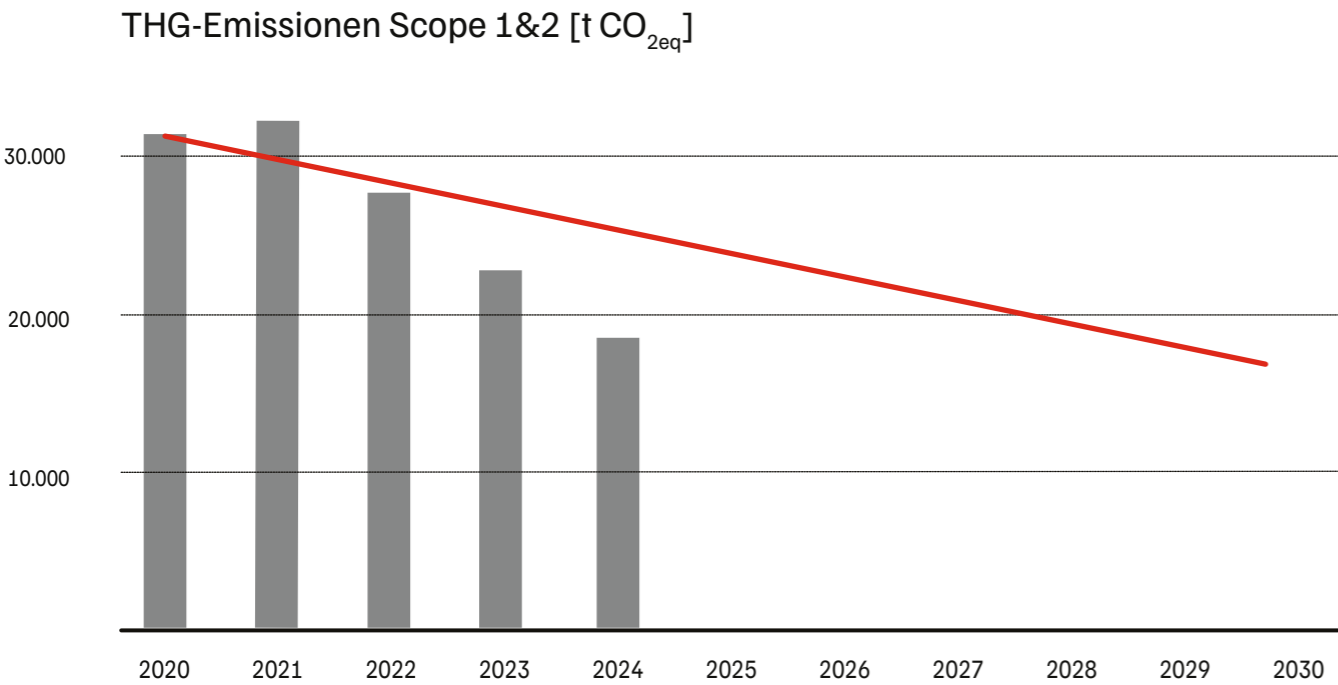
# Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen

	2020	2021	2022	2023	2024
Scope 1 (t CO <sub>2eq</sub> )	13.831	12.798	12.020	10.664	9.123
Scope 2 (t CO <sub>2eq</sub> )	17.497	19.422	15.594	11.643	9.244
Scope 3 (t CO <sub>2eq</sub> )	710.170	560.057	570.511	530.704	493.513
Σ (t CO <sub>2eq</sub> )	741.498	592.277	598.125	553.011	511.880

## Scope 1 & 2:

Die Emissionen aus Scope 1 und 2 konnten im Jahr 2024 im Vergleich zum Basisjahr 2020 bereits um 41 Prozent gesenkt werden. Die Reduktion ist zum einen durch die fortlaufenden Energieeffizienzmaßnahmen im Rahmen un-

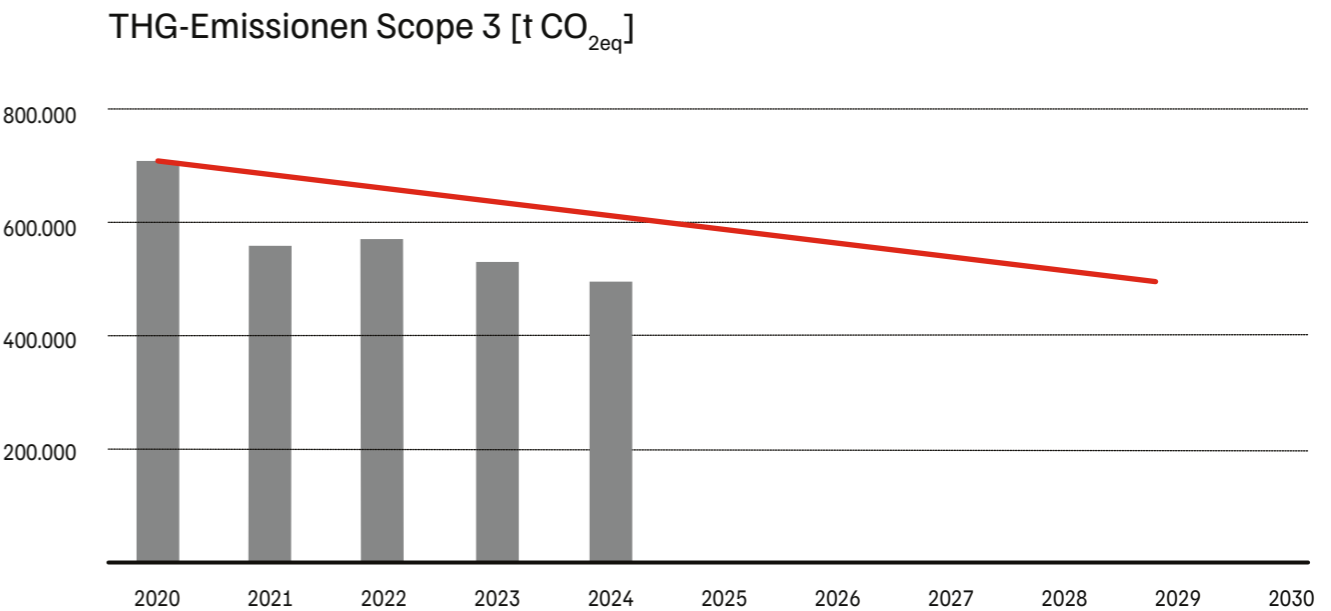
seres Energiemanagements nach ISO 50001 und zum anderen durch den Produktionsmen-  
genrückgang begründet. Dieser ergibt sich aus dem geplanten Restrukturierungsprogramm und der damit verbundenen Portfoliobereinigung.



## Scope 3:

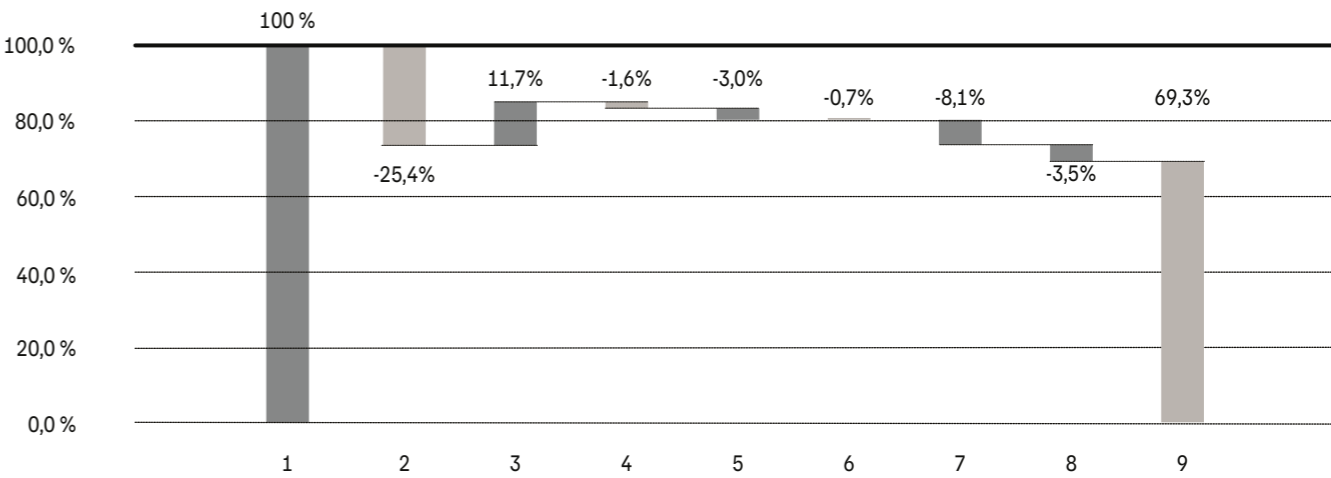
Die Emissionen aus Scope 3 konnten in 2024 gegenüber 2020 um 30 Prozent reduziert werden. Auch hier sind insbesondere Verbesserun-

gen durch die Portfoliobereinigung sowie geringere Transportleistungen verantwortlich für die erzielten Reduktionen.



