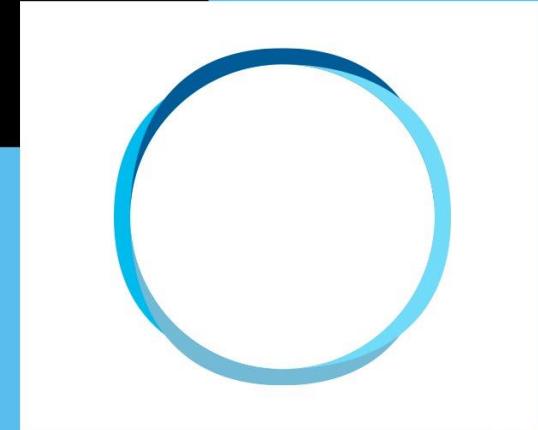


# Nachhaltigkeit



## Unser Golden Circle\* der Nachhaltigkeit

24.06.2025

\* nach Simon Sinek

# Why?

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



# 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**.

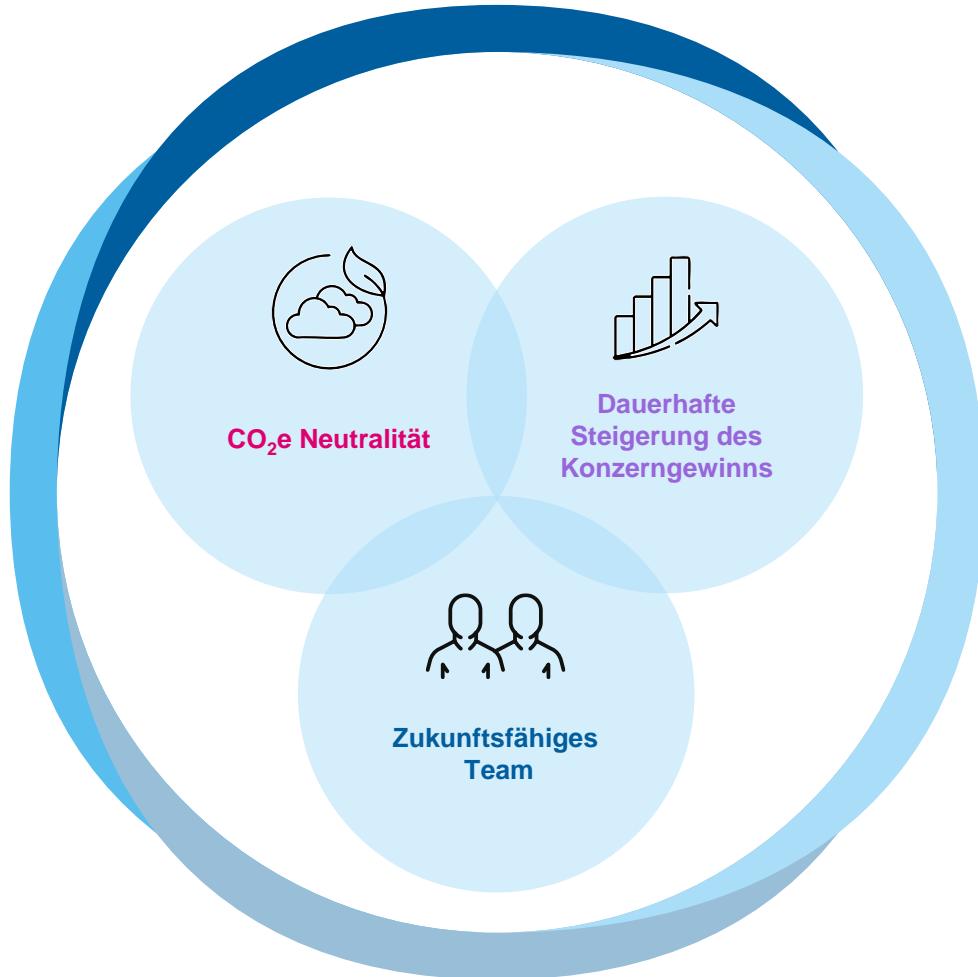
## Verantwortung

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 CO<sub>2</sub>e-neutral (Scope 1-2) im Corporate Carbon Footprint und reduzieren den CO<sub>2</sub>e-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.

