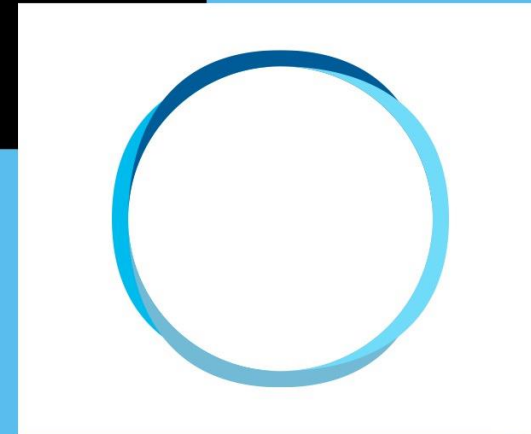


Nach- haltigkeit



Why?

Warum ist Nachhaltigkeit für uns wichtig und was treibt Sandler an?

**Unser Golden
Circle* der
Nachhaltigkeit**



Unsere Nachhaltigkeitswerte – Unser Fundament



Schon gewusst?

Unsere Nachhaltigkeitswerte basieren auf unseren **gleichnamigen Unternehmenswerten**.

Sie zeigen uns die Richtung und sind die **Grundlagen unseres täglichen Handelns** bei Sandler, vom Mitarbeitenden in der Produktion bis zur Führungskraft.

Zuverlässigkeit

Für uns ist **Zuverlässigkeit** gegenüber **Mitarbeitenden, Kunden** aber auch der **Region**, in der wir wirken, unerlässlich. Und das können wir belegen: Wir orientieren unsere Nachhaltigkeitsstrategie an höchsten **internationalen Standards** wie den **UN Sustainable Development Goals** oder der **Global Reporting Initiative** und zukünftig auch an der **Corporate Sustainability Reporting Directive**.