# Eckpunkte unserer Klimastrategie

## Dekarbonisierungspfad bis 2030



1 = Ausgangsbasis 2020 | 2 = Erreichte Reduktion bis 2023 | 3 = Geplantes Wachstum bis 2030 | 4 = Verbesserung Energieeffizienz & Einsatz erneuerbare Energien | 5 = Erhöhung der Recyclingquote und der Verpackungseffizienz | 6 = Optimierung Transport & Logistik | 7 = Reduktion der CO<sub>2</sub>-Äquivalente von Rohstoffen | 8 = Ambitionslücke | 9 = Ziel 2030

# Mit Forschung und Entwicklung die Zukunft nachhaltiger gestalten

**Die Nachhaltigkeit eines Produkts beginnt bei seiner chemischen Zusammensetzung – und genau hier setzt die Forschung & Entwicklung (F&E) von dalli an. Mit innovativen Ideen und einem klaren Fokus auf Umweltverträglichkeit leisten unsere Experten in den F&E-Abteilungen einen entscheidenden Beitrag, unsere Produkte immer nachhaltiger zu gestalten.**

Ein zentraler Aspekt der F&E-Arbeit ist die Defossilierung – die konsequente Abkehr von fossilen Rohstoffen wie Erdöl. Diese Ressourcen sind nicht nur begrenzt, sondern ihre Förderung verursacht auch erhebliche Umweltschäden. Daher arbeitet die sogenannte Rohstoffgruppe intensiv daran, alternative, nachhaltigere Substanzen zu identifizieren und in die Produktentwicklung zu integrieren. Dies bedeutet ständige Marktanalysen, Trendbeobachtungen und Innovationsscouting.

Doch nachhaltige Inhaltsstoffe allein machen noch kein marktfähiges Produkt. Auch strenge externe Anforderungen, wie etwa von Stiftung Warentest, müssen erfüllt werden. Produkte, die in unabhängigen Tests schlecht abschneiden, haben es schwer beim Verbraucher. Daher werden nicht nur wirksame, sondern auch gesundheitlich und ökologisch unbedenkliche Rezepturen entwickelt. Mit großem Erfolg: Eigenmarken von dalli erzielen regelmäßig bessere Ergebnisse als viele bekannte Markenprodukte.

Wie komplex diese Arbeit ist, beschreibt Dr. Stefan Müller, Leiter F&E bei dalli: „Unsere Aufgabe ist es, Ökologie, Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit in Einklang zu bringen. Das erfordert ständiges Hinterfragen und Weiter-

entwickeln.“ Die Realität zeigt: Kaum ist eine Rezeptur optimiert, können neue wissenschaftliche Erkenntnisse zur Umweltbilanz eines Rohstoffs alles wieder infrage stellen. Der „chemische Turm“ kippt – und die Suche beginnt von vorne.

Trotz dieser Herausforderungen bleibt der Anspruch hoch: Nachhaltigkeit muss messbar, wirksam und belastbar sein. Dafür orientiert sich die dalli-Forschung an zwei Leitprinzipien: Abbaubarkeit und Defossilierung. Ein Beispiel ist die Entwicklung eines Maschinen- und Geschirrspülreinigers mit biologisch abbaubaren Polymeren. Diese Substanzen sammeln sich im Klärwerk nicht als unverwertbarer Klärschlamm an, sondern werden dort zersetzt. Ein großer Fortschritt für Umwelt und Kreislaufwirtschaft.

## **Nachhaltigkeit braucht Struktur: SAP Raw Material Workbench als Informationsbasis**

Ein wesentlicher Baustein, um all diese komplexen Anforderungen zu erfüllen, ist ein effizientes Daten- und Informationsmanagement. Bei dalli wird dies über das SAP-Modul Raw Material Workbench (RMWB) realisiert. Die RMWB ermöglicht es, alle relevanten Informationen zu Rohstoffen zentral und transparent zu verwalten – vom einzelnen Reinstoff über Rohstoffmischungen bis hin zur fertigen Rezeptur.

Durch die strukturierte Abbildung der gesamten Rohstoffhierarchie können die Fachabteilungen jederzeit nachvollziehen, welche Inhaltsstoffe verwendet werden, wie deren ökologische Bewertung ausfällt und ob regulatorische oder kundenspezifische Anforderungen erfüllt werden. So entsteht eine durchgängige Datenbasis, die



Dr. Stefan Müller,  
Leiter F&E

nicht nur die tägliche Arbeit der F&E vereinfacht, sondern auch eine verlässliche Grundlage für Audits, Zertifizierungen und Nachhaltigkeitsbewertungen schafft.

Zudem unterstützt die RMWB dabei, Veränderungen schnell zu erkennen und gezielt zu reagieren – etwa wenn neue wissenschaftliche Erkenntnisse zu einem Inhaltsstoff auftauchen oder sich gesetzliche Rahmenbedingungen ändern. Diese Transparenz ist entschei-

dend, um flexibel und zugleich konsequent nachhaltige Entscheidungen treffen zu können.

Der Dreiklang aus wissenschaftlicher Präzision, digitaler Unterstützung und einem klaren Nachhaltigkeitsfokus ermöglicht es dalli, verantwortungsvolle Produktentwicklungen voranzutreiben – und damit die Zukunft von Haushalts- und Körperpflegeprodukten aktiv mitzugestalten.



Ökologische Verantwortung

# Palmöl, Palmkernöl und deren Derivate

Palmöl ist das weltweit am häufigsten verwendete Pflanzenöl und findet sich in etwa 50 Prozent der Supermarktprodukte, von Waschmitteln bis hin zu Eiscreme. Aufgrund seiner hohen Ertragskraft und der geringen benötigten Anbaufläche im Vergleich zu anderen Pflanzenölen wie Sojabohnen, Raps und Sonnenblumen spielt Palmöl eine zentrale Rolle nicht nur in der globalen Lebensmittelindustrie. Doch die Palmölproduktion geht auch mit erheblichen sozialen und ökologischen Herausforderungen einher.

### Soziale und ökologische Herausforderungen

Die Palmölindustrie ist oft mit Menschenrechtsverletzungen, schlechten Arbeitsbedingungen und sozialer Ungerechtigkeit verbunden. Besonders in Indonesien und Malaysia, wo rund 84 Prozent des weltweiten Palmöls produziert werden, kommt es häufig zu Konflikten um Land und zur Vertreibung indigener Völker. Große Flächen Regenwald werden abgeholzt, um Platz für Palmölplantagen zu schaffen, was zusätzlich zu erheblichen Emissionen durch Brandrodung führt.

### Palmöl in unserer Branche

Obwohl die Verwendung von Palmöl in unseren Produktkategorien im Vergleich zur Lebensmittelindustrie geringer ausfällt, spielt es dennoch eine wichtige Rolle. Laut dem Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) entfallen etwa 2 Prozent der weltweiten Palmölproduktion auf Kosmetika und 3 Prozent auf Haushaltsreiniger und Körperpflegeprodukte. Interessanterweise enthalten 70 Prozent der Schönheits- oder Körperpflegeprodukte ein oder mehrere Palmölderivate.

### Nachhaltige Palmölproduktion

Die RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) engagiert sich intensiv für eine nachhaltige Palmölproduktion. Zahlreiche Mitglieder haben sich verpflichtet, strenge Nachhaltigkeitsstandards einzuhalten, was zu einem kontinuierlichen Wachstum der zertifizierten Anbauflächen führt. Die dalli group ist ein herausragendes Beispiel für dieses Engagement. Sie trägt aktiv und erfolgreich zur nachhaltigen Palmölproduktion bei. Ein Beleg für diesen Erfolg ist die hervorragende Leistung der dalli group in

der Shared Responsibility (SR) Scorecard. Diese Scorecard bewertet die Gesamtleistung der RSPO-Mitglieder im Bereich der gemeinsamen Verantwortung auf Basis ihrer gemeldeten Verpflichtungen und macht diese öffentlich zugänglich. Die durchschnittliche Punktzahl der Mitglieder gibt Aufschluss darüber, wie weit diese auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit fortgeschritten sind.

### Shared Responsibility (SR) Scorecard

Alle Organisationen

1947

Organisationen mit Wertung über 8,5

144

Durchschnittswert aller Mitglieder

2,9

Involvierte Sektoren

6



Die dalli group hat bei der letzten Bewertung erneut die Höchstpunktzahl von 10 Punkten erreicht. Von weltweit 1947 Unternehmen konnten nur 26 diese Höchstpunktzahl erzielen, und in Deutschland gelang dies lediglich zwei weiteren von insgesamt 159 Unternehmen. Die durchschnittliche Punktzahl weltweit liegt bei 2,9 Punkten, was die führende Rolle der dalli group in der Nachhaltigkeit von Palm(kern)öl eindrucksvoll unterstreicht.

Durch die Förderung nachhaltiger Anbaumethoden und die Unterstützung von Initiativen wie der RSPO, in der dalli seit 2013 Mitglied ist, können diese Herausforderungen angegangen und die negativen Auswirkungen minimiert werden. Es ist aber auch entscheidend, dass Unternehmen und Verbraucher sich ihrer Verantwortung bewusst sind und nachhaltige Palmölprodukte bevorzugen, um eine positive Veränderung zu bewirken.

