



Corporate Responsibility Report 2021



The better shopping experience

Inhalt

Über HL Display	2
Für ein besseres Einkaufserlebnis.....	3
Unser Versprechen	4
Botschaft des CEO	5
Die Zukunft des Lebensmitteleinzelhandels	6
Unsere Strategie	7
Highlights 2021	8
Umgang mit unternehmerischer Verantwortung bei HL	10
Einbindung von Stakeholdern	11
Wesentlichkeitsprüfung und Schwerpunktbereiche der unternehmerischen Verantwortung	12
Unterstützung der Kunden bei der Vermeidung von Abfällen	14
Schaffung eines bestmöglichen Arbeitsplatzes.....	20
Kontinuierliche Verbesserung der betrieblichen Abläufe.....	28
Gewährleistung von Verantwortlichkeit in der gesamten Lieferkette	38
Über den Bericht.....	42

Über HL Display

HL ist ein internationaler Anbieter von POS-Lösungen für mehr Kundenzufriedenheit, Rentabilität und Nachhaltigkeit. Unser Angebot umfasst Produkte in den Bereichen Kommunikations- und Merchandising Lösungen sowie Beleuchtungssysteme, Zweitplatzierungsdisplays, maßgeschneiderte Instore-Lösungen und Dienstleistungen. HL-Systeme sind in über 295.000 Märkten auf der ganzen Welt installiert. Die Gruppe hat ihren Hauptsitz in Stock-

holm, Schweden, und bedient mehr als 70 Länder. 27 dieser Länder werden von HL-Vertriebsgesellschaften abgedeckt, der Rest wird Vertriebspartnern rund um den Globus bedient.

Unsere größten Märkte sind Großbritannien, Schweden und Frankreich, und wir beliefern Kunden hauptsächlich aus dem Food- und Non-Food-Einzelhandel sowie Markenartikler. Unsere fünf Produktionsstätten befinden sich in

Schweden, Polen, Großbritannien und China und verarbeiten eine Vielzahl von industriellen Prozessen, einschließlich Kunststoff- und Metallverarbeitung, Druck, Montage und mehr.

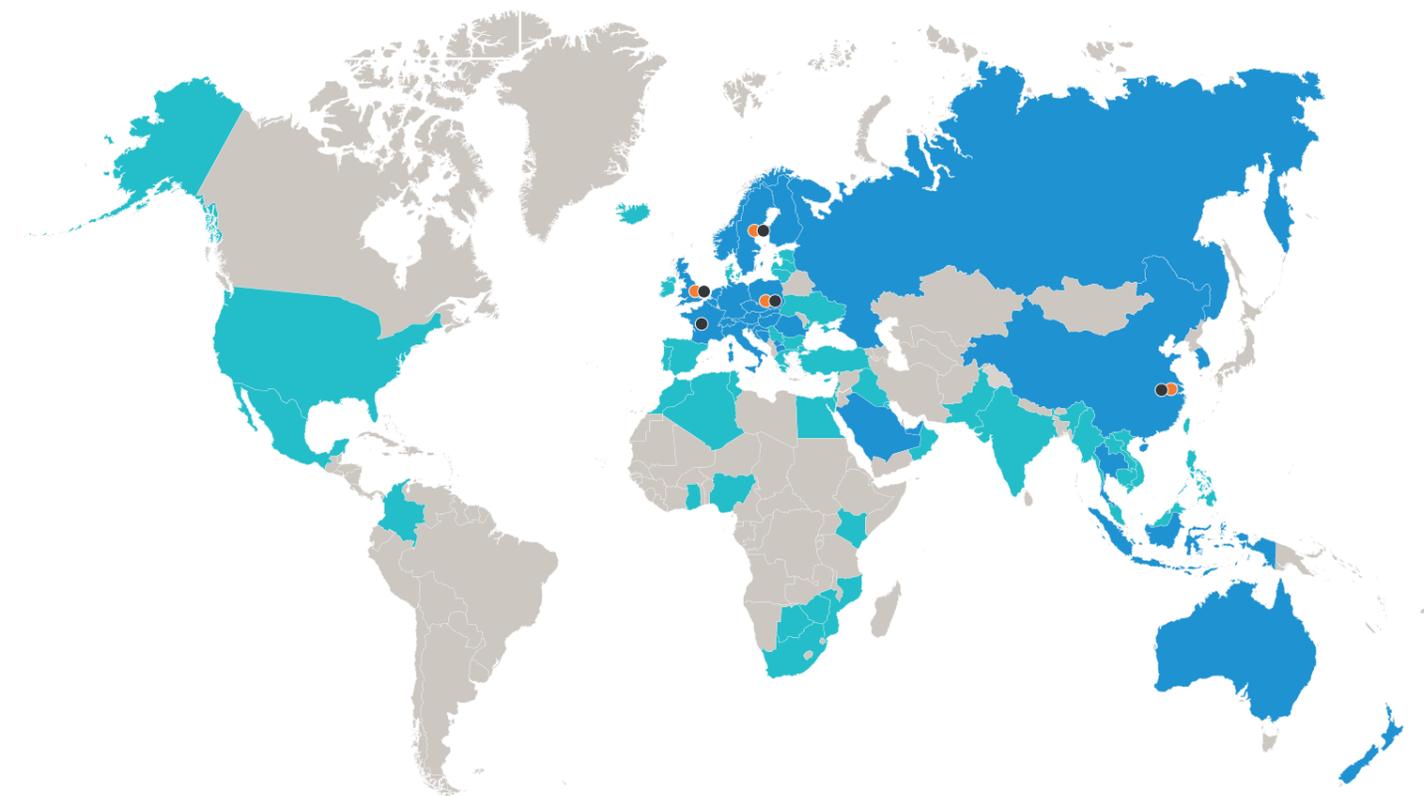
HL hat 1.106 Mitarbeiter und einen Nettoumsatz von 1.708 MSEK. HL ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der börsennotierten schwedischen Investmentgesellschaft Ratos.

Für ein besseres Einkaufserlebnis

HL hilft Kunden auf der ganzen Welt, eine attraktive, gewinnbringende und nachhaltige Einkaufsumgebung zu gestalten, die den Konsumenten ein besseres Einkaufserlebnis ermöglicht.

- HL-Vertriebsgesellschaften
- HL-Partner
- HL-Fabriken
- Regionale HL-Vertriebszentren (RDC)

Die Geschäftstätigkeit in Russland ist seit März 2022 ausgesetzt.



Kennzahlen 2021

Märkte

Länder

Mitarbeiter

Mio. SEK Nettoumsatz

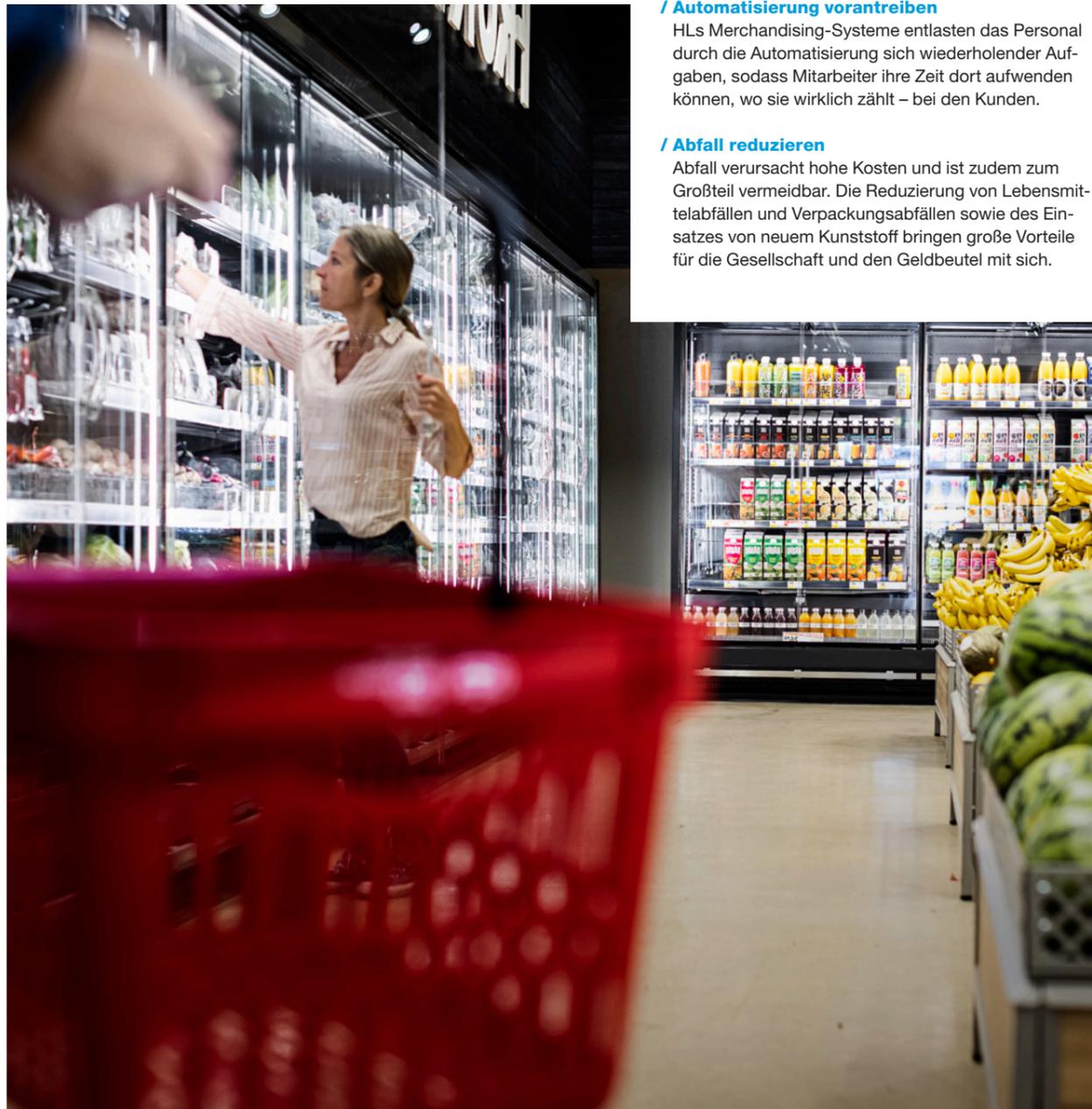
70+

1,106

1,708

Unser Versprechen

Mit Leidenschaft für die Einzelhandelsentwicklung und mit Stolz auf die Ausführung agieren wir als Partner unserer Kunden.



/ Umsatz steigern

Über 70 Prozent der Einkaufsentscheidungen werden am POS getroffen. Die Verbesserung der Produktpräsentation und die Reduzierung realer oder wahrgenommener Leerstände sind für die Umsatzsteigerung entscheidend.

/ Kunden inspirieren

Durch die Erfahrung in der Arbeit mit weltweit führenden Einzelhändlern und Marken hat HL gelernt, wie man Lösungen schafft, die für mehr Differenzierung sorgen, Kunden inspirieren und ihre Einkaufstour lohnenswert machen.

/ Automatisierung vorantreiben

HLs Merchandising-Systeme entlasten das Personal durch die Automatisierung sich wiederholender Aufgaben, sodass Mitarbeiter ihre Zeit dort aufwenden können, wo sie wirklich zählt – bei den Kunden.

/ Abfall reduzieren

Abfall verursacht hohe Kosten und ist zudem zum Großteil vermeidbar. Die Reduzierung von Lebensmittelabfällen und Verpackungsabfällen sowie des Einsatzes von neuem Kunststoff bringen große Vorteile für die Gesellschaft und den Geldbeutel mit sich.

Botschaft des CEO



Im Jahr 2021 haben wir weiterhin erfolgreich an unserer Vision gearbeitet, der bevorzugte Partner für unsere Kunden zu sein, innovative und nachhaltige Lösungen anzubieten und ein besseres Einkaufserlebnis zu schaffen. Auch wenn die anhaltende Pandemie und der drastische Anstieg der Rohstoff- und Transportkosten eine große Herausforderung für das Unternehmen darstellen und sich der Einzelhandel aufgrund des veränderten Kundenverhaltens stark verändert hat, kann ich mit Stolz sagen, dass wir das stärkste Finanzergebnis in HLs Firmengeschichte erzielt haben. Rückblickend lassen sich viele Höhepunkte ausmachen:

Wir haben HL durch Übernahmen vergrößert und Concept Data, CoolPresentations und unseren bisherigen Vertriebspartner Display Italia ins Unternehmen integriert, wodurch wir unsere Reichweite in Bezug auf sowohl Kunden als auch die von uns bedienten Märkte erweitert haben.

Obwohl wir das ganze Jahr über mit veränderten Bedingungen und Einschränkungen aufgrund der Pandemie zu kämpfen hatten, verzeichneten die Märkte, in denen wir 2020 die stärksten Auswirkungen des Coronavirus erlebt hatten, eine gute Erholung, sodass sie im Jahr 2021 zu einem starken organischen Wachstum beisteuern konnten.

Trotz der schwierigen Umstände, unter denen viele HL-Teammitglieder über längere Zeit hinweg von zu Hause aus arbeiten mussten und die Möglichkeiten für Besprechungen und eine engere Zusammenarbeit eingeschränkt waren, gab es keine Unterbrechungen der Betriebsabläufe, und das Engagement der Mitarbeiter blieb hoch, wobei die Sicherheit unseres gesamten Teams stets oberste Priorität hatte. Aufbauend auf dem, was wir im Jahr 2020 gelernt hatten, haben wir die unternehmensweite Kommunikation weiter verbessert. Ein Beispiel dafür ist das globale HL-Meeting, das live aus unserem hauseigenen Studio an alle Mitarbeiter gestreamt wurde, um die aktuelle Geschäftslage sowie unsere Strategie und Pläne für 2022 zu erörtern.

Und schließlich haben wir in allen unseren vier nachhaltigkeitsorientierten Schwerpunktbereichen Fortschritte erzielt:

Der Umsatz mit HL Sustainable Choice, einem Sortiment von Lösungen aus recycelten oder biobasierten Materialien, wurde im Vergleich zu 2020 um 12 Prozent gesteigert, und wir haben unser Kreislaufangebot um einen weiteren Großkunden erweitert.

Außerdem haben wir ein neues Tool zur Einbeziehung unserer Mitarbeiter eingeführt, das uns nicht nur einen besseren Vergleich mit anderen Unternehmen ermöglicht, sondern uns auch dabei hilft, Maßnahmen zu ergreifen und unsere Fortschritte leichter zu verfolgen.

Um die Klimabilanz unserer Tätigkeit zu verbessern, wurde unser Werk in Gliwice auf Ökostrom umgestellt, da die Stromerzeugung zuvor den größten Einzelbeitrag zu unseren Scope-2-Emissionen geleistet hatte.

Darüber hinaus haben wir nicht nur die Menge an extern bezogenem, hochwertigem Recycling-Kunststoff erhöht, sondern auch unsere Fähigkeit, unsere eigenen Kunststoffabfälle zu recyceln, auf mehr als 40 Prozent verbessert. Dies bedeutet, dass wir mehr Recycling-Kunststoff zur Verfügung hatten, um unseren Kunden nachhaltigere Lösungen für ihre Märkte anzubieten.

Nachdem wir uns 2020 zur Science Based Target Initiative verpflichtet hatten, haben wir inzwischen unsere Ziele und unseren Maßnahmenplan zur Verbesserung unserer Klimabilanz festgelegt und warten derzeit auf die Freigabe. Mit Blick auf unsere gesamte Lieferkette haben wir ein zentrales System für das Lieferantenmanagement eingeführt, das uns eine strukturierte Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten ermöglicht und uns hilft, Risiken zu vermeiden. Dies wird durch die Tatsache untermauert, dass inzwischen 93 Prozent unserer wichtigen Zulieferer unseren Verhaltenskodex für Lieferanten unterzeichnet und sich damit zu denselben Richtlinien und Standards wie HL verpflichtet haben.

Zu Beginn des Jahres 2022 bleiben die großen Herausforderungen des Jahres 2021 bestehen. Außerdem sehen wir uns mit neuen Turbulenzen auf der ganzen Welt konfrontiert. Ich glaube jedoch, dass HL gut für ein weiteres erfolgreiches Jahr gerüstet ist, was neben unserer bewährten Fähigkeit, mit Veränderungen umzugehen, auch der Stärke des HL-Teams und unseres Unternehmens als Ganzes zu verdanken ist. Im Jahr 2022 werden wir weitere Schritte in Richtung einer nachhaltigeren Zukunft unternehmen, und ich kann mit Stolz bestätigen, dass HL den UN Global Compact weiterhin unterstützt und unser Engagement für die Initiative und ihre Grundsätze erneuert.

Stockholm, 31. März 2022

Björn Borgman
CEO HL Display

Die Zukunft des Lebensmittel-einzelhandels

Megatrends shaping the retail landscape

Der Lebensmitteleinzelhandel entwickelt sich kontinuierlich weiter, und in den letzten beiden Jahren hat sich der Wandel noch beschleunigt. Im Zuge der Pandemie haben die Kunden ihre Einkaufsgewohnheiten geändert: Sie ziehen einen einzigen großen Wocheneinkauf mehreren kleineren Einkäufen unter der Woche vor und kaufen in kleineren Geschäften in der Nähe ihres Wohnorts ein, anstatt in solchen, die sich in der Nähe ihres Arbeitsplatzes befinden. Während Restaurants einen Geschäftsrückgang hinnehmen mussten, ging es dem Lebensmitteleinzelhandel während der Pandemie größtenteils gut. Allerdings hat auch dies ganz eigene Herausforderungen mit sich gebracht: Abgesehen von den Problemen in den Lieferketten hat die rapide Beschleunigung des Trend hin zum Online-Lebensmitteleinkauf nicht nur operative Schwierigkeiten verursacht, sondern auch Druck auf die Gewinne ausgeübt, da die Margen in der Regel unter denen im stationären Handel liegen.

Eine Branche im Umbruch

Als die Beschränkungen im Jahr 2021 phasenweise gelockert wurden, kehrten die Konsumenten teilweise zu ihrem Verhalten vor der Pandemie zurück. Als sich die Kunden beispielsweise beim Besuch im stationären Handel wohler fühlten, kehrten sie zu ihrer Routine zurück, während der Woche mehrere kleinere Einkäufe zu tätigen, oder das Abendessen für denselben Abend zu besorgen. Der Online-Einkauf von Lebensmitteln ist zwar nach wie vor beliebt, das Wachstum in diesem Segment hat sich jedoch im Vergleich zum Höhepunkt der Pandemie deutlich verlangsamt.

Es bleibt abzuwarten, welche Veränderungen sich dauerhaft durchsetzen und in welchen Bereichen die Kunden zu ihrem alten Verhalten zurückkehren werden. In Anbetracht der Fortschritte beim Online-Lebensmitteleinkauf und bei der Lieferung von Lebensmitteln sowie des vor der Pandemie zu beobachtenden Trends weg von Hypermärkten hin zu kleineren, bequemeren Ladenformaten steht der Lebensmitteleinzelhandel jedoch vor großen Herausforderungen,

um seine Relevanz für die Kunden zu erhalten. Um den Einkauf lohnenswert zu machen, werden Lebensmitteleinzelhändler weiterhin neue Initiativen auf den Weg bringen, die sich hauptsächlich auf drei Bereiche konzentrieren: Erlebnis, betriebliche Effizienz und Nachhaltigkeit.