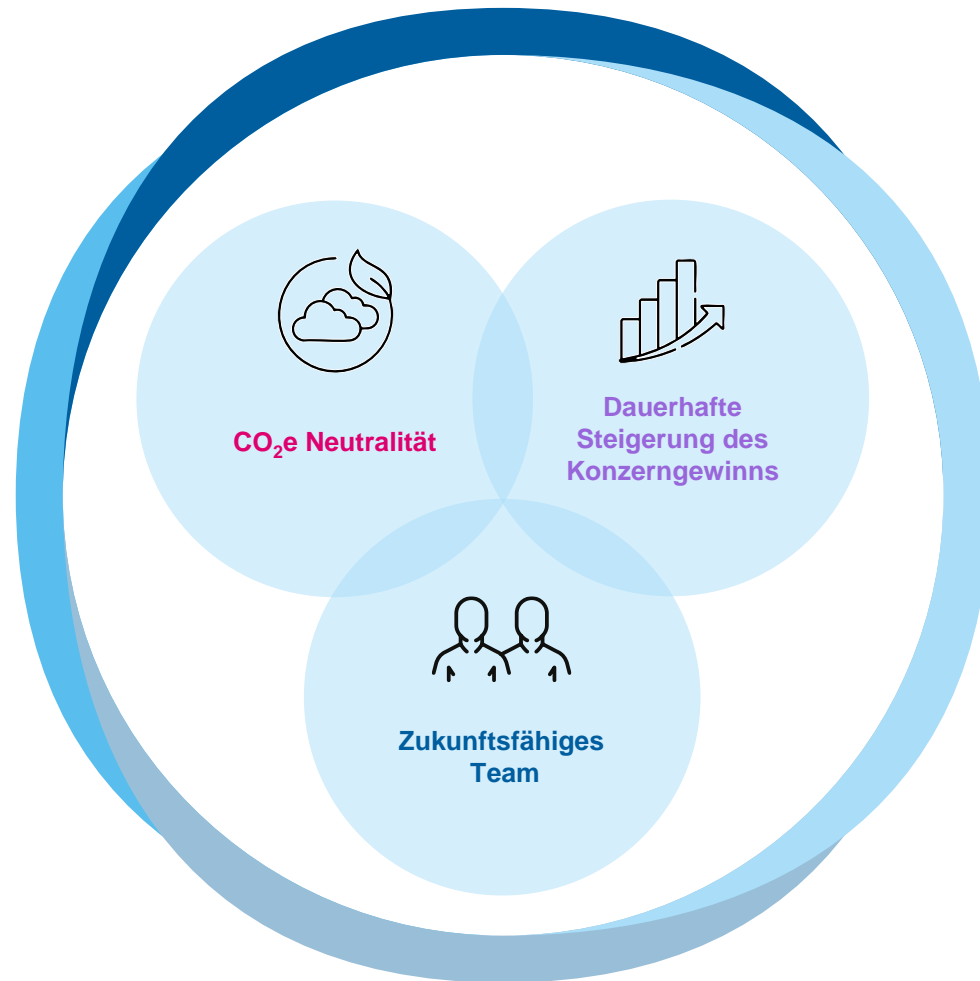
Verantwortung

Wir arbeiten aktiv daran, eine **respektvolle Zukunft** zu gestalten und setzen dabei auf **gelebte Vielfalt**. Auch außerhalb unserer Organisation übernehmen wir Verantwortung und möchten **Treiber für eine nachhaltigere Zukunft** sein.

Offenheit

Wir setzen **nachhaltige Innovationen** um und wollen **Vorbild** sein. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist daher direkt mit **vier Handlungsfeldern** verknüpft: **Mensch, Energie, Mindset** und **Produkte**. Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt, beschäftigen uns mit neuen Energien und hinterfragen bisherige Produkte und Fertigungstechnologien.

Unsere nachhaltige Unternehmensstrategie



Nachhaltigkeit ist das **Fundament** unserer Unternehmensstrategie. Sie bildet den Kreis um unsere **Strategiefelder**, die sich nach **Environmental – Social – Governance (ESG)** ausrichten.

Damit betrachten wir die Strategie für Sandler und unsere Nachhaltigkeitsziele **nicht** getrennt, sondern **vereint**.

Integration von Nachhaltigkeit

Um unsere Ziele zu erreichen, haben wir Nachhaltigkeit vollumfänglich organisatorisch verankert, indem wir **Innovation** und **Nachhaltigkeit** zusammengeführt haben. Wie? Durch ein eigenes Ressort:

Transformation, Innovation & Sustainability.

Nachhaltigkeit sitzt damit **aktiv am Tisch der Entscheidungen** als Teil des Management-Teams. Ein eigener Nachhaltigkeitsbeirat, das Nachhaltigkeitsteam und die Fachabteilungen sind stetig im Austausch.

Ein **starkes Team** von Verantwortlichen packt zusammen die Herausforderungen für eine nachhaltige Zukunft bei Sandler an.

Unsere langfristigen Ziele



1

Wir produzieren 2035 CO₂e-neutral (Scope 1-2) im Corporate Carbon Footprint und reduzieren den CO₂e-Fußabdruck unserer Produkte um mind. 40 % (Scope 1-3).

2

75 % der verkauften Menge sind 2035 entweder sortenrein im Fertigprodukt, aus 100 % nachwachsenden Rohstoffen oder zu 100 % aus Rohstoffen der Kreislaufwirtschaft / Recycling.

3

Mitarbeitende haben den **Sandler Spirit** verinnerlicht und positiv bewertet.

4

Wir behandeln alle Menschen gleichwertig und haben die entsprechenden Rahmenbedingungen, um ein Spiegelbild der Bevölkerung bei uns abzubilden.

5

Dauerhafte Steigerung des Konzerngewinns.



Unsere Ziele

Exkurs – Sandler Spirit



Zuverlässigkeit

Der Schlüssel zum Erfolg ist unser **zuverlässiges Team**. Wir vertrauen uns und unterstützen uns gegenseitig – und zwar **über die Zusammenarbeit hinaus**. Dabei begegnen wir uns auf Augenhöhe und agieren stets partnerschaftlich.

Führungskraft

Ich gehe proaktiv auf Kolleginnen und Kollegen zu und fördere sie individuell.



Mitarbeitende

Ich vertraue mir selbst, meinen Kolleginnen und Kollegen und Sandler.

Verantwortung

Wir übernehmen Verantwortung – für uns selbst, unsere Kolleginnen und Kollegen und für Sandler. Das heißt, **zu Entscheidungen zu stehen**, aus **Fehlern zu lernen** und **gegenseitiges Verständnis** zu zeigen. Denn unser Ziel ist ein **langfristiges Miteinander**.