# Ressourcen – Verpackungen

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

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

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

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

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

Verpackung  
vermeiden

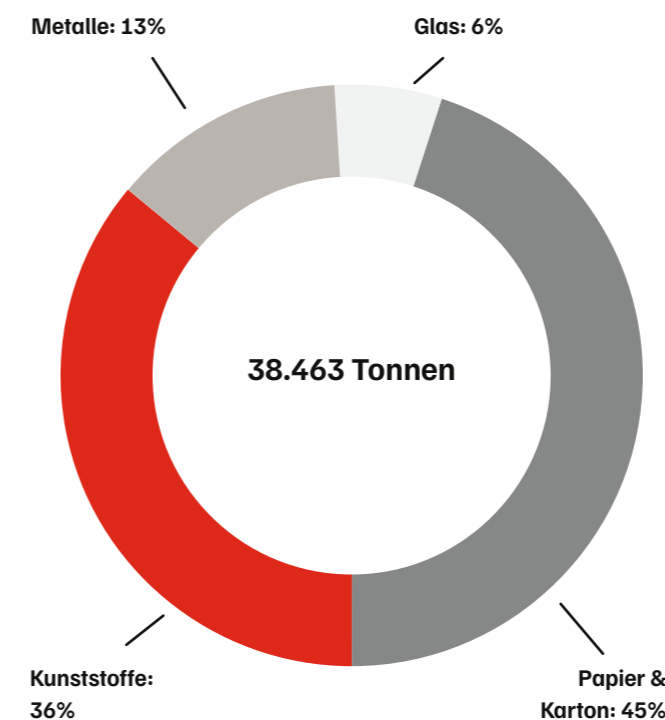
Verpackung  
optimieren

Recycling-  
Fähigkeit

Recycling-  
Material

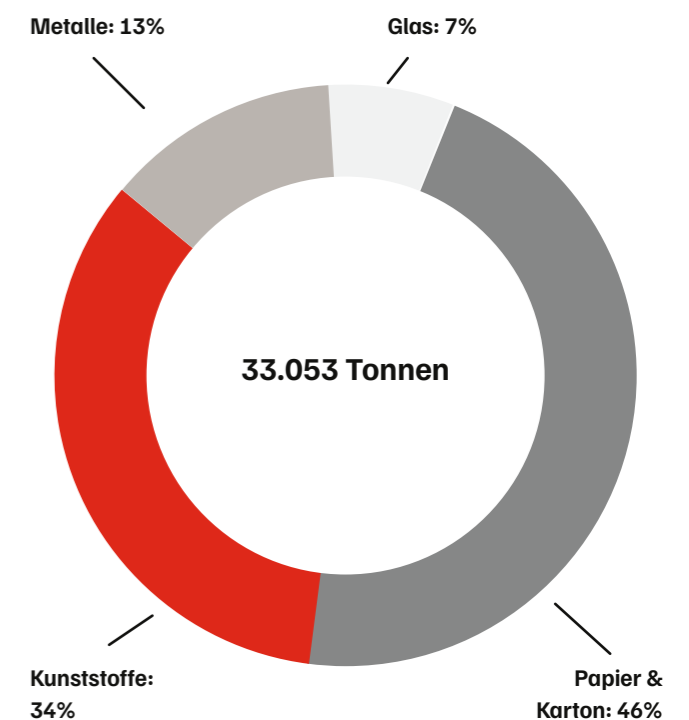
# Verpackungsmengen

Gesamtverbrauch Verpackungen 2023



Den höchsten Anteil haben Papier & Karton, gefolgt von Kunststoffen, Metallen (Weißblech & Aluminium) und Glas. Durch Portfolioverschiebungen ist der Glasanteil und der Anteil an Kartonagen leicht gestiegen, der Anteil an Kunststoffen ist leicht gesunken. Die Gesamtverbrauchsmenge hat sich um insgesamt 14 Prozentpunkte reduziert. Die relative Wertschöpfung (normierter Wert aus Produktionsmenge in Tonnen, Produktionsmenge in

Gesamtverbrauch Verpackungen 2024



Konsumenteneinheiten und dem erzielten Umsatz) ist um 16,8 Prozent gefallen. Durch die damit verbundene Produktportfolioverschiebung ist die Materialeffizienz (Verhältnis der relativen Wertschöpfung zur Verpackungsmenge) um 3,1 Prozent gestiegen. Dies ist vor allem durch die Tatsache zu erklären, dass der Anteil an größeren Verkaufsgebinden aus dem Bereich der Haushaltsreinigung stark zurückgegangen ist.

# Recycling

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

Mehr als 4.300 verschiedene Verpackungselemente kamen im Jahr 2024 bei dalli zum Einsatz, die durchschnittliche Lebensdauer eines Verpackungselements liegt deutlich unter einem Jahr. Betrachtet man die große Anzahl an Materialeinheiten, wird schnell klar, dass ein fundiertes Datenmanagement Voraussetzung ist, um mögliche Verbesserungspotenziale zu erkennen und den Fortschritt zu verfolgen.

Der Anteil an recycelten Verpackungsmaterialien konnte in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebaut werden.

Packmittelmaterien	CO <sub>2</sub> -Reduktions-Potenzial in Prozent	Berechnete CO <sub>2</sub> eq Einsparung in Tonnen
Papier / Pappe / Kartonage	ca. ~25	ca. 3.600
Kunststoffe	ca. ~70	ca. 19.000
Metalle	ca. 23	ca. 29.000
Glas	ca. 18	ca. 690

Packmittelmaterien	Anteil an Recyclingmaterialien in Prozent
Papier / Pappe / Kartonage	54,6
Kunststoffe	28,2
Metalle	23,2
Glas	18,6

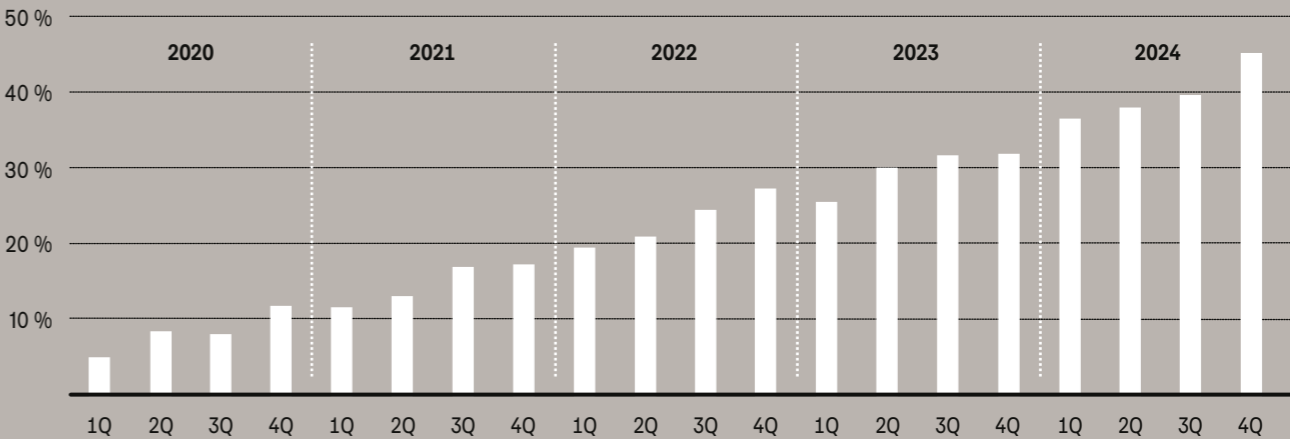
Der Einsatz von Recyclingmaterialien schont also nicht nur unsere Ressourcen, sondern leistet zudem einen essenziellen Beitrag zur Erreichung unserer Klimaschutzziele nach dem SBTi Rahmenwerk. Die für 2024 berech-

Ende 2022 wurde deshalb das Projekt „Data“ initiiert, um notwendige Stammdaten in unserem führenden Materialwirtschaftssystem abbilden zu können. Mittlerweile sind wir in diesem Projekt so weit, dass wir valide Aussagen über Recyclinganteile in den einzelnen Packmittelkategorien treffen können.

neten Reduktionen von ca. 52.290 Tonnen CO<sub>2</sub>eq zeigen diesen Zusammenhang mehr als deutlich. Die weitere Steigerung der Recyclinganteile trägt im erheblichem Maße zur Zielerreichung bei.



Anteil an Recyclingmaterialien in Verpackungen



Bei dalli achten wir besonders auf die Verwendung ressourcenschonender Verpackungen

# Gesellschaftliche Verantwortung

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



Zertifizierte Managementsysteme für: Corporate Social Responsibility nach dem Standard für IQNet SR10



Moderne und gesunde Arbeitswelt. Sicherheit hat höchste Priorität



Sorgfältiges und nachhaltiges Lieferkettenmanagement



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



Ausgezeichnete Ausbildung und Weiterbildung der Mitarbeitenden

Der Mensch steht im Mittelpunkt

# Unsere Mitarbeitenden – Herzstück unseres Erfolges

## Nachhaltigkeit im Personalbereich

Nachhaltigkeit im Personalbereich bedeutet, Strategien und Praktiken zu entwickeln, die langfristig zur Stabilität des Unternehmens, zur Gesundheit und zum Wohlbefinden der Mitarbeitenden beitragen. Dies dient letztlich der gesamten Gesellschaft. Unsere Verantwortung ist es, faire Arbeitsbedingungen zu schaffen, die Entwicklung der Mitarbeitenden zu fördern und gleichzeitig Maßnahmen zu ergreifen, um unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Wir nehmen diese Aufgabe sehr ernst, denn wir betrachten unsere Mitarbeitenden als Herzstück unseres Unternehmens. Nur wenn sie gesund, motiviert und gut qualifiziert sind, kann dalli langfristig erfolgreich und nachhaltig agieren. Zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren für motivierte Mitarbeitende gehören für uns vor allem gute Arbeitsbedingungen wie eine faire Bezahlung, Anerkennung und Wertschätzung, ein positives Arbeitsklima, gute Führung durch die Vorgesetzten, sinnstiftende Arbeit, Entwicklungsmöglichkeiten sowie eine offene und transparente Kommunikation. Diese Themenfelder sind eng miteinander verknüpft und tragen maßgeblich dazu bei, dass Mitarbeitende sich wohlfühlen, ihre Fähigkeiten entfalten können und langfristig mit dem Unternehmen verbunden bleiben.

## Unsere Unternehmenskultur

Die Unternehmenskultur ist in weiten Teilen geprägt von einer hohen Loyalität zum Familienunternehmen und einem stark ausgeprägten Willen, auch in schwierigen Situationen gemeinsam Lösungen zu finden. Im Zuge der strategischen Neuausrichtung wurde ein Kulturprozess gestartet, der diese Vision und Mission unterstützen soll. Im Vordergrund stehen Zielorientierung, Leidenschaft, Pioniergeist und partnerschaftliche Zusammenarbeit.