Erlebnisse machen den Weg in den Markt lohnenswert

Da viele Kunden die Bequemlichkeit des Online-Einkaufs schätzen, muss der Einzelhandel die Reibungsverluste in den Märkten ebenfalls verringern und gleichzeitig inspirierende, aufregende und experimentelle Erlebnisse bieten, die einen Besuch im Markt rechtfertigen. Das Sortiment, insbesondere im Bereich der frischen Lebensmittel, die Personalisierung, das Ladendesign und der Service werden dabei eine wichtige Rolle spielen

Erlebnisse machen den Weg in den Markt lohnenswert

Da ein verbessertes physisches Einkaufserlebnis höchstwahrscheinlich mit Kosten verbunden sein wird, die den ohnehin bestehenden Druck auf die Gewinnmargen noch verstärken,

müssen Einzelhändler betriebliche Effizienzsteigerungen ermitteln und ihre Kosten senken. Die Optimierung von Sortimenten und Bestellprozessen sowie die Lagerhaltung, Flächennutzung und effizientere Online-Geschäftsmodelle werden im Mittelpunkt dieser durch Daten und Technologie ermöglichten Bemühungen stehen.

Stärkere Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Und schließlich wird Nachhaltigkeit angesichts des zunehmenden Drucks seitens der Kunden, Investoren und Behörden für Lebensmittelhändler zu einem Muss werden. Da immer mehr Einzelhändler Initiativen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit ihrer Geschäftstätigkeit ergreifen, wird Untätigkeit in diesem Bereich bald zu einem Wettbewerbsnachteil führen. Der stationäre Handel wird eine wichtige Rolle dabei spielen, die Bemühungen der Einzelhändler zu präsentieren: von umweltfreundlicherem Ladendesign mit Holz, Recyclingmaterialien und energiesparender Technologie über die Verringerung von sowohl Lebensmittelabfällen als auch der Verwendung von Plastik und Verpackungen bis hin zur Verbesserung der Recyclingfähigkeit und elektrischen Ladestationen. Der Markt ist der Ort, an dem Einzelhändler die Ergebnisse ihrer Nachhaltigkeitsarbeit präsentieren können. Neben umweltorientierten Maßnahmen wird ein weiterer Schwerpunkt der Aktivitäten des Einzelhandels darin bestehen, die Kunden zu motivieren, gesündere Entscheidungen zu treffen.

Ganz gleich, welche Initiativen der Lebensmitteleinzelhandel in Zukunft in den Vordergrund stellt, eines bleibt immer gleich: Die Entwicklung wird durch die Veränderungen im Verhalten und in den Erwartungen der Kunden bestimmt. Einzelhändler, die diese veränderten Bedürfnisse in den Mittelpunkt ihres Handelns stellen, werden nicht nur die Loyalität der Kunden gewinnen, sondern auch den künftigen Erfolg ihres Unternehmens sichern.

Unsere Mission

Wir wollen Einkaufen zu einem Erlebnis machen, und nicht nur zu einer Notwendigkeit

Unsere Vision

Wir wollen der bevorzugte Partner für innovative und nachhaltige Lösungen sein und weltweit ein besseres Einkaufserlebnis ermöglichen.

Unsere Strategie

/ Wachstum von Unternehmen und Personal

Profitables Wachstum und kontinuierliche Entwicklung unserer Mitarbeiter ist wichtig für das, was wir tun. Dank unserer unübertroffenen Marktpräsenz, unserer Branchenerfahrung und unserer modernsten Innovation sind unsere Einheiten in der Lage, den Umsatz organisch zu steigern, und unsere erworbenen Unternehmen ermöglichen es uns, das profitable Wachstum zu beschleunigen.

/ Erstklassige Kosteneffizienz

Als europäische Marktführer treiben wir eine Skalierung voran, von der unsere Kunden und wir selbst profitieren. Die kontinuierliche Verbesserung in Produktion, Beschaffung und Logistik macht Kosten zu einem Wettbewerbsvorteil. Wir schaffen ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Standardisierung und Unverwechselbarkeit und fördern die Digitalisierung, um Kosten zu senken und Geschwindigkeit zu steigern.

/ Marktführer bei Innovation und Nachhaltigkeit

Unsere Leidenschaft für den Lebensmitteleinzelhandel verwandelt sich in ein branchenführendes Portfolio einzelhandelsgeprüfter Lösungen, das die Herausforderungen unserer Kunden meistert. Wir führen Neuerungen ein, um ein Einkaufserlebnis zu schaffen, das wirklich besser ist. Wir inspirieren Konsumenten, steigern Umsätze, reduzieren Kosten und helfen dabei, Märkte nachhaltiger zu machen – genau wie unseren Betrieb auch.

/ Einfache Zusammenarbeit

Wir schließen uns mit unseren Kunden zusammen, um ihre Unternehmen zu vergrößern. Ein hervorragender Kundenservice, eine starke lokale Marktpräsenz und eine Denkweise, es denjenigen in unserer Umgebung einfach zu machen, gewährleisten ein ausgezeichnetes Kundenerlebnis. Die Anwendung der gleichen Prinzipien auf unsere internen Abläufe macht uns stolz und bietet unseren Kunden einen echten Mehrwert.

Highlights 2021

Unsere Vision ist es, der bevorzugte Partner für innovative und nachhaltige Lösungen zu sein, die für ein besseres Einkaufserlebnis sorgen. Nach 2021 sind wir nun einen Schritt näher dran, die Nachhaltigkeit vollständig in unsere täglichen Abläufe und unsere Kultur zu integrieren.

Vergrößerung der HL-Familie

Integration unserer neuen Mitarbeiter

Die Mitarbeiter der drei Unternehmen, die wir im Laufe des Jahres 2021 übernommen haben, werden davon profitieren, Teil eines größeren Teams zu sein, das ihnen bessere Wachstums- und Entwicklungsmöglichkeiten bietet. Um sicherzustellen, dass sich alle neuen Mitarbeiter wertgeschätzt fühlen, wurden Aktionspläne zur Einbindung erstellt. Diese Pläne konzentrieren sich auf eine Kombination aus Anerkennung, Feedback, Coaching, Kameradschaft und Kommunikation.



Ausbau der internen Leistungsfähigkeit und Effizienz

Durch unsere drei Übernahmen haben wir nicht nur neue Kompetenzen gewonnen, sondern auch die Möglichkeit, zusätzliche Volumina intern zu bewältigen, um eine bessere Auslastung der Ressourcen zu erreichen und die Effizienz in unseren Fabriken sowie in den logistischen Prozessen zu steigern.

Wir versetzen immer mehr Unternehmen in die Lage, den Kreislauf zu schließen

2021 haben wir unser System zur Rücknahme unserer eigenen Produkte am Ende ihres Lebenszyklus erweitert und unser Verfahren zur Behandlung von Altprodukten industrialisiert. Durch den Kreislaufansatz sind wir in der Lage, unsere eigenen Produkte als recycelte Rohstoffe zu verwenden und die Verbrennung am Ende des Lebenszyklus zu vermeiden.

Prototyp für verpackungs-freie Lösungen für Flüssigkeiten

Wir haben gemeinsam mit einem französischen Anbieter von Flüssigkeitsdispensern begonnen, einen Prototyp für Flüssigkeitsspendern zu entwickeln. Wir planen, unsere verpackungsfreie Flüssigkeitsbehälterlösung im Jahr 2022 auf dem breiten europäischen Markt einzuführen.

Unterstützung der Kunden bei der Vermeidung von Abfällen

HL Sustainable Choice ist um +12 Prozent gewachsen

Einmal mehr haben wir unser Ziel erreicht, den Umsatz des Sustainable Choice-Angebots im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 10 Prozent zu steigern. 2021 haben wir außerdem unser Sustainable Choice-Sortiment erweitert, um mehr Lösungen aus Recyclingmaterialien anzubieten.



Schaffung eines bestmöglichen Arbeitsplatzes

Work-Life-Balance-Wert von 74

Bei der Aussage „Ich bin in der Lage, mein Arbeits- und Privatleben erfolgreich miteinander in Einklang zu bringen“ haben wir einen Wert von 74 erreicht, was im Vergleich zum globalen Benchmark-Wert von 71 ein gutes Ergebnis ist.



Einführung eines neuen Umfragetools zum Mitarbeiterengagement

Im Jahr 2021 haben wir ein neues Instrument für Umfragen zum Mitarbeiterengagement eingeführt, mit dem wir neue Erkenntnisse gewinnen, unsere Ergebnisse mit globalen Benchmarks vergleichen, den Zugang zu Umfragen in unseren Fabriken und regionalen Vertriebszentren verbessern und effektive Maßnahmenpläne zur Verbesserung der künftigen Ergebnisse erstellen können.

Investitionen in funktionsübergreifende Zusammenarbeit

Im Jahr 2021 haben wir das Projekt Innovation Booster mit dem Ziel gestartet, unsere Innovationspipeline zu beschleunigen. In diesem Forum tauschen HL-Mitarbeiter aus verschiedenen Funktionen und Regionen ihre Erkenntnisse aus und arbeiten gemeinsam an der Lösung von Kundenproblemen und der Entwicklung neuer HL-Lösungen.

Kontinuierliche Verbesserung der betrieblichen Abläufe

Emissionsenkung durch Umstellung auf Ökostrom

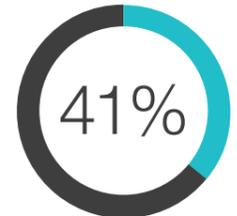
Das HL-Werk in Gliwice hat seine Energieversorgung von Kohle auf 100 Prozent erneuerbare Energien umgestellt, wodurch unsere Emissionen erheblich gesenkt wurden.

Festlegung unserer Ziele und unseres Aktionsplans in Übereinstimmung mit der Science Based Targets Initiative

Im Jahr 2021 haben wir unsere Ziele und unseren Maßnahmenplan festgelegt, um die Verringerung unserer Klimabilanz im Einklang mit den Zielen der Science Based Targets Initiative zu gewährleisten. Wir warten derzeit auf ihre Genehmigung.

Kapazitätserweiterung für recycelten Kunststoff

Von Jahr zu Jahr recyceln wir immer mehr interne Kunststoffabfälle. 2021 waren es 41 Prozent gegenüber 36 Prozent im Jahr 2020.



Verlegung des regionalen Vertriebszentrums zur Optimierung der Auslastung und zum Einsatz umweltfreundlicher Technologien

RDC Central wurde in ein kleineres Lagerhaus verlegt, das der erforderlichen Kapazität besser entspricht und mit umweltfreundlichen Technologien wie LED-Beleuchtung ausgestattet ist.

Unser eigener Brunnen senkt unseren Wasserverbrauch aus kommunalen Quellen

Im Jahr 2020 errichtete das Werk in Sundsvall einen eigenen Brunnen, wodurch unser Wasserverbrauch aus kommunalen Quellen im Jahr 2021 um 88 Prozent gesunken ist.

Gewährleistung von Verantwortlichkeit in der gesamten Lieferkette

93 Prozent unserer wichtigen Zulieferer haben unseren Verhaltenskodex für Lieferanten unterzeichnet

In 2021 haben wir unseren Verhaltenskodex für Lieferanten eingeführt, eine aktualisierte Version unserer Einkaufsrichtlinie. 93 Prozent unserer wichtigen Zulieferer haben im vergangenen Jahr den Verhaltenskodex unterzeichnet und damit unser Ziel von 90 Prozent unserer wichtigen Zulieferer übertroffen.

Ein zentralisiertes System für das Lieferantenmanagement

Wir haben unser neues Lieferantenmanagementsystem in Betrieb genommen, mit dem wir Daten und wichtige Dokumente zu unseren Lieferanten speichern und erfassen können. Das System ermöglicht uns einen methodischeren Umgang mit unseren Lieferanten, so dass wir sie überwachen und nachverfolgen können, was uns hilft, Risiken in der Lieferkette zu vermeiden.

Umgang mit unternehmerischer Verantwortung bei HL

Unser Engagement als Branchenführer ein besseres Einkaufserlebnis zu schaffen, ist auch eine Verpflichtung zur Nachhaltigkeit.

Corporate-Responsibility-Richtlinien und Verpflichtungen von HL

Die Tätigkeiten von HL beruhen auf den Werten, der Vision und der Mission des Unternehmens. Wir erläutern unsere Herangehensweise an unternehmerische Verantwortung in unseren [Corporate-Responsibility-Richtlinien](#), unserem Verhaltenskodex und unserem [Verhaltenskodex für Lieferanten](#). Die Corporate-Responsibility-Richtlinie beschreibt die Ambitionen HLs im Bereich der unternehmerischen Verantwortung und wird jährlich vom Managementteam der Unternehmensgruppe sowie vom Vorstand diskutiert und genehmigt. Die Corporate-Responsibility-Richtlinie wurde 2021 aktualisiert. Weiterführende Informationen über unsere Richtlinien finden Sie [auf unserer Website](#).

Seit 2010 ist HL Mitglied des United Nations Global Compact. Die Prinzipien des Global Compact für Menschenrechte, Arbeit, Umwelt und Korruptionsbekämpfung waren und sind ein wesentlicher Teil unserer Strategie, unserer Kultur und unseres Tagesgeschäfts. 2020 beteiligte sich HL an der Science

"Bei HL verstehen wir Nachhaltigkeit als eine Art des Handelns."

Björn Borgman, CEO HL Display

Based Targets Initiative, und unsere Ziele warten auf deren Genehmigung.

Umgang mit unternehmerischer Verantwortung

Das Managementteam der Unternehmensgruppe trägt die Gesamtverantwortung für die Nachhaltigkeitsbestrebungen von HL, während lokale Gesellschaften ein hohes Maß an Verantwortung für die tägliche Nachhaltigkeitsarbeit haben, insbesondere im Hinblick auf Umwelt, Gesundheit und Sicherheit an den Produktionsstandorten. Die Leistung im Bereich der unternehmerischen Verantwortung wird bewertet und dem Managementteam der Unternehmensgruppe gemäß definierter Meldehäufigkeit gemeldet.

Unsere Stakeholder

Mitarbeiter:

Die auf 27 Länder verteilten 1.106 Mitarbeiter von HL sind für alle unsere Tätigkeiten von entscheidender Bedeutung. Wir investieren kontinuierlich in die Entwicklung der bestmöglichen Arbeitsplätze und in einen laufenden und transparenten Dialog über Erfolge, Chancen und Erwartungen – eine wichtige Voraussetzung für die Schaffung eines motivierenden Arbeitsumfeldes, wo sich alle Mitarbeiter darin unterstützt fühlen, sich weiterzuentwickeln und einzubringen.

Einbeziehung durch:

- / Tägliches Coaching und Dialog in den Teams
- / Highlight Umfrage zum Mitarbeiterengagement
- / Regelmäßige Kommunikation mit unseren Mitarbeitern
- / Leistungsbeurteilungen zweimal pro Jahr

Einige behandelte Themen:

- / Gesundheit und Sicherheit
- / Möglichkeiten zum Lernen und zur Entwicklung
- / Vielfalt und Chancengleichheit
- / Work-Life-Balance
- / Teamdynamik und Arbeitsumfeld

Konsumenten:

So wie sich der Lebensstil der Konsumenten weiterentwickelt, so verändern sich ihre Bedürfnisse, Erwartungen und Anforderungen. Diese Änderungen zu verstehen und sich ihnen anzupassen, indem nachhaltigere Einkaufserlebnisse angeboten werden, die zudem sicher, bequem und inspirierend sind, ist für den Erfolg unserer Kunden und damit auch für unseren eigenen Erfolg von entscheidender Bedeutung.

Einbeziehung durch:

- / Account-Bewertungen und Feedback von unseren Kunden
- / Forschung zu Konsumentenverhalten

Einige behandelte Themen:

- / Sicherheit beim Einkaufen
- / Nachhaltigere Märkte
- / Besseres Einkaufserlebnis

Kunden:

HL bedient Kunden im Lebensmittel- und Non-Food-Einzelhandel sowie Markenhersteller. Der Einzelhandel entwickelt sich in rasantem Tempo weiter, angetrieben durch die Erwartungen und Anforderungen der Kunden, die Gesetzgebung und den technischen Fortschritt. HL unterstützt seine Kunden dabei, inspirierende Ladenumgebungen zu schaffen, die sowohl attraktiv und profitabel als auch nachhaltiger sind.

Einbeziehung durch:

- / Regelmäßige digitale oder physische Treffen
- / Social Selling und Werbung
- / Virtuelle oder physische Einzelhandelsmessen

Einige behandelte Themen:

- / Gesundheit und Sicherheit von Konsumenten und Personal am POS
- / Verantwortlichkeit in der gesamten Lieferkette
- / Reduzierung von Lebensmittel-, Kunststoff- und Verpackungsabfällen
- / Langlebige und hochwertige Produkte

Lieferanten:

Die Lieferanten von HL spielen hinsichtlich unserer Fähigkeit, innovative und nachhaltige Lösungen für ein besseres Einkaufserlebnis zu liefern, eine zentrale Rolle. Die Entwicklung und Verfügbarkeit von hochwertigen Materialien – einschließlich Alternativen zu fossilen neuen Kunststoffen – oder Fertigwaren sind das Herzstück des HL-Angebots für unsere Kunden.

Einbeziehung durch:

- / Regelmäßige Treffen und Dialog
- / Selbstbewertungsfragebögen für Lieferanten
- / Zusammenarbeit mit Lieferanten bei Recyclingmaterialien
- / Lieferanten-Audits

Einige behandelte Themen:

- / Entwicklung und ausreichende Verfügbarkeit nachhaltigerer Materialien
- / Ethik und Geschäftsmethoden
- / Wertschöpfung

Wesentlichkeitsprüfung und Schwerpunktbereiche

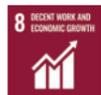
Unsere wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen bilden die Grundlage für unseren Fokus und unsere Bemühungen in puncto Nachhaltigkeit.

In einer Zeit, in der sich das äußere Umfeld schnell verändert und die Anforderungen der Interessengruppen zunehmen, ist es wichtig, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Im Jahr 2020 haben wir die Wesentlichkeitsprüfung von HL mit dem Ziel aktualisiert, die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen zu bestimmen, auf die wir uns in Zukunft konzentrieren wollen.

Interne Interessengruppen wurden in die Beurteilung einbezogen, und die Ergebnisse wurden mit dem Management von HL erörtert. Bei der Bewertung wurden verschiedene Aspekte berücksichtigt: die Bedeutung und Relevanz der Themen für die Geschäftstätigkeit von HL, die Erwartungen der wichtigsten Stakeholder von HL und der Grad des Einflusses, den HL auf die Themen haben kann.

Die Bewertung ergab, dass sich HL auf dieselben vier Schwerpunktbereiche wie bisher konzentrieren wird, wobei einige der Themen innerhalb dieser Bereiche aktualisiert wurden, um der sich entwickelnden Landschaft Rechnung zu tragen

2019 haben wir die **Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen** überprüft und diejenigen Ziele ermittelt, auf die wir durch unsere Geschäfts- und Nachhaltigkeitsaktivitäten den größten Einfluss haben. Drei Entwicklungsziele wurden als die wichtigsten ausgewählt, die es anzugehen gilt:



Ziel 8.
Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern.

- Wie beeinflussen wir dieses Ziel?**
- / Effiziente Produktionsprozesse, einschließlich Abfallwirtschaft und Verwendung von recycelten und biobasierten Materialien.
 - / Unser Verhaltenskodex und der Verhaltenskodex für Lieferanten setzen den Maßstab für unsere Geschäftstätigkeit sowie für die unserer Lieferanten.
 - / Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter.