Führungskraft

Ich lebe Veränderungen und nehme meine Kolleginnen und Kollegen mit.



Mitarbeitende

Ich sehe Veränderungen als Chance.

Offenheit

Wir schätzen die **Individualität** unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie ermöglicht uns **ständige Verbesserung** und die **Entwicklung neuer Lösungen**. Deshalb ist unser Alltag geprägt von Kreativität und Mut – egal in welchem Arbeitsbereich.

Führungskraft

Ich schaffe Raum für Visionen und eine positive Fehlerkultur.



Mitarbeitende

Ich bin mutig und bringe neue Ideen ein.

How?

Wie leben wir Nachhaltigkeit bei Sandler?

**Unser Golden
Circle* der
Nachhaltigkeit**



Unsere vier Handlungsfelder



Abgeleitet aus den 17 UN Sustainable Development Goals haben wir unsere vier Handlungsfelder definiert und in die Unternehmensstrategie und -organisation integriert.

Das Besondere:

Kein Handlungsfeld steht hierbei allein. **Zusammen schließen sie den Kreis** unserer Nachhaltigkeit. Sie beschreiben, worauf wir bei Sandler den Fokus setzen. So streben wir eine **nachhaltige Wertschöpfung** an.

Menschen müssen als Team agieren, um Nachhaltigkeit aktiv anzugehen. Wir sitzen alle im selben Boot – unsere Vielfalt lässt uns die Segel setzen. Das zeigt der Bogen **Mensch**.

Mensch



Der Bogen in **Mindset** zeigt, dass wir unser nachhaltiges Denken in unser alltägliches Handeln integrieren und schärfen, um Ideen zur Nachhaltigkeit zu verwirklichen.

Mindset



Energie

Energie ist ein essenzieller Baustein für die Aktivitäten von Sandler. Diese Power setzt Impulse und wird durch drei Bögen verdeutlicht.



Produkt

Unsere Produktpalette ist vielfältig, darum möchten wir für jedes **Produkt** Nachhaltigkeit integrieren. Die zwei Bögen symbolisieren unsere Vliesstoffe als Rollenware.

Unsere vier Handlungsfelder



Der MENSCH steht im Mittelpunkt

Bei all unseren Vorhaben steht der **Mensch** für uns bei Sandler im Mittelpunkt. Denn nur dann, wenn wir als **Team** gemeinsam an einen Strang ziehen, können wir unsere Ziele für eine nachhaltigere Zukunft erreichen.

Gleichberechtigung und **Fairness** sind dabei selbstverständlich für uns. Genauso wie **regionales Engagement**. Gleichzeitig setzen wir uns für einen **verantwortungsvollen Umgang** mit Menschen **entlang unserer Lieferkette** ein.



ENERGIE treibt uns an

Für die Herstellung unserer Produkte benötigen wir **Energie**. Dabei möchten wir **unseren Carbon Footprint minimieren** und überwachen aus diesem Grund unseren Energieeinsatz genau. Wir **schaffen**

Optimierungspotenziale und **erschließen erneuerbare Energiequellen**. Das stellt unsere Versorgungssituation sicher.



Das PRODUKT bestimmt unseren Purpose

Rohstoffe, Betriebsstoffe, Produktionsverfahren, Lieferung, Verwendung, Entsorgung: Wir betrachten den **gesamten Lebenszyklus** unserer Vliesstoffe. Jeder einzelne Schritt wird von uns regelmäßig hinterfragt, um **Entwicklungs- und Optimierungspotenziale** zu erkennen und uns immer weiter selbst zu verbessern.



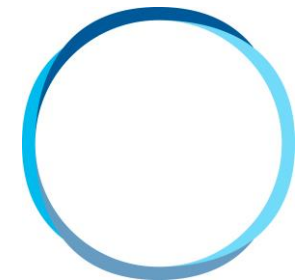
MINDSET ist die Grundlage unserer Transformation

Auch kleine Veränderungen bringen uns langfristig voran. Jeder und jede Einzelne kann einen **Beitrag** zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie leisten und sich **aktiv** einbringen. Das gilt für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter genauso wie für unsere Geschäftspartner und Kunden. Denn **nur gemeinsam** können wir **Großes** bewegen.