## Unser Verständnis von fairen und guten Arbeitsbedingungen

dalli ist ein tarifgebundenes Unternehmen, das seinen Beschäftigten zahlreiche übertarifliche Leistungen bietet. Durch unsere Manteltarif- und Tarifverträge stellen wir sicher, dass Entgeltgerechtigkeit sowie eine attraktive Urlaubsregelung gewährleistet sind. An unseren Standorten zahlen wir erfolgsabhängige Prämien als Anerkennung für Teamleistungen. Wir wertschätzen langjährige betriebliche Zugehörigkeit in Form von Jubiläumsgewürden und Feiern.

Zufriedene und motivierte  
Mitarbeitende sind  
unverzichtbar für ein  
Unternehmen



# Unsere Top-Benefits

## Gesundheitsförderung

Wir bieten vielfältige Maßnahmen zur Gesundheitsförderung, darunter ein eigenes Gesundheitszentrum, einen Gesundheitspartner für jede Lebenslage (etwa Krisen & Schicksalsschläge, Gesundheit & Prävention sowie Familie & Sozialleben), eine betriebliche Krankenzusatzversicherung und Bike-Leasing, um Bewegung und eine aktive Lebensweise zu unterstützen. Zudem organisieren wir Gesundheitswochen, in denen wir als Ausgleich zur Arbeit Aktionen zu gesunder Ernährung und sportliche Aktivität in den Mittelpunkt rücken. Dies soll die Resilienz unserer Mitarbeitenden fördern.

## Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Wir unterstützen die Balance zwischen Berufs- und Privatleben mit flexiblen Arbeitszeitmodellen und attraktiven Teilzeitangeboten. Darüber hinaus ermöglichen unsere Arbeitszeitmodelle flexibles und mobiles Arbeiten (bis zu 40 Prozent), um den individuellen Anforderungen und dem betrieblichen Bedarf gerecht zu werden. Außerdem bieten wir zusätzliche Leistungen, wie die Bezuschussung der Kita oder das Angebot der Ferienbetreuung von Kindern.

## Entwicklungsmöglichkeiten

In einem modernen Arbeitsumfeld bieten wir die nötigen Freiräume, um sich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln. Regelmäßige Mitarbeitergespräche helfen uns dabei, die Ziele jedes Einzelnen zu verstehen und gemeinsam Wege zu finden, diese zu erreichen. Neben kurzfristigen Weiterbildungsangeboten wie internen und externen Schulungen beraten unsere Experten aus der Personalentwicklung auch gerne zu langfristigen Weiterentwicklungsmöglichkeiten, um Karrieren nachhaltig zu fördern.

## Gemeinschaft und Teamgeist

Uns ist ein respektvolles Miteinander und Kommunikation auf Augenhöhe wichtig! Wir hören einander zu, unterstützen uns und leben eine Kultur des wertschätzenden Feedbacks – ganz gleich, welche Funktion wir haben. Unser Teamgeist wird durch spannende Firmenevents gestärkt. Dies sind etwa standortübergreifende Fußballturniere oder Aktionen wie die Lunch Lottery, bei der Mitarbeitende gemeinsame Mittagessen in unserer Kantine gewinnen können.

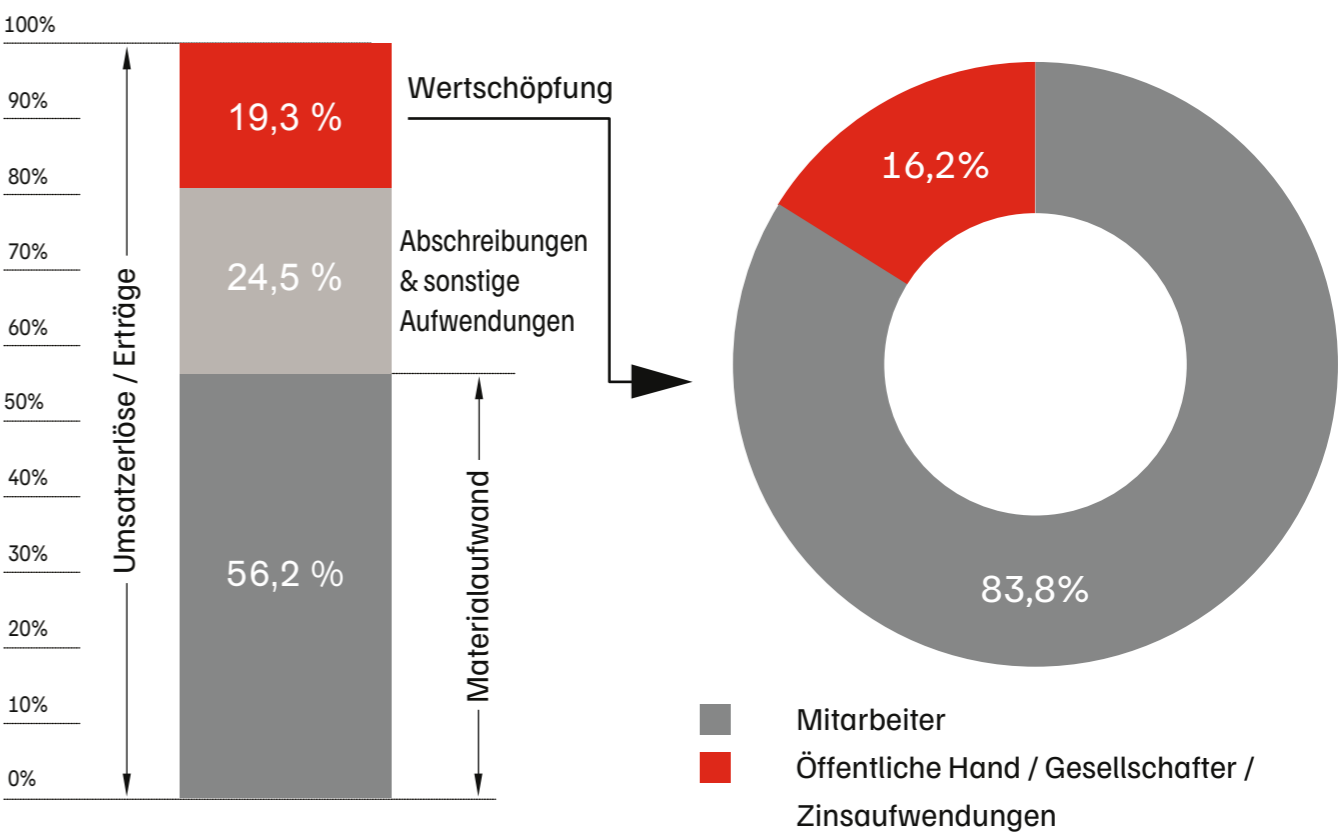
## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind fest in der dalli-Organisation und auch in der strategischen Zielsetzung verankert. Bis 2030 wird dalli die Arbeitssicherheit je geleisteter Arbeitsstunde um 50 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 2020 erhöhen. Die betriebsärztlichen Dienste stehen den Mitarbeitenden regelmäßig zur Verfügung, und ein breites Spektrum an Vorsorgemöglichkeiten und -untersuchungen wird angeboten. Unsere interdisziplinär besetzten Arbeitsschutzausschüsse und Gesundheitsmanagementzirkel kommunizieren und steuern relevante Themen. Dazu zählen Schutzimpfungen, physiotherapeutische Maßnahmen und Früherkennungsdagnostik. Sicherheitsfachkräfte, Sicherheitsbeauftragte und der betriebsärztliche Dienst führen regelmäßig Arbeitsplatzbegehungen durch, um Ergonomie und Sicherheit zu überprüfen und die Mitarbeitenden zu beraten. Zudem bieten wir ein umfassendes Sicherheitsunterweisungsprogramm an, das die Mitarbeitenden auf aktuelle Sicherheits- und Gesundheitsthemen aufmerksam macht.

## Arbeitnehmerüberlassung

In Spitzenzeiten und bei Personalengpässen greifen auch wir auf Mitarbeitende aus der Arbeitnehmerüberlassung zurück, um erhöhtes Arbeitsaufkommen zu kompensieren. Diese Mitarbeitenden werden hinsichtlich der Einarbeitung, Sicherheitsunterweisungen und arbeitszeitlichen

# Wertschöpfungsrechnung



Die Gesamtkonzern-Wertschöpfungsrechnung 2024 zeigt, dass der größte Teil der Wertschöpfung – 83,8 Prozent – an unsere Mitarbeiter in Form von Gehältern und Vorsorgeleistungen ging.

Regelungen genauso behandelt wie festangestelltes Personal, im Einklang mit dem Gleichbehandlungsgrundsatz. Unser Ziel ist es, eine faire und respektvolle Behandlung für alle Mitarbeitenden zu gewährleisten, unabhängig von ihrer Beschäftigungsform.

## Arbeitnehmerrechte

Die dalli group handelt nach nationalem Recht und internationalen Standards wie den Grundsätzen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Diese sind im „Verhaltenskodex für die dalli group und M&W und ihre Mitarbeitenden“ festgelegt. Der Verhaltenskodex ist in elektronischer Form für jeden Mitarbeitenden im Doku-

mentenmanagement zugänglich und liegt in den jeweiligen Landessprachen vor. Die Inhalte des Code of Conduct werden allen Mitarbeitenden in jährlichen Unterweisungen vermittelt.