Weitere Informationen über unsere Bemühungen finden Sie unter „Kontinuierliche Verbesserung der betrieblichen Abläufe“ und „Gewährleistung von Verantwortlichkeit in der gesamten Lieferkette“.



Ziel 10.
Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern.

- Wie beeinflussen wir dieses Ziel?**
- / Einstellungs- und Personalpraktiken, einschließlich Diversität, Beförderungen, Gehalt und mehr.
 - / Unsere Corporate-Responsibility-Richtlinie legt einen verstärkten Schwerpunkt auf Vielfalt.
 - / Unser Whistleblower-Verfahren stellt sicher, dass Bedenken über Ungleichheit einfach und ohne Angst vor negativen Konsequenzen geäußert werden können.

Weitere Informationen über unsere Bemühungen finden Sie unter „Schaffung eines bestmöglichen Arbeitsplatzes“ und „Gewährleistung von Verantwortlichkeit in der gesamten Lieferkette“.



Ziel 12.
Sicherstellung von nachhaltigem Verbrauch und Produktion.

- Wie beeinflussen wir dieses Ziel?**
- / Mit unseren Lösungen können unsere Kunden Abfälle reduzieren und ihren ökologischen Fußabdruck verringern.
 - / HL Sustainable Choice bietet Alternative zu neuen, auf fossilen Rohstoffen basierenden Kunststoffen.
 - / Wir arbeiten kontinuierlich daran, die CO₂-Bilanz unserer Tätigkeit zu verbessern.

Weitere Informationen über unsere Bemühungen finden Sie unter „Unterstützung der Kunden bei der Vermeidung von Abfällen“ und „Kontinuierliche Verbesserung der betrieblichen Abläufe“.

Schwerpunktbereiche und wichtige Themen:



Unterstützung der Kunden bei der Vermeidung von Abfällen



Schaffung eines bestmöglichen Arbeitsplatzes



Kontinuierliche Verbesserung der betrieblichen Abläufe



Gewährleistung von Verantwortlichkeit in der gesamten Lieferkette

Prioritised topics

- / Erweiterung unseres Sustainable-Choice-Angebots.
- / Schwerpunkt auf die Behandlung von Produkten am Ende des Lebenszyklus.
- / Gewährleistung eines sicheren Arbeitsumfeldes für unsere Mitarbeiter.
- / Förderung der Vielfalt und Gleichstellung unserer Mitarbeiter.
- / Entwicklung und Stärkung des Mitarbeiterengagements.
- / Verstärkter Einsatz recycelter und umweltfreundlicherer Materialien.
- / Verringerung des CO₂-Fußabdrucks unserer Geschäftstätigkeit.
- / Durchführung einer umfassenden Risikobewertung von Lieferanten.
- / Unterzeichnung und Einhaltung des Verhaltenskodex für Lieferanten durch alle HL-Lieferanten.

Other topics we work with

- / Angebot von ressourcenschonenden und langlebigen Produkten.
- / Bereitstellung von Informationen über die Umweltauswirkungen unserer Produkte.
- / Verringerung von Lebensmittelabfällen.
- / Reduzierung von Verbraucherpackungen
- / Schaffung eines Arbeitsumfeldes, in dem die Menschen unsere Werte leben.
- / Gewährleistung, dass alle unsere Mitarbeiter unseren Verhaltenskodex unterzeichnen und einhalten.
- / Angebot kontinuierlicher beruflicher Weiterbildung und Möglichkeiten zur persönlichen Entwicklung.
- / Verringerung des Rohstoffverbrauchs.
- / Senkung des Wasserverbrauchs von Jahr zu Jahr.
- / Verbesserung der Effizienz im Transportwesen.
- / Zertifizierung aller unserer Fabriken nach den Normen ISO 14001 und ISO 9001.

Results 2021

- ✓ Steigerung des Umsatzes mit HL Sustainable Choice um 12 Prozent.
- ✓ Kreislauforientiertes Angebot ist bereit, um europaweit eingeführt zu werden.
- ✗ 8 Unfälle, die zu Ausfällen geführt haben.
- n/a Vergleich mit den Zielvorgaben für Chancengleichheit und Mitarbeiterengagement ist aufgrund des Wechsels des Instruments für die Mitarbeiterbefragung nicht möglich.
- ⋯ Zielvorgaben und Reduzierungsplan an die Science Based Target Initiative geschickt, Genehmigung steht noch aus.
- ✓ Verwendung von Recyclingmaterialien um 12 Prozent erhöht.
- ⋯ 92 Prozent der wichtigen Lieferanten* haben die Selbstbewertung abgeschlossen.
- ✓ 93 Prozent unserer wichtigen Zulieferer haben den Verhaltenskodex für Lieferanten unterzeichnet.

Weitere Informationen auf Seite 24.

*Auf die wichtigen Zulieferer entfallen 80 Prozent unserer Gesamtausgaben.

✓ Wir haben unser Ziel erreicht (übertroffen) ⋯ Gutes Ergebnis mit Spielraum für Verbesserungen ✗ Wir haben unser Ziel verfehlt

Targets 2022

- / Steigerung des Umsatzes mit dem HL Sustainable Choice-Angebot um 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr.
- / Einführung unseres zirkularen Angebots auf den wichtigsten europäischen Märkten.
- / Keine Unfälle, die zu Ausfällen führen.
- / Die jährliche HL-Umfrage zum Mitarbeiterengagement:
 - // Gesamtengagement-Index von 76.
 - // Wert von 73 für „Unabhängig von der Herkunft hat jeder bei HL Display die gleichen Chancen auf Erfolg“.
- / Genehmigung der Ziele durch die Science Based Targets Initiative und Umsetzung des CO₂-Reduktionsplans.
- / Erhöhung des Einsatzes von Recyclingmaterial um 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr.
- / Abdeckung von Lieferanten, auf die 85 Prozent der Ausgaben entfallen, durch unsere Selbstbewertung.**
- / Unterzeichnung unseres Verhaltenskodex für Lieferanten durch 95 Prozent unserer wichtigen Zulieferer.

Weitere Informationen auf Seite 14

Weitere Informationen auf Seite 20

Weitere Informationen auf Seite 28

Weitere Informationen auf Seite 38

**Dazu gehören alle wichtigen Lieferanten



Vorrangige Themen

- / Erweiterung unseres Sustainable-Choice-Angebots.
- / Schwerpunkt auf die Behandlung von Produkten am Ende des Lebenszyklus.

Andere Themen, an denen wir arbeiten

- / Angebot von ressourcenschonenden und langlebigen Produkten.
- / Bereitstellung von Informationen über die Umweltauswirkungen unserer Produkte.
- / Verringerung von Lebensmittelabfällen.
- / Reduzierung von Verbraucherverpackungen.

Wichtigste Erfolge

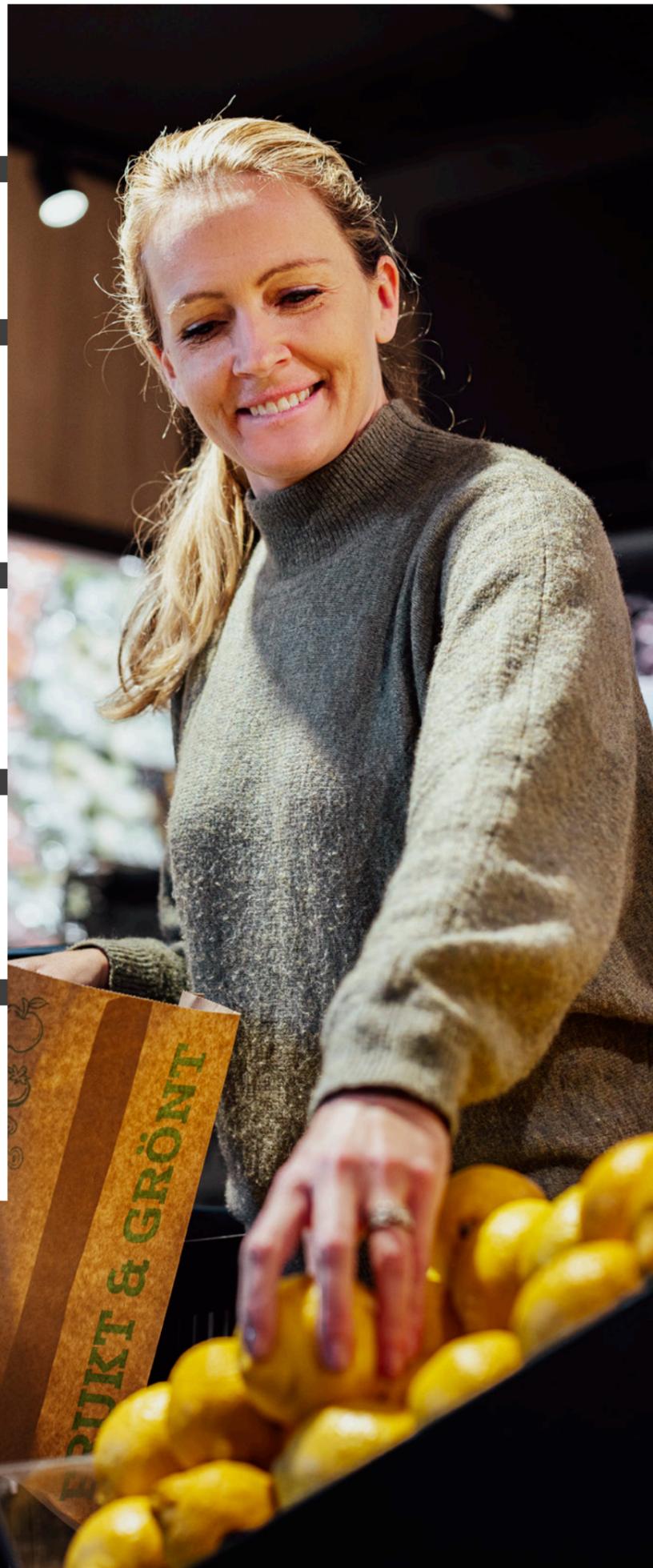
- / Einführung eines neuen Tools zur Verfolgung unseres CO₂-Fußabdrucks.
- / Erweiterung unseres zirkularen Angebots.
- / Erweiterung des HL Sustainable Choice-Sortiments.

Ergebnisse 2021

- ✓ Steigerung des Umsatzes mit dem HL Sustainable Choice-Angebot um 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr.
- ✓ Kreislauforientiertes Angebot ist bereit, um europaweit eingeführt zu werden.

Ziele für 2022

- / Steigerung des Umsatzes mit dem HL Sustainable Choice-Angebot um 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr.
- / Einführung unseres zirkularen Angebots auf den wichtigsten europäischen Märkten.



Unterstützung der Kunden bei der Vermeidung von Abfällen

HL bietet Einzelhändlern und Markenherstellern Lösungen an, um ein Einkaufserlebnis zu schaffen, das sowohl profitabler als auch besser für die Erde ist.

Unsere Lösungen unterstützen Kunden bei der Entwicklung nachhaltigerer Märkte

Ein besseres Einkaufserlebnis ist auch ein nachhaltigeres Einkaufserlebnis. Untätigkeit ist keine Option mehr, und wir freuen uns, dass sich dies in der gestiegenen Dringlichkeit und Nachfrage nach nachhaltigeren Lösungen seitens der Verbraucher und Kunden, insbesondere der Markenartikler, widerspiegelt. Unsere jüngste Kundenumfrage hat ergeben, dass die Erwartungen unserer Kunden in Bezug auf nachhaltige Materialien und Lösungen gestiegen sind. Sie sehen HL als potenziellen Vorreiter im Bereich nachhaltiger InStore-Kommunikations- und Merchandising-Lösungen. Dieser Herausforderung stellen wir uns gerne, da es für uns wichtig ist, unsere Kunden bei der Entwicklung eines langfristigen und nachhaltigen Marktes zu unterstützen.

Wir bieten unseren Kunden dafür innovative Möglichkeiten, um ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern. So sparen wir auf vielfältige Weise Ressourcen ein, reduzieren die Lebensmittelverschwendung und verringern den Einsatz neuer Materialien, etwa durch den verstärkten Einsatz von Recycling- oder biobasierten Materialien. Der Einsatz nachhaltiger Materialien

Die **Erwartungen unserer Kunden in Bezug auf nachhaltige Materialien und Lösungen sind gestiegen**. Sie sehen HL als potenziellen Vorreiter im Bereich nachhaltiger In-Store-Kommunikations- und Merchandising-Lösungen.

wird in HL-Produkten von Jahr zu Jahr üblicher, und wir sind bestrebt, einen stärker zirkularen Fluss von Komponenten und Lösungen zu fördern und zu ermöglichen, indem wir beispielsweise den Kreislauf schließen und die Abhängigkeit von neuen fossilen Rohstoffen verringern.

Unterstützung der Kunden bei der Reduzierung von Verpackungs- und Lebensmittelabfällen

In den letzten Jahren haben wir festgestellt, dass das Bewusstsein der Konsumenten in Bezug auf Verpackungen, Plastik und Lebensmittelabfälle gestiegen ist, was sich auf

unsere Kunden und deren Bedarf an nachhaltigeren Lösungen auswirkt. Unser Ziel ist es, unseren Kunden dabei zu helfen, weniger Verpackungs- und Lebensmittelabfälle zu produzieren, indem wir Lösungen anbieten, die von

Schüttbehältern für verpackungsfreies Merchandising bis hin zu unserem Sigma™ System reichen. Mit Sigma™, einer maßgeschneiderten modularen Merchandising-Lösung, können unsere Kunden beeindruckende Displays erstellen, die eine größere Produktvielfalt präsentieren und gleichzeitig den Bedarf an einem großen Lagerbestand minimieren. Die aus lebensmittelechtem, beschichtetem Aluminium gefertigten Regale und Regaleinheiten rosten nicht, blättern nicht ab, splintern nicht und platzen nicht auf. Aluminium ist einer der besten Temperaturleiter und leitet die Wärme schneller ab als Stahl, wodurch eine effektive Kühlung und ein maximaler Kühlluftstrom gewährleistet werden. Mit Sigma™ konnten unsere Kunden sowohl eine Verringerung der Lebensmittelabfälle als auch eine Steigerung des Umsatzes erzielen.

Unterstützung der Kunden bei der Vermeidung von Abfällen

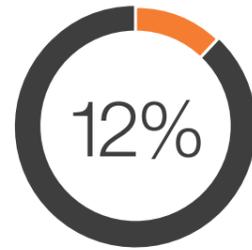
Verpackungsfreies Merchandising gewinnt europaweit an Bedeutung

Immer mehr Einzelhändler und Marken bieten ihre Produkte unverpackt in speziellen Regalabschnitten, Gängen oder nachhaltigen Märkten an. Der Trend zum Verkauf loser Waren geht von den Verbrauchern aus und wird durch das wachsende Bewusstsein für die Auswirkungen des individuellen Konsums auf die Umwelt und die möglichen Kostenvorteile aus dem Verkauf loser Waren beschleunigt. Forderungen von Behörden und anderen Interessengruppen verstärken diesen Trend zusätzlich. Die Reduzierung von Kunststoffverbrauch und -abfall hat daher inzwischen für eine wachsende Zahl von Einzelhändlern und Marken höchste Priorität. Frankreich ist seit jeher führend auf dem Gebiet der verpackungsfreien Waren, und mittlerweile wurden Gesetze erlassen, wonach bis 2030 20 Prozent der Ladenfläche für lose Ware reserviert sein müssen. In anderen Ländern wie Großbritannien und Deutschland sehen wir eine zunehmende Verbreitung von verpackungsfreien Waren und Zero-Waste-Läden, und wir gehen davon aus, dass sich dieser Trend in den kommenden Jahren in ganz Europa weiter ausbreiten wird.

Abgesehen von der Erfüllung der steigenden Nachfrage gibt die Präsentation und Ausgabe loser Produkte Einzelhändlern die Chance, sich von der Konkurrenz abzuheben, Abfälle zu reduzieren und höhere Gewinnspannen zu erzielen. Zudem erhalten Konsumenten dadurch ein authentischeres Erlebnis und mehr Optionen;

Sie können sich ihre Favoriten aussuchen und genau die Menge kaufen, die sie brauchen. Gleichzeitig vermeiden sie dabei unnötige Verpackungen.

2021 haben wir die Entwicklung und Erweiterung unseres Angebots an



Auf den Umsatz mit HL Sustainable Choice entfielen 12 Prozent des Gesamtumsatzes

verpackungsfreien Merchandising-Lösungen fortgesetzt. Beispielsweise haben wir kürzlich die Marke Nescafé von Nestlé in Frankreich unterstützt. Verbraucher können jetzt ihre leeren Nescafé-Verpackungen in den Laden bringen und sie mit gefriergetrocknetem Kaffee auffüllen lassen. Außerdem haben wir mit 3JD, einer französischen Marke für Flüssigkeitsdispenser, zusammengearbeitet, um einen Prototyp für Flüssigkeitsbehälter zu entwickeln. In Europa sind die Vorschriften für Flüssigkeiten sehr streng, im Fall von Reinigungsmitteln beispielsweise aufgrund der chemischen Inhaltsstoffe. Bei den derzeit auf dem Markt erhältlichen Flüssigkeitsbehältern wird dies jedoch nicht vollständig berücksichtigt.

Darüber hinaus erfordert der Einkauf von losen Produkten eine Änderung des bisherigen Einkaufsverhaltens. So müssen die Kunden möglicherweise ihre eigenen Behälter mitbringen, und es gibt nur begrenzte Möglichkeiten, relevante Produktinformationen bereitzustellen. Daher stellt das Angebot einer umfassenden Lösung für verpackungsfreies Merchandising eine große Chance dar

Wachstum von HL Sustainable Choice setzt sich fort

2018 brachte HL Sustainable Choice auf den Markt, ein Sortiment nachhaltiger Merchandising-Lösungen aus biobasierten oder recycelten Materialien, das in Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Forschungsinstituten entwickelt wurde. Das Produktangebot begann mit Scannerschienen und Regalstoppern, und schon 2019 konnten





wir den Kunden für 37 Prozent des Sortiments eine Sustainable Choice-Option anbieten. Seitdem haben wir eine wachsende Nachfrage nach Sustainable Choice-Optionen festgestellt, insbesondere von Markenkunden, und sowohl 2020 als auch 2021 entfielen mehr als zehn Prozent des Gesamtumsatzes auf den Verkauf von Sustainable Choice Produkten. Um die Umstellung auf alternative Materialien weiter zu unterstützen, sind bestimmte HL-Produkte nur aus recycelten Kunststoffen erhältlich, wie z. B. die Optimal™-Teiler und unser Sortiment an 4eBins™.

Im Jahr 2021 haben wir unser Portfolio an Sustainable Choice-Lösungen weiter ausgebaut: Rahmen und Pusher-Schienen bestehen nun zu 100 Prozent aus Recyclingmaterial. Zusammen enthalten diese beiden Produkte über 100 Tonnen Material, das nun von neuen Rohstoffen auf recyceltes HIPS umgestellt werden kann. Außerdem bieten wir zwei neue Tray-Lösungen an, Modulo- und Choco-Trays, die aus Recyclingmaterialien hergestellt werden. Unser Ziel ist es, das Sustainable Choice-Angebot zum Standard für HL-Lösungen zu machen.