NACHHALTIGKEITS-MANAGEMENT bei Sandler

Im Nachhaltigkeitsmanagement **erarbeiten** und **besprechen** wir regelmäßig **innovative Lösungen** und **alternative Ansätze**, um unser Unternehmen für die Zukunft nachhaltig zu sichern. Wir **hinterfragen** unser Handeln und **optimieren** bisherige Prozesse. Hier entstehen neue Ideen, Projekte und Handlungsfelder.



What?

Welche Mittel und Maßnahmen ergreifen wir, um eine nachhaltige Zukunft sowohl bei Sandler als auch in der Gesellschaft zu gestalten?

**Unser Golden
Circle* der
Nachhaltigkeit**



Unsere Hebel



Mensch

- Botschafterkonzept
- Strukturen für Diversität
- Gezielte Qualifikations- und Weiterbildungsmaßnahmen
- Familienfreundliche Arbeitszeitmodelle z.B. Teilzeitschicht
- Wissenstransfer (Eintritt und Ausstieg)

Energie

- Erweiterung Netzinfrastruktur
- Ausbau erneuerbarer Energien (Photovoltaik- und Windkraftanlagen)
- Abdeckung Wärmebedarf
- Batteriespeicher
- CO₂e-Einsparungskonzept
- Transparente Energiedaten
- Energieoptimierung der Aggregate

Produkt

- C2C*-Zertifizierung
- Internes Benchmarking
- EPD**-Zertifizierung
- Rückführungsmodelle
- Mehrwegverpackungen
- Nachhaltige Neuentwicklungen
- Definition, Bewertung & Analyse von Rohstoffen
- Ausweitung des Netzwerkes mit Partnern

* Cradle to Cradle

** Environmental Product Declaration

Mindset

- Social-Media-Kampagnen
- (Pilot-) Projekte
- Identifizierung mit Produkten
- Standortbranding
- Zielgruppenspezifische Kommunikation
- Regelmäßige Umfragen und Umsetzung entsprechender Maßnahmen

Reporting



- ESRS-konformer CSRD-Bericht als Grundlage für Innovationsmanagement
- Zertifizierungen



Unsere Product Carbon Footprints

Individuelle Product Carbon Footprint Berechnung für Kunden



Spricht uns gerne an!

1

Zusammenfassung

Artikelnummer Sawasoft®
01916-001

Art Thermobond

Gesamt CO₂-Wert 3,63 kg

**Gesamt CO₂-Wert
(ohne Transport)** 3,56 kg

2

Erstellung eines **PCF-Zertifikats***
mit folgenden Komponenten:

- Energie
- Rohstoffe
- Transport
- Verpackung

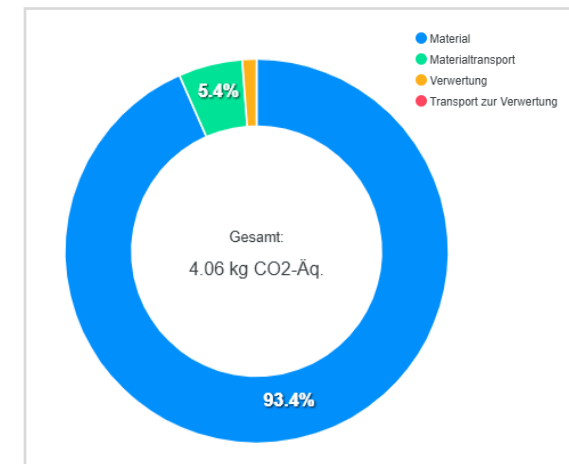
Scopes: 1-3
Boundaries: Cradle to Gate

→ Gültigkeit des Zertifikats bis 31.12.
des Erstellungsjahres.