## Unser Golden Circle\* der Nachhaltigkeit

24.06.2025

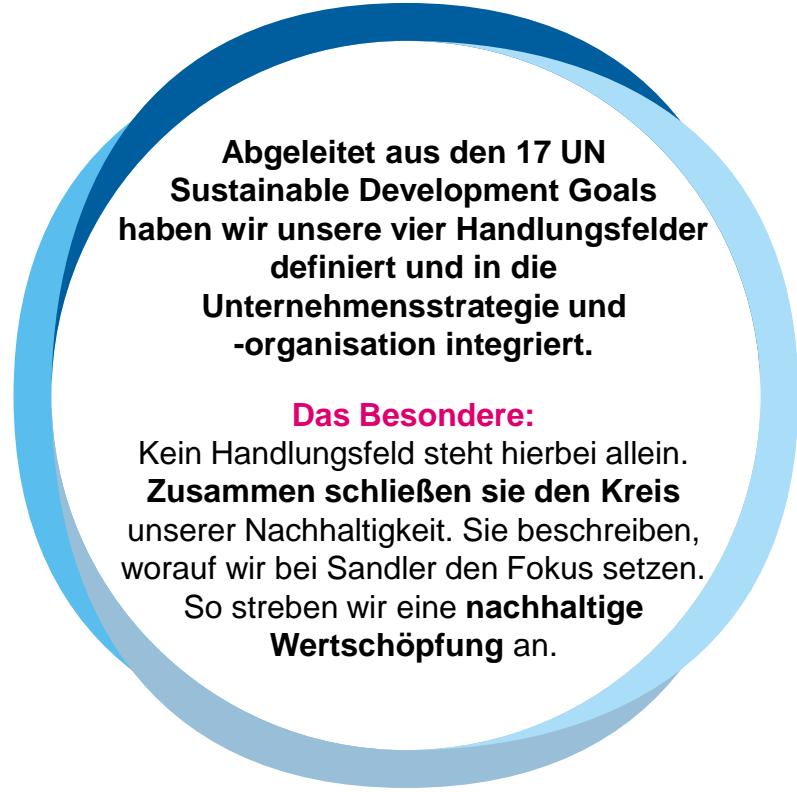
\* nach Simon Sinek

# How?

Wie leben wir Nachhaltigkeit bei Sandler?



# 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.



# 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.

**Mensch**

## 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.



**Energie**

## 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.



**Produkt**

## 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.

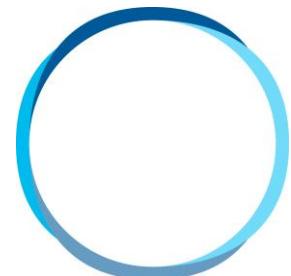


**Mindset**

## 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.



## Unser Golden Circle\* der Nachhaltigkeit

24.06.2025

\* nach Simon Sinek

# What?

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



# 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
- CO<sub>2</sub>e-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

1

### Zusammenfassung

**Artikelnummer** Sawasoft®  
01916-001

**Art** Thermobond

**Gesamt CO<sub>2</sub>-Wert** 3,63 kg

**Gesamt CO<sub>2</sub>-Wert  
(ohne Transport)** 3,56 kg

2

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

- Energie
- Rohstoffe
- Transport
- Verpackung

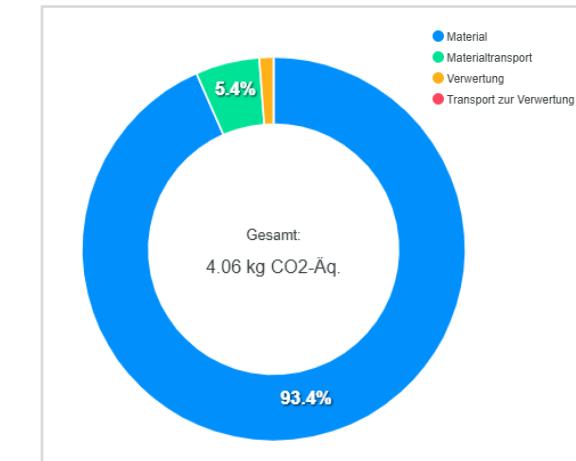
Scopes: 1-3  
Boundaries: Cradle to Gate