Abstimmung des Angebots an Recyclingmaterialien auf die Nachfrage

Das Interesse an Recyclingmaterialien nimmt weiterhin rapide zu, und immer mehr Firmen unternehmen erhebliche Anstrengungen, um das Recycling und die Verwendung recycelter Materialien zu verstärken. 2021 konnten wir den Zukauf von Recyclingmaterial von externen Parteien auf 238 Tonnen steigern (2020: 210 Tonnen).

Die Nachfrage nach hochwertigen Recyclingmaterialien übersteigt jedoch weiterhin das Angebot, so dass es schwierig ist, eine Versorgung sicherzustellen, bei der sowohl die Herkunft als auch die Materialien zurückverfolgt werden können. Zudem ist es nach wie vor schwierig, die Erwartungen der Kunden hinsichtlich Aussehen und Kosten mit dem verfügbaren Material in Einklang zu bringen. Im Jahr 2021 haben wir unser Beschaffungsprojekt für

recycelten Kunststoff weiterentwickelt und uns darauf konzentriert, unseren Pool an zuverlässigen Lieferanten für hochwertiges recyceltes Material zu vergrößern. Weiterführende Informationen über unsere Recyclingmaterialien sind auf Seite 31 zu finden.

238 Tonnen

2021 konnten wir den Zukauf von Recyclingmaterial von externen Parteien auf 238 Tonnen steigern (2020: 210 Tonnen).

Auf dem Weg zur Kreislaufwirtschaft

HL unternimmt aktive Schritte, um die Entwicklung hin zu einer Kreislaufwirtschaft voranzutreiben, und wir haben nun erfolgreich ein Kreislaufangebot entwickelt, das europaweit ausgebaut werden kann. Wir haben 2020 damit begonnen, ein System zur Rücknahme unserer eigenen Produkte am Ende ihrer Lebensdauer einzurichten. Dadurch konnten wir einige der Probleme bei der Beschaffung von recyceltem Material in ausreichender Qualität lösen und vermeiden, dass unsere Produkte in Verbrennungsanlagen oder auf Mülldeponien entsorgt werden müssen. In der Schließung des Kreislaufs sehen wir großes Potenzial zur Reduzierung der CO₂-Emissionen. Die Lebenszyklusanalyse für unsere Scannerschienen zeigt zum Beispiel, dass etwa 40 Prozent der Emissionen aus der Verbrennung am Ende des Lebenszyklus stammen.*

Im Jahr 2020 haben wir in diesem Bereich ein Pilotprojekt mit Tesco gestartet, das im Vereinigten Königreich für einen Preis nominiert wurde. Ein Jahr später haben wir ein ähnliches zirkuläres Projekt mit Kesko in Finnland gestartet. Im Jahr 2022 wollen wir das geschlossene Kreislaufsystem auf dem europäischen Markt ausweiten, teilweise im Rahmen unseres Frühjahrsverkaufszyklus mit Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit. Allerdings wird es lange dauern, bis die Lösung auf eine

Unterstützung der Kunden bei der Vermeidung von Abfällen

breite Palette von Unternehmen angewandt werden kann, was zum Teil auf die Herausforderung zurückzuführen ist, das Material auf effiziente Weise abzurufen.

Die Auswirkungen unserer Produkte verstehen

Wir arbeiten aktiv daran, uns ein Verständnis für die Umweltauswirkungen des gesamten Lebenszyklus unserer Produkte zu verschaffen. Deshalb haben wir zwei Lebenszyklusanalysen durchgeführt, um zu verstehen, wie sich unsere Produkte auf die Umwelt auswirken, und um dies wiederum unseren Kunden mitzuteilen, damit diese nachhaltigere Entscheidungen treffen können. Unsere erste Untersuchung haben wir 2017 zusammen mit dem IVL (Schwedisches Institut für Umweltforschung) durchgeführt. Dabei ergab sich, dass 40 Prozent der CO₂-Emissionen im Zusammenhang mit unseren Scannerschienen aus dem Rohmaterial stammen, 40 Prozent aus der Verbrennung am Ende der Lebensdauer und 15 Prozent aus unseren eigenen Betrieben in Sundsvall. Die verbleibenden 5 Prozent fallen in Verbindung mit dem Transport an.

Wir haben die geplanten Lebenszyklusanalysen für zwei unserer Produkte im Jahr 2021 nicht abgeschlossen. Allerdings haben wir eine neue Lebenszyklusanalyse eingeleitet, um den Kohlenstoff-Fußabdruck der Materialien zu verstehen, die wir im Rahmen unseres Kreislaufangebots recycelt haben.

Unser Ziel ist es, diese Informationen auch in Zukunft zu sammeln, indem wir Lebenszyklusanalysen durchführen und ein flexibles und effizientes Verfahren zur Schätzung des CO₂-Fußabdrucks unserer Produkte entwickeln.

*Basierend auf der Lebenszyklusanalyse für Produkte bei HL Display AB, Studie erstellt von IVL, 2017.

Schaffung des bestmöglichen Arbeitsplatzes

Bei HL verfolgen wir das Ziel, ein inklusives und sicheres Arbeitsumfeld bereitzustellen, in dem Mitarbeiter ihre Arbeit schätzen, gute Leistungen erbringen und gleiche Entwicklungschancen erhalten. Um dies zu gewährleisten, investieren wir kontinuierlich in die Schaffung eines bestmöglichen Arbeitsplatzes.

Engagierte Mitarbeiter sind die treibende Kraft hinter unserem Erfolg

HL beschäftigt 1.106 Mitarbeiter in 27 Ländern in Europa, im Nahen Osten und im asiatisch-pazifischen Raum. HL setzt sich aus vielen verschiedenen Berufsgruppen zusammen, darunter Außendienstmitarbeiter, Fabrikarbeiter, Designer, Beschaffungsspezialisten, Werksleiter, Lagerarbeiter und viele mehr, die alle sehr unterschiedliche, aber gleichermaßen wichtige Rollen spielen. Die Kompetenz, die Leistung und das Wohlergehen unserer Mitarbeiter stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Wir haben uns verpflichtet, einen integrativen Arbeitsplatz zu schaffen, der nicht nur neue Talente anzieht, sondern auch eine hohe Bindungsrate aufweist.

Eingliederung neuer Mitarbeiter in HL

Im Jahr 2021 hat HL drei Unternehmen übernommen: Concept Data/Colour Display, Cool-Presentation und Display Italia. Durch die Übernahmen werden die Mitarbeiter dieser Firmen Teil einer größeren Gruppe und erhalten mehr Wachstums- und Entwicklungsmöglichkeiten. So wurde der Vertriebsleiter des übernommenen niederländischen Unternehmens beispielsweise mit Wirkung vom 1. April 2022 zum Leiter unserer Region Benelux befördert.

Um sicherzustellen, dass sich alle neuen Mitarbeiter wertgeschätzt fühlen, wurden Aktionspläne zur Einbindung erstellt. Diese Maßnahmenpläne konzentrieren sich auf eine geringe Anzahl von Prioritäten, die Themen wie

Kommunikation, Zugehörigkeitsgefühl oder Coaching und Feedback umfassen können. Darüber hinaus haben wir sowohl zum Zeitpunkt der Übernahme als auch danach in kurzen, anonymen Umfragen die Meinung unserer neuen Teammitglieder eingeholt, um zu erfahren, was sie über den Eigentümerwechsel und den Einstieg bei HL denken und fühlen. Die Ergebnisse wurden offen kommuniziert und in Gesprächen, Aktionen und seit kurzem auch in unserer jährlichen Umfrage zum Engagement weiterverfolgt. Im Folgenden erfahren Sie mehr über die Umfrage zum Engagement.

Mitarbeiter nach Arbeitsvertrag

	Skandinavien			Restliches Europa			Asien			Summe		
	Frauen	Männer	Summe	Frauen	Männer	Summe	Frauen	Männer	Summe	Frauen	Männer	Summe
Festangestellte Mitarbeiter	71	141	212	333	375	708	43	51	94	447	567	1014
Befristet Beschäftigte	8	7	15	42	30	72	2	3	5	52	40	92
Summe	29	148	227	375	405	780	45	54	99	499	607	1106



Vorrangige Themen

- / Gewährleistung eines sicheren Arbeitsumfeldes für unsere Mitarbeiter.
- / Förderung der Vielfalt und Gleichstellung unserer Mitarbeiter.
- / Entwicklung und Stärkung des Mitarbeiterengagements.

Andere Themen, an denen wir arbeiten

- / Schaffung eines Arbeitsumfeldes, in dem die Menschen unsere Werte leben.
- / Gewährleistung, dass alle unsere Mitarbeiter unseren Verhaltenskodex unterzeichnen und einhalten.
- / Angebot kontinuierlicher beruflicher Weiterbildung und Möglichkeiten zur persönlichen Entwicklung.

Wichtigste Erfolge

- / Einführung eines neuen Tools zur Messung des Mitarbeiterengagements.
- / Regelmäßige Überwachung des Engagements der neuen Teammitglieder im Rahmen der Integration der kürzlich erworbenen Unternehmen.
- / Einleitung unseres internen Programms zur Förderung von Innovationen.
- / Überarbeitung unserer Fahrzeugpolitik zur Förderung von Elektroautos und Einführung eines Fahrradleasingprogramms.
- / In der Fabrik in Sundsvall wurden 93 Risikobeobachtungen durchgeführt, um Unfällen vorzubeugen.

Ergebnisse 2021

- ✖ 8 Unfälle, die zu Ausfällen geführt haben.
- n/a Vergleich mit den Zielvorgaben für Chancengleichheit und Mitarbeiterengagement ist aufgrund des Wechsels des Instruments für die Mitarbeiterbefragung nicht möglich.

Ziele für 2022

- / Keine Unfälle, die zu Ausfällen führen.
- / Die jährliche HL-Umfrage zum Mitarbeiterengagement:
 - // Gesamtengagement-Index von 76.
 - // Wert von 73 für „Unabhängig von der Herkunft, hat jeder bei HL Display die gleichen Chancen auf Erfolg“.

Schaffung des bestmöglichen Arbeitsplatzes

74

Wert für „Ich bin in der Lage, mein Arbeits- und Privatleben erfolgreich miteinander in Einklang zu bringen“

98%

der Mitarbeiter hatten mindestens eine Leistungsbeurteilung im Jahr 2021*

*Gemäß dem HR-Meldesystem von HL, das alle Mitarbeiter erfasst, die während des Jahres eine Mindestzeit gearbeitet haben. Ausgenommen sind z. B. Mitarbeiter in Elternzeit oder Neueinstellungen, die seit weniger als drei Monaten im Unternehmen sind.

Gewährleistung der Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter

Die Gesundheit, die Sicherheit und das Wohlergehen aller unserer Mitarbeiter sind von größter Bedeutung. Alle HL-Mitarbeiter kommen in den Genuss einer Reihe von Wellness-Vorteilen, die von Wellness-Zuschüssen und Beiträgen zur Teilnahme an Sportveranstaltungen bis hin zu Zuschüssen zu Gesundheitschecks und privaten Gesundheitsleistungen reichen. So haben wir 2021 beispielsweise BikeLease in unser Vergütungspaket in Schweden aufgenommen. BikeLease ist eine Fahrrad-Leasing-Initiative, die es unseren Mitarbeitern ermöglicht, ein Fahrrad zu leasen und es durch Abzüge von ihrem Bruttogehalt zu bezahlen. Ganz ähnlich wurde für unsere britischen Mitarbeiter ein Programm zur Nutzung des Fahrrads für den Arbeitsweg eingeführt.

Darüber hinaus gibt es firmenweit unabhängige Initiativen zur Förderung des Wohlbefindens und der psychischen Gesundheit der Mitarbeiter:

- / Regelmäßige Gesundheitschecks alle drei Jahre für alle Festangestellten und Zeitarbeiter in unserem Werk in Sundsvall.
- / Aktive Rehabilitationsarbeit in enger Zusammenarbeit mit unserem Gesundheitsdienstleister in Area North und im Werk Sundsvall.
- / Jährliche ärztliche Untersuchungen für unsere Mitarbeiter in Großbritannien, je nach Funktion. Wo erforderlich, werden umfassende arbeitsmedizinische Beurteilungen angeboten.
- / Erweitertes privates Krankenversicherungspaket für Mitarbeiter des Werks Gliwice.
- / Spezifische Covid-19-Sicherheitsroutinen an allen unseren Standorten, einschließlich der Verwendung von Thermometern an den Haupteingängen zu unseren Fabriken.

Die spezifischen Leistungen hängen vom Land und den lokalen Regeln und Vorschriften ab. HL ist bestrebt, die Tarifverträge in Ländern, in denen solche Vereinbarungen vorhanden sind, zu befolgen. 30 Prozent (2020: 30 Prozent) der HL-Beschäftigten sind durch formelle Tarifverträge abgedeckt.

Proaktive Sicherheitsmaßnahmen in der Produktion

Gesundheits- und Sicherheitsrisiken bei HL sind hauptsächlich mit der Produktion verbunden. Die Gewährleistung eines sicheren Arbeitsplatzes ist eine Grundvoraussetzung für die Bereitstellung hochwertiger Produkte und Lösungen. Wir gehen präventiv und systematisch an die Sicherheit am Arbeitsplatz heran; wir aktualisieren regelmäßig die Sicherheitsverfahren und untersuchen die Risikofaktoren. 83 Prozent der Beschäftigten sind in gemeinsamen Gesundheits- und Sicherheitsausschüssen der Unternehmensleitung und der Arbeitnehmer vertreten (2020: 90 Prozent). Während des Jahres haben wir die Definition der gemeinsamen Ausschüsse für Gesundheit und Sicherheit von Management und Arbeitnehmern neu bewertet, was einen Rückgang im Vergleich zum Vorjahr zur Folge hatte. Die Produktionsstandorte in Sundsvall, Gliwice, Harlow und Suzhou entsprechen der Gesundheits- und Sicherheitsnorm ISO 45001, das Werk in Leeds ist nicht zertifiziert.

Alle unsere Fabriken folgen einem Sicherheitsprozess, der nicht nur zu einem sichereren Arbeitsumfeld beiträgt, sondern auch die Einstellung von Managern und Mitarbeitern beeinflusst. So bezieht beispielsweise das Werk Sundsvall Risikobeobachtungen in seinen Sicherheitsprozess ein. Risikobeobachtungen stellen sicher, dass die Mitarbeiter potenzielle Risiken aufzeigen und so dazu beitragen, dass Vorfälle vermieden werden und dass weitere Maßnahmen ergriffen werden, um auf gemeldete Beobachtungen einzugehen. Zu diesem Zweck sollen 100

potenzielle Risiken pro Jahr ermittelt werden. 2021 wurden 93 Risiken festgestellt. Außerdem führt das Werk Sundsvall Sicherheitsinspektionen durch, die „Skyddsronden“ (Schutzrunden) genannt werden. Die Inspektionen gehen den Beobachtungen in sämtlichen Bereichen nach, von schlechter Beleuchtung bis hin zu beschädigter Sicherheitsausrüstung. Das Verfahren wird von Teams durchgeführt, die sich sowohl aus Mitarbeitern des Arbeitsbereichs als auch aus Mitarbeitern von außerhalb zusammensetzen, um sicherzustellen, dass verschiedene Perspektiven einbezogen werden. Die „Skyddsronden“-Kontrollen und -Gespräche wurden nun auch im Büro Nacka in Stockholm eingeführt.

Alle Mitarbeiter und Auftragnehmer in den Produktionsstätten und Vertriebszentren von HL nehmen an obligatorischen Gesundheits- und Sicherheits-schulungen und -durchläufen teil, und bei Bedarf werden zusätzliche Schulungen durchgeführt. Das Personalteam und die Werksleiter der jeweiligen Produktionsstätten sind für die Durchführung der Arbeitsschutzschulungen und anderer Aktivitäten verantwortlich, aber alle unsere Mitarbeiter übernehmen die Verantwortung für die Erkennung, Meldung und Handhabung potenzieller Risiken.

HL verfolgt das Ziel, ein sicheres Arbeitsumfeld ohne Arbeitsunfälle, die zu Ausfällen führen, zu schaffen. Sicherheit ist ein ständiger Prozess und eine Frage der Investition in proaktive Maßnahmen, die das Thema Sicherheit fest in unserer Kultur verankern. Wir haben 2020 damit begonnen, zwei interne Audits pro Jahr durchzuführen, um unsere systematische Arbeit im Bereich Arbeitsschutz zu verstärken, und haben dies 2021 fortgesetzt. Im Jahr 2021 wurden 8 Unfälle gemeldet, die zu Krankenständen führten (2020: 7). Während des Jahres ereigneten sich keine tödlichen Unfälle (2020: 0).

*Die geleisteten Arbeitsstunden beruhen auf einer Schätzung, die sich auf die Anzahl der Mitarbeiter und die theoretisch geleisteten Arbeitsstunden an den Produktionsstandorten von HL stützt, was die Genauigkeit der vorstehenden Daten beeinträchtigen könnte. 2021 wurde unsere Methode zur Schätzung der geleisteten Arbeitsstunden präziser, und die Raten für 2020 spiegeln diese Änderung ebenfalls wider. Die im Jahr 2021 übernommenen Unternehmen sind in der Berechnung nicht berücksichtigt.

Insgesamt wurden im Jahr 2021 34 Unfälle gemeldet (2020: 22), darunter 26 kleinere Unfälle (2020: 15). Auf Basis dieser Unfälle lag unsere Gesamtunfallrate für das Jahr bei 26,78 (2020: 17,09) und unsere Unfallrate mit Ausfallzeiten bei 6,30 pro 1 Million Arbeitsstunden (2020: 5,44)*. Wir haben uns verpflichtet, zusätzliche präventive Sicherheitsmaßnahmen wie Risikobeobachtungen in der gesamten Lieferkette einzuführen.

Gleichberechtigung und Vielfalt sind elementar

Für ein erfolgreiches und innovatives Unternehmen ist Vielfalt auf allen Ebenen notwendig, insbesondere für ein weltweit tätiges Unternehmen wie HL. Deshalb ist es für uns unerlässlich, allen Mitarbeitern unabhängig von Geschlecht, Religion, ethnischem Hintergrund, sexueller Orientierung, familiärer Situation oder Alter gleiche Chancen zu bieten. Wir verpflichten uns zur Wahrung und zur aktiven Entwicklung eines integrativen Arbeitsplatzes mit Null-Toleranz für alle Formen der Diskriminierung und Belästigung, so wie in unserer Corporate Responsibility Policy festgehalten. Der HL-Verhaltenskodex konzentriert sich auf die Komplexität von Diversity-Themen und auf die Bedeutung zur Schaffung eines integrativen Arbeitsumfeldes, an dem sich jeder entfalten kann.

Die Geschlechterverteilung der festangestellten Mitarbeiter bei HL beträgt 44 Prozent Frauen und 56 Prozent Männer (2020: 45 Prozent Frauen, 55 Prozent Männer). HL ist auch stolz darauf, ein relativ ausgeglichenes Geschlechterverhältnis unter den Produktionsmitarbeitern zu haben. In den Geschäftsbereichen, in denen die Verteilung nicht so ausgewogen ist, gibt es jedoch noch Raum für Verbesserungen. Die Geschlechterverteilung der Führungskräfte bei HL beträgt beispielsweise 31 Prozent Frauen und 69 Prozent Männer.