Um sicherzustellen, dass auch in der vorgelagerten Lieferkette alle relevanten Standards eingehalten werden, haben wir klare Maßnahmen und Systeme zur Überwachung und Kommunikation von Arbeitnehmerrechten implementiert. Die Einhaltung der Arbeitnehmerrechte in der vorgelagerten Lieferkette wird über unseren „Verhaltenskodex für Lieferanten“ klar an alle Lieferanten und Dienstleister kommuniziert. Dieser Lieferantenkodex ist über die Einkaufsbedingungen als Vertragsbestandteil



Diversifikation und ein gutes Arbeitsklima sind wichtige Bestandteile unserer Unternehmenskultur

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

HR-Kennzahlen 2024	31.12.2024
Anzahl Beschäftigte gesamt	1.285
Anzahl Beschäftigte weiblich	425
Anzahl Beschäftigte männlich	860
Anteil Vollzeitbeschäftigte	87,8 %
Anteil Teilzeitbeschäftigte	12,2 %
Anteil Beschäftigte unbefristet	94,7 %
Anteil Beschäftigte befristet	5,3 %

### Kommunikation und Mitbestimmung

Betriebsräte, Jugend- und Auszubildendenvertretung (JAV) sowie Schwerbehindertenvertreter und Suchtbeauftragte sind bei dalli fest etabliert. Die Betriebsräte stehen in regelmäßigem Austausch mit der Geschäftsführung und setzen sich an allen Unternehmensstandorten für die Anliegen der Beschäftigten ein. Im Rahmen der Etablierung eines Konzernbetriebsrates wird der standortübergreifende Austausch zwischen den Betriebsräten untereinander sowie mit der Geschäftsführung weiter intensiviert. Neben den regulären Betriebsversammlungen nutzen wir Town Hall Meetings, die Mitarbeiterzeitschrift „dalli intern“ und weitere Kanäle wie Newsletter, Themenveranstaltungen und zukünftig eine Mitarbeiter-App, um unsere Mitarbeitenden zu informieren und den Dialog zu fördern.

Zusätzlich gibt es bei uns ein betriebliches Vorschlagswesen, das an allen deutschen Unternehmensstandorten etabliert ist. Alle Vorschläge, einschließlich der Themen Umwelt und Arbeitssicherheit, werden gemäß einer als Betriebsvereinbarung festgelegten Systematik durch eine unabhängige Kommission geprüft und prämiert. Mit diesem Programm möchten wir unsere Mitarbeitenden aktiv in den Weiterentwicklungsprozess des Unternehmens einbinden und ihre Ideen zur Verbesserung von Arbeitsprozessen und -bedingungen fördern.

### Meinungsfreiheit, Diversifikation und Chancengerechtigkeit

Wir sind fest davon überzeugt, dass Diversifikation sowohl das Arbeitsklima als auch die Effizienz erheblich fördert. Aus diesem Grund setzen wir uns aktiv für Vielfalt in unserem Unternehmen ein. Dies erreichen wir durch gezielte Maßnahmen wie Schulungen, Workshops, crossfunktionale Projektarbeit und die Förderung einer offenen Unternehmenskultur, in der jede Meinung zählt. Derzeit sind bei dalli 67 Prozent Männer und 33 Prozent Frauen aus insgesamt 38 Nationen beschäftigt. Der Frauenanteil in Führungspositionen liegt aktuell bei 27 Prozent. Eine unserer strategischen Zielsetzungen ist es, eine ausgeglichene Verteilung zwischen Frauen und Männern in Führungspositionen zu erreichen.

Zur Förderung der Geschlechtergleichstellung haben wir eine Gleichstellungsbeauftragte eingesetzt, die zusammen mit HR und Führungskräften die Umsetzung entsprechender Maßnahmen vorantreibt. Darüber hinaus bieten wir Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderungen an und haben Schwerbehindertenvertretungen eingerichtet. Wir gehen stets auf die individuellen Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden ein, indem wir beispielsweise spezielles EDV-Equipment für sehbehinderte Mitarbeitende bereitstellen, Arbeitsplatzbrillen bezuschussen und höhenverstellbare Schreibtische anbieten.

### Unsere Bedeutung für die Region

dalli engagiert sich intensiv in der Ausbildung junger Menschen. Wir bieten eine Vielzahl an Ausbildungsberufen sowie einen dualen Studiengang an. Darüber hinaus sind acht ehrenamtliche Prüfer aus unserer Belegschaft bei der IHK tätig, und wir stellen unsere Ausbildungswerkstatt als Prüfungsstandort zur Verfügung. Als bedeutender Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb an unseren Standorten tragen wir maßgeblich zur wirtschaftlichen Stabilität in den jeweiligen Regionen bei. An all unseren Produktionsstandorten pflegen wir einen offenen Dialog mit der Bevölkerung, was uns hilft, gute nachbarschaftliche Beziehungen zu fördern und ein positives Umfeld zu schaffen.

Zudem unterstützen wir Mitarbeitende, die sich in gemeinnützigen Organisationen wie den freiwilligen Feuerwehren, dem Technischen Hilfswerk oder der Deutschen Lebens-Rettungs-Gesellschaft engagieren, indem wir sie für ihre Einsätze bedingungslos freistellen. Wir pflegen enge Beziehungen zu den freiwilligen und hauptamtlichen Feuerwehren und stellen regelmäßig unsere Liegenschaften für Übungszwecke und Großübungen zur Verfügung. Gleiches gilt für weitere öffentliche Einrichtungen, die hier Praxisübungen und Prüfungen durchführen.

# Arbeits- und Gesundheitsschutz



Philipp Müller

## Interview mit Philipp Müller, Fachreferent für Sicherheit, Gesundheit & Umwelt

*Können Sie uns zunächst erklären, warum der Arbeits- und Gesundheitsschutz in einem produzierenden Betrieb so wichtig ist?*

**Philipp Müller:** Sehr gerne. Der Schutz der Mitarbeitenden steht bei uns an oberster Stelle, denn sie sind das Herzstück unseres Unternehmens. Ihre Sicherheit und Gesundheit haben höchste Priorität. Im Einklang mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie legen wir besonderen Wert auf ein umfassendes Arbeitsschutzmanagement, das nicht nur die gesetzlichen Vorgaben erfüllt, sondern auch das Wohlbefinden und die Motivation unserer Belegschaft fördert.

*Was sind die Grundsätze und Ziele Ihres Arbeitsschutzmanagements?*

Unser Arbeitsschutzmanagement basiert auf den folgenden Grundsätzen und orientiert sich an der Norm ISO 45001. Erstens, Prävention und Vorsorge: Die Reduktion von Risiken und die konstante Gewährleistung sicherer Arbeitsbedingungen stehen im Mittelpunkt. Durch systematische Gefährdungsbeurteilungen identifizieren wir potenzielle Gefahrenquellen frühzeitig und ergreifen präventive Maßnahmen. Zweitens, Beteiligung der Mitarbeitenden: Wir fördern eine aktive Beteiligung am Arbeitsschutzprozess. Die Erfahrungen der Mitarbeitenden und deren Vorschläge sind enorm wichtig für die kontinuierliche Verbesserung. Drittens, Schulung und Sensibilisierung: Regelmäßige Schulungen und Lehr-



gänge sind essenziell, um das Sicherheitsbewusstsein aller Mitarbeitenden zu schärfen. Unser Ziel ist es, dass sich alle ihrer Verantwortung für die eigene Sicherheit und die der Kolleginnen und Kollegen bewusst sind. Viertens, kontinuierliche Verbesserung: Arbeitsschutz ist dynamisch. Wir evaluieren regelmäßig unsere Maßnahmen und Aktivitäten und passen sie an neue Anforderungen sowie Rahmenbedingungen an, um stets die höchsten Standards zu erfüllen.

*Welche konkreten Maßnahmen umfasst Ihr Arbeitsschutzmanagement?*

Unser Arbeitsschutzmanagement umfasst eine Vielzahl konkreter Maßnahmen, die auf unterschiedlichen Ebenen angesetzt werden. Dazu gehören Risikobewertungen und Sicherheitsmaßnahmen wie regelmäßige Sicherheitsinspektionen, Audits und Rundgänge, um Gefahrenpotenziale frühzeitig zu erkennen. Technische Schutzmaßnahmen beinhalten Investitionen in sichere Maschinen und Anlagen, Nachrüstung von Sicherheitseinrichtungen und die Durchführung wiederkehrender

Prüfungen. Wo technische Lösungen nicht mehr weiterhelfen, setzen wir organisatorische Maßnahmen fest, wie etwa ein differenziertes Freigabescheinverfahren für gefährliche Arbeiten. Persönliche Schutzausrüstung ist ebenfalls ein wichtiger Aspekt. Alle Mitarbeitenden werden mit hochwertiger Schutzausrüstung ausgestattet, wobei wir darauf achten, dass das Tragen möglichst komfortabel ist und damit eine hohe Akzeptanz findet.

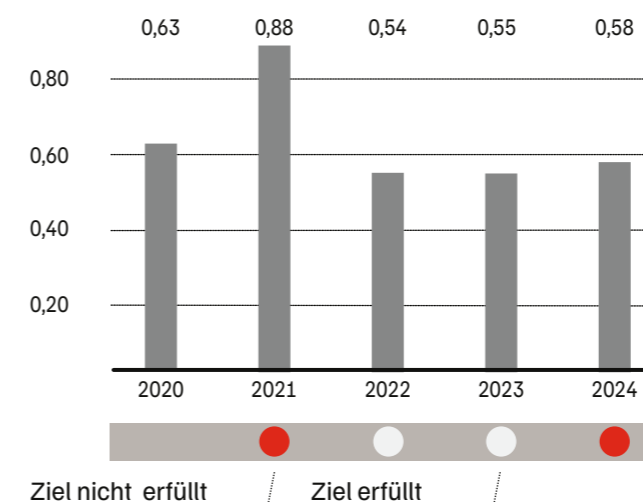
*Wie fördern Sie die Mitarbeiterbeteiligung und Kommunikation im Bereich Arbeitsschutz?*

In jedem Unternehmensbereich unterstützen speziell ausgebildete Sicherheitsbeauftragte die Umsetzung der Arbeitsschutzmaßnahmen und stehen den Mitarbeitenden als Ansprechpartner vor Ort zur Verfügung. Durch die aktive Teilnahme der Kollegen und Kolleginnen an der Gefährdungsbeurteilung können wir sicherstellen, dass Identifizierung und Bewertung von Risiken genau und umfassend sind und dass die daraus resultierenden Maßnahmen effektiv umgesetzt werden. Ein offenes Feedbacksystem ermöglicht es unseren Mitarbeitenden, Verbesserungen vorzuschlagen und Sicherheitsbedenken direkt zu kommunizieren. Über regelmäßige Sicherheitskampagnen und -veranstaltungen stärken wir das Bewusstsein für den Arbeitsschutz und motivieren unsere Mitarbeitenden, sich aktiv zu beteiligen.