→ 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“

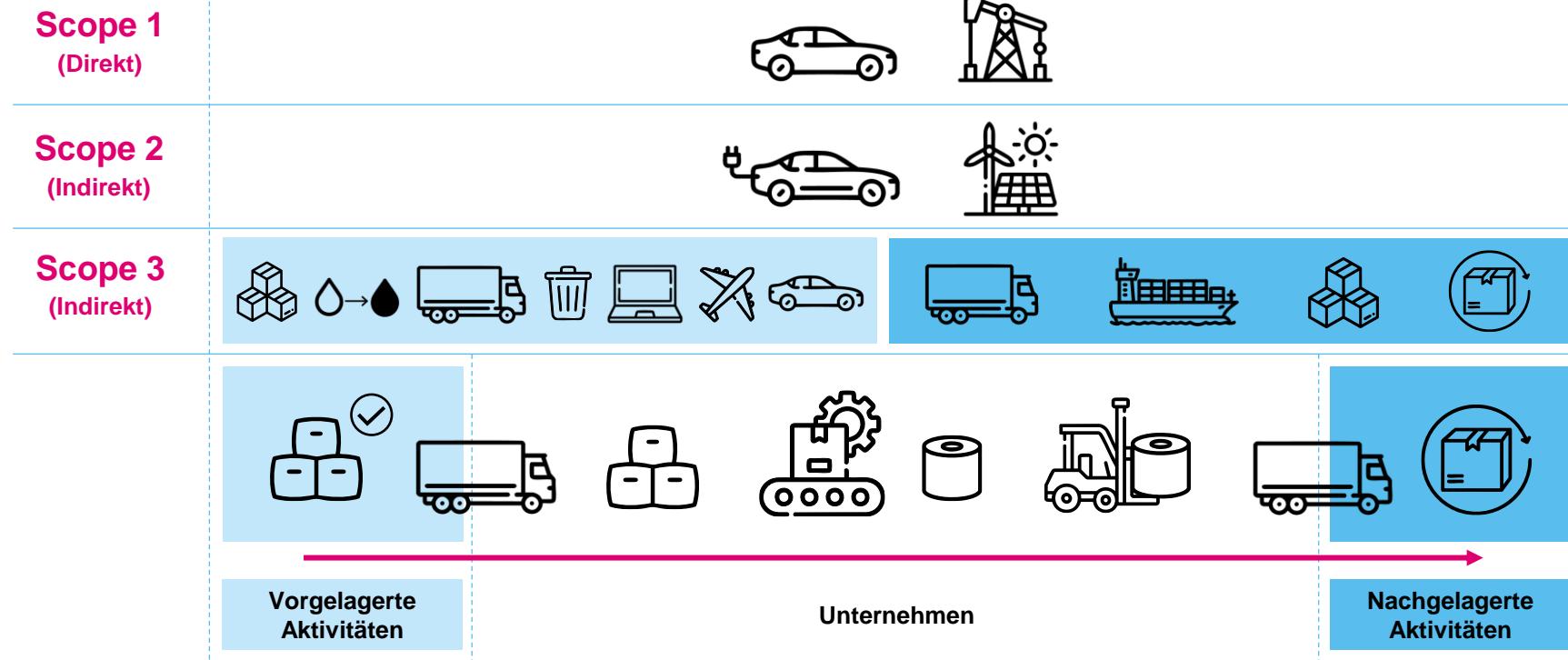
3

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



Sprecht uns gerne an!

# 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 CO<sub>2</sub>e\*\***

Freiwillige marktbasierte  
Bilanzierung in Scope 3\*\*\*

Marktbasierter CCF  
in Scope 3:  
**583.175 t CO<sub>2</sub>e\*\***

\* 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

Gemeinsam in  
eine nachhaltige  
Wertschöpfung!

# 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.