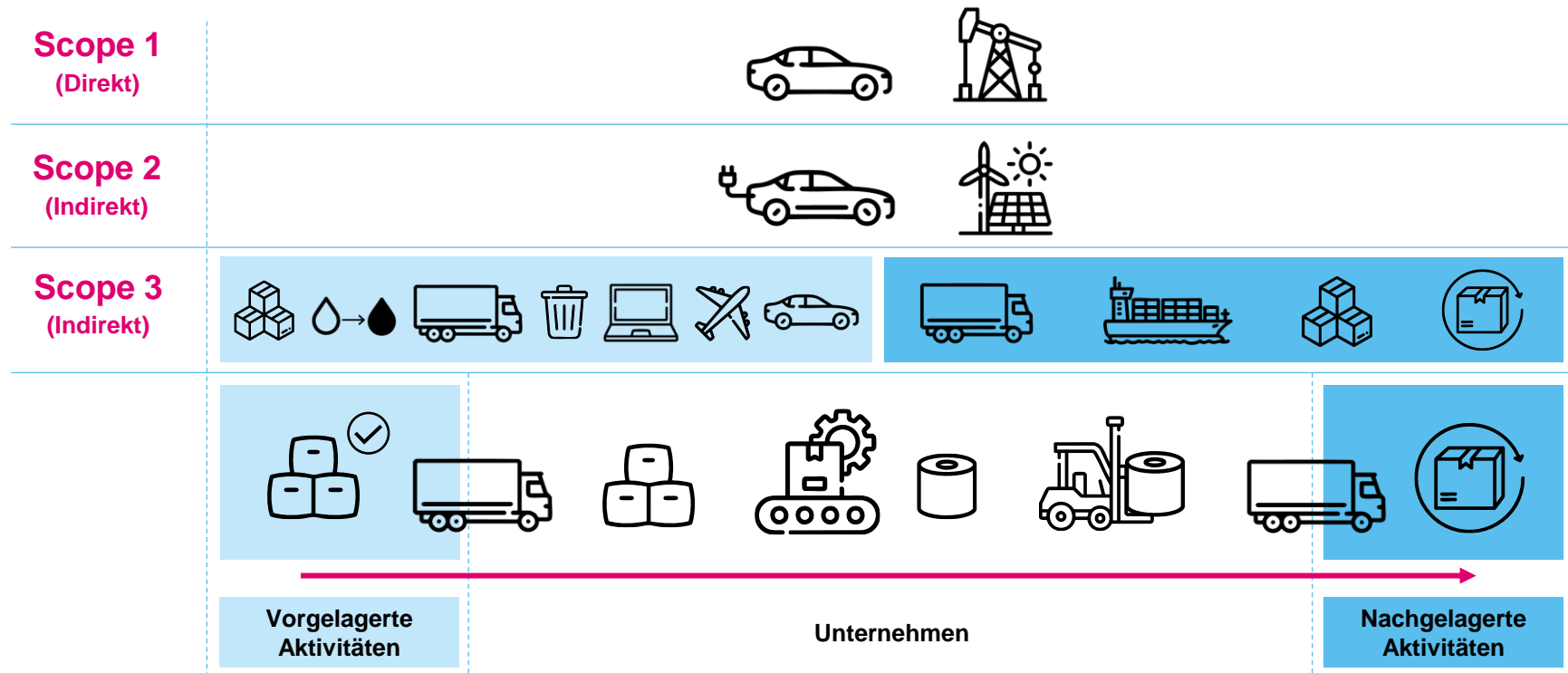
* Standard nach DIN EN ISO 14040 und DIN EN ISO 14044 zur „Ökobilanz“ sowie DIN EN ISO 14067 zum „Carbon Footprint von Produkten“

3

Diagramm zum **Anteil** der
Komponenten am PCF:



Unser Corporate Carbon Footprint



Gesamtbilanzierung der
Sandler Group (DE und USA)

Marktbasierte Bilanzierung
in Scope 1 und 2

Marktbasierter CCF*
in Scope 1 und 2:

47.012 t CO₂e**

Freiwillige marktbasierte
Bilanzierung in Scope 3***

Marktbasierter CCF
in Scope 3:

583.175 t CO₂e**

* Corporate Carbon Footprint

** Basisjahr 2021 | Berichtsstandard nach
Greenhouse Gas Protocol (überarbeitete
Version (2004))

*** Bilanzierung in den folgenden Kategorien:
3.1, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 3.9, 3.12

Together

Zusammen können wir Großes bewirken. Denn jeder Einzelne wie auch wir zusammen entlang der Lieferkette können dazu beitragen, die Zukunft von morgen nachhaltig mitzugestalten.

**Gemeinsam in
eine nachhaltige
Wertschöpfung!**