*Welche Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und zum Wohlbefinden der Mitarbeitenden bieten Sie an?*

Neben dem Arbeitsschutz bieten wir Programme zur Gesundheitsförderung an, unter anderem zu ergonomischen Arbeitsplätzen, Bewegung, Ernährung und Stressmanagement. Ein gesundes Arbeitsumfeld umfasst auch psychologische Unterstützung. Unsere Mitarbeitenden haben Zugang zu Beratungsangeboten, um stressbedingten Belastungen entgegenzuwirken.

## Lost Time Incident Rate (LTIR) (Unfallereignisse > 1 Tag Ausfallzeit je 100.000 Arbeitsstunden)



# Qualität schafft Vertrauen –

## Nachhaltigkeit bedeutet Zukunft

Qualität ist deutlich mehr als Fehlerfreiheit oder die Optimierung von Abläufen. Qualität ist Verantwortung für unser Unternehmen, für Kunden und unsere Umwelt. Was prägt unsere Haltung zu Nachhaltigkeit im Qualitätsmanagement? Wie sichtbar sind Fortschritte, und wie machen wir diese messbar? Und vor allem: Wohin entwickeln sich unsere Ansprüche an Qualität, Verantwortung und Zukunftsfähigkeit? Diesen Fragen begegnen wir nicht theoretisch – sondern mit gelebter Praxis und messbaren Ergebnissen.

Nachhaltigkeit ist für viele Menschen ein zunehmend wichtiges Kaufkriterium – vorausgesetzt, sie ist nachvollziehbar, glaubwürdig und alltagstauglich. Indem wir Nachhaltigkeit mit Qualität, Transparenz und fairer Preisgestaltung verbinden, schaffen wir echte Orientierung für unsere Kundinnen und Kunden.

Höchstes Vertrauen entsteht, wenn wir verlässlich liefern: verantwortungsvoll entwickelte Produkte, reproduzierbare Qualität und konsequente Kundenorientierung.

Das gelingt, weil wir über vermeintliche Grenzen hinausdenken und gemeinsam handeln – denn in der Zusammenarbeit liegt unsere stärkste Kraft.

### Das Design unserer Produkte ist der Schlüssel zu Wettbewerbsfähigkeit, Qualität und Nachhaltigkeit

Indem wir Kundenanforderungen und Designkriterien unserer Produkte frühzeitig erkennen und gezielt in unsere Entwicklungen integrieren, schaffen wir Lösungen, die nicht nur überzeugen, sondern auch dauerhaft relevant sind. Das erfordert bereits in der Entwicklungsphase ein grundlegendes Verständnis von Funktionalität, Produktsicherheit, Umweltverträglichkeit und Produzierbarkeit.

Wir müssen jedes Produkt als ein ausgewogenes System aus Material, Rezeptur, Verpackung und Fertigungsprozess betrachten – nur so lässt sich reproduzierbare Qualität dauerhaft sichern und nachhaltig wettbewerbsfähig ermöglichen. Denn: Unsere gemeinsame Verantwortung endet nicht mit dem Design, der Produktion oder dem Verkauf, sondern erstreckt sich durchgängig über den gesamten Produktlebenszyklus in allen einzelnen Schritten.

### Die richtigen Voraussetzungen schaffen

Der kontinuierliche Verbesserungsprozess ist ein zentrales Prinzip unseres Qualitätsmanagements. Regelmäßige Rezertifizierungen – unter anderem nach dem IFS HPC (International Featured Standard) Revision 3 – bestätigen, dass wir nicht nur höchste Kundenanforderungen erfüllen, sondern auch über robuste Strukturen verfügen, die die ständige Verbesserung aktiv fördern und verankern. Dabei erreichen wir Audit-Ergebnisse von deutlich über 95 Prozent.

Diese etablierte Verbesserungskultur zahlt auch direkt auf unsere Nachhaltigkeitsziele ein: Ökologische und soziale Nachhaltigkeit erfordert ständige Weiterentwicklung. Unsere gelebte Qualitätsorientierung ist in diesem Zusammenhang ein spürbarer Vorteil.

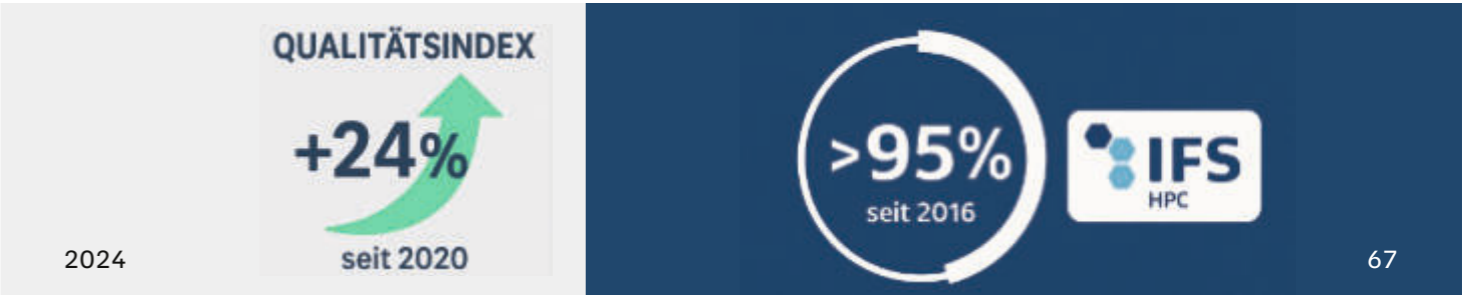
### Qualitätskennzahlen entlang der Lieferkette: Transparenz erzeugt Vorsprung

In den vergangenen Jahren haben wir Qualitätskennzahlen entlang der gesamten Lieferkette systematisch und tagesgenau erfasst, analysiert und als Grundlage für unsere kontinuierlichen Verbesserungsmaßnahmen genutzt.

Diese Datengrundlage ermöglicht es, potenzielle Schwachstellen frühzeitig zu erkennen, Ursachen zu analysieren und wiederkehrende Fehlerbilder zu eliminieren.

Besonders im Bereich der Kundenbeschwerden konnten wir dadurch signifikante Fortschritte erzielen: Die Anzahl der Beschwerden wurde kontinuierlich und messbar reduziert.

Der Erfolg dieser datengestützten Qualitätsarbeit zeigte sich im Jahr 2024 besonders deutlich: Mit dem bislang besten Qualitätsergebnis in unserer Unternehmensgeschichte unterstreichen wir unsere Leistungsfähigkeit, Prozesssicherheit und streben nach höchster Kundenzufriedenheit.





Im Garten: Robert Eikelboom,  
Leiter Produktion Niederlande,  
Mitglied im Nachhaltigkeitsboard

## Dorfgemüsegarten Heerde

In Heerde gibt es seit Kurzem etwas Besonderes: einen Dorfgemüsegarten! Eine Gruppe von Dorfbewohnern hat sich zusammengetan und eine Stiftung ins Leben gerufen. Ihr Ziel ist es, die Einwohner von Heerde – auch diejenigen mit einem kleinen Geldbeutel – direkt vor Ort mit gesundem, ungespritztem Gemüse und Obst sowie mit Kräutern zu versorgen.

Das Projekt fördert die gesunde Ernährung, gibt Wissen weiter und bringt die Menschen in der Gemeinde zusammen. Der Garten befindet sich auf dem schönen Landgut Vosbergen in Heerde.

Die Stiftung trat an dalli-De Klok heran und bat um Unterstützung. Natürlich haben wir zugestimmt, denn die Themen Gesundheit, Umwelt und Nachhaltigkeit passen perfekt zu unserer Vision. Zudem finden wir es wichtig, der Gesellschaft etwas zurückzugeben.



In den kommenden Jahren werden wir den Dorfgemüsegarten finanziell unterstützen. Gemeinsam setzen wir uns für ein nachhaltigeres und gesünderes Heerde ein.

Weitere Informationen finden Sie unter:  
[www.dorpsmoestuinheerde.nl](http://www.dorpsmoestuinheerde.nl)

## Gemeinsam umweltneutral handeln e. V.

Der Verein Gemeinsam umweltneutral handeln e. V. (GUH) verfolgt das ehrgeizige Ziel, ein nachhaltiges Wirtschaften und Leben im Einklang mit den Grenzen unseres Planeten zu ermöglichen. Gegründet von Dr. Dirk Gratzel und insgesamt sieben weiteren Mitgliedern, darunter auch die dalli group, setzt sich der Verein dafür ein, den ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu verbessern und verbleibende Umweltauswirkungen durch Investitionen in natur-schutzfachliche Renaturierung auszugleichen.

Die Vision des GUH-Vereins ist eine Welt, in der alle Menschen wie selbstverständlich umweltneutral handeln. Die Vereinsmitglieder sind der Überzeugung, dass eine lebenswerte Zukunft keine Utopie sein muss. Dafür ist es notwendig weit über Klimaneutralität hinaus ganzheitlich zu denken und handeln – von der Analyse, über die Reduktion bis hin zur Kompensation von Umweltauswirkungen. Das bedeutet, dass menschliche Aktivitäten so gestaltet werden, dass sie im Einklang mit der Natur stehen. Der Verein fördert Umweltbildung und bietet Werkzeuge an, die Menschen, Organisationen und Städte befähigen, umweltfreundlichere Entscheidungen zu treffen.