Gleiche Qualität der Mitarbeitererfahrung für alle Mitarbeiter

In unserer 2021 durchgeführten Um-

frage zum Engagement liegt der Wert für die Aussage „Unabhängig von der Herkunft hat jeder bei HL Display die gleichen Chancen auf Erfolg“ bei 70 Punkten und damit 3 Punkte unter der externen Benchmark. Wir arbeiten zwar seit Jahren an Verbesserungen in diesem Bereich, werden aber auch weiterhin nach Möglichkeiten suchen, die Erfahrungen und die Wahrnehmung der Gleichberechtigung für alle HL-Teammitglieder noch weiter zu verbessern.

Darüber hinaus haben wir die Personalverfahren für die Einstellung, die Gehaltsprozesse und die Leistungsgespräche gestrafft, was dazu beiträgt, dass alle HL-Beschäftigten nach den gleichen Qualitätsstandards behandelt werden. Gleiches gilt für unsere Austrittsgespräche, die geführt werden, wenn ein Mitarbeiter beschließt, das Unternehmen zu verlassen.

HL ist bestrebt, ein integratives und vielfältiges Team aufzubauen. Um sicherzustellen, dass die Einstellungsentcheidungen unvoreingenommen und fundiert auf der Grundlage der Leistungen jedes einzelnen Bewerbers getroffen werden, sind die Personalberater von HL in der Anwendung von Tests zur Bewertung der Fähigkeiten, des Verhaltens und der Persönlichkeit der Bewerber im Rahmen des Einstellungsprozesses geschult. Darüber hinaus zielen unsere Stellenausschreibungen darauf ab, Bewerber aller Geschlechter anzusprechen und zu fördern. Nach der Einstellung durchlaufen die neuen Mitarbeiter einen Einführungs- und Einarbeitungsprozess. Außerdem werden wir die Einführungs- und Einarbeitungsprozesse im Jahr 2022 überarbeiten.

HL verfügt über einen gut etablierten jährlichen Leistungsbewertungsprozess, der die Grundlage für die individuelle Mitarbeiterentwicklung

bildet. Zu diesem Prozess gehört eine jährliche Leistungsbeurteilung zu Beginn jedes Jahres, die unseren Mitarbeitern ein Forum bietet, um konstruktives Feedback zu erhalten und

zu geben sowie gemeinsam mit ihrem direkten Vorgesetzten klare Ziele zu definieren. Diese Ziele können einen Entwicklungsplan, den Bedarf an Kompetenzentwicklung, zukünftige Entwicklungsschritte und Karriereplanung umfassen. Die individuellen Ziele und Entwicklungspläne werden dann bei einer Überprüfung zur Jahresmitte und am Ende des Jahres weiterverfolgt.

Alle Arbeitnehmer mit vergleichbaren Qualifikationen und Arbeitsaufgaben sollten die gleichen Arbeitsbedingungen und Möglichkeiten haben. Das Gehalt in einer bestimmten Position richtet sich nach den für die Tätigkeit erforderlichen Kenntnissen, der erforderlichen Problemlösungskompetenz und dem Grad der Verantwortlichkeit in der Funktion sowie nach den von der Person gezeigten Verhaltensweisen und erzielten Ergebnissen. Um Chancengleichheit bei der beruflichen Entwicklung zu gewährleisten, verfolgt HL einen systematischen Ansatz für die Entwicklung und Beförderung seiner Mitarbeiter:

Ein interner Talentbewertungsprozess, bei dem die Führungsteams das Karrierepotenzial und die Leistung ihrer Teammitglieder anhand festgelegter Kriterien bewerten. Dieses Verfahren verringert das Risiko subjektiver Entscheidungen über individuelle Karriere- und

Entwicklungsmöglichkeiten. 2021 haben wir diesen Prozess weiter in die Organisation hineingetragen und eine Reihe von Sitzungen in den Bereichen Commercial und Supply Chain (den beiden Bereichen mit den meisten Mitarbeitern) durchgeführt. Ziel ist es, den Führungskräften die Möglichkeit zu geben, über ihre Talente und die Wachstumsmöglichkeiten, die wir im gesamten Unternehmen bieten können, zu sprechen.

Die HL-Richtlinien für Belohnung, Anerkennung und Vergütung helfen Managern, objektive Entscheidungen über Gehaltsniveaus und andere Anreize auf der Grundlage von Qualifikationen, Verhalten und Leistung zu treffen.

Im Rahmen der Umfrage zum Mitarbeiterengagement wird jährlich gemessen, inwiefern die Mitarbeiter das Gefühl haben, am Arbeitsplatz gleich behandelt zu werden. Sollten die Ergebnisse darauf hindeuten, dass eine bestimmte Abteilung, ein Land oder ein Bereich eine inakzeptabel niedrige Punktzahl aufweist, handeln wir entsprechend.

Durch Austrittsgespräche können wir wichtiges Feedback sammeln, das wir analysieren und umsetzen können, um unsere Position als Arbeitgeber zu verbessern. Unsere Austrittsgespräche werden zunächst digital in Form einer Umfrage und in vielen Fällen auch in Form von ausführlichen persönlichen Gesprächen durchgeführt. Die Digitalisierung ermöglicht eine größere Reichweite, was zu höheren Beteiligungsquoten und mehr Transparenz führt. Diese systematische Art der Erfassung von Feedback hat auch die Möglichkeit verbessert, zugrundeliegende Trends zu erkennen, und wir ergänzen dies durch Erkenntnisse aus persönlichen Gesprächen.

Messung des Mitarbeiterengagements

HL führt jährlich eine Umfrage zum Mitarbeiterengagement durch, die sogenannte HighLight Engagement Survey, an der alle Mitarbeiter, auch aus kürzlich übernommenen Unternehmen, teilnehmen. Im Oktober 2021 haben wir die Umfragemethodik durch die Einführung einer neuen Engagement-Plattform (Glint) aktualisiert. Das Umfragetool ermöglicht es uns, zusätzliche Erkenntnisse zu gewinnen und Vergleiche mit externen globalen Benchmarks anzustellen. Es hat den Zugang zu den Umfragen verbessert und die Teilnahme für Mitarbeiter in unseren Fabriken und regionalen Verteilungszentren erleichtert. Es hat

uns außerdem in die Lage versetzt, auf der Grundlage der Ergebnisse bessere Maßnahmenpläne zu erstellen. Die Methodik und die Formulierung einiger Punkte wurden geändert, um sie an die externen Benchmarks anzupassen, was die Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen der Vorjahre beeinträchtigt hat. Wir sind jedoch zuversichtlich, dass unser neuer Ansatz zu besser umsetzbaren Erkenntnissen führt, und zwar sowohl auf HL-Ebene insgesamt als auch innerhalb unserer einzelnen Teams.

Das Engagement der Mitarbeiter blieb auch 2021 trotz schwieriger globaler Umstände und der Veränderungen, die unsere Übernahmen mit sich gebracht haben, hoch. Die Rücklaufquote unserer Mitarbeiterbefragung lag bei 88 Prozent (2021: 91 Prozent). Die Gesamtergebnisse der Umfrage zeigen, dass

die Mitarbeiter weiterhin engagiert sind und dass unsere größten Stärken im Vergleich zur globalen Benchmark die Bereiche Verantwortlichkeit, Work-Life-Balance, Kameradschaft und Ethik sind. So liegt der Wert von HL für die Aussage „Ich bin in der Lage, mein Arbeits- und Privatleben erfolgreich miteinander in Einklang zu bringen“ bei 74 Punkten und damit drei Punkte über der externen Benchmark. Die Ergebnisse unterscheiden sich zwar je nach Funktion und/oder Standort, aber es gab nur minimale Unterschiede bei den Antworten nach Geschlecht.

Unsere drei größten Chancen im Vergleich zur externen Benchmark liegen in den Bereichen Entscheidungsfindung, Kommunikation und Wachstum/Lernen. In jedem dieser Bereiche arbeiten wir mit Führungskräften und Teams zusammen, wo Verbesserungsmöglichkeiten bestehen, und wir haben einen Maßnahmenplan für HL als Ganzes entwickelt. So liegt der Wert für die Aussage „Ich habe gute Möglichkeiten, bei HL Display zu lernen und mich weiterzuentwickeln“ mit 64 Punkten sieben Punkte unter der externen Benchmark und entspricht damit den Ergebnissen früherer Umfragen. Infolge dieses Ergebnisses planen wir die

Schaffung des bestmöglichen Arbeitsplatzes

Entwicklung und Veröffentlichung von Instrumenten zur Förderung der persönlichen Entwicklung, die unsere Leistungsbeurteilungen, Entwicklungsgespräche und Talentbeurteilungen ergänzen. Dies wird konkrete Ideen liefern, wie sich Mitarbeiter in ihrer Rolle weiterentwickeln können, und den Führungskräften helfen, Coaching anzubieten, um persönliches und berufliches Wachstum zu unterstützen

Um einen Vergleich mit den externen Benchmarks zu ermöglichen, ist die Messung des Gesamtengagements nun ein aus zwei Elementen bestehender Index: „Ich arbeite gerne bei HL“ und „Ich würde HL als einen tollen Arbeitsplatz empfehlen“. Bei diesen Aspekten haben wir jeweils 73 bzw. 67 Punkte erreicht, verglichen mit externen Benchmarkwerten von 75 und 76. Aus der Kombination dieser beiden Punkte ergibt sich ein Gesamtwert für den Engagement-Index von 70, der sechs Punkte unter unserer an der externen Benchmark orientierten Zielvorgabe liegt. Die externe Benchmark wird regelmäßig aktualisiert, länder- und branchenübergreifend entwickelt und basiert auf der vollen Umfragereichweite von Glint von insgesamt über 174 Millionen Umfrageantworten pro Jahr.

Die Strategie von HL und die HighLight-Umfrage sind eng miteinander verknüpft. Auf Basis der Umfragedaten priorisieren wir Verbesserungen in den Bereichen Engagement, Leistung und Mitarbeiterbindung. Die Ergebnisse werden unternehmensweit aggregiert und allen Managern

Schaffung eines Arbeitsumfelds, in dem die Menschen die Werte von HL leben

Jedes Quartal werden CEO-Awards an Einzelpersonen oder Teams vergeben, die die Werte von HL – Eigenverantwortung, Schnelligkeit und EIN HL-Team – verkörpern und zu einer positiven Unternehmenskultur beitragen. Das Nominierungsverfahren, bei dem jeder Kandidaten vorschlagen kann, stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl mit Kollegen in aller Welt. 2021 gingen 104 Nominierungen ein.

CEO-Award – wir leben die Werte von HL

Eigenverantwortung

Jemand, der...

... proaktiv ist, ständig an einer besseren Arbeitsweise arbeitet.

... sieht, dass etwas kaputt ist und es repariert und nicht einfach daran vorbeigeht.

... Innovation möglich macht.

Schnelligkeit

Jemand, der ...

... bei seiner Arbeitsweise kundenorientiert ist.

... sehr leistungsbereit ist und einen klaren Sinn für Dringlichkeit zeigt.

... dazu beiträgt, fundierte Entscheidungen zu treffen.

... Implementierungen durchführt und nicht auf halber Strecke aufhört.

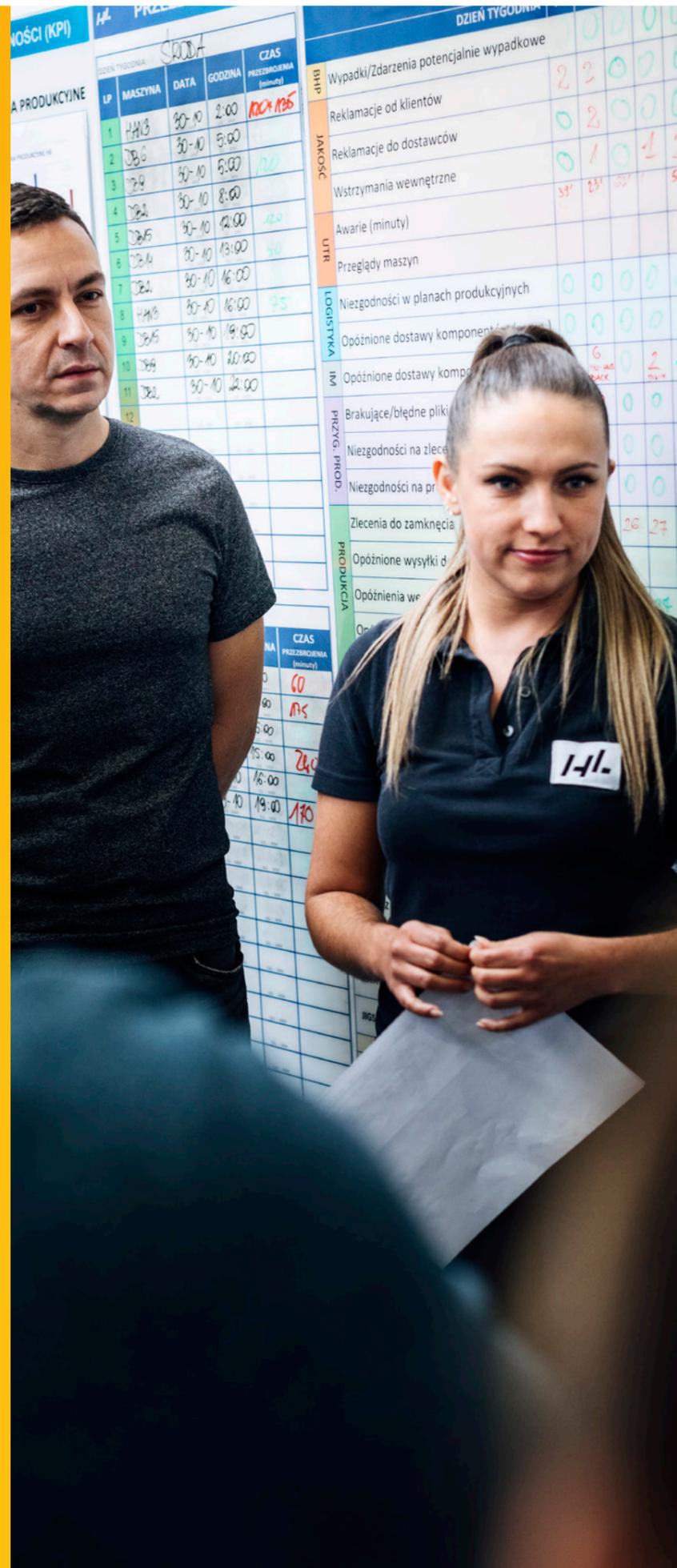
EIN Team

Jemand, der ...

... Erfolg hat, indem er andere zum Erfolg führt, wie ein wahrer Wegbereiter für andere handelt.

... gewinnt, indem er die Dinge für seine Mitmenschen erleichtert, nicht nur für sich selbst.

... zusätzliche Schritte unternimmt, um über funktionale und/oder geografische Grenzen hinweg zu agieren.



und Mitarbeitern weltweit mitgeteilt. Jede Führungskraft mit einem Team von mehr als fünf Mitgliedern erhält das Ergebnis für ihr Team direkt im Umfragetool, und von allen Führungskräften wird erwartet, dass sie sich die Ergebnisse zu eigen machen und in einem Workshop mit ihrem Team Aktionspläne entwickeln. Wir gehen diesen Maßnahmen regelmäßig nach, und der Fortschritt der Maßnahmen wird im Umfragetool verfolgt.

Möglichkeiten zur Kompetenzentwicklung und zur funktionsübergreifenden Zusammenarbeit

2021 haben wir die funktionsübergreifende Zusammenarbeit und den Informationsfluss weiter verbessert. So haben wir beispielsweise das Innovation Booster Project ins Leben gerufen. Das Projekt zielt darauf ab, die Innovationskraft von HL zu steigern, indem es auf dem Branchenwissen, dem Know-how und den Erkenntnissen unserer Mitarbeiter aufbaut und ein Forum schafft, um die Kreativität und Kompetenz unserer Mitarbeiter optimal zu nutzen. Das Programm fördert das Engagement durch digitale Workshops, in denen sich Mitarbeiter funktions- und länderübergreifend treffen, um neue Lösungen, Produkte und Innovationen zu diskutieren.

Das HL Group Leadership Forum, ein bereichsübergreifendes Treffen, das zweimal im Jahr stattfindet, hat sich weiter entwickelt und ist gewachsen. Ziel des Forums ist es, das Engagement für die Unternehmensstrategie abzustimmen und zu sichern und Führungskompetenzen zu fördern. Es findet seit Sommer 2020 digital statt und bringt vor allem die Führungskräfte des Unternehmens, wie Bereichsleiter, Werksleiter und Funktionsleiter, zusammen. Für das Jahr 2022 ist geplant, das Forum auf drei Sitzungen auszuweiten und die behandelten Schwerpunktthemen weiterzuentwickeln.

Außerdem haben wir, aufbauend auf den Erkenntnissen des Jahres 2020, das HL Global Meeting eingeführt. Zu diesem digitalen Meeting sind alle HL-

Mitarbeiter eingeladen, unabhängig von ihrer Funktion oder ihrem Standort. Die Themen reichen von Updates über das Geschäft und Initiativen bis hin zu Strategie und Inspiration.

Außerdem haben wir den Bekanntheitsgrad unserer E-Learning-Plattform HL Learning Academy und ihres Inhaltsangebots weiter erhöht. Die Entwicklung der Plattform wird im Jahr 2022 fortgesetzt.

Starkes Bekenntnis zu Korruptionsbekämpfung und Schutz der Menschenrechte

HL unterstützt und respektiert international anerkannte Menschenrechte. Unser Verhaltenskodex hilft uns bei der Steuerung unserer Nachhaltigkeitsarbeit, indem er die grundlegenden Prinzipien, die jeder Unternehmensvertreter und Partner befolgen sollte, klar definiert. Er regelt HLs Null-Toleranz-Haltung gegenüber Bestechung, Erpressung und Korruption und fordert die strikte Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften, basierend auf den zehn Prinzipien des Global Compact. Alle Mitarbeiter von HL unterzeichnen zu Beginn des Arbeitsverhältnisses den Verhaltenskodex.

Der maßgeschneiderte e-Learning-Kurs zum Verhaltenskodex von HL hat das Ziel, das Verständnis unserer Mitarbeiter für unseren Verhaltenskodex durch praktische Übungen und Dilemmas zu vertiefen und das jährliche Prüfungsverfahren des Verhaltenskodex zu vereinfachen. Seit Einführung der Schulung

Schaffung des bestmöglichen Arbeitsplatzes im Herbst 2020 haben 583 Mitarbeiter diese absolviert und damit auch den Verhaltenskodex unterzeichnet. In dieser Zahl sind die Mitarbeiter der neu erworbenen Unternehmen noch nicht enthalten. Unser E-Learning-Kurs zum Verhaltenskodex wird im Jahr 2022 weiterentwickelt.

2021 wurden keine Verstöße gegen den Verhaltenskodex gemeldet (2020: 0).

Schaffung des bestmöglichen Arbeitsplatzes

Whistleblowing

HL verfügt seit 2013 über eine Whistleblowing-Funktion, das sogenannte Whistleblowing Center. Das Whistleblowing Center ist Teil von TripleB, einer externen schwedischen Nachhaltigkeitsberatung.