Ein zentrales Element der Arbeit des Vereins ist der GUH-Standard, der wissenschaftlich fundierte Methoden vereint, um Umweltauswirkungen zu analysieren, zu reduzieren und zu kompensieren. Der Standard umfasst acht Umwelt-



Andreas Dautzenberg,  
Leiter Administration  
und Mitglied des  
Nachhaltigkeitsboards

wirkungskategorien, darunter Klimawandel, Versauerung und Landnutzung, und monetarisiert verbleibende Umweltauswirkungen, um gezielte Maßnahmen zum Schutz der Natur umzusetzen.

Der Verein entwickelt kommunikative Formate, um den GUH-Standard verständlich und transparent zu machen. Zudem arbeitet er an der Weiterentwicklung des Standards und der Erarbeitung von Konformitätsprogrammen für Produkte, Unternehmen und Stadtquartiere. Ein weiteres Ziel ist die Gewinnung neuer Anwender des GUH-Standards und die Förderung regenerativen Wirtschaftens.

# Unternehmerische Verantwortung

Unsere unternehmerische Verantwortung sehen wir als Basis, um unserer Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden.



Zertifizierte Managementsysteme für:  
IQ NetSR 10 (CSR)  
ISO 9001  
ISO 14001  
IFS HPC  
ISO 50001



Gelebte Compliance-Kultur



Starker, zuverlässiger Partner



## Compliance im Familienunternehmen

# Ein Balanceakt zwischen Tradition und Moderne

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

### Was ist Compliance?

Compliance bedeutet die Einhaltung aller relevanten gesetzlichen Vorschriften, internen Richtlinien und ethischen Standards. Ein gut funktionierendes Compliance Management System hält sich an die gesetzlichen Vorgaben. Das schließt auch die korrekte Einhaltung der Vorschriften in der Lieferkette mit ein. Für mittelständische Unternehmen, die mit Konzernen zusammenarbeiten, ist es entscheidend, diese Standards zu kennen und zu erfüllen. Um dies

zu erreichen und die eigenen Compliance-Strukturen weiterzuentwickeln, ist ein interdisziplinärer Dialog mit vielen verschiedenen Unternehmensbereichen ebenso wichtig wie eine enge Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat.

### Aspekte zur erfolgreichen Implementierung des Compliance Management Systems bei den dalli-Werken

#### 1. Compliance-Kultur

Die Compliance-Kultur in unserem Unternehmen ist die Grundlage für ein angemessenes und wirksames Compliance Management System. Von entscheidender Bedeutung ist dabei die Förderung durch die Führungsebene (der sogenannte Tone from the Top).

Geschäftsführung und Führungskräfte prägen mit ihrem Verhalten die Compliance-Kultur im Unternehmen. Dadurch haben sie auch großen Einfluss darauf, welche Bedeutung dieses Thema bei den Mitarbeitenden hat. So wird die Bereitschaft zu regelkonformem Verhalten indirekt gesteuert. Hier spielt auch der interne Verhaltenskodex eine Rolle, der die Einhaltung des geltenden Rechts und definierter Ethik-, Sozial- und Umweltstandards fördern soll. Damit trägt er zu einem korruptionsfreien Geschäftsverhalten und einem fairen Wettbewerb bei.

## 2. Klare Richtlinien, Schulungen und Beratung

Die Einführung klarer, auf die Anforderungen unseres Unternehmens zugeschnittener Compliance-Richtlinien, regelmäßige Schulungen für Mitarbeitende zu rechtlichen und ethischen Anforderungen, die an all unseren Unternehmensstandorten implementierte und fortlaufend aktualisierte Rechtsdatenbank sowie das Angebot jederzeitiger Beratung durch interne oder externe Experten sind grundlegende Maßnahmen, um das Bewusstsein der Mitarbeiten-

den für die Bedeutung von Compliance zu fördern und das zur Umsetzung im Unternehmensalltag erforderliche Wissen praxisnah zu vermitteln.

## 3. Transparente Kommunikation

Neben dem regelmäßigem Reporting an Geschäftsführung und Aufsichtsorgan ist eine offene und transparente Kommunikation über Compliance-Themen im gesamten Unternehmen wichtig, denn sie kann helfen, das Vertrauen der Mitarbeitenden und Geschäftspartner zu stärken. Unser digitales Hinweisgebersystem, mittels dessen Verdachtsmomente rechtzeitig, auf Wunsch anonym und stets unter dem Schutz der Vertraulichkeit an die Compliance-Abteilung als zuständige Stellen kommuniziert werden können und geregelte Verfahren unterstützen die Transparenz und den Umgang mit Regelverletzungen.

## 4. Kontinuierliche Überwachung und Anpassung

Compliance ist ein dynamischer Prozess, der regelmäßige Überprüfungen und Anpassungen

Nina Laskey

# „Compliance ist für mittelständische Familienunternehmen eine komplexe, aber unverzichtbare Aufgabe.“

erfordert, um auf neue rechtliche und technische Entwicklungen sowie Geschäftsanforderungen zu reagieren. Unabhängigkeit und Objektivität sind hierbei essenziell.

## Fazit

Compliance ist für mittelständische Familienunternehmen eine komplexe, aber unverzichtbare Aufgabe. Wir sind überzeugt, durch die Implementierung eines umfassenden Compliance Management Systems einschließlich klarer Richtlinien, regelmäßiger Schulungen, transparenter Kommunikation und kontinuierlicher Überwachung, nicht nur rechtliche Risiken zu

minimieren, sondern auch das Vertrauen unserer Kunden und sonstiger Geschäftspartner zu stärken und langfristig erfolgreich zu sein. Die Balance zwischen Tradition und moderner Umsetzung der jeweiligen Anforderungen ist hier der Schlüssel zum Erfolg. Rechtschaffenheit und ethisches Wirtschaftsverhalten sind dabei die Grundpfeiler einer nachhaltigen Unternehmensführung. Instrumente wie der Verhaltenskodex für Mitarbeitende und der Lieferantenkodex sowie ein Risikomanagementsystem und die Einhaltung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes sind zentrale Bestandteile, um Compliance erfolgreich umzusetzen.



# Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette

In der Konsumgüterbranche – insbesondere bei Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln sowie kosmetischen Produkten – ist der Einkauf ein zentraler Hebel für nachhaltiges Wirtschaften. Die Auswahl von Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und Lieferanten beeinflusst nicht nur die Umweltbilanz eines Produkts, sondern auch die sozialen Bedingungen entlang der Lieferkette. Als Hersteller tragen wir eine besondere Verantwortung, da unsere Produkte täglich millionenfach im Einsatz sind und direkten Einfluss auf Menschen und Umwelt haben.

Darüber hinaus sind die Kernaufgaben des Einkaufs eine effiziente und kostengünstige Materialversorgung, die Sicherstellung der Qualität von Zulieferungen sowie die termingerechte Verfügbarkeit.

## Nachhaltige Beschaffung als strategisches Ziel

Entscheidend ist die Integration von Nachhaltigkeitskriterien in unsere Beschaffungsprozesse. Dabei berücksichtigen wir in enger Zusammenarbeit mit anderen Fachabteilungen:

- Umweltverträglichkeit von Rohstoffen: Wir bevorzugen Materialien mit geringeren Umweltauswirkungen, vermeiden Mikroplastik und setzen auf nachwachsende Rohstoffe, wo immer möglich.
- Soziale Standards: Lieferanten müssen unseren Verhaltenskodex verbindlich einhalten, dieser enthält Standards, welche u. a. auf der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), den UN-Konventionen, den Grundsätzen des UN Global Compact und den OECD-Leitsätzen basieren.

- Transparenz und Rückverfolgbarkeit: Wir arbeiten daran, die Herkunft unserer Rohstoffe nachvollziehbarer zu machen.
- Zertifizierungen und Partnerschaften: Wir setzen auf international anerkannte Standards wie beispielsweise RSPO (für nachhaltiges Palmöl) oder FSC.

## Umsetzung der Sorgfaltspflichten

Mit Inkrafttreten des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) haben wir die internen Prozesse weiter professionalisiert. Unsere Maßnahmen:

- Risikobewertung: Wir analysieren regelmäßig menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken in unseren Lieferketten.
- Beschwerdemechanismus: Über eine zentrale Plattform können Mitarbeitende, Lieferanten und externe Stakeholder anonym Hinweise auf mögliche Verstöße geben.
- Schulungen und Sensibilisierung: Unsere Einkaufsabteilungen werden regelmäßig zu Nachhaltigkeitsthemen geschult.

Durch Transparenz in der Lieferkette, den Dialog über Primärdaten zu Nachhaltigkeitsthemen und die Abstimmung der Ziele können gemeinsam wesentliche Arbeitsfelder identifiziert und die nachhaltige Entwicklung gefördert werden.

43

Mitarbeitende in der  
Verpackungsentwicklung  
und dem Einkauf

7.981

Eingekaufte Materialien in 2024

500 Mio. Euro

Einkaufsvolumen in 2024

80%

Beschaffung aus Deutschland  
und den Niederlanden

>98%

Beschaffung aus Europa  
(gemessen am Umsatz)

# Nachhaltigkeit im Produktionsbetrieb: Verantwortung leben

## Zukunft gestalten

**Als Hersteller von Verbrauchsprodukten aus den Bereichen Home Care und Personal Care tragen wir besondere Verantwortung: gegenüber der Umwelt, unseren Mitarbeitenden und den Verbraucherinnen und Verbrauchern. Nachhaltigkeit in der Produktion ist ein komplexes und vielschichtiges Thema.**

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

Produktionsbetriebe können also auf Dauer nur erfolgreich sein, wenn sie eine Balance zwischen Kosteneffizienz und Umweltverträglichkeit erreichen, sie also ihren ökologischen und sozialen Verpflichtungen nachkommen. Unter Berücksichtigung eines ganzheitlichen Ansatzes müssen für die zentralen Themen Lösungen gefunden werden. Die Anforderungen beziehen sich auf Legalität, Anlagensicherheit, Umweltschutz, Energieeffizienz und den optimalen Einsatz von Ressourcen.

Diesem Anspruch werden wir durch konkrete Maßnahmen gerecht. Diese schonen beispielsweise Ressourcen, reduzieren Emissionen oder vermeiden Abfälle. Zusätzlich kommt der Kompetenz unserer Mitarbeitenden und der fachübergreifenden Zusammenarbeit aller Abteilungen – auf Basis unseres Managementsystems – große Bedeutung zu.

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



Zertifizierte Managementsysteme nach ISO 14001 (Umweltmanagement), ISO 50001 (Energiemanagement) und IQNet SR 10 (Social Responsibility)



Einsatz von LED-Beleuchtungsanlagen zur Verbesserung der Energieeffizienz und der Arbeitsplatzqualität



Systemgestützte präzise Bedarfsplanung und flexible Produktionssteuerung zur Reduktion von Abfall sowie lager- und transportbedingten Emissionen



Beschaffung und Einsatz energieeffizienter Anlagen zur Reduktion des Energieverbrauchs



Abschaltmanagement und systematische Leckageortung sowie Beseitigung zur Vermeidung von „Leerverbräuchen“ und Energieverlusten



Molchsysteme und CIP-Dampfreinigungen zur Reduktion von Materialverlusten, Vermeidung unnötiger Chemikalien



Energetische Verfahrensoptimierung und Gebäudesanierungen zur Reduktion von Energieverbräuchen

# Unabhängig bestätigt

Moderne Governance erfordert ein umfassendes Management gesetzlicher Vorgaben, freiwilliger Verpflichtungen und die Antizipation zukünftiger Anforderungen. Durch glaubwürdiges Handeln und die Einhaltung selbst gesetzter Standards können Unternehmen ihre Reputation stärken und das Vertrauen ihrer Stakeholder gewinnen.

Um dieses Ziel zu erreichen, setzen wir auf international anerkannte Managementsysteme, die regelmäßig durch unabhängige, akkreditierte Zertifizierungsgesellschaften in intensiven Audits überprüft werden. Diese Audits umfassen Kontrollen der Dokumentationen, Mitarbeiterinterviews und Begehungen. Die Zertifikate, die wir erhalten, bestätigen uns immer wieder, dass unsere Standards nicht nur den gesetzlichen Anforderungen entsprechen und die selbst auferlegten Verpflichtungen erfüllen, sondern dass wir uns auch kontinuierlich weiterentwickeln und die notwendige Anpassungsfähigkeit an veränderte Rahmenbedingungen zeigen.



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

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

# DNK-Index

Kriterium	Verweis	Bemerkung
<b>Strategie</b> Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.	<b>Seite 16 ff:</b> Darlegung der Nachhaltigkeitsstrategie inklusive Zielsetzung	
<b>Wesentlichkeit</b> Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.	<b>Seite 24 ff:</b> Darlegung der Wesentlichkeitsanalyse und der wesentlichen Themen	
<b>Ziele</b> Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.	<b>Seite 16 ff:</b> Darlegung der Nachhaltigkeitsstrategie inklusive Zielsetzung <b>Seite 36 ff:</b> Ökologische Verantwortung <b>Seite 56 ff:</b> Gesellschaftliche Verantwortung <b>Seite 70 ff:</b> Unternehmerische Verantwortung	
<b>Tiefe der Wertschöpfungskette</b> Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.	<b>Seite 5:</b> Grundlagen des Berichts <b>Seite 20 ff:</b> Nachhaltigkeitsmanagement; Organisation und Verständnis <b>Seite 76:</b> Einkauf	

Kriterium	Verweis	Bemerkung
<b>Verantwortung</b> Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.	<b>Seite 6 ff:</b> Geschäftsführung <b>Seite 20 ff:</b> Nachhaltigkeitsmanagement	
<b>Regeln &amp; Prozesse</b> Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.	<b>Seite 20 ff:</b> Nachhaltigkeitsmanagement <b>Seite 80 ff:</b> Zertifizierungen	
<b>Kontrolle</b> Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.	<b>Seite 36 ff:</b> Ökologische Verantwortung <b>Seite 56 ff:</b> Gesellschaftliche Verantwortung <b>Seite 70 ff:</b> Unternehmerische Verantwortung <b>Seite 80 ff:</b> Zertifizierungen	
<b>Anreizsysteme</b> Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.	Nicht anwendbar	Nachhaltigkeit betrachten wir als Führungsthema. Alle Führungskräfte sind für die übergeordnete Zielerreichung mit verantwortlich. Es existieren keine spezifischen Regelungen über die Vergütung von Zielerreichungen von Nachhaltigkeitsthemen, die über die persönliche Zielvereinbarung des Nachhaltigkeitsbeauftragten hinausgehen.

# DNK-Index

Kriterium	Verweis	Bemerkung
<b>Beteiligung von Anspruchsgruppen</b> Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und die Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.	<b>Seite 23:</b> Stakeholder <b>Seite 80 ff:</b> Zertifizierungen	
<b>Innovations- und Produktmanagement</b> Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.	<b>Seite 22 ff:</b> Ziele für eine nachhaltige Entwicklung <b>Seite 16 ff:</b> Nachhaltigkeitsstrategie <b>Seite 36 ff:</b> Ökologische Verantwortung <b>Seite 26 ff:</b> Produkte	
<b>Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen</b> Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.	<b>Seite 38 ff:</b> Umweltauswirkungen und Umweltleistung	
<b>Ressourcenmanagement</b> Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.	<b>Seite 16 ff:</b> Nachhaltigkeitsstrategie <b>Seite 38 ff:</b> Umweltauswirkungen und Umweltleistung	

Kriterium	Verweis	Bemerkung
<b>Klimarelevante Emissionen</b> Das Unternehmen legt die Treibhausgas(THG)-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an.	<b>Seite 44 ff:</b> Klimaschutz	
<b>Arbeitnehmerrechte</b> Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.	<b>Seite 58 ff:</b> Unsere Mitarbeitenden <b>Seite 72 ff:</b> Compliance	
<b>Chancengleichheit</b> Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.	<b>Seite 58 ff:</b> Unsere Mitarbeitenden <b>Seite 64 ff:</b> Arbeitsschutz <b>Seite 72 ff:</b> Compliance	
<b>Qualifizierung</b> Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h., die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.	<b>Seite 58 ff:</b> Unsere Mitarbeitenden	

# DNK-Index

Kriterium	Verweis	Bemerkung
<b>Menschenrechte</b> Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen.	<b>Seite 72 ff:</b> Compliance <b>Seite 76 ff:</b> Nachhaltigkeit im Einkauf	
<b>Gemeinwesen</b> Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt.	<b>Seite 58 ff:</b> Unsere Mitarbeitenden <b>Seite 68:</b> Dorfgemüsegarten <b>Seite 69:</b> Gemeinsam umweltneutral handeln e. V.	
<b>Politische Einflussnahme</b> Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden.	nicht anwendbar	
<b>Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten</b> Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.	<b>Seite 72 ff:</b> Compliance <b>Seite 80 ff:</b> Zertifizierungen	



## IMPRESSUM

Herausgeber  
DALLI-WERKE GmbH & Co. KG  
Zweifaller Straße 120, 52224 Stolberg  
Tel. 02402-89-00  
dalli-group.com  
kontakt@dalli-group.com

Handelsregister:  
Amtsgericht Aachen, HRA 5417  
USt-ID-Nr.: DE 121 73 77 63  
Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier

## Bildnachweis

GettyImages/mariusFM77 (Titel/Umschlag), malp/stock.adobe.com (S. 04+05, 19, 40), Marco Rose (S. 03, 06, 10, 14+15, 34+35, 49, 56+57, 64, 66, 69, 72), Christian Charlier (S. 03, 55, 59, 62, 63, 65, 70+71, 74), Summit Art Creations/stock.adobe.com (S. 12+13, 77), M. Moller/peopleimages.com/stock.adobe.com (S. 17), Andrii/stock.adobe.com (S. 17), Prostock-studio/stock.adobe.com (S. 18), Milos Stankovic/Getty-Images (S. 18), rangizzz/stock.adobe.com (S. 18), AungMya/stock.adobe.com (S. 19), Rawpixel.com/stock.adobe.com (S. 19), Tina/stock.adobe.com (S. 21), Lukas Gojda/stock.adobe.com (S. 26+27), Konstantin Yuganov/stock.adobe.com (S. 26), Margo Alexa/stock.adobe.com (S. 26), daphnusia/stock.adobe.com (S. 26), Dragana Gordic/stock.adobe.com (S. 26), Strelciuc/stock.adobe.com (S. 27), KMNPhoto/stock.adobe.com (S. 27), progressman/stock.adobe.com (S. 27), Alexander Raths/stock.adobe.com (S. 27), T/stock.adobe.com (S. 28+29), cllareta/stock.adobe.com (S. 32+33), k\_river/stock.adobe.com (S. 36+37), Günter Albers/stock.adobe.com (S. 40, 45), haiderose/stock.adobe.com (S. 40), by-studio/stock.adobe.com (S. 40), Rhett Ayers Butler/stock.adobe.com (S. 50+51), Deemerwha studio/stock.adobe.com (S. 74), FrankBoston/stock.adobe.com (S. 75), CHA/stock.adobe.com (S. 75), whyframeshot/stock.adobe.com (S. 82-86)

Layout: foto-plus-design.de, Lektorat: B. Kaiser, Druck: Druckzentrum Neumünster