Bei der Meldung von Fehlverhalten über die Whistleblowing-Website wird Mitarbeitern, externen Partnern und anderen Beteiligten Anonymität garantiert. Die über das Whistleblowing-System eingegangenen Meldungen werden direkt an den Group HR Director und den Group Marketing Director weitergeleitet, der für die Nachhaltigkeitsarbeit von HL verantwortlich ist. Darüber hinaus erhält gleichzeitig auch der Vertreter des Haupteigentümers Ratos im Vorstand die Meldungen. HL möchte die Aufmerksamkeit auf Missstände in Bereichen wie Menschenrechte, Arbeitsrecht und Korruptionsbekämpfung lenken, einschließlich möglicher Verstöße gegen lokale Gesetze oder gegen den HL-Verhaltenskodex und den Verhaltenskodex für Lieferanten. Meldungen, die über den Whistleblowing-Kanal eingehen, werden zentral untersucht. Wenn sich die Fehlverhaltensmeldung als begründet und zutreffend erweist, kommt es zu Disziplinarmaßnahmen und bei Bedarf zu rechtlichen Schritten. 2021 gingen keine Meldungen über das Whistleblowing-System ein (2020: 1).



Vorrangige Themen

- / Verstärkter Einsatz recycelter und umweltfreundlicherer Materialien.
- / Verringerung des CO₂-Fußabdrucks unserer Geschäftstätigkeit.

Andere Themen, an denen wir arbeiten

- / Verringerung des Rohstoffverbrauchs.
- / Senkung des Wasserverbrauchs von Jahr zu Jahr.
- / Verbesserung der Effizienz im Transportwesen.
- / Zertifizierung aller unserer Fabriken nach den Normen ISO 14001 und ISO 9001.

Wichtigste Erfolge

- / Kapazitätserweiterung für recycelten Kunststoff.
- / Verstärkter Einsatz recycelter und umweltfreundlicherer Materialien.
- / Verbesserung des Produktionsprozesses zur Verringerung des anfällenden Ausschusses und Erhöhung des Anteils an wiederverwendetem Ausschussmaterial.
- / Verringerung des Stromverbrauchs.
- / Emissionsminderung durch strategische Logistik.

Ergebnisse 2021

- 🔴 **Zielvorgaben und Reduzierungsplan an die Science Based Target Initiative geschickt, Genehmigung steht noch aus.**
- 🟢 **Verwendung von Recyclingmaterialien um 12 Prozent erhöht.**

Ziele für 2022

- / **Genehmigung der Ziele durch die Science Based Targets Initiative und Umsetzung des CO₂-Reduktionsplans.**
- / **Erhöhung des Einsatzes von Recyclingmaterial um 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr.**



Kontinuierliche Verbesserung der betrieblichen Abläufe

HL ist bestrebt, die Umweltleistung durch die Einhaltung von Richtlinien und Normen zu verbessern und kontinuierliche Anstrengungen zur Verringerung der Umweltauswirkungen in unserer gesamten Wertschöpfungskette zu unternehmen.

HL produziert in fünf Werken

- / Sundsvall in Schweden für die Extrusion von Kunststoffen.
- / Gliwice in Polen für Spritzguss, Heißbiegen, Holzbearbeitung und Druck.
- / Harlow im Vereinigten Königreich für Metall, Spritzguss, Heißbiegen und Druck.
- / Leeds im Vereinigten Königreich für Holzbearbeitung, Heißbiegen und Druck (2021 erworben).
- / Suzhou in China für Extrusion und Spritzguss von Kunststoffen.

Nachhaltige Abläufe sind unverzichtbar

Um der Vision von HL, ein besseres Einkaufserlebnis zu bieten, gerecht werden zu können, ist es für uns unerlässlich, durch die Art und Weise, wie wir arbeiten, entwickeln und innovieren, Verantwortung für die Umwelt zu übernehmen. Unser Ziel ist es, die Auswirkungen auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten und Nachhaltigkeit in unsere Kultur und Arbeitsweise zu integrieren. Der Großteil unserer eigenen Umweltauswirkungen stammt von den Rohstoffen, die bei der Produktion verwendet werden. Der Energie- und der Wasserverbrauch sind weitere wichtige

Quellen für Umweltauswirkungen im Zusammenhang mit unserer Produktion. Unsere eigenen Fabriken stellen den Großteil der Produkte im Portfolio her. Daher ist ein effizienter und umweltverträglicher Betrieb unserer Fabriken für die Verringerung der Umweltauswirkungen unserer Tätigkeit von entscheidender Bedeutung.

Beispiele für kontinuierliche Verbesserungen an unseren Standorten

- / Die Einführung eines Überwachungssystems für Produktionslinien in Sundsvall und Gliwice ermöglicht die Erfassung von Daten zur Verbesserung der Gesamtanlageneffektivität (OEE) und zur Verringerung des Ausschusses.
- / Verbesserte Produktionsverfahren in Sundsvall, Gliwice und Suzhou, um den Ausschuss zu reduzieren und das Recycling von Ausschussmaterial zu erhöhen.
- / Hinzunahme neuer Lieferanten für recycelte Materialien, einschließlich PVC, PET, HIPS und Kunststoffplatten.
- / Das Werk Gliwice stellte seine Energieversorgung von Kohle auf 100 Prozent grüne/erneuerbare Energie um.

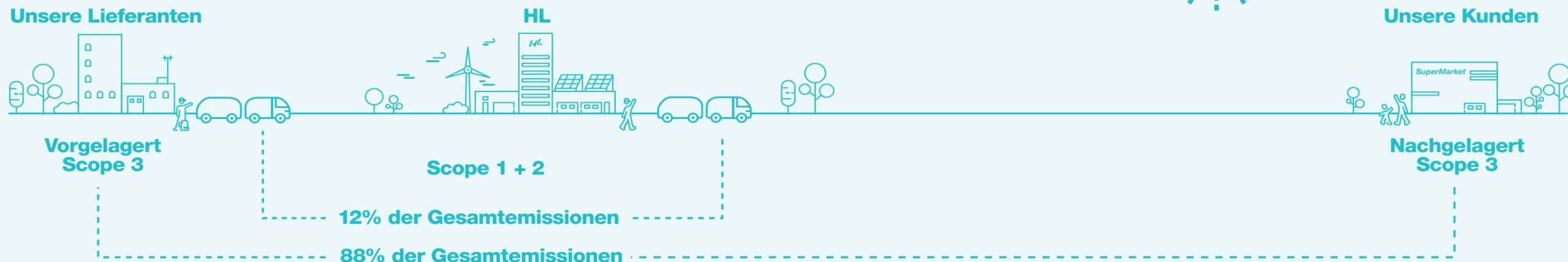
/ Entwicklung unseres Verfahrens zum Austausch von Zusatzstoffen in unserer Produktion gegen umweltfreundlichere Alternativen, die unseren hohen Qualitäts- und Standardanforderungen gerecht werden.

/ RDC Central wurde in ein kleineres Lagerhaus verlegt, das der erforderlichen Kapazität besser entspricht und mit umweltfreundlichen Technologien wie LED-Beleuchtung ausgestattet ist.

/ In unseren wichtigsten Vertriebszentren wurde ein neues Lagerverwaltungssystem eingeführt, das die Effizienz und die Qualität der Kommissionierung verbessert und damit zu einem besseren Kundenservice und einer Verringerung der Retouren führt.

HLs Einfluss auf den Klimawandel

Im Anschluss an unsere Studie zum CO₂-Fußabdruck für 2018 haben wir eine neue Studie für die Jahre 2019 und 2020 durchgeführt. Die Studie wurde in Übereinstimmung mit dem GHG-Protokoll und mit Unterstützung von ZeroMission durchgeführt. Zusätzlich zur aktualisierten Studie haben wir ein neues Tool, Our Impact, eingeführt, mit dem wir die Daten zum CO₂-Fußabdruck auf effektive



tivere Weise zusammenstellen können. Das Tool wird es uns ermöglichen, die Daten zweimal pro Jahr statt nur einmal zu erheben.

Außerdem können mehr Personen in der Organisation in den Datenerhebungsprozess einbezogen werden, was eine höhere Sicherheit und Genauigkeit der Daten gewährleistet. Durch den Einsatz des Tools können wir die Daten außerdem effizienter weiterverfolgen. In Zukunft planen wir, die Emissionsfaktoren an unsere Lebenszyklusanalysen oder an die von unseren Lieferanten bereitgestellten validierten materialspezifischen Emissionsdaten anzupassen.

Unsere wichtigsten Auswirkungen auf den Klimawandel ergeben sich aus der Verwendung von Rohstoffen (eingekaufte Materialien), die 66 Prozent unserer Gesamtemissionen* ausmachen. Von den Materialien, die HL in der Produktion verwendet, haben Kunststoffe die größten negativen Auswirkungen auf den Klimawandel, gefolgt von Metall. Der Einsatz von Energie in der Produktion, die Verwendung der verkauften Produkte und der Transport von Waren ins Ausland sind weitere wichtige Faktoren, die zu HLs Einfluss auf den Klimawandel beitragen.

Die Studie zur CO₂-Bilanz spielt eine wichtige Rolle dabei, die Basis für die Verbesserung des Betriebs und unsere Bemühungen zur Reduzierung der Umweltauswirkungen zu legen. Die Studie gibt zudem Aufschluss darüber, welche Maßnahmen sich am stärksten auf die Verringerung der Treibhausgasemissionen aus dem Betrieb auswirken, und ist daher für die Festlegung von Zielen und Maßnahmenplänen im Einklang mit der Science Based Targets Initiative relevant.

Fast 90 Prozent* des Beitrags von HL zum Klimawandel stammen von Aktivitäten aus Scope 3 (indirekte Emissionen aus vor- und nachgelagerten Bereichen). Der Rest unserer CO₂-Bilanz entsteht in Scope 2 (indirekte Emissionen aus bezogener Energie), wobei der zugekaufte Strom für das Werk von HL in Gliwice, Polen, erheblich dazu beiträgt. Die großen Auswirkungen sind sowohl auf den fossilen Strommix in Polen als auch auf die verbrauchte Menge

zurückzuführen. 2021 wurde das Werk in Gliwice vollständig auf Energie aus erneuerbaren Quellen umgestellt, was die Scope-2-Emissionen in Zukunft deutlich senken wird. 2020 unterzeichnete HL die Science Based Targets Initiative. Im Jahr 2021 haben wir gemeinsam mit ZeroMission unsere Ziele definiert und einen detaillierten Maßnahmenplan entwickelt, wie wir die Reduzierung der Klimabilanz von HL im Einklang mit den Zielen der Science Based Targets Initiative sicherstellen können. Sowohl die Ziele als auch der Aktionsplan wurden an die Science Based Targets Initiative gesandt, wobei die Genehmigung noch aussteht. Sobald sie genehmigt sind, werden unsere Ziele auf unserer Website veröffentlicht. Unsere Ziele und unser Aktionsplan stehen im Einklang mit der Begrenzung der globalen Erwärmung auf weniger als 1,5 Grad Celsius und beinhalten die folgenden Verringerungen im Vergleich zum Basisjahr 2019:

- / Verringerung der Scope-1- und Scope-2-Emissionen um 46 Prozent bis 2030.
- / Verringerung der Scope-3-Emissionen pro gekaufter Tonne Material um 22 Prozent bis 2030.

2021 haben wir außerdem unsere Fahrzeugrichtlinie überarbeitet, um mehr Märkte einzubeziehen und das Leasing von Elektrofahrzeugen zu

fördern. In Märkten, in denen keine Lademöglichkeiten zur Verfügung stehen oder Elektrofahrzeuge nicht die beste Option sind, fördern wir Hybridfahrzeuge. In Schweden haben wir außerdem eine betriebliche Fahrrad-Leasing-Initiative eingeführt, die dazu beiträgt, unseren CO₂-Fußabdruck zu verringern, da sich mehr Mitarbeiter dafür entscheiden, mit dem Fahrrad zu fahren, anstatt ein Auto oder öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen. Weitere Informationen über BikeLease sind auf Seite 23 zu finden.

Unser Ansatz: reduzieren und wiederverwenden

Der Hauptrohstoff von HL ist Kunststoff, insbesondere PVC und PET. Um unsere CO₂-Bilanz zu verbessern, konzentrieren wir uns auf drei Bereiche: Verringerung des Einsatzes neuer, fossiler Materialien durch effiziente Design- und Produktionsprozesse, Reduzierung und Wiederverwertung unserer Produktionsabfälle und verstärkte Beschaffung recycelter Materialien. Gleichzeitig untersuchen wir alternative Materiallösungen, wie z. B. biobasierte Kunststoffe und alternative nachhaltige Zusatzstoffe. Außerdem investieren wir in Innovationen, um unsere Produktion weiterzuentwickeln. Eine wichtige Priorität für HL ist und bleibt das Management der Be-

Unsere Abfallquote, also das Verhältnis von Abfall zu eingesetztem Material, ist von **12,3 Prozent im Jahr 2020 auf 10,8 Prozent im Jahr 2021 gesunken**

handlung unserer Produkte am Ende ihres Lebenszyklus und die Schließung des Materialkreislaufs.

HL ist bestrebt, den Rohstoffverbrauch zu senken, was sich in unseren Bemühungen um die Verbesserung der Produktionsprozesse widerspiegelt, beispielsweise durch die Minimierung des Abfallaufkommens durch eine kontinuierliche Rationalisierung unserer Produktionsprozesse. Im Jahr 2021 fielen bei der Produktion in unseren Fabriken 2.605 Tonnen sichere Abfälle an (2020: 2.423 Tonnen), von denen 1.151 Tonnen

Kunststoffabfälle waren (2020: 1.173 Tonnen). Unsere Abfallquote, also das Verhältnis von Abfall zu eingesetztem Material, ist von 12,3 Prozent im Jahr 2020 auf 10,8 Prozent im Jahr 2021 gesunken.

Emission von Treibhausgasen, aufgeteilt nach Aktivitäten

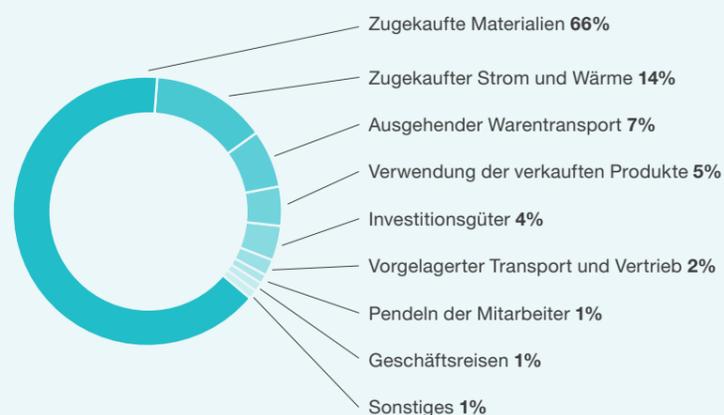


Abbildung: Auf der Grundlage der Daten für das Jahr 2020 betrug der Gesamtbeitrag zum Klimawandel durch die Emissionen aus der Geschäftstätigkeit von HL insgesamt 73.112 Tonnen CO₂-Äquivalente (marktbasierte Methode). Davon entfielen auf Scope-3-Emissionen 64.181 Tonnen, auf Scope-2-Emissionen 7.145 Tonnen und auf Scope-1-Emissionen 1.785 Tonnen.

*Basierend auf Emissionsdaten für das Jahr 2020. Die Messung für 2021 wird im Frühjahr 2022 abgeschlossen sein.

Lieferantenfallstudie:

Einsatz für gemeinsame Ziele: Der Plan von HL und Indorama Ventures zur Verringerung von Emissionen

Um unser Klimaziel zu erreichen, bis 2030 22 Prozent unserer Scope-3-Emissionen zu reduzieren, ist die Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette entscheidend. Indem wir mit unseren Lieferanten zusammenarbeiten und diese wiederum mit ihren Zulieferern, werden die Emissionen durchgängig gesenkt. „Während wir auf eine klimaneutrale Welt hinarbeiten, sehen wir, dass unsere gesamte Wertschöpfungskette auf das gleiche Ziel hinarbeitet und dass diese Kettenreaktion des Drucks tatsächlich funktioniert“, erklärt Jonas Marking, Senior Product and Sustainability Manager bei HL. „Um unsere Emissionen abzubilden, genaue Ziele zu setzen und eine entsprechende Reduzierung zu erreichen, müssen wir wissen, wie hoch die Emissionen sind, die mit unseren Produkten und damit mit den von uns bezogenen Materialien verbunden sind“, fährt er fort.

Wir haben mit einem unserer größten Lieferanten von PET und recyceltem PET, Indorama Ventures (IVL), über Möglichkeiten und Ambitionen bei der Zusammenarbeit mit Lieferanten gesprochen. IVL ist der weltweit größte Hersteller von PET-Harzen und ein wichtiger Akteur im Bereich der petrochemischen Zwischenprodukte. IVL hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2050 kohlenstoffneutral zu sein. Aber der Weg dorthin ist – wie bei so vielen Firmen – noch unklar. Für 2030 hat sich das Unternehmen jedoch klare Ziele gesetzt. Ihr Ziel ist es, die kombinierten Scope-1- und Scope-2-Emissionen bis 2030 im Vergleich zum Basisjahr 2020 um 30 Prozent zu senken. Aber wie wollen sie das erreichen?

Die Strategie von IVL zur Verringerung der Emissionen umfasst, ähnlich wie bei HL, die Verbesserung der operativen Effizienz und die Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energien. So untersucht IVL beispielsweise die Möglichkeiten und Auswirkungen der Entwicklung erneuerbarer Energien vor Ort sowie außerhalb seiner Standorte. Bis dato hat das Unternehmen vier Werke, die zu 100 Prozent mit erneuerbaren Energien betrieben werden, an einigen Standorten Solarpaneele installiert und mit der Installation von Solarpanelen an mehreren weiteren Standorten begonnen.

Schritte der Lieferanten zur Verringerung der Emissionen

Durch die Verringerung ihrer Emissionen tragen die Lieferanten HLs zu einer Reduzierung unserer Scope-3-Emissionen bei. Wir

sehen einen erhöhten Bedarf an Rückverfolgbarkeit in unserer gesamten

Wertschöpfungskette; allerdings sind wir nicht die einzigen, die sich für die Rückverfolgung unserer Emissionen interessieren. Im Jahr 2021 begann IVL mit der Einbindung seiner Lieferanten, wobei Lieferanten bei ihren Emissionsbemühungen sowohl unter Druck gesetzt als auch unterstützt wurden. „Wir wollen in der Lage sein, die Brennpunkte in unserer Wertschöpfungskette zu identifizieren und ab 2022 aktiv daran arbeiten, die Auswirkungen auf die Wertschöpfungskette zu reduzieren“, erklärt Harsha Reddy, Vice President und Head of Sustainability Reporting & Disclosures bei Indorama Ventures.

Verbesserung des Zugangs zu recycelten und biobasierten Materialien

Eines unserer vorrangigen Nachhaltigkeitsthemen ist die verstärkte Verwendung von recycelten und umweltfreundlicheren Materialien. Daher arbeiten wir aktiv an der Beschaffung und Erschließung weiterer Quellen für Recyclingmaterial.

IVL folgt dem Ruf mit einer Erhöhung des Angebots an recycelten Materialien durch die Schaffung von Recycling-Infrastrukturen in Ländern, in denen diese noch nicht existieren. IVL hat sich verpflichtet, bis 2025 50 Mrd. PET-Flaschen und bis 2030 100 Mrd. PET-Flaschen pro Jahr zu recyceln. Bereits heute recycelt das Unternehmen in Thailand 1,8 Mrd. PET-Flaschen und weltweit über 14 Mrd. Flaschen pro Jahr. „Die Nachfrage nach recyceltem PET steigt rapide an; der Druck der Endkunden, recyceltes PET in Produkten zu verwenden, ist groß“, erklärt Reddy.

Darüber hinaus stellen wir fest, dass biobasierte Kunststoffe eine wichtige Rolle bei der Verringerung von Emissionen und der Bereitstellung nachhaltiger Produkte und Lösungen spielen können. IVL sieht das genauso: Nachhaltige Rohstoffe sind eine der sechs Dekarbonisierungsstrategien, auf die sich das Unternehmen konzentriert und in die es investiert. Im Jahr 2020 wurden 20.884 Tonnen biobasierte Rohstoffe (Bio-MEG, PLA und Zellulose) für die Herstellung bestimmter Materialien, einschließlich Bio-PET, beschafft.

Gleichzeitig sind wir bestrebt, einen möglichst großen Teil der in unseren Produktionsprozessen anfallenden Abfälle zu recyceln. Deshalb haben wir in Kompetenzen und Technologien investiert, um nicht nur die Menge des in unseren Produktionsprozessen anfallenden Ausschusses zu verringern, sondern auch den nicht vermeidbaren Ausschuss wiederzuverwenden. Nach der Einführung eines Überwachungs- und Datenerfassungstools an jeder Fertigungslinie in unseren Fabriken in Sundsvall und

Gliwice im Jahr 2020 haben wir im Jahr 2021 begonnen, das Tool vollständig zu nutzen. Dies verbessert nicht nur die Gesamteffizienz der Anlagen (OEE), sondern hilft uns auch bei der Reduzierung und Wiederverwendung von Ausschuss. Für die Zukunft planen wir, unsere Prozesse auf Basis der gesammelten Daten bis Ende 2022 zu analysieren und zu verbessern.

Des Weiteren haben wir unsere Kapazitäten für die Verwendung von recycel-

ten Materialien erhöht. Dazu gehören Kapazitäten für die Zerkleinerung von Produktionsabfällen und für das kontrollierte Mischen von recycelten und neuen Materialien. 2021 haben wir unsere Kapazitäten für das Recycling von intern erzeugten Kunststoffabfällen weiter ausgebaut und 41 Prozent aller in unseren Fabriken erzeugten Kunststoffabfälle recycelt (2020: 36 Prozent). Abfälle, die nicht intern recycelt werden können, werden an externe Parteien verkauft,



„Um unsere Emissionen abzubilden, genaue Ziele zu setzen und eine entsprechende Reduzierung zu erreichen, **müssen wir wissen, wie hoch die Emissionen sind, die mit unseren Produkten**, und damit mit den von uns bezogenen Materialien verbunden sind“

Jonas Marking, Senior Product and Sustainability Manager HL Display



wobei das Ziel darin besteht, 100 Prozent unserer sicheren Produktionsabfälle in irgendeiner Form zu recyceln.

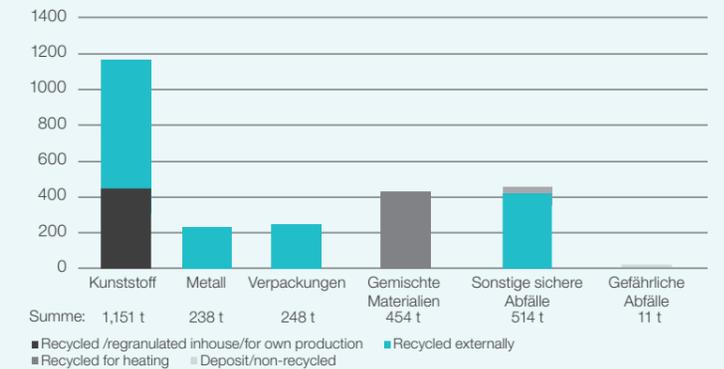
Im Rahmen unserer Bemühungen um Nachhaltigkeit haben wir die Arbeit an unserem Abfallmanagementsystem fortgesetzt. 2021 wurden 81 Prozent unserer gesamten sicheren Abfälle aus der Produktion in unseren Fabriken recycelt (2020: 84 Prozent) wobei 18 Prozent der sicheren Abfälle in unserer eigenen Produktionsanlage wiederverwertet wurden (2020: 18 Prozent). Außerdem wurden mehrere Maßnahmen zur Verbesserung der Abfallbewirtschaftung ergriffen:

- / Einführung von Kartons und Packpapier aus 100 Prozent recyceltem Material für den Lager- und Versandbereich.
- / Ersetzung von Kunststoffolie durch Papierfolie.
- / Reduzierung der Menge an Füllstoffen in Kartons.
- / Verbesserte Abfallwirtschaft durch bessere Mülltrennung.
- / Schulung von Produktions- und Lagerarbeitern in Abfallentsorgung.

HL konzentriert sich außerdem stark auf die verstärkte Beschaffung von recycelten Materialien von externen Parteien. Die Sicherstellung der richtigen Qualität ist eine ständige Herausforderung, da das Material zum Produktionsprozess passen muss und das Aussehen und die Haptik des Produkts den Erwartungen der Kunden entsprechen müssen. Wenn zum Beispiel eine hohe Transparenz des Produkts gefordert wird, können nur sehr hochwertige Materialien verwendet werden. Zudem sind die Kosten für recyceltes Material oft höher als die für neue Materialien. 2021 bezogen wir 238 Tonnen recycelten Kunststoff (2020: 210 Tonnen).

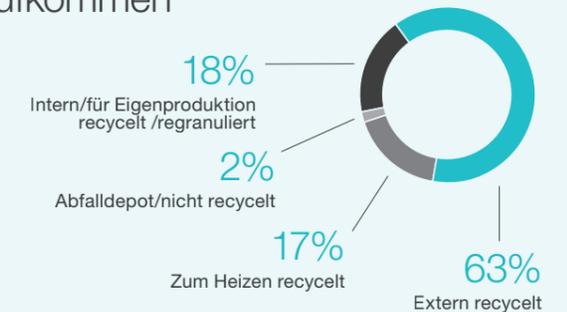
Produktionsabfallwirtschaft 2021

(Tonnen)



Gesamtaufkommen sicherer Abfall

(Tonnen)



Angesichts der steigenden Nachfrage nach recyceltem Kunststoff und Kreislaufösungen haben wir Kapazitäten zur Bereitstellung eines Kreislaufangebots aufgebaut. In unserem Werk in Sundsvall haben wir jetzt ein industrialisiertes Verfahren für die Behandlung von Altprodukten entwickelt, das die Sammlung, Sortierung, Zerkleinerung, Reinigung und Wiederverwendung ausgedienter Produkte umfasst. Unser Werk in Sundsvall hat im Rahmen unseres zirkularen Angebots einen Produktionsprozess entwickelt. 2021 haben wir mehr externe Parteien in die Lieferkette einbezogen und einen weiteren Kundenfall für unser zirkuläres Angebot hinzugefügt. Weitere Informationen zu unserem zirkulären Angebot sind auf Seite 19 zu finden.

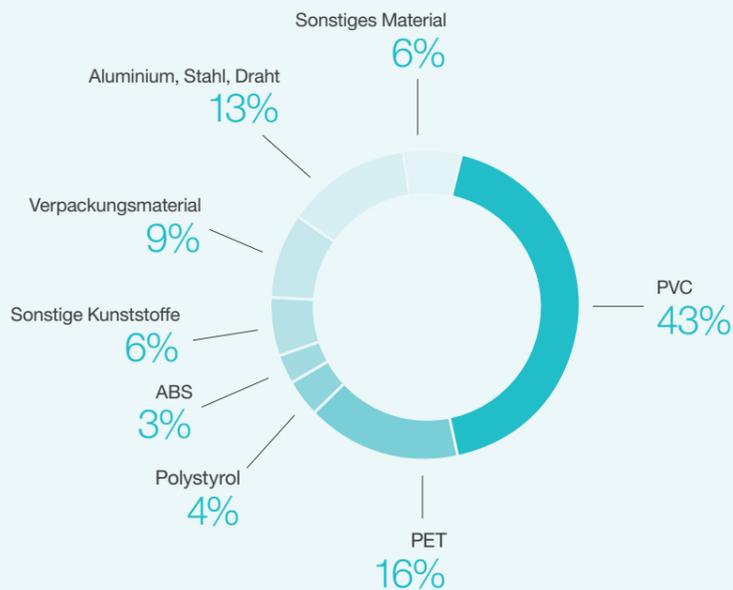
Verstärkter Einsatz von recycelten Kunststoffen

Um den Umstieg unserer Kunden auf nachhaltigere Märkte zu unterstützen und zu ermöglichen, wollen wir Branchenführer bei alternativen Materialien und Lösungen sein. Seit 2018 verwenden wir Kunststoff auf PLA-Basis, der aus erneuerbaren Materialien wie Pflanzen-

stärke aus Mais oder Zuckerrohr hergestellt wird. Der Absatz von Produkten auf PLA-Basis ist jedoch begrenzt, was vor allem auf die hohen Materialkosten zurückzuführen ist. Wir gehen davon aus, dass viele der mit biobasierten Kunststoffen verbundenen Probleme, wie hohe Kosten und Schwierigkeiten beim Recycling, in Zukunft schrittweise gelöst werden.

In den letzten vier Jahren haben wir zudem Schritte unternommen, um unser Portfolio an Produkten aus Recyclingmaterialien zu erweitern. Eine der Grenzen, die wir bei recyceltem Kunststoff sehen, ist die Beschaffung und Rückverfolgung von Materialbestandteilen. 2021 haben wir rund 500 Produktionsstunden in die Evaluierung neuer Quellen und Materialien investiert und erfolgreich neue Quellen für recycelte Materialien erschlossen, unter anderem für PVC, PET und HIPS. Immer mehr unserer Lieferanten sind nun in der Lage, unsere wichtigsten Rohstoffe als Recyclingmaterialien zu liefern, und unser Fokus hat sich zunehmend auf Kreislaufösungen verlagert. Wir gehen

Rohstoffe und Einsatzgüter



Steigerung des Anteils grüner Energie um

+52%

Senkung des Wasserverbrauchs aus kommunalen Quellen um

-88%

Senkung des Wasserverbrauchs insgesamt um

-12%

Kontinuierliche Verbesserung der betrieblichen Abläufe

+14%

Steigerung der Fabrikabfälle, die nun in unserer eigenen Produktion wiederverwertet werden können

davon aus, dass in Zukunft der Druck zunehmen wird, die gesamte Kunststoff-Wertschöpfungskette und nicht nur den Endverbraucher zu betrachten.

Im Jahr 2021 setzte HL 14.912 Tonnen Material in der Produktion ein (2020: 13.866 Tonnen), wovon 72 Prozent auf Kunststoffe entfielen. Im Nachhaltigkeitsbericht 2020 wurden Biomaterialien, extern beschaffte recycelte Kunststoffe oder andere Kunststoffe nicht in die Definition der verwendeten Kunststoffe aufgenommen. Dies wurde nun angepasst, und der Anteil der verwendeten Kunststoffe lag im Jahr 2020 bei 69 Prozent statt bei 65 Prozent, wie im letzten Jahr angegeben. 7 Prozent aller in der Produktion verwendeten Kunststoffe sind entweder recycelt oder biobasiert (2020: 7 Prozent).

Verbesserung des Energieverbrauchs

HLs Energieverbrauch für die Produktion lag 2021 bei 24,4 MWh (2020: 24,6 MWh) und 69,6 Prozent unseres Energieverbrauchs stammten aus erneuerbaren Quellen (2020: 45,8 Prozent). Das HL-Werk in Sundsvall wird vollständig mit Strom aus Wasserkraft betrieben, und 2021 wird unser Werk in Gliwice von fossilem Strom auf 100 % erneuer-

bare Energie umgestellt. Dies erklärt den höheren Anteil von Energie aus erneuerbaren Quellen im Jahr 2021, und wir gehen davon aus, dass dies zu einer deutlichen Verringerung unserer Auswirkungen auf den Klimawandel beitragen wird.

Wir arbeiten weiter daran, den Stromverbrauch in unseren Fabriken zu senken, indem wir verschiedene Maßnahmen umsetzen, die von LED- und zeitgesteuerter Beleuchtung bis hin zur Nutzung der Abwärme von Maschinen reichen, wie z. B.:

- / Verlegung unseres Lagers in Gliwice in einen kleineren Raum mit LED-Beleuchtung.
- / Kontinuierliche Verbesserung und Prozessoptimierung in Werken, um die Anzahl der Produktionslinien zu reduzieren.
- / Einführung eines Systems zur Überwachung der Produktionslinien in Sundsvall und Gliwice, das zur Verbesserung der Gesamtanlageneffizienz (OEE) und der Ressourceneffizienz beiträgt.

/ Konsolidierung des Linienverkehrs, was zu einer Verringerung der CO₂-Emissionen führt.

/ Digitalisierte Arbeitsabläufe.

/ Wartung von Spritzgieß- und Extrusionsanlagen.

Wasserverbrauch

Wasser wird im Produktionsprozess zur Kühlung von extrudierten und spritzgegossenen Kunststoffprodukten verwendet. Im Jahr 2021 wurden 280.903 m³ Wasser in den Produktionsstätten des Unternehmens verbraucht (2020: 320.832 m³). Durch den Bau eines Brunnsens im Werk Sundsvall im Jahr 2020 ist die Menge an Wasser aus kommunalen Quellen auf 21.234 m³ im Jahr 2021 gesunken (2020: 175.525 m³).

Strategischeres Vorgehen in der Logistik zur Einsparung von Emissionen

Der Großteil der HL-Transporte erfolgt per Lkw, darunter auch die Transporte von unseren europäischen Fabriken zu unseren europäischen Vertriebszentren und weiter zu unseren Kunden. Der Seetransport wird hauptsächlich für den Versand von Fertigwaren aus Asien und

den USA sowie von in Asien gekauften Werkzeugen für den Einsatz in unseren europäischen Fabriken genutzt. Ein Teil der Sendungen wird zwar weiterhin auf dem Luftweg befördert, wir reduzieren jedoch weiterhin die Luftfracht aus Asien in unsere europäischen Märkte.

In den letzten Jahren haben wir daran gearbeitet, den Transport und die Logistik zu optimieren, um unseren CO₂-Fußabdruck zu minimieren. Außerdem arbeiten wir aktiv mit Partnern zusammen, um effizientere Wege für den Versand von Produkten zu finden und die Abfüllraten zu erhöhen, wobei das Ziel darin besteht, den CO₂-Fußabdruck des ein- und ausgehenden Transports weiter zu reduzieren. 2020 haben wir den Linienverkehr und den Transport zusammengelegt, um die Raumnutzung und die Transporteffizienz zu verbessern. Darüber hinaus haben wir für

skandinavische Kunden Cross-Docking-Möglichkeiten für Waren polnischer Lieferanten eingeführt. In Skandinavien haben wir eine strategische Partnerschaft mit einem externen Logistikdienstleister geschlossen, um die Frachtlogistik an alle skandinavischen Kunden sowie den ausgehenden Transport von unserem Werk in

Sundsvall an die europäischen Vertriebszentren zu optimieren. Dies hat zu einer höheren Beladungsquote geführt und es uns ermöglicht, die neueste umweltfreundliche Technologie in LKW-Flotten voranzutreiben. Darauf aufbauend haben wir im Jahr 2021 die Füllrate von Boxen und Containern erhöht und gleichzeitig die Anzahl der wöchentlichen Linienverkehre nach Finnland, Norwegen, Mittel- und Südosteuropa reduziert. Diese Bemühungen haben nicht nur zu einer Senkung der Kosten, sondern auch zu einer Verringerung unseres CO₂-Fußabdrucks beigetragen.

HL verlangt von allen Transportunternehmen, dass sie über Umweltprogramme verfügen. Seit 2018 ist die Umweltklasse Euro VI für alle neuen Spediteure vorgeschrieben.

Zertifizierte Managementsysteme für eine kontinuierliche Verbesserung

Die Managementsysteme und -richtlinien von HL in den Bereichen Qualität, Arbeit und Verhalten gewährleisten minimalen Abfall und höchste Sicher-

heitsstandards bei der Produktion. Wir stützen uns bei der kontinuierlichen Verbesserung der Betriebsabläufe und des Umwelt- und Qualitätsmanagements in unseren Fabriken auf international anerkannte Standards. Bei HL ist die kontinuierliche Verbesserung unserer Arbeitsabläufe nicht nur für die Steigerung der Effizienz in allen Aspekten unserer Tätigkeit entscheidend, sondern auch für das Engagement aller unserer Mitarbeiter. Vier von fünf Fabriken erfüllen die Qualitätsnorm ISO 9001, in Leeds steht die Zertifizierung derzeit noch aus. Drei der fünf Fabriken sind nach ISO 14001 zertifiziert, die beiden verbleibenden Werke in Harlow und Leeds sollen bis 2022 zertifiziert werden. Unsere regionalen Vertriebszentren RDC Nordic, Central und West sind ebenfalls nach ISO 9001 und 14001 zertifiziert. Darüber hinaus hält HL die EU-Chemikaliengesetzgebung REACH ein, und Lieferanten müssen eine schriftliche Verpflichtungserklärung bezüglich REACH unterzeichnen.

Hinweis: Der Fußabdruck des Betriebs von Concept Data/Colour Display, einem der von HL im Jahr 2021 übernommenen Unternehmen, ist im Abschnitt „Kontinuierliche Verbesserung der betrieblichen Abläufe“ nicht berücksichtigt, wird aber im Bericht für 2022 enthalten sein.

Gewährleistung von Verantwortlichkeit in der gesamten Lieferkette

Der HL-Verhaltenskodex für Lieferanten und der Lieferantenbewertungsprozess kommunizieren unsere entschiedene Haltung gegen Korruption, stellen sicher, dass unsere Stakeholder Ehrlichkeit, Integrität und Verantwortungsbewusstsein praktizieren, und verdeutlichen unser Engagement, in puncto Verantwortlichkeit in der Lieferkette eine Vorreiterrolle in unserer Branche einzunehmen.

Die Lieferkette von HL

Wir bei HL wollen unsere Branche im Hinblick auf Verantwortlichkeit in der Lieferkette anführen. Wir sind davon überzeugt, dass unser größter Einfluss auf die Bewältigung von Nachhaltigkeitsproblemen in unserer Lieferkette in der strategischen Zusammenarbeit mit unseren wichtigen Lieferanten liegt. Im Jahr 2021 haben wir bei der Einbeziehung unserer Lieferanten große Fortschritte gemacht, um genau das zu erreichen.

HL hat insgesamt 1.726 Zulieferer, von denen 1.058 unsere Fabriken und 688 unsere Vertriebszentren beliefern. 162 unserer Lieferanten sind als wichtige Lieferanten definiert, auf die etwa 80 Prozent der Ausgaben entfallen.

Unser Verhaltenskodex für Lieferanten

Für HL ist es sehr wichtig, dass alle Lieferanten die gleichen Standards einhalten. Im Rahmen unserer Bemühungen, unsere Lieferanten dazu zu bewegen, das Nachhaltigkeitsniveau von HL zu erreichen, haben wir unsere Einkaufsrichtlinie 2020 in einen Verhaltens-

kodex für Lieferanten umgewandelt und diesen 2021 umgesetzt. Die neue Richtlinie erläutert die Anforderungen, die HL an seine Zulieferer stellt, und betrifft unter anderem die Einhaltung der Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) sowie anderer internationaler Richtlinien in Bezug auf Menschenrechte und Arbeitsbedingungen. Darüber hinaus werden klare Leitlinien für die Unternehmensethik und den Umweltschutz vorgegeben. Um ein umfassendes Verständnis unseres Verhaltenskodex für Lieferanten zu gewährleisten, ist er derzeit in Englisch, Chinesisch, Polnisch, Französisch und Schwedisch verfügbar. Seit ihrer Einführung haben 93 Prozent unserer wichtigen Lieferanten unsere neue Richtlinie unterzeichnet, was bedeutet, dass wir unser Ziel für 2021 um 3 Prozentpunkte übertroffen haben. Zudem haben alle unsere neuen Lieferanten den Verhaltenskodex für Lieferanten unterzeichnet.

Unser Einkaufsteam arbeitet systematisch daran, den Anteil der Lieferanten, die unseren Verhaltenskodex für Lieferanten unterzeichnen, zu erhöhen

und überprüft die Fortschritte vierteljährlich. Sollte sich ein Lieferant weigern, HLs Verhaltenskodex für Lieferanten zu unterzeichnen, informiert der Purchasing Manager bei unseren Group Purchasing Director und bittet den Lieferanten, uns seinen eigenen Verhaltenskodex zur Verfügung zu stellen. Wenn der eigene Verhaltenskodex des Lieferanten mit den im Verhaltenskodex für Lieferanten definierten Anforderungen von HL übereinstimmt, wird der Lieferant so behandelt, als hätte er den Verhaltenskodex für Lieferanten unterzeichnet. Ist dies nicht der Fall, wird der Lieferant schrittweise oder umgehend ersetzt.

Wesentliche Anforderungen unseres Verhaltenskodex für Lieferanten

- / Menschen- und Arbeitnehmerrechte.
- / Geschäftsethik.
- / Nachhaltiges Wachstum.
- / Umweltschutz.
- / Gesundheit und Sicherheit.



Vorrangige Themen

- / Durchführung einer umfassenden Risikobewertung von Lieferanten.
- / Unterzeichnung und Einhaltung des Verhaltenskodex für Lieferanten durch alle HL-Lieferanten.

Wichtigste Erfolge

- / Einführung einer neuen Lieferantenmanagementplattform.

Ergebnisse 2021

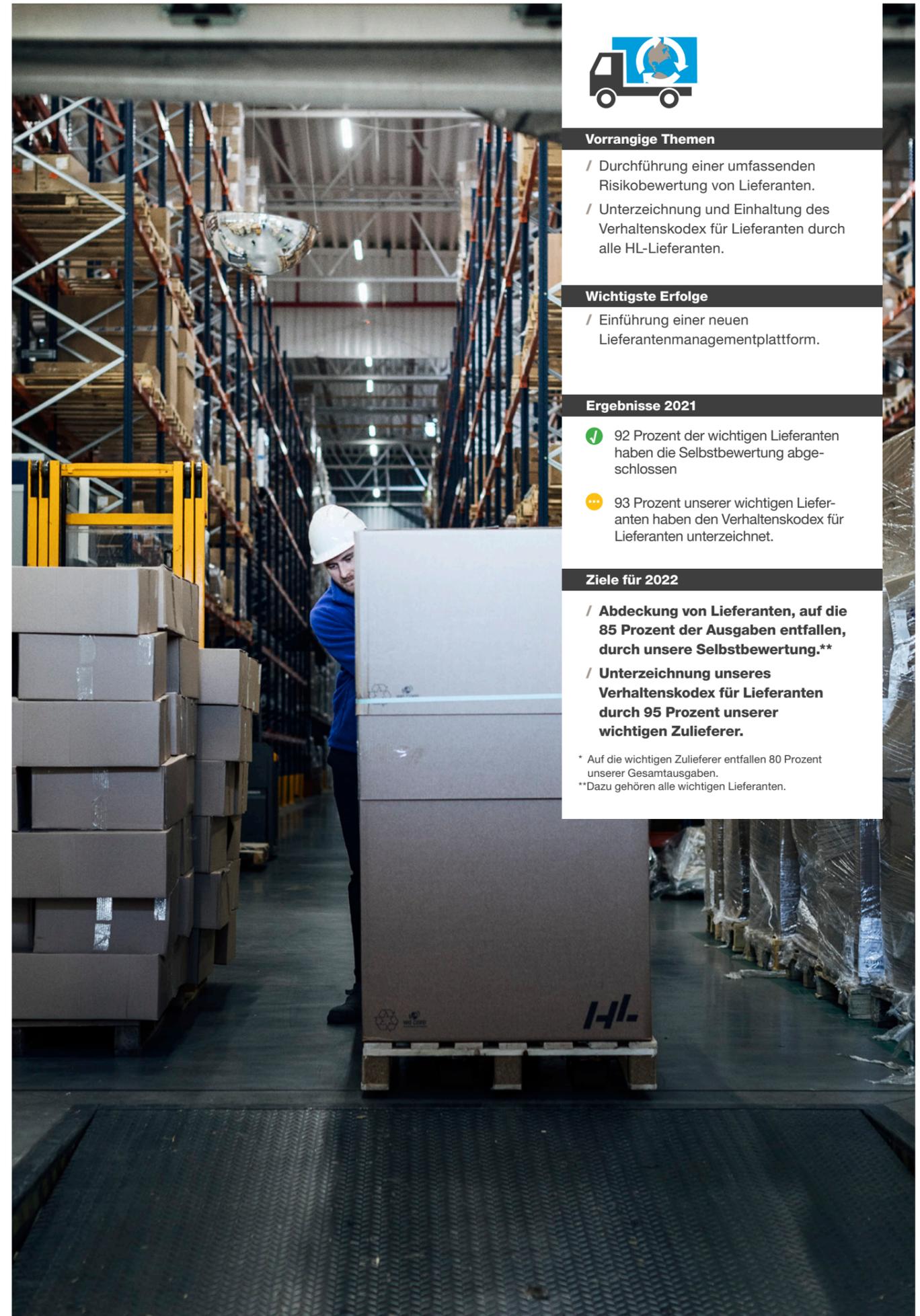
- 92 Prozent der wichtigen Lieferanten haben die Selbstbewertung abgeschlossen
- 93 Prozent unserer wichtigen Lieferanten haben den Verhaltenskodex für Lieferanten unterzeichnet.

Ziele für 2022

- / **Abdeckung von Lieferanten, auf die 85 Prozent der Ausgaben entfallen, durch unsere Selbstbewertung.****
- / **Unterzeichnung unseres Verhaltenskodex für Lieferanten durch 95 Prozent unserer wichtigen Zulieferer.**

* Auf die wichtigen Zulieferer entfallen 80 Prozent unserer Gesamtausgaben.

**Dazu gehören alle wichtigen Lieferanten.



**Ein neues System für
das Lieferantenmanagement**

Um eine systematischere Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten zu ermöglichen, hat HL 2020 in das Lieferantenmanagementsystem Kodiak investiert und es im ersten Quartal 2021 eingeführt. Durch die Einführung dieser neuen Plattform konnten wir unser Lieferantenmanagement strukturierter gestalten und wichtige Daten und Dokumente unserer jeweiligen Lieferanten speichern und erfassen. Zudem benachrichtigt die Plattform uns und hilft uns bei der Nachverfolgung unserer Lieferanten, wenn erforderliche Zertifizierungen und Dokumente ablaufen.

**Unsere Vorgehensweise bei der
Zusammenarbeit mit Lieferanten**

2019 haben wir einen systematischeren Prozess zur Überwachung von Nachhaltigkeitsrisiken in unserer Lieferkette eingeführt, der sich hauptsächlich auf unsere wichtigen Lieferanten konzentriert. Dieser wurde seitdem weiter ausgebaut und durch die Einführung unseres neuen Lieferantenmanagementsystems unterstützt.

Wenn ein neuer Lieferant eine Geschäftsbeziehung mit HL eingeht und den Verhaltenskodex für Lieferanten unterzeichnet hat, führt das HL-Einkaufsteam ein Screening durch. 2021 wurden 100 Prozent der neuen Lieferanten überprüft. Wo Verstöße gegen den Verhaltenskodex für Lieferanten festgestellt werden, haben die Zusammenarbeit und Korrekturmaßnahmen mit dem Lieferanten stets Vorrang. Letztlich kann die Nichteinhaltung unseres Verhaltenskodex für Lieferanten jedoch zur Beendigung des Vertrags führen. 2021 wurden keine Verstöße gegen den Verhaltenskodex für Lieferanten gemeldet (2020: 0).

In der ersten Stufe des HL-Lieferantenbewertungsprozesses werden neue Lieferanten in das Kodiak-Lieferantenmanagementsystem eingegeben, wo eine erste Bewertung vorgenommen wird. Das Kodiak-System benachrichtigt unser Einkaufsteam, wenn ein Lieferant als Risiko eingestuft wird.

HLs Selbstbewertungsfragebogen

Im zweiten Schritt unseres Screening-Prozesses werden über das Kodiak-System Fragebögen zur Selbsteinschätzung an alle wichtigen Lieferanten sowie an diejenigen Lieferanten verschickt, die das Kodiak-System im ersten Schritt als Risiko eingestuft hat. Der Fragebogen enthält 30 Fragen, die auf Kriterien aus unserem Verhaltenskodex für Lieferanten basieren und die folgenden zehn Bereiche abdecken:

1. Governance-Management
2. Qualitätsmanagement
3. Lieferkettenmanagement
4. Einhaltung von Menschenrechten
5. Einhaltung von Arbeitsrechten
6. Unternehmensethik und Anti-Korruptions-Management
7. Umweltmanagement
8. Produktsicherheit und Rückverfolgbarkeitsmanagement
9. Gesundheits- und Sicherheitsmanagement
10. Kapazitäts-, Kompetenz- und Kontingenzmanagement

Um ein umfassendes Verständnis der Bewertung zu gewährleisten, ist der Kodex derzeit in Chinesisch, Polnisch, Französisch und Englisch verfügbar. 2021 bat HL seine 162 wichtigsten Lieferanten, den aktualisierten Fragebogen zur Selbstbewertung auszufüllen, und konnte eine Rücklaufquote von 92 Prozent verzeichnen.

Nach Abschluss der Bewertung gibt das Kodiak-System dem Lieferanten eine Punktzahl, die von geringem bis hohem Risiko reicht. Anschließend prüft das HL-Einkaufsteam das Ergebnis und den entsprechenden Fragebogen zur Selbsteinschätzung. Für Lieferanten, die in die Kategorie „mittleres bis hohes Risiko“ fallen, werden je nach Schwere der Abweichung verschiedene Maßnahmen ergriffen. 2021 wurden sieben Lieferanten nicht im System zugelassen, für die jeweils Aktionspläne erstellt wurden. HL hat die Bewertung erneut mit zwei unserer kleineren Lieferanten durchgeführt, die nun beide zugelassen sind. Die Zusammenarbeit mit zwei Lieferanten wurde aufgrund ihrer Antworten auf den Fragebogen direkt eingestellt, und HL arbeitet derzeit daran, einen Ersatz für die übrigen drei Lieferanten zu finden.

Um sicherzustellen, dass unsere wichtigen Lieferanten weiterhin im Einklang mit unseren Werten arbeiten, werden sie 2024 erneut aufgefordert, die Bewertung vorzunehmen.

Vor-Ort-Audits

Um sicherzustellen, dass die Lieferanten den Verhaltenskodex für Lieferanten einhalten, führen wir im Rahmen der Beziehung zu unseren wichtigen Lieferanten regelmäßig Standortbesuche und Audits durch. Aufgrund unseres neuen Beurteilungsverfahrens werden die Lieferanten auf der Grundlage der anfänglichen Risikobewertung im Kodiak-System, des Fragebogens

zur Selbstbeurteilung sowie des Risikoniveaus, der Größe und der strategischen Bedeutung des Lieferanten für Audits ausgewählt.

Die HL-Einkaufsteams führen diese Vor-Ort-Begehungen und Audits durch, die in zwei Schritte unterteilt sind. In einem ersten Schritt stellt HL sicher, dass unsere Zulieferer den Verhaltenskodex für Lieferanten vollständig verstehen und unsere Anforderungen in Übereinstimmung mit der Richtlinie umsetzen. Der zweite Teil der Prüfung bezieht sich auf die Organisation der Produktion. Anhand mehrerer vordefinierter Kriterien überprüfen Vertreter von HL vor Ort, ob die Produktionsstätte unseren Anforderungen entspricht. Aufgrund der Covid-19-Pandemie wurde im Jahr 2021 nur eine formelle Prüfung durchgeführt (2020: 6, jeweils vor Beginn der Pandemie). Für 2022 sind zehn Vor-Ort-Audits geplant.

**Bewertung der
Lieferantenleistung**

2021 haben wir unsere Leistungsbewertung für Lieferanten entwickelt, die wir 2022 einführen und in den Mittelpunkt stellen wollen. Bei der Bewertung wird der Anbieter aus einer ganzheitlichen HL-Perspektive betrachtet, und es sind zahlreiche Funktionen bei HL beteiligt. Dieser Schritt unseres Lieferantenbewertungsverfahrens umfasst Fragen zu Qualität, Liefertreue, Umwelt, Lieferkette und mehr. Das Ziel ist es, nachzufassen, bei Bedarf Anpassungen vorzunehmen und langfristige Beziehungen aufzubauen, die sowohl für unsere Lieferanten als auch für HL von Vorteil sind.



100%
der neuen Lieferanten
wurden gemäß der Einkaufsrichtlinie geprüft

Unser aktualisierter Bewertungsprozess:

**Schritt 1:
Ersteinschätzung**

Neue Lieferanten werden in das Lieferantenmanagement Kodiak eingegeben, wo eine erste Einschätzung erfolgt

**Schritt 2:
Selbstbewertungen**

Fragebögen zur Selbsteinschätzung werden an alle wichtigen Lieferanten sowie an die Lieferanten verschickt, die das Kodiak-System in Schritt 1 als Risiko eingestuft hat.

**Schritt 3:
Vor-Ort-Audits**

Es werden Audits vor Ort durchgeführt. Die Zahl der Audits pro Jahr hängt von den Ergebnissen der Selbstbewertungsfragebögen ab.

**Schritt 4:
Bewertung der
Lieferantenleistung**

Die Leistung der Lieferanten wird bewertet, einschließlich Nachverfolgung notwendiger Anpassungen bei Lieferanten sowie Fragen zu Qualität, pünktlichen Lieferungen etc.

Über den Bericht

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards Option „Kern“ aufgestellt. Er stellt den Fortschrittsbericht von HL als Teil der Verpflichtung des Unternehmens zum United Nations Global Compact dar. Der Bericht deckt die weltweiten Tätigkeiten der

HL Display Group ab, d. h. von HL Display Holding AB und allen ihr untergeordneten Rechtseinheiten. Betriebe außerhalb der direkten Kontrolle von HL, z. B. Lieferanten, sind nicht im Bericht enthalten. Die vorgelegten Informationen wurden nicht von einer externen Partei geprüft.

Allgemeine Angaben

	Angabe	Seitenverweis/URL	Kommentar
Organisation-sprofil	102-1 Name der Organisation	2	
	102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	2, hl-display.com	
	102-3 Hauptsitz der Organisation	2	
	102-4 Betriebsstätten	2-3	
	102-5 Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	2	
	102-6 Belieferte Märkte	2-3, hl-display.com	
	102-7 Größe der Organisation	2-3	
	102-8 Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	20	
	102-9 Lieferkette	36-38	
	102-10 Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	5, 20	
	102-11 Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	-	HL Display arbeitet daran, das Risiko von Nachhaltigkeitsthemen zu vermeiden und zu minimieren.
	102-12 Externe Initiativen	10	Die Entscheidungen des Unternehmens sollten nach
	102-13 Mitgliedschaft in Verbänden	-	Möglichkeit durch fundierte Fakten gestützt werden.
Strategie	102-14 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	5	
Ethik und Integrität	102-16 Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	3, 5, 10, 11, 26, 38	UN Global Compact, mehrere Fachverbände in den Märkten, in denen HL tätig ist
Governance	102-18 Führungsstruktur	hl-display.com	
Einbindung von Stakeholdern	102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen	11	
	102-41 Tarifvereinbarungen	23	
	102-42 Ermittlung und Auswahl von Stakeholdern	11	
	102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	11	
	102-44 Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	11, 13	
Vorgehensweise bei der Berichterstattung	102-45 Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	-	
	102-46 Bestimmung des Berichtsinhalts und Abgrenzung der Themen	-	GRI-Berichterstattungsgrundsätze wurden berücksichtigt
	102-47 Liste der wesentlichen Themen	13	
	102-48 Neudarstellung von Informationen	24, 33	
	102-49 Änderungen bei der Berichterstattung	-	Keine signifikanten Änderungen in der Berichterstattung
	102-50 Berichtszeitraum	-	2021
	102-51 Datum des letzten Berichts	-	Mai 2021
	102-52 Berichtszyklus	-	Jährlich
	102-53 Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	-	Jonas Marking, Senior Product and Sustainability Manager, HL Display
	102-54 Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	40	
	102-55 GRI-Inhaltsindex	40-41	
102-56 Externe Prüfung	-	Der Bericht wurde nicht extern geprüft.	

Material Topics

	Angabe	Seitenverweis/URL	Kommentar
Wirtschaft			
Korruptions-bekämpfung 2016	103-1/2/3 Managementansatz	27, 38	
	205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	27, 38	
Umwelt			
Materialien 2016	103-1/2/3 Managementansatz	29, 31, 35, 36	
	301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	36	
Energie 2016	103-1/2/3 Managementansatz	28, 29, 36	
	302-4 Verringerung des Energieverbrauchs	36	
Emissionen 2016	103-1/2/3 Managementansatz	28-32, 36	
	305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	29-31	All the carbon footprint emissions are based on 2018 data
	305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	29-31	All the carbon footprint emissions are based on 2018 data
	305-3 Andere indirekte Emissionen (Scope 3)	29-31	All the carbon footprint emissions are based on 2018 data
Abfall 2020	103-1/2/3 Managementansatz	28, 29, 31-36	
	306-1 Abfallerzeugung und wesentliche abfallbezogene Auswirkungen	15, 19, 31-36	
	306-2 Bewältigung wesentlicher abfallbezogener Auswirkungen	15, 19, 31-36	
	306-3 Erzeugte Abfälle	35	
	306-4 Von der Entsorgung umgelenkte Abfälle	35	
Soziales			
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018	103-1/2/3 Managementansatz	20-27	
	403-1 Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	23	
	403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	23	
	403-3 Arbeitsmedizinische Dienste	23	
	403-4 Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	23	
	403-5 Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	23	
	403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	23	
	403-7 Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	23	
	403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen	23	
	Eigene Angabe: Zahl der Arbeitsplatzunfälle, die zu Fernbleiben vom Arbeitsplatz oder Krankenstand geführt haben	23	
Soziale Lieferanten-bewertung 2016	103-1/2/3 Managementansatz	38-41	
	414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	40	



The better shopping experience

**HL DISPLAY
DEUTSCHLAND GMBH**

Zeppelinstraße 4
85399 Hallbergmoos
Deutschland

Tel: +49 811 998 83 90
info.de@hl-display.com

**HL DISPLAY
ÖSTERREICH GMBH**

Mosetiggasse 1A
1230 Wien
Österreich

Tel: +43 1 667 02 90
info.at@hl-display.com

**HL DISPLAY
SCHWEIZ AG**

Rohrerstrasse 102
5000 Aarau
Schweiz

Tel: +41 62 834 50 30
info.ch@hl-display.com